

## إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

# **استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشعارات المتحركة دراسة ميدانية**

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وإن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

## **DECLARATION**

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification

**Student's name:** Salah.M.Abu Salah

**اسم الطالب:** صلاح محمد أبو صلاح

**Signature:**

**التوقيع:** 

**Date:** 8/12/2014

**التاريخ:** 2014/12/8



الجامعة الإسلامية - غزة  
شئون البحث العلمي والدراسات العليا  
كلية الآداب  
برنامج ماجستير الصحافة

# استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشعارات المتحققة

"دراسة ميدانية"

إعداد الباحث

صلاح محمد أبو صلاح

إشراف الدكتور

أمين منصور وافي

أستاذ الإعلام والاتصال المساعد

رئيس قسم الصحافة والإعلام - الجامعة الإسلامية

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحافة من كلية الآداب في الجامعة الإسلامية بغزة

1436 هـ - 2014 م



مكتب نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا هاف داخلي 1180

Ref ..... ج س غ / 35 .....  
Date ..... 2014/12/08 ..... تاريخ

## نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة شئون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث / صلاح محمد مسلم أبو صلاح لنيل درجة الماجستير في كلية الآداب / قسم الصحافة، و موضوعها:

استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي

والإشعاعات المتحققة - دراسة ميدانية

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم الاثنين 16 صفر 1436هـ الموافق 08/12/2014م الساعة الثانية عشر ظهراً بمبني طيبة، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

- |  |                         |
|--|-------------------------|
|  | د. أمين منصور وافي      |
|  | د. طلعت عبد الحميد عيسى |
|  | د. نعيم فيصل المصري     |

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في كلية الآداب / قسم الصحافة.

واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله ولزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق،

مساعد نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا

د. فؤاد علي العاجز



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فَالَّتَّعَالَىٰ :

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ

وَسَتَرُدُونَ إِلَى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَدَةِ

فَيَنْتَهِكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

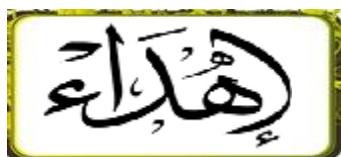
صَدِيقَ اللَّهِ الْعَظِيمِ

.105 ( ) سورة التوبة، الآية

## القول المأثور

إني رأيت انه ما كتب أحدهم في يومه كتاباً إلا قال في  
غده: لو غير هذا لكان أحسن، ولو زيد ذلك لكان  
يستحسن، ولو قدم هذا لكان أفضل، ولو ترك ذاك لكان  
أجمل، وهذا من أعظم العبر، وهو دليل على استيلاء  
النقص على جملة البشر"

العماد الأصفهاني



﴿إِلَى رُوحِ وَالْدِي رَحْمَةُ اللَّهِ الَّذِي تَمَنَّيْتُ أَنْ يَكُونَ بَيْنَنَا وَيَرَى قَطْفَ غَرْسِهِ﴾ .

﴿إِلَى وَالَّتِي الْعَزِيزَةُ الْحَاجَةُ : أُمُّ صَلَاحٍ﴾

﴿إِلَى زَوْجِي وَأَبْنَائِي وَأَشْقَائِي وَشَقِيقَاتِي﴾

﴿إِلَى الشَّهَادَاءِ وَالْأَسْرَى﴾

أُهْدِيَ هَذَا الْجَهْدُ الْعَلَمِيُّ الْمُتَوَاضِعُ

## شكر وعرفان

انطلاقاً من قوله تعالى : «رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرْ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي إِلَيْكَ وَإِلَيْ مِنَ الْمُسْلِمِينَ»<sup>(1)</sup>.

فإنني أحمد الله عز وجل على نعمته التي أنعمها علي وعلى والدي من قبل، ووفقني للوصول إلى هذه اللحظة.

ولا يسعني إلا أن أتوجه بالشكر الجزيلاً إلى مشرفي الفاضل الدكتور / أمين منصور وافي رئيس قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية، الذي لم يبخ على بنصائحه وتوجيهاته، وإرشاداته حتى خرجت هذه الرسالة إلى النور ، فجزاه الله خير الجزاء .

وكذلك الشكر موصول لعضو لجنة المناقشة كلٍ من:

الدكتور الفاضل / طلعت عبد الحميد عيسى حفظه الله.

الدكتور الفاضل / نعيم فيصل المصري حفظه الله.

والشكر كذلك إلى الجامعة الإسلامية بطارقها الإداري والأكاديمي وأخص بالذكر الأستاذ في قسم الصحافة والإعلام في الجامعة الإسلامية كل باسمه ولقبه، الذين تتلمذت على أيديهم خلال دراستي في البكالوريوس والماجستير .

وكذلك شكري العظيم لكل من مد العون والمساعدة وأخص منهم أ.د. علي نجادات أستاذ الإعلام في جامعة اليرموك، أ.د. محمد مشير عامر أستاذ اللغة الانجليزية في الجامعة الإسلامية، والأستاذ محمد بريخ مدرس الإحصاء بالجامعة الإسلامية، وكذلك الأخوة الأستاذة محكمي صحيف الاستقصاء .

والشكر موصول للأخ / هاني الصوص (أبو خليل) الذي قام بتسييق الرسالة حتى خرجت بهذه الصورة البهية، فجزاه الله خير الجزاء .

وأخيراً وليس بآخرأشكر كل من ساهم وساعد ولو بدعوة خير في ظهر الغيب .

الباحث

(1) سورة الأحقاف، الآية 15

## ملخص الدراسة باللغة العربية

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشعارات المتحركة وما دوافع طلبة الجامعات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومدى الثقة بمعلوماتها وما هي المقترنات للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي. وتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج الدراسات المسحية "مسح جمهوبي وسائل الإعلام" معتمدًا على نظرية الاستخدامات والإشعارات، واستخدم صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسة لجمع البيانات من المبحوثين، والمقابلة كأداة ثانوية، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 390 فرد موزعين على طلبة الجامعات الفلسطينية النظامية بقطاع غزة وهي (الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر وجامعة الأقصى) بتاريخ 28-29/11/2013.

توصلت الدراسة إلى أن 90% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وبيّنت الدراسة أن الفيس بوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً بنسبة 95% من العينة، تلاه اليوتيوب بنسبة 59.4%， ثم جوجل (بلص) بنسبة 28.8%， ثم التويتر بنسبة 27.1%.

وتصدر دافع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج سبب استخدام شبكات التواصل، تلاه دافع الحصول على المعلومات واكتساب خبرات، ثم دافع التسلية وقضاء أوقات الفراغ.

وكشفت الدراسة عن وجود فروق في الاستخدام لصالح الذكور، كما كشفت عن فروق لصالح طلبة جامعة الأزهر في الاستخدام.

وبيّنت الدراسة أن الموضوعات الترفيهية تصدرت أبرز الموضوعات التي يطالعها المبحوثون بنسبة 70.57%， تلاها الموضوعات الاجتماعية بنسبة 62%， ثم الموضوعات الثقافية بنسبة 61.4%.

تصدرت إشعارات التفاعل الاجتماعي بنسبة 33.2%， تلتها إشعارات مراقبة البيئة بنسبة 27.3%， ثم إشعارات المشاركة بالرأي بنسبة 23.8%， وأخيراً إشعارات التسلية بنسبة 20.1%.

وأوضحت الدراسة أن مستوى الثقة بشبكات التواصل الاجتماعي تأتي بدرجة متوسطة، وأن شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على متابعة وسائل الإعلام الأخرى.

## **Abstract**

This study aims to identify Palestinian university students' uses of social networking sites and the gratifications resulting from such uses. The study also examines the motivations driving university students to use social networking sites and the level of confidence in information available on these sites, and what suggestions can be offered to take advantage of these sites.

In this descriptive study, the researcher used the survey methodology, "surveying mass media audience" depending in this on the Uses and Gratifications Theory. The researcher used the questionnaire as a major data collection tool and the interviews as a secondary data collection tool. The study was conducted on a sample of 390 students distributed among regular Palestinian universities in the Gaza Strip, namely Islamic University of Gaza, Al-Azhar University and Al-Aqsa University, on 28-29-30- November 2013.

The study found that 90% of the surveyed respondents use social networks, and that Facebook is the most popular social networking site used by 95% of respondents, followed by YouTube by 59.4%, and then Google+ by 28.8%, and finally Twitter by 27.1% of respondents.

Communication with colleagues and friends at home and abroad was the first reason behind using social networking sites, followed by the need to get information and gain experience, and finally wanting entertainment and spending leisure time. The study showed that entertainment subjects topped the most prominent topics read by the study sample by 70.57%, then social subjects by 62%, and then cultural issues by 61.4%.

The study found that the gratifications gained from social interaction were the highest among respondents by 33.2%, followed by environment monitoring gratifications by 27.3%, gratifications from participating in giving opinions by 23.8%, and then entertainment gratifications by 20.1%.

The study revealed the existence of differences in usage in favor of males, also revealed differences in favor of Al-Azhar University students in use.

The study also showed a moderate level of confidence in social networking sites and that these sites had an influence on the extent of following up what happens on other media.

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	آية قرآنية
ب	قول مأثور
ت	الإهاداء
ث	شكر وعرفان
ج	ملخص الدراسة باللغة العربية
ح	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية
خ	فهرس المحتويات
ر	فهرس الجداول
ص	فهرس الملحق
1	المقدمة
<b>الفصل الأول</b>	
<b>الإطار المنهجي للدراسة</b>	
4	الدراسات السابقة
32	موقع الدراسة من الدراسات السابقة
33	الاستدلال على المشكلة
36	مشكلة الدراسة
37	أهمية الدراسة
38	أهداف الدراسة وتساؤلاتها
40	الإطار النظري للدراسة
41	نوع ومنهج الدراسة وأدواتها

الصفحة	الموضوع
47	مجتمع الدراسة
48	عينة الدراسة
53	المفاهيم الأساسية للدراسة
54	صعوبات الدراسة
54	تقسيمات الدراسة
<b>الفصل الثاني</b>	
<b>الإطار النظري للدراسة</b>	
57	أولاً: تقديم عن نظرية الاستخدامات والإشاعات
58	ثانياً: ماهية نظرية الاستخدامات والإشاعات
59	ثالثاً: أهداف وفرضيات نظرية الاستخدامات والإشاعات
61	رابعاً: عناصر نظرية الاستخدامات
66	خامساً: تطبيق نظرية الاستخدامات والإشاعات في الاتصال الرقمي:
67	سادساً: أهم الإشاعات المتحققة لدى الجمهور المستخدم للإنترنت .
<b>الفصل الثالث</b>	
<b>شبكات التواصل الاجتماعي</b>	
70	المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي المفهوم والنشأة
71	أولاً: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي .
73	ثانياً: نشأة شبكة التواصل الاجتماعي .
73	ثالثاً: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي .
74	رابعاً: أكبر شبكات التواصل الاجتماعي .
74	فيسبوك: Facebook
79	تويتر: Twitter

الصفحة	الموضوع
80	جوجل بلص Google Plus
81	اليوتيوب (YouTube)
83	لينك إن: Linked In
85	المبحث الثاني: خصائص ومميزات سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
85	أولاً: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.
89	ثانياً: مميزات شبكات التواصل الاجتماعي.
91	ثالثاً: أهم الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي .
92	رابعاً :استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي.
100	خامساً :أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي.
<b>الفصل الرابع</b>	
<b>استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي.</b>	
103	المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية.
142	المبحث الثاني: أبرز نتائج الدراسة
149	المبحث الثالث: مناقشة نتائج وفرضيات الدراسة
155	المبحث الرابع :نوصيات الدراسة
157	المراجع
167	الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
34	توزيع عينة الدراسة الاستكشافية موزعة بناءً على جامعة الطالب.	جدول (1)
46	نتائج معامل ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لمقياس الإشباعات المتحققة	جدول (2)
47	نتائج معامل ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لمقياس دوافع الاستخدام	جدول (3)
47	مجتمع الدراسة	جدول (4)
48	آلية اختيار المبحوثين من طلبة جامعة الأزهر والجامعة الإسلامية وجامعة الأقصى.	جدول (5)
49	التكارات والنسب المئوية للمبحوثين طبقاً النوع	جدول (6)
50	التكارات والنسب المئوية للمبحوثين طبقاً للجامعة	جدول (7)
50	التكارات والنسب المئوية للمبحوثين طبقاً للتخصص العلمي	جدول (8)
51	التكارات والنسب المئوية للمبحوثين طبقاً للبرنامج الدراسي	جدول (9)
52	التكارات والنسب المئوية للمبحوثين طبقاً لمكان السكن الدراسي	جدول (10)
103	التكارات والنسب المئوية للمبحوثين طبقاً لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	جدول (11)
104	أسباب عدم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	جدول (12)
105	جدول يوضح أقدمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	جدول (13)
106	مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	جدول (14)
107	وسيلة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	جدول (15)
108	المدة التي يقضيها المبحوثون في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	جدول (16)
108	الأوقات المفضلة عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	جدول (17)
110	شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون	جدول (18)

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
جدول (19)	مدى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي	111
جدول (20)	أفضل شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين	112
جدول (21)	أهم الموضوعات التي يتبعها المبحوثون في شبكات التواصل الاجتماعي	113
جدول (22)	مدى السماح للمبحوثين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة	114
جدول (23)	أسباب عدم السماح للمبحوثين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة	115
جدول (24)	موافقة المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة	116
جدول (25)	التفاعل مع زملاء الجامعة والتواصل معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	117
جدول (26)	الموضوعات التي يتحدث المبحوثون مع زملائهم حولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.	118
جدول (27)	الشبكات التي تخدم المبحوثين في المجال الدراسي	119
جدول (28)	تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي	120
جدول (29)	د الواقع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي	121
جدول (30)	درجة استفادة المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي.	123
جدول (31)	درجة تلبية شبكات التواصل الاجتماعي لاحتياجات المبحوثين	124
جدول (32)	الإشاعات المتحققة من استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي (إشاعات المشاركة بالرأي)	125
جدول (33)	الإشاعات المتحققة من استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي (إشاعات مراقبة البيئة)	125
جدول (34)	الإشاعات المتحققة من استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي (إشاعات التفاعل الاجتماعي)	125

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
125	الإشاعات المتحققة من استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي (إشاعات التسلية)	جدول (35)
125	الإشاعات المتحققة من استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي (إشاعات شبه اجتماعية)	جدول (36)
127	أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.	جدول (37)
129	أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.	جدول (38)
130	درجة ثقة المبحوثين بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي	جدول (39)
131	درجة الفائدة من المعلومات التي يحصل عليها المبحوثون من شبكات التواصل الاجتماعي >	جدول (40)
132	تأثير استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي على متابعتهم لوسائل الإعلام الأخرى.	جدول (41)
133	وسائل الاتصال التي يحصل منها المبحوثون على الأخبار والمعلومات.	جدول (42)
134	المقترحات من وجهة نظر المبحوثين للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أفضل.	جدول (43)
135	نتائج اختبار t للفرق بين إجابات المبحوثين في متطلبات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع.	جدول (44)
136	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) في متطلبات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير جامعة الدراسة.	جدول (45)
137	نتائج اختبار شفيه للفرق في الاستخدام بين طلبة الجامعات	جدول (46)

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
جدول (47)	نتائج اختبار $t$ للفروق بين إجابات المبحوثين في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي.	137
جدول (48)	نتائج اختبار $t$ للفروق بين إجابات المبحوثين في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير البرنامج الدراسي.	138
جدول (49)	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير مكان السكن.	139
جدول (50)	العلاقة بين درجة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي.	139
جدول (51)	العلاقة بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الإشباع.	140
جدول (52)	العلاقة بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية شبكات التواصل الاجتماعي وإدراك إيجابياتها.	140
جدول (53)	العلاقة بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية شبكات التواصل الاجتماعي وإدراك سلبياتها.	141

## فهرس الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
168	صحيفة استقصاء الدراسة النهائية	ملحق (1)
177	إحصائية الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة صادرة عن وزارة التعليم العالي الفلسطينية .	ملحق (2)
178	إحصائية طلبة الجامعة الإسلامية في الفصل الأول 2013 - 2014.	ملحق (3)
179	إحصائية طلبة جامعة الأزهر في الفصل الأول 2013 - 2014.	ملحق (4)
180	إحصائية طلبة جامعة الأقصى في الفصل الأول 2013 - 2014.	ملحق (5)
181	إحصائية مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي في العالم.	ملحق (6)
182	ترتيب الفيس بوك على مقياس اليكسا في فلسطين.	ملحق (7)

## مقدمة:

شهد النصف الثاني من القرن العشرين طفرة هائلة في تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بظهور شبكة الانترنت وخدماتها المتعددة والمتنوعة والتي دمجت أكثر من خاصية لوسائل الاتصال المختلفة في آن واحد، وأحدثت تحولات جوهرية في طبيعة الاتصال الإنساني الجماهيري، وأخذت العلاقات الاجتماعية بين الأفراد شكلاً آخرًا عما كانت عليه قبل ظهور الانترنت من حيث سهولة التواصل والتعرف وتقارب المسافات وإلغاء الحدود والمزاوجة بين الثقافات والتغلب على القيود والأنظمة التي تفرضها الدول على وسائل الإعلام التقليدية.

ومن أبرز خدمات شبكة الانترنت شبكات التواصل الاجتماعي التي ظهرت مع تطور الجيل الثاني من الويب (ويب 2) والذي يعتبر جيل جديد في عالم الاتصال والتواصل لما يتميز به من العالمية، والمرنة، والخدماتية، والتفاعلية، والمشاركة، وإتاحة المضامين والتطبيقات المفتوحة المصدر والسرعة الفائقة في تبادل المعلومات ما بين المتلقى والمرسل.

وقدمت شبكات التواصل الاجتماعي بخصائصها ومميزاتها المتنوعة منصة اجتماعية ومعلوماتية واسعة أمكن توظيفها في شتى المجالات السياسية والإعلامية والاجتماعية والعلمية والاقتصادية وأصبحت من الأوليات لدى الشركات والمؤسسات والأفراد وحتى وسائل الإعلام التقليدية من أجل إيصال رسالتها للآخرين.

وقد لاقت شبكات التواصل الاجتماعي إقبالاً واسعاً من قبل جمهور المتلقين، وأصبحت متنفساً لكل فئات المجتمع، متخليةً النمط التقليدي في الاتصال، وهو بقاء الجمهور على حاله في لعب دور المستقبل أمام وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية، لينتقل عبر هذه الشبكات إلى فضاء يتيح فرصة الإرسال والاستقبال معاً وبطريقة سهلة وبعيدة عن القيود المفروضة على الوسائل الإعلامية الأخرى.

وتتنوع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي ما بين استخدامات التواصل والتفاعل مع الآخرين والاستخدامات التعليمية والدينية والثقافية والإعلامية والتسويقية والترفيهية، حيث تتتنوع الاستخدامات وفقاً لهدف الفرد أو الجماعة أو المؤسسة .

وتعتبر فلسطين من الدول ذات الكثافة العالية في استخدام الانترنت بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص بين جميع فئات المجتمع الفلسطيني، ويتصدر الشباب النسبة الأكبر في استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين، وقد أشارت إحصائيات متعددة حول ارتفاع نسبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بين فئة الشباب الفلسطيني، حيث بلغ

"عدد المستخدمين الشباب حوالي " مليون وستون ألف" مستخدم من أصل " مليون وخمسين ألف" مستخدم في فلسطين <sup>(1)</sup>".

ويعد الطلبة الجامعيين من الفئات المهمة في المجتمع، وهم أداة التغيير والبناء والتطور، والأكثر تقبلاً للتكنولوجيا وتوظيفها في خدمة عمليات التنمية والتقدم والتغيير الاجتماعي، وفي ضوء ذلك جاءت هذه الدراسة التي تناولت: استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشعارات المتحركة؛ من أجل معرفة طبيعة هذه الاستخدامات والإشعارات المتحركة منها، ودوافعهم لاستخدامها، والتعرف إلى تقضياتهم لهذه الشبكات، ومدى الثقة في مضمونها.

(1) 74% من مستخدمي الفيسبوك في فلسطين من فئة الشباب، احصائية صادرة عن منتدى شارك الشابي، متاح "online" بموقع وكالة معا بتاريخ 28-5-2014 على الرابط التالي: <http://goo.gl/6BIkml> ، تاريخ الدخول 29-5-2014.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

**تمهيد:**

يتضمن هذا الفصل عرضاً للخطوات المنهجية للدراسة وهي:

- الدراسات السابقة
- موقع الدراسة من الدراسات السابقة
- مشكلة الدراسة وأهميتها
- أهداف الدراسة وتساؤلاتها
- فروض الدراسة
- نوع الدراسة ومنهجها
- أدوات جمع البيانات
- مجتمع وعينة الدراسة
- تحديد المفاهيم
- تقسيم الدراسة

**أهم الدراسات السابقة :**

من خلال مسح الباحث للتراكم العلمي، والاطلاع على المجلات العلمية الخاصة ببحوث ودراسات الإعلام، وبعد مراجعة كم من المقالات والمنشورات الإعلامية المتعلقة بموضوع الدراسة تم الاستدلال على بعض الدراسات ذات العلاقة المباشرة والمساعدة لموضوع الدراسة سواء من حيث الفكرة أو من حيث استخدام نفس الإطار النظري، وتم ترتيب الدراسات من الأحدث للأقدم :

**1- دراسة بعنوان: "دور م الواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني: دراسية ميدانية"<sup>(1)</sup>.**

هدفت الدراسة التعرف إلى دور م الواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني، والكشف عن جوانب مهمة في علاقة م الواقع التواصل الاجتماعي بالمشاركة السياسية للشباب الفلسطيني.

(1) علاء العقاد، "دور م الواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني: دراسية ميدانية" رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2014)

وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة الميدانية والتي تمثلت في عينة عشوائية منتظمة من طلبة كلٍ من: (الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر، وجامعة الأقصى، وجامعة القدس المفتوحة)، واستندت على ثلاثة مداخل نظرية (مدخل الإعلام الجديد وأفاق التواصل الاجتماعي، ونموذج الحضور الاجتماعي، ومدخل المجال العام).

#### وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- إن الحراك السياسي الذي جاء كاستجابة لدعوات موقع التواصل الاجتماعي قد أخذ أشكالاً متعددة ومتعددة في مقدمتها المشاركة في الاحتجاجات والمظاهرات، تلاها حضور مؤتمرات ولقاءات سياسية، ومن ثم حضور فعاليات وطنية، وبفارق كبير جاء الحراك المتمثل في المشاركة في فعاليات دعم السلطة والمشاركة للتصويت بالانتخابات.
  - 2- تصدر هدف الدفاع عن الوطن ضد الاحتلال وعدوانه، أول أهداف الحراك السياسي للشباب الذي جاء كاستجابة لدعوات موقع التواصل الاجتماعي، تلاه هدف الضغط على صناع القرار، ومن ثم هدف محاربة الحصار ضد غزة، والتضامن مع الأسرى في السجون الإسرائيلية. وكان في أقل مرتبة هدف تحقيق أهداف شخصية.
  - 3- جاءت الظروف الأمنية كأهم المعوقات التي تحول دون قيام الشباب الفلسطيني بدورهم في المشاركة السياسية بالشكل المطلوب، تلاه بفارق بسيط معوق انشغال الشباب الفلسطيني بإهتمامات أخرى، ومن ثم معوق صعوبة التواصل مع الناشطين السياسيين الذين قد يدفعوهم للمشاركة الفعلية، وفي مراتب أقل جاءت معوقات أخرى كحدودية الثقافة السياسية، واعتقاد بعض الشباب بعدم جدوى المشاركة.
- 2- دراسة بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى الدور التي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، وقد استخدم الباحث منهج المسح بنظام العينة على الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس الشريف، واستخدم الباحث استماراة الاستبيان كأداة رئيسة من أدوات جمع البيانات والمعلومات بعد تقسيمها إلى عدة محاور، وتم توزيعها على عينة الدراسة التي بلغت(410) مبحوثاً.

(1) أحمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013).

### وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- إن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية إذ جاءت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم بنسبة 96.1 %، وأحياناً بنسبة 3.9 %، كما أن المبحوثين يتابعون القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت 99.3 % ، إذ جاءت نسبة من أجابوا بنعم 82.2 %، وأحياناً بنسبة 17.1 %، في حين أن 0.7 % أجابوا بعدم المتابعة.
- 2- أشارت الدراسة إلى ارتفاع متوسط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترن特، إذ جاءت نسبة 58.8 % من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ساعتين فأكثر، ثم من يستخدمونها من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة 36.6 %، يليها استخدامهم لأقل من ساعة بنسبة 4.6 %، كما أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنرت منذ أربع سنوات بنسبة 57.3 %، والذين يستخدمونها منذ سنتين إلى أقل من أربع سنوات بلغت نسبتهم 30.5 %، والذين يستخدمونها منذ أقل من سنتين بلغت نسبتهم 12.2 %.
- 3- بينت الدراسة أن شبكة (فيسبوك) من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماً وتفاعلًا، تلتها المحادثات(سكاي بي والماسنجرات)، ثم (اليوتوب)، ثم (جوجل بلس)، يتبعها التدوين المصغر مثل (تويتر) ، يليها المنتديات، ثم المدونات، وأخيراً موقع الصور (الفليكر) .
- 4- بينت الدراسة أن المبحوثين يثقون بدرجة متوسطة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي إذ جاءت بنسبة 60.5 %، ويثقون بدرجة قليلة وكبيرة بنفس المستوى بنسبة 20.2 % لكل منهما، وبنسبة 1.2 % للذين لا يثقون بها، كما أن المبحوثين يعتبرون المعلومات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي هادفة بنسبة 55.4 %، ثم منوعة بنسبة 36.6 %، يليها مسلية بنسبة 5.6 %، وأخيراً حديثة بنسبة 2.4%.
- 3- دراسة بعنوان: " دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة <sup>(1)</sup> ."

هدفت الدراسة التعرف إلى دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتدرج هذه

(1) أمجد جمعة، دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة، دراسة مقدمة لمؤتمر طلبة الجامعات " الواقع والأمال " ( غزة: الجامعة الإسلامية، عمادة شؤون الطلبة، 12-13 فبراير 2013 ).

الدراسة في إطار البحث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي والاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات من عينة عشوائية قوامها (311) طالب وطالبة من الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، وشملت الاستبانة على المجالات التالية: (الدافع النفسي الاجتماعية، الدافع الأكاديمية، الدافع السياسية، الدافع الاقتصادية)، في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- الدافع الأكاديمية كانت السبب الرئيس وراء استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي شبكات التواصل الاجتماعي حيث حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (73.8%)، يليها الدافع النفسي الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة (70.2%)، وحلت الدافع السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة (68.7%)، وحلت الدافع الاقتصادية في المرتبة الأخيرة بنسبة (63.9%).
- 2- كشفت نتائج الدراسة أن الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماً من قبل الشباب الفلسطيني الجامعي، حيث حصل على المرتبة الأولى بنسبة مؤوية بلغت (72.3%).
- 3- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في دافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي (النفسية الاجتماعية، الأكademie، الاقتصادية) لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس، ما عدا (الدافع السياسية) فكانت الفروق لصالح الذكور.
- 4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي (النفسية الاجتماعية، الأكاديمية، السياسية، الاقتصادية) لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى للمتغيرات التالية: (نوع الكلية، والمستوى الأكاديمي، والمعدل التراكمي، ومكان السكن).
- 4- دراسة بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة الجامعات داخل المجتمع الفلسطيني"<sup>(1)</sup>.

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة الجامعات داخل المجتمع الفلسطيني، وأجريت الدراسة على طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، وتدرج هذه الدراسة في إطار البحث الوصفية، واستخدم الباحث المنهج المسحي للوصول إلى النتائج المطلوبة، مستخدماً صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع

(1) أمين وافي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة الجامعات داخل المجتمع الفلسطيني، دراسة مقدمة لـ مؤتمر "طلبة الجامعات، الواقع والأمال" ( غزة: الجامعة الإسلامية، عمادة شؤون الطلبة، 12-13 فبراير 2013).

البيانات والمعلومات من عينة الدراسة التي تمثلت بـ (243) مفردة من طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، وتم اختيارها بطريقة العينة العشوائية البسيطة نظراً لتجانس مجتمع الدراسة.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- بيّنت الدراسة أن أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة هي: الفيس بوك في المرتبة الأولى، وتويتر في المرتبة الثانية واليوتيوب في المرتبة الثالثة وجوجل بلس في المرتبة الأخيرة.

2- تصدرت دوافع استخدام طلبة الجامعات للشبكات الاجتماعية، معرفة ومتابعة الأخبار وكل ما هو جديد في المرتبة الأولى بنسبة 25%， وجميع الخيارات التي طرحت مثل الالتقاء بالأصدقاء والتمتع والتسلية والترفيه والتعرف على خبراء الآخرين بنسبة 22% في المرتبة الثانية.

3- أوضحت الدراسة أن أهم الموضوعات التي تتفاعل معها عينة الدراسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، التعارف والتواصل وال العلاقات الشخصية في المرتبة الأولى بنسبة 22%， والموضوعات العلمية والتكنولوجية بنسبة 17,5% في المرتبة الثانية، والموضوعات السياسية بنسبة 13,2% في المرتبة الثالثة.

4- بيّنت الدراسة أن إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية، وسيلة للتفاعل والمشاركة المجتمعية في المرتبة الأولى ووسيلة لتطوير العلاقات الاجتماعية في المرتبة الثانية.

5- دراسة بعنوان: دور العلاقات العامة في تعزيز التفاعل بين الطلبة الجامعيين من خلال موقع التواصل الاجتماعي وسبل تفعيله<sup>(1)</sup>.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور العلاقات العامة في تعزيز التفاعل الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين من خلال موقع التواصل الاجتماعي، كما هدفت إلى معرفة الطرق المناسبة لتفعيله، وهي من الدراسات الوصفية، حيث استخدم الباحثان المنهج المحسّن، كما وتم استخدام

(1) أحمد عرابي الترك ، هشام سكك، دور العلاقات العامة في تعزيز التفاعل بين الطلبة الجامعيين من خلال موقع التواصل الاجتماعي وسبل تفعيله، دراسة مقدمة لمؤتمر "طلبة الجامعات، الواقع والأمال" ( غزة: الجامعة الإسلامية، عمادة شؤون الطلبة، 12-13 فبراير 2013).

صحيفة الاستقصاء (الاستبانة) كأداة للدراسة، وقد بلغت عينة الدراسة (200) طالباً وطالبة من الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- بلغت نسبة استخدام الطلبة في كلتا الجامعتين لموقع التواصل الاجتماعي 72%.
- 2- أفضل موقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في الجامعتين هو الـ Facebook.
- 3- أن الهدف من الاشتراك في موقع التواصل الاجتماعي هو الاطلاع على الأخبار العامة.
- 4- أهم المجالات التي يتبعها الطلبة في المجالات الثقافية في المرتبة الأولى ثم المجال الاجتماعي في المرتبة الثانية.
- 5- نسبة موقع التواصل الاجتماعي التي تلبي الاحتياجات التفاعلية لدى الطلبة بلغت 55%.
- 6- دراسة بعنوان: "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر نموذجاً" (1).

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقع الفيسبوك وتويتر والتعرف إلى طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة الدراسة والتي تمثلت بـ(150) طالبة من جامعة الملك عبد العزيز تم اختيارهن بطريقة عمدية، واستخدمت الدراسة أكثر من نظرية وهي (النظرية التفاعلية الرمزية - نظرية انتشار المستحدثات لروجرز - مدخل الاستخدامات والإشباعات - نموذج التأثير القوي لوسائل الاتصال).

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم الفكرية التي لا يستطيعن التعبير عنها صراحة في المجتمعات وأشارت النتائج كذلك أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جدية للتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً.

(1) حنان الشهري، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيسبوك وتويتر نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة: (الرياض، كلية الآداب - قسم الاجتماع-جامعة الملك عبد العزيز، 2013).

- 2- بينت الدراسة أن لاستخدام الفيسبوك وتوبيخ العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية.
- 3- توجد علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي، وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.
- 4- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات، في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

**7- دراسة بعنوان: مدى استثمار دوائر العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الشبكات الاجتماعية لتعزيز التفاعل الاجتماعي بين الطلبة<sup>(1)</sup>**

هدفت الدراسة الكشف عن مدى استخدام العاملين في دوائر وأقسام العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي للشبكات الاجتماعية، وتوضيح الأساليب والوسائل التكنولوجية الحديثة التي يستخدمونها، والتعرف إلى الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام هذه الدوائر والأقسام للشبكات الاجتماعية، وتقديم مقترنات وطرق للاستفادة واستثمار الشبكات الاجتماعية من قبل العاملين فيها، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة المنهج المسمى "مسح جمهور وسائل الإعلام" ، واستخدمت الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية من أدوات جمع البيانات والمعلومات.

**وكان من أبرز نتائج الدراسة:**

- 1- جميع المبحوثين العاملين في أقسام ودوائر العلاقات العامة في الجامعات والكليات الفلسطينية يستخدمون موقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترن特 بنسب متفاوت.
- 2- من أكثر سلبيات استخدام المبحوثين لموقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنرت أنها تؤثر سلباً على إنتاجية الموظفين، كما أن لها مخاطر الحماية واحتمال دخول البرامج الخبيثة والفيروسات، يليها إلحاق الضرر بسمعة الأفراد أو المؤسسة وأخيراً احتمال تسرب معلومات عن المؤسسة أو شخصية خاصة أو ذات حساسية معينة .

(1) إبراهيم المصري، نعيم المصري، "مدى استثمار دوائر العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الشبكات الاجتماعية لتعزيز التفاعل الاجتماعي بين الطلبة"، دراسة مقدمة لمؤتمر "طلبة الجامعات، الواقع والأعمال" (غزة: الجامعة الإسلامية، عمادة شؤون الطلبة، 12-13 فبراير 2013).

3- أهم سبل استثمار موقع الشبكات الاجتماعية في خدمة الطلبة من قبل دوائر وأقسام العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية حسب وجهة نظر المبحوثين إنشاء وحدة الشبكات الاجتماعية ضمن دوائر وأقسام العلاقات العامة والإعلام في الجامعات والكليات، وأن ينسم القائمون بمتابعة إدارة مواقع الشبكات الاجتماعية بالمؤهلات والخبرات والمهارات وإتقان اللغات المختلفة.

8- دراسة بعنوان: مدى استخدام مدرسي الثانوية الشبكات الاجتماعية لخدمة الطلبة " دراسة ميدانية"<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى استخدام المدرسين موقع الشبكات الاجتماعية للأغراض التعليمية، والكشف عن مستوى النشاط والمشاركة لموقع الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها مدرسون الثانوية، ومعرفة مدى وعي وإدراك المدرسين لاستخدام الشبكات الاجتماعية في خدمة العملية التعليمية، والتعرف إلى الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام المدرسين للشبكات الاجتماعية، وتقديم مقتراحات وطرق للاستفادة واستثمار الشبكات الاجتماعية من قبل المدرسين وتوظيفها لخدمة الطلبة، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحث الوصفي، واستخدمت منهاج المسح والاستبيان أداة لجمع البيانات على عينة من مدرسي الثانوية بمحافظات غزة بلغت 97 مفردة .

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- نسبة المبحوثين الذين لا يستخدمون الشبكات الاجتماعية بلغت 66%， كما بلغت نسبة من يستخدمونها 34%， وأن 10.7% من عدد المبحوثين الكلي يستخدمون الشبكات الاجتماعية للتفاعل مع الطلبة، ونسبة 89.3% لا يتواصلون مع الطلبة عبر الشبكات الاجتماعية ، وأن أهم الأسباب التي أدت إلى عدم استخدام الشبكات الاجتماعية من قبل المعلمين أنها تعد مضيعة لإهدر الوقت بنسبة 22% .

2- حاز (الفيسبوك) على نسبة أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً من قبل المبحوثين إذ جاءت في المرتبة الأولى.

3- أكثر المواد التي يتناقش فيها المبحوثون خلال التواصل مع الطلبة عبر الشبكات الاجتماعية تبادل وجهات النظر والأراء، ثم النقاش في الجوانب الاجتماعية والإنسانية .

(1) نعيم المصري، مدى استخدام مدرسي الثانوية الشبكات الاجتماعية لخدمة الطلبة، دراسة مقدمة لـ مؤتمر "الإعلام وال التربية .. نحو تفاعل خلاق" (رام الله: وزارة التربية والتعليم، بالتعاون مع مركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت، 2013)

## 9- دراسة بعنوان: استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لليوتيوب والإشباعات المتحققة منه<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لـ(ليوتيوب) والإشباعات المتحققة منه، وتدرج الدراسة ضمن البحث الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، والاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة والتي تمثلت (300) مفردة من الطلبة في جامعة اليرموك في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- ما نسبته (88%) من أفراد عينة الدراسة من طلبة جامعة اليرموك يستخدمون موقع مشاركة الفيديو(ليوتيوب).

2- الدوافع المتناثلة في التسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية، والحصول على مقاطع ولفظات فيديو نادرة، شكلت ما يمكن أن يسمى بالدowافع الملحة لدى المبحوثين لاستخدام اليوتيوب.

3- كشفت الدراسة أن "إشباعات مراقبة البيئة" تقدمت على غيرها من الإشباعات الأخرى وبمتوسط حسابي مقداره (3.9). جاءت بعدها "إشباعات التسلية"، وبمتوسط حسابي مقداره (3.7)، ثالتها "إشباعات التفاعل الاجتماعي"، وبمتوسط حسابي مقداره (3.2). وأخيراً "إشباعات المشاركة في الرأي مع الآخرين"، وبمتوسط حسابي مقداره (2.7) وهذه النتيجة تكرّس أهمية موقع اليوتيوب في إبقاء الأفراد على اتصال ومراقبة للبيئة وإشباع حب التسلية لديهم بالإضافة إلى ملء أوقات الفراغ.

## 10- دراسة بعنوان: دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية (دراسة ميدانية)<sup>(2)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني، ومدى تأثيرها على واقع المشاركة السياسية، لا سيما بعد النتائج الكبيرة التي حققتها المواقع الاجتماعية التفاعلية إبان ثورات الربيع العربي.

واعتمدت الدراسة في إثبات فرضيتها على المقارنة المنهجية الوصفية التحليلية مستخدمةً الاستبيان والمقابلة كإحدى أدوات المسح الاجتماعي للحصول على المعلومات، إلى جانب المنهج

(1) آلاء مخلوف، استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لـ(ليوتيوب) والإشباعات المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، (عمان: كلية الإعلام - جامعة اليرموك، 2013).

(2) طاهر أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة (غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 2012).

التاريخي ومنهج تحليل المضمون، واستطاعت الدراسة رأي طلبة جامعات قطاع غزة كدراسة ميدانية على عينة عشوائية وفقاً لنسبة عدد الطالب في كلٍ من جامعة الأزهر، الجامعة الإسلامية، جامعة الأقصى، جامعة القدس المفتوحة .

#### وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- تساهم الواقع الاجتماعية التفاعلية بشكل واضح في التأثير على توجهات الرأي العام في المجتمع الفلسطيني.
  - 2- تؤثر الواقع الاجتماعية التفاعلية في زيادة الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع، وتعزز من المسؤولية الاجتماعية لديهم، مما انعكس إيجابياً على مستوى المشاركة السياسية.
  - 3- الواقع الاجتماعية التفاعلية سيكون لها دور أكثر تأثيراً في الحياة السياسية، وبشكل خاص في الانتخابات الفلسطينية القادمة.
- 11- دراسة بعنوان :استخدامات طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي: الواقع المفضلة، إعادة النظر في نظرية الاستخدامات والإشاعات<sup>(1)</sup> .

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الأمريكية، وأجريت الدراسة على عينة من طلبة الكليات في الجامعات الأمريكية من Facebook, Twitter, ( ) حيث استخدامهم لأربع مواقع خاصة بالتواصل الاجتماعي، وهي: ( MySpace and LinkedIn) ومعرفة التفضيلات المؤثرة في اختيار أحدهما عن الآخر.

وتدرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية واستخدمت الدراسة منهج المسح "أسلوب مسح الجمهور" ، والاستبيان بشقيه العادي والالكتروني كأداة لجمع المعلومات من عينة عمديه تمثلت بـ (287) طالب من طلبة الكليات من إحدى الجامعات الأمريكية العامة تقع في الغرب الأوسط من الولايات المتحدة، والذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 28 عاماً، وتم ترشيح المشاركين من عدة مستويات تعليمية وتم إخضاعهم لدورات تمهيدية، والإطار النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات والإشاعات).

<sup>(1)</sup> Ezumah, B. (2012). *College Students' Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited* Athens: ATINER'S Conference Paper Series, No: MED2012-0163.

### وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- أهم الأسباب والاستخدامات التي تدفع المشتركين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي: البقاء على اتصال مع الأصدقاء والأهل، والمشاركة في الصور والمحافظة على جو من الاتصال مع العائلة والمحافظة على الأصدقاء القدماء والترفيه.
- 2- حاز موقع الفيسبوك على الترتيب الأول في استخدامات العينة، وذلك بسبب سهولة الاستخدام ويسر التواصل من خلاله، وسهولة الإبحار به وأنه الأكثر شعبية، والتجديد دوماً في نشاطات الأصدقاء ومعرفة أخبارهم، فيما حصل تويتر على المرتبة الثانية يليه ماي سبيس ثم في ذيل الاهتمامات جاء موقع لند إن .

### 12- دراسة بعنوان: استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشاعات المتحقق منها<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدامات الأسرة الأردنية لشبكة الفيسبوك ودافع هذه الاستخدامات والإشاعات المتحقق منها، وتصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية، واستخدم الباحث منهج المسح، "مسح جمهور وسائل الإعلام" وتمت دراسة جمهور المستخدمين لموقع الفيسبوك على (437) مفردة من المتزوجات العاملات في جامعة اليرموك .

### وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- ما نسبته (65.5%) من المبحوثات لديهن حساب شخصي على موقع الفيسبوك.
- 2- البقاء على اتصال مع الأصدقاء القدماء والجدد، والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية ابرز دوافع المبحوثات لاستخدام الفيسبوك.
- 3- كشفت الدراسة أن "إشعارات التواصل الاجتماعي" تقدمت على غيرها من والإشاعات الأخرى عند المبحوثات، وبمتوسط حسابي مرتفع مقداره (3.19) على المقياس الرباعي، عند استخدامهن لموقع الفيسبوك، مما يدل على أهمية هذا الموقع في إبقاء الأفراد على اتصال وتفاعل مع بعضهم البعض.

(1) علي نجادات، استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشاعات المتحقق منها، دراسة منشورة بمجلة جامعة اليرموك، منقول من صفحته على الإنترنت على الرابط التالي: . <http://goo.gl/OuLLBO>

### 13 - دراسة بعنوان: استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية "دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر"<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة الكشف عن أثر استخدام موقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع "الفيسبوك" في الجزائر، وتصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح، "مسح جمهور وسائل الإعلام" واعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشاعات، وتم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، حيث تم اختيار 280 مفردة كعينة عمدية للدراسة من ولايات (باتنة، مستغانم، الجزائر ، ورقلة) بالجزائر باعتبارها تمثل الشرق والغرب والشمال والجنوب بالجزائر.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاثة ساعات في استخدام "الفيسبوك"، ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات والدردشة بالدرجة الأولى.
- يستخدم أغلب أفراد العينة موقع "الفيسبوك" بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التغليف.

3- كشفت الدراسة أن هنالك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث ، وأن المبحوثين الأكبر سناً يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع "الفيسبوك".

4- بينت الدراسة أن استخدام هذه الشبكات يؤثر في الاتصال الشخصي وجهاً لوجه، وفي الانسحاب الملاحظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

### 14 - دراسة بعنوان: استخدام طلبة الصحافة في جامعة النجاح الوطنية لشبكة الإنترن特 والإشاعات المتحققة منها في تعزيز قدراتهم الصحفية<sup>(2)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى استفادة طلبة الصحافة في جامعة النجاح الوطنية من الإنترنط في مجال تعزيز قدراتهم الصحفية، وال المجالات التي تستخدم فيها، بالإضافة إلى استكشاف المشكلات التي تعيق تلك الاستفادة، وصولاً إلى بلورة رؤية للاستخدام الأمثل للإنترنط في رفد

(1) مريم نومار، "استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية" دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة (الجزائر: جامعة باتنة، قسم الإعلام والاتصال، 2012 )

(2) فريد ظهير، استخدام طلبة الصحافة في جامعة النجاح الوطنية لشبكة الإنترنط والإشاعات المتحققة منها في تعزيز قدراتهم الصحفية، المجلد العشرين، العدد الأول، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية (الجامعة الإسلامية، شؤون البحث العلمي والدراسات العليا، يناير 2012 ) 423 – 489 .

العملية التعليمية في مجال الصحافة من قبل الطلبة، وتعزيز ذلك الاستخدام بما يحقق الأهداف المرجوة من تعليم الصحافة، وتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة منهج المسح وصحيفة الاستقصاء أداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة التي تمت بـ(158) طالب وطالبة الوطنية من قسم الصحافة في جامعة النجاح، في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات، ونظرية الانتشار .

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- غالبية المبحوثين يستخدمون الإنترن特 بدرجة أعلى من وسائل الإعلام الأخرى، ويحققون فائدة كبيرة في مجال دراستهم الصحفية.
  - 2- غالبية الطلبة يرون أنه بالإمكان الاستفادة من الإنترن特 في تطوير قدراتهم الصحفية، سواء أكانت تصف الواقع المختلفة، أم من خلال الحصول على فرص للتدريب، أو من خلال نشر موادهم الصحفية، وكما رأى غالبية الطلبة أن قسم الصحافة يشجع على ذلك.
  - 3- أظهرت النتائج أن الإناث كن أكثر واستخداماً للموقع العلمية والأدبية والثقافية، وفي استخدام الإنترن特 في تطوير قدراتهن الصحفية، حيث نظرن بإيجابية كذلك إلى توفير قسم الصحافة لخدمة الإنترن特. ولكنهن كن أقل تبادلاً للمعلومات مع آخرين من الذكور بشكل عام.
- 15- دراسة بعنوان: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين <sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين من خلال دراسة مقارنة للموقع الاجتماعية والموقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً"، وكانت الحدود المكانية والزمانية لهذه للدراسة انحصرت مكانياً في إطار الحدود الافتراضية لموقع العربية الإلكتروني والاجتماعي، وزمانياً في الفترة المختارة: (25 / 1 / 2011 - 11 / 2 / 2011)، لتأثيرها على جمهور المتلقين، واعتمدت الدراسة (منهج المسح الوصفي)، الذي يعتمد على عينة البحث (مقارنة بين الموقع الإلكترونية والموقع الاجتماعية "العربية أنموذجاً")، واستخدم الباحث استمارية تحليل المضمنون كأداة للدراسة أعد الباحث لهذا الغرض استمارتين واحدة لتحليل الشكل وأخرى لتحليل المضمنون.

(1) محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير غير منشورة (الدانمرك: كلية الآداب والتربية- الأكاديمية العربية، 2012).

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- خلصت الدراسة إلى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المثقفين، وإنه لم يعد بإمكان متصفحى الإنترن特 الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتحطيم شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتعددة، ومحادثة (دردشة) مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو.
  - 2- وفرت الشبكات الاجتماعية مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات، وخلق صداقات افتراضية جديدة واستراحة وثقافة وترفيه.
  - 3- تبين من خلال الدراسة مكانة وأهمية الإعلام الجديد أو البديل مقارنة بالإعلام القديم، والدور المتميز الذي تلعبه المواقع الاجتماعية كوسيلة إعلامية متقدمة، قياساً بما تقوم به المواقع الإلكترونية من دور إعلامي بارز على حساب الصحف الورقية.
- 16- دراسة بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي"<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية، اعتمدت هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباعات، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحث الوصفية التحليلية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، حيث قام الباحث باختيار عينة عشوائية طبقية من الطلبة بلغ قوامها (500) مبحث.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- تفوق البريد الإلكتروني على باقي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الأولى، وبنسبة (88.8%)، ويليه في المرتبة الثانية الفيس بوك، وبنسبة (79.8%).
- 2- أظهرت نتائج الدراسة أن طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى في منازلهم، وبنسبة (89.6%)، وتتراوح مدة استخدامهم لها ما بين الساعة إلى أقل من 3 ساعات، وبنسبة (40.4%).

(1) زهير عابد "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي"، المجل السادس والعشرون، العدد السادس، مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية (نابلس: جامعة النجاح، 2012) ص ص 1388-1428.

3- توصلت الدراسة إلى أن أكثر لغات التواصل تداولاً لدى طلبة الجامعات الفلسطينية أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي هي اللغة العربية بنسبة (66.8 %)، وأنهم يتقون بها وبالدور الذي تقوم به في تشكيل الرأي العام لديهم بدرجة متوسطة بلغت نسبتها (58.2%).

#### 17- دراسة بعنوان: استخدامات المرأة المصرية لشبكة الإنترن特 والإشاعات المتحقة لديها بالتطبيق على "ثورة 25 يناير" 2011<sup>(1)</sup>

هدفت الدراسة التعرف إلى معدل استخدام المرأة المصرية لشبكة الإنترنط بوجه عام ومدى اختلافه عن معدل استخدامها بما يتعلق بثورة 25 يناير 2011، وما دافع استخدام المرأة المصرية لشبكة الإنترنط بوجه عام ومقارنته ذلك بما يتعلق بثورة 25 يناير، وقياس مدى تأثير بعض العوامل الوسطية على طبيعة دافع استخدام المرأة المصرية لشبكة الإنترنط بوجه عام واتجاهات المرأة نحو الإنترنط، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحث الوصفي، وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي للوصول للنتائج المطلوبة، وصحيفة الاستقصاء بال مقابلة لجمع البيانات من عينة عمدية قوامها (400) امرأة من محافظات القاهرة والجيزة وحلوان و 6 أكتوبر بواقع 100 مفردة من كل محافظة.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- أكدت الدراسة على أهمية الإنترنط للمرأة المصرية إذ تبين أن (65%) من عينة الدراسة يستخدمون الإنترنط بصفة دائمة.

2- تستخدم 49% من عينة الدراسة الإنترنط فيما يتعلق بمتابعة ثورة يناير 2011، وأن (36%) من عينة الدراسة زاد استخدامهن للإنترنط بعد ثورة يناير لمتابعة تطورات الثورة والمشاركة بمحりاتها بالرأي والسلوك الفعلي.

3- بيّنت الدراسة أن 74% من عينة الدراسة لا تتعرض للرقابة أو الضغوط من قبل الأسرة في استخدام الإنترنط.

4- بيّنت الدراسة أن ثورة يناير لم تكن عاملًا مغيراً بشكل كبير للقيود التي قد تضعها بعض الأسر على بناتها بغضّ حمايتها من سلبيات ومخاطر الإنترنط، حيث رأت 65% من العينة عدم تغيير معدلات الرقابة الأسرية.

(1) وسام نصر، استخدامات المرأة المصرية لشبكة الإنترنط والإشاعات المتحقة لديها بالتطبيق على "ثورة 25 يناير" 2011، المجلد التسع، العدد الثاني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو-ديسمبر 2012) ص 185-276.

5- حازت المواقع الإخبارية المحلية والعالمية على نسبة 68% من حيث المتابعة لدى عينة الدراسة، تلاها شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 60%， ثم المواقع الترفيهية بنسبة 42%， ثم المواقع المتخصصة بشؤون المرأة بنسبة 35%.

18- دراسة بعنوان "استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية" (1).

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدامات شبكات التواصل في التوعية بالقضية الفلسطينية، وتدرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية واستخدمت المنهج المسحي "مسح جمهو وسائل الإعلام"، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات حول الدراسة التي أجريت على عينة عشوائية بسيطة تمثلت بـ(300) طالب وطالبة من كلٍ من جامعة الأزهر، والجامعة الإسلامية، وجامعة الأقصى، وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشعاعات .

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- تصدرت الصورة كأكثر الوسائل التي استخدموها المبحوثون في التعبير عن المعاناة التي يعيشها الشعب الفلسطيني، بنسبة عالية جداً، تلاها بفارق كبير النقاشات والتعليقات، وبنسبة قريبة الفيديوهات، وجاء بعد ذلك استطلاعات الرأي ثم روابط المقالات وروابط الموقع.

2- تمثلت أهم أسباب عدم استخدام نسبة من المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية، في أنهم يستخدمونها في التواصل مع أصدقاء في موضوعات اجتماعية فقط، وعدم معرفتهم بكيفية استخدامها في التوعية بالقضية الفلسطينية، ثم عدم الاعتقاد بوجودفائدة من استخدامها في ذلك.

3- تمثلت طبيعة النجاح التي تحققت من جهود المبحوثين في التوعية بالقضية الفلسطينية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظر الجمهور حول القضية الفلسطينية، ثم زيادة التأييد للقضية الفلسطينية، ثم انضمام الجمهور لجهود التعريف بالقضية، ثم مشاركتهم في فعاليات.

(1) طلعت عيسى، استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية، "دراسة مقدمة في المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيقية" ، (الرياض: جامعة الملك سعود، 15 - 16 أبريل 2012).

## 19- دراسة بعنوان: استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى أثرها على متابعة وسائل الإعلام الأخرى، وكشف هذه التأثيرات ومحاولة تحليلها بما يساهم في تلافي مخاطرها وسلبياتها، وتعزيز ودعم إيجابياتها بما يساهم في استثمار هذه المواقع في العديد من المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والصحية والثقافية وغيرها، وتدرج الدراسة ضمن البحث الوصفي، واستخدم الباحث منهج المسح "مسح جمهور وسائل الإعلام" والاستبيان الإلكتروني "كأداة رئيسة من أدوات جمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة والتي تمثلت بـ (50) طالب وطالبة من طلبة الكليات الفلسطينية بقطاع غزة ، في إطار نظرية الاستخدامات والإشاعات.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- كشفت الدراسة أن استخدام موقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين أثر وأدى إلى انخفاض التعامل مع وسائل الإعلام الأخرى بدرجات متفاوتة، جاء أكثرها على مطالعة واستعارة الكتب حيث إن نسبة 58% من المبحوثين أجروا بأنها انخفضت جداً، ونسبة 26% من المبحوثين أجروا بأنها انخفضت.

2- استخدام موقع التواصل الاجتماعي أثر سلباً على قراءة الصحف والمجلات وفقاً لإجابات المبحوثين، حيث أجاب نسبة 56% بأن قراءتهم للصحف المجلات انخفضت جداً، كما أن نسبة 26% من المبحوثين أجابوا بأنها انخفضت، وأيضاً أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين على الاستماع إلى الإذاعات إذ أجاب نسبة 40% من المبحوثين بأن استماعهم للإذاعات انخفض جداً ونسبة 36% من المبحوثين أجروا بانخفاض استماعهم للإذاعات، وكذلك أجاب نسبة 58% من المبحوثين المستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي أن مشاهدهم للقنوات الفضائية قد انخفضت، ونسبة 24% من المبحوثين أجروا بأنها انخفضت جداً .

3- كشفت الدراسة أن أهم الموضوعات التي يفضل المبحوثون المشاركة والتفاعل معها خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي السياسة والإخبارية إذ جاءت نسبتها 56%， ثم الثقافية

(1) نعيم المصري، استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى، دراسة مقدمة لمؤتمر الإعلام والتحولات المجتمعية، (اريد: جامعة اليرموك: كلية الإعلام: 2011).

والاجتماعية بنسبة 54% لكل منهما، يليها الدينية بنسبة 52%， ثم المقاطع الفنية المأخوذة من المسريحات والأفلام والأغاني والصحية والشباب بنسبة 38% لكل منها .

**20- دراسة بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير الاجتماعي: (دراسة حالة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في الثورة المصرية 2011) <sup>(1)</sup>.**

هدفت الدراسة التعرف إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التغيرات الاجتماعية، ومناقشة العديد من القضايا الرئيسية المتعلقة باستخدام الشبكات الاجتماعية من أجل التغيير الاجتماعي مثل: سياسة موقع الشبكات الاجتماعية، والاختلافات الثقافية في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وآثار قوتها في تحفيز العمل السياسي، والفجوة الرقمية. وذلك بالاعتماد على منهج دراسة الحالة لوسائل الإعلام الاجتماعية من خلال تحليلها ومناقشتها واستخدامها في الثورة المصرية"2011".

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- موقع الشبكات الاجتماعية بإمكانها زيادة الوعي العالمي حول قضية ما.
- 2- استخدام موقع الشبكات الاجتماعية من أجل التغيير الاجتماعي يكون خطراً.
- 3- موقع الشبكات الاجتماعية أتاح للناس إمكانية مساعدة بعضهم البعض بغض النظر عن الموقع.

**21- دراسة بعنوان: دوافع استخدام الفيسبوك،اليوتوب،الموقع المشابهة على شبكة الإنترنت<sup>(2)</sup>.**

هدفت الدراسة التعرف إلى دوافع استخدام الشباب التركي لموقع مشاركة الفيديو والصور (الفيسبوك،اليوتوب،الموقع المشابهة) على شبكة الإنترنت، والتعرف إلى أسماء أكثر أنواع هذه المواقع استخداماً، وما نسبة استخدام الطلبة لموقع مشاركة الفيديو/الصور على شبكة الإنترنت، وتدرج الدراسة ضمن البحث الوصفي واستخدمت منهج المسح "أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، والاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة عشوائية تتمثل بـ (728) مفردة من الطلبة في جامعة Selçuk التركية.

(1) Sheedy, C. (2011). *Social Media for Social Change: A Case Study of Social Media Use in the 2011 Egyptian Revolution*. Retrieved from <http://goo.gl/TgqAD9>. Viewed August 5th 2013.

(2) Gulnar.B& Others, .(2010). *Motivations of Face book, You Tube and Similar Users*. Retrieved from <http://goo.gl/7tNDYV> . Viewed December 8th, 2013.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- (68%) من أفراد العينة يستخدمون موقع مشاركة الفيديو والصور على شبكة الإنترن特، مقابل (32%) من أفراد العينة لم يستخدمونها.
  - 2- أشارت الدراسة إلى أن أكثر موقع مشاركة الفيديو / الصور على شبكة الإنترنرت استخداماً من قبل أفراد العينة هو الفيس بوك بالمرتبة الأولى بنسبة (50.7%)، وتلاه في المرتبة الثانية اليوتيوب بنسبة (44.9%).
  - 3- تمثلت دافع استخدام الشباب الجامعي لموقع مشاركة الفيديو / الصور على شبكة الإنترنرت في النرجسية والتعبير عن الذات بنسبة (11.2%)، أما بالنسبة لدافع تمرير الوقت فجاء بنسبة (9.5%)، وتلتها دافع الحصول على المعلومات بنسبة (8.7%).
  - 4- بينت الدراسة أن الذكور أكثر اهتماماً في النرجسية والتعبير عن الذات، في حين تسعى الإناث للحصول على المعلومات والمحافظة على العلاقات الشخصية.
- 22- دراسة بعنوان: "الفيسبوك وغزو المجتمعات التكنولوجية"<sup>(1)</sup>

هدفت الدراسة التعرف إلى أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحث الوصفية واستخدمت المنهج المسحي "مسح جمهوبي" وسائل الإعلام، والاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من عينة عشوائية تمثلت بـ (1600) شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا .

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون موقع من بينها (الفيسبوك وبيبيو ويوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنرت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.
- 2- بينت الدراسة أنه نحو (53%) من الذين شاركوا في الدراسة المسحية، بأن شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنرت سببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم.
- 3- كشفت الدراسة عن أن نصف مستخدمي الإنترنرت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة بـ (27%) فقط في فرنسا، و(33%) في اليابان، و(40%) في الولايات المتحدة.

(1) Vansoon, M. (2010). *Facebook & the invasion of technological communities.* , New York.

## 23- دراسة بعنوان: دوافع استخدام الطلبة الرومانيين لموقع شبكات التواصل الاجتماعي: منهج كيفي<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى دوافع استخدام الطلبة الرومانيين لموقع شبكات التواصل الاجتماعية: مدخل كيفي، وذلك بالاعتماد على منهج نوعي متمثل باستخدام أداة المجموعات المركزية كأداة لجمع البيانات، الواقع ثالث مجموعات تحتوي كل مجموعة على سبعة مشاركين ممن يدخلون مرتبين على الأقل على هذه المواقع، من طيبة جامعة (Babes-Bolyai) الرومانية.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- أكثر موقع شبكات التواصل الاجتماعية واستخداماً لدى الشباب الجامعي هي Facebook, ((MySpace, Tagged Netlog, Hi5 .

2- تتركز دوافع استخدام الشباب الجامعي لهذه الشبكات الاجتماعية في الإتصال بسهولة مع الأصدقاء، واكتشاف الكثير من المعلومات عن الآخرين، والبقاء على اتصال مع الأصدقاء الذين يبعدون عني، والتحادث مع الآخرين وتبادل الصور ومقاطعات الفيديو.

## 24- دراسة بعنوان: استخدامات الشباب الجامعي الأردني للمواقع الاجتماعية على الإنترن트 وتأثيراتها "الفيسبوك نموذجا"(2).

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الاجتماعية وتأثيرات هذه الاستخدامات سلباً وإيجاباً، تطبيقاً على موقع الفيسبوك، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحث الوصفي واستخدم الباحثان المنهج المسحي للوصول للنتائج المطلوبة، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات من عينة طبقية عشوائية تمثلت بـ(200) مفردة من طلبة أربع كليات في جامعتي اليرموك وجامعة العلوم والتكنولوجيا بالأردن في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- يقضي أكثر من نصف عينة الدراسة أكثر من ساعة ونصف يومياً على الفيسبوك، وهي نسبة تدل على ضخامة الوقت الذي يقضيه الطالب على الفيسبوك .

(1)Baltaret, B. (2010). *Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students: A Qualitative Approach*. Retrieved from <http://goo.gl/g0I2Nm>, Viewed Nov 19 th.2013.

(2) محمود السمايسيري وغالب شطناوي، استخدامات الشباب الجامعي الأردني للمواقع الاجتماعية على الإنترن트 وتأثيراتها "الفيسبوك نموذجا"، المجلد الثالث، العدد التاسع - العدد الثالث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير - يونيو 2009، 315-263 .

2- رأى 70% من أفراد العينة أن الفيس بوك أصبح جزءاً من حياتهم، فيما رأى 65% من العينة أنهم جزء من مجتمع الفيس بوك.

3- حصلت التسلية على أعلى نسبة من الإشبعات التعودية التي يحققها الفيس بوك بنسبة 77% تلاها بنسبة 73% قضاء وقت الفراغ.

4- أبرز إيجابيات الفيس بوك وفقاً للمبحوثين تمثل في سهولة التواصل مع الأصدقاء بنسبة 86%， تلاها التواصل مع الأصدقاء القديمي بنسبة 61%， وخلق صداقات جديدة بنسبة 60%.

5- أبرز سلبيات استخدام الفيس بوك تمثلت وفق عينة الدراسة في الإدمان بنسبة 74%， تلاها هدر الوقت بنسبة 66%， ثم وجود معلومات وهمية عن الآخرين بنسبة 56%， ثم التعرض لصور غير مرغوب فيها بنسبة 50%.

6- عدم وجود فروق بين المبحوثين من الجنسين في إدراك الأثر السلبي للفيس بوك على التحصيل الدراسي.

25- دراسة بعنوان: دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع شبكات التواصل الاجتماعية، وعلاقتها بسماتهم الشخصية<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع شبكات التواصل الاجتماعية، وعلاقتها بسماتهم الشخصية، وتدرج الدراسة ضمن البحث الوصفية، واستخدمت منهج المسح "أسلوب مسح جمهر وسائل الإعلام"، والاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة تمثلت بـ (101) مفردة من طلبة الجامعات الحكومية في مدينة (Urban)، ، من لديهم ملف شخصي (Profile) واحد على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- أن نسبة (83%) من المبحوثين لديهم حساب في موقعين من مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة (13%) لديهم حساب في أكثر من ثلاثة مواقع من هذه المواقع الاجتماعية.

2- جاء موقع (Facebook) في مقدمة المواقع التي يقبل عليها الشباب، وذلك بنسبة (55%)، تلاه موقع (MySpace) بنسبة (33%).

(1) Hall, A. (2009). *College Students Motives for Using Social Network Sites and Their Relationships to Users Personality Traits*. Retrieved from <http://goo.gl/INrfzo>. Viewed November 19th 2013.

3- جاء دافع الحفاظ على العلاقات القائمة في مقدمة دوافع استخدام الشباب الجامعي موقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي (3.86)، تلاه قضاء الوقت بمتوسط (3.28)، والحصول على المعلومات بمتوسط (2.51)، وتعزيز علاقتي مع الآخرين بمتوسط (2.42) على الترتيب.

26- دراسة بعنوان: "استخدام المراهقين بالعالم العربي للفيس بوك والاشباعات المتحققـة لديهم"<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى حجم قراءة المراهقين للفيس بوك والدخول عليه في العالم العربي، كما هدفت التوصل إلى دوافع المراهقين لاستخدام الفيس بوك في العالم العربي، وحصر الإشباعات المتحققـة لدى المراهقين بالعالم العربي نتيجة لاستخدام الفيس بوك، والاطلاع على مقتنيات المراهقين بالعالم العربي لارتفاعه بالفيس بوك، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحث الوصفية، حيث استخدمت منهج المسح "مسح جمـور وسائل الإعلام"، والاستبانة كأداة للدراسة لجمع البيانات من عينة الدراسة والتي تمثلت بـ (660) طالباً وطالبة من مدارس العالم العربي، في إطار الدراسة نظرية الاستخدامـات والإشباعـات.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- استخدام مجموعـات الدراسة للفيس بوك مرتبـط بمجموعـة من المتغيرـات (المتغيرـات البيئـية - السن - التعليم - مكان الإقـامة - النوع).

2- كشفـت الدراسة أنه ما زال هناك فرقـ بين الجنسين الذكور والإـناث لصالـح الذكور في استخدامـهم للفـيس بوك في العالم العربي.

3- أكدـت الدراسة على أن هناك فروقاً في مكان الإـقـامة ما بين المجموعـات، وأكـد ذلك الفروقـ الظاهرـة بصورة واضـحة بين الـريف والـحضر لصالـح الـريف في العالم العربي.

4- جاءـت عـيوب الفـيس بوك من وجهـة نـظر المـبحـوثـين في الانـحلـال الأخـلـاقي لـلفـيس بوك، في حين كانتـ أـهم مـميـزـاته هي حرـية التـجـول عـبر المـوقـع والتـعامل مع كـافـة الفـئـات بـحرـية وـيـسرـ.

27- دراسة بعنوان: "استخدامـات الشـباب الجـامـعي لمـوقـع يـوتـوب عـلى شبـكة الإنـترـنت"<sup>(2)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدامـات الشـباب الجـامـعي لمـوقـع يـوتـوب عـلى شبـكة الإنـترـنت،

(1) رفعت الضبع، "استخدام المراهقين بالعالم العربي للفيس بوك والإشباعات المتحققـة لديـهم"، المجلـد التـاسـع، العـدد التـالـى، المـجلـة المصـرـية لـبحـوث الإـعلام (جـامـعة الـقـاهـرة: كلـيـة الإـعلام، يـانـير - يـونـيو 2009) 457-499.

(2) رضا عبد الواحد أمـين، استخدامـات الشـباب الجـامـعي لمـوقـع يـوتـوب عـلى شبـكة الإنـترـنت، بـحـث مـقدم في أـعمـال مؤـتمر الـبحـرين: بـعنـوان: أـبحـاث المؤـتمر الدولـي: الإـعلام الجـديـد: تـكنـولوجـيا جـديـدة لـعالـم جـديـد (الـبحـرين: جـامـعة الـبحـرين 7-9ـأـبـريل 2009)، 511-536.

وتدرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية واستخدمت منهاج المسح وقد استخدم الباحث منهاج المسح بنظام العينة على الشباب الجامعي في مملكة البحرين، واستخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة رئيسة من أدوات جمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة والتي تمتثل بـ(222) مفردة في إطار "نظريّة الاستخدامات والإشباعات".

### وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- بيّنت نتائج الدراسة الميدانية أنّ الشباب الجامعي في البحرين الذي ينتمي غالبيته إلى البحرين، يستخدم الإنترنط بشكل كثيف، حيث أفاد 76% من الشباب الجامعي أنّهم يتعرضون للإنترنط بشكل يومي، فيما ذكر أكثر من ثلث العينة بنسبة 39.3% أنّهم يستخدمون إنترنط أقل من ساعة في اليوم، بينما أفاد 22.2% أنّهم يتعرضون للإنترنط لفترة زمنية تتراوح من ساعة إلى ساعتين يومياً، في حين ذكر 14.8% أنّهم يقضون أكثر من ساعتين في اليوم وهم يتصفّحون موقع الإنترنط، بينما ذكر 23.7% أنّهم لا يتعرضون للإنترنط كل يوم.

2- وعن معرفة الشباب الجامعي في البحرين بهذه النوعية من مواقع الويب التي تسمح لمتصفحها بمشاهدة وإرافق ملفات الفيديو أجاب 100% أن لديهم سابق معرفة بها، دون أن يكون لديهم تكييف دقيق لهذا النوع من الإعلام على الإنترنط، فمن خلال مناقشة جماعية قام بها الباحث مع مجموعة صغيرة من عينة الدراسة ذكر البعض أنه إعلام تليفزيوني، في حين ذكر آخرون أنه إعلام إلكتروني، أو صحفة إلكترونية.

3- توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن غالبية المبحوثين من الشباب الجامعي في مملكة البحرين يستخدمون موقع يوتيوب، وبواقع 107 مفردة من إجمالي 122 مفردة.

28- دراسة بعنوان: استكشاف أسباب استخدام الشباب لموقع (ماي سبيس وفيسبوك) في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرّف إلى استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقعي (Facebook, MySpace)، وقد اعتمد الباحث في دراسته الاستطلاعية على أداة مجموعات المناقشة المركزية على عينة تمتثل بـ (50) مفردة من طلبة جامعة (Central California) بالولايات المتحدة الأمريكية، في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات.

(1) Urista, M. et. Al. (2009). Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory: Human Communication. Pacific and Asian Communication Association, Vol. 12 (2) pp.215 – 229. Retrieved from <http://goo.gl/6JbQ0b>, viewed .Nov 19 th.2013.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- تمثلت أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي للموقعين في أنها وسيلة اتصال فعالة في الإتصال بالآخرين، وأنها وسيلة اتصال سهلة ومريحة في الإتصال بالأهل والأصدقاء، وأن دافع الفضول لدى هؤلاء الشباب جعلهم يقبلون على الاشتراك فيها لاكتشاف العالم المحيط بهم، وجعلهم أكثر شعبية وجاذبية في عيون الآخرين، بالإضافة إلى سهولة تشكيل وتعزيز العلاقات مع الآخرين من خلال إقامة اتصال فعال معهم .
- 2- يرى المشاركون في مناقشات المجموعات المركزة أن وجود الانفتاح والتحرر والشفافية جعل هذه المواقف أكثر شعبية.
- 3- أفاد المشاركون بأنهم حصلوا على الكثير من المعلومات الشخصية عن الأعضاء بدون معرفتهم.

29- دراسة بعنوان: "المدونات المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية وميدانية لعينة من مدونات موقع اتحاد المدونين العرب<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى خصائص المدونات والمدونين المصريين على موقع مكتوب في شبكة الإنترنت، كما هدفت إلى معرفة طبيعة ومشكلات المدونات المصرية على موقع مكتوب، وتدرج ضمن الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإلكتروني بشقيه الوظيفي والتحليلي، والمنهج المقارن للمقارنة بين نتائج الدراستين التحليلية والميدانية، واستخدمت الدراسة أداتين لجمع المعلومات: استماراة تحليل المضمون لتحليل المدونات المصرية شكلاً ومضموناً، والاستبيان لجمع بيانات عن المدونين .

وكان مجتمع الدراسة مجتمعاً ضخماً نظراً لتنوع المجموعات والاتحادات والمواقع العربية والأجنبية التي تستضيف المدونات لذلك فقد وقع اختيار الباحث على مجمع مدونات(مكتوب) (اتحاد المدونون العرب) ، أما عينة الدراسة فقد تم اختيار(100) مدونة بأسلوب العينة متعدد المراحل من المدونات المصرية على موقع مكتوب حيث بلغ عددها عند إجراء هذه الدراسة التحليلية (10811) مدونة مصرية في مارس 2008م .

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- هناك شبه اتفاق بين الدراستين التحليلية والميدانية فيما يتعلق بمضمون المدونات.

(1) عبد الصبور فاضل "المدونات المصرية على شبكة الإنترنت"، المجلد التاسع، العدد الثاني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يونيو-ديسمبر 2008) ص 17.

- 2- تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن مقالات الرأي والأخبار هما الأشكال التعبيرية شبه السائدة التي يهتم بها المبحوثون في مدوناتهم.
- 3- المدونات الفردية هي السائدة في الهيكل التحريري، بينما تراجعت المدونات الجماعية إلى المرتبة الثالثة.
- 4- تبين من الدراسة التحليلية أن المدونين كانوا المصادر الأساسية لمدوناتهم حيث جاءوا في المرتبة الأولى بنسبة مرتفعة بلغت حوالي 80%.

### 30 - دراسة بعنوان: "استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت"<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى طبيعة استخدام الصحفيين الفلسطينيين في قطاع غزة لشبكة الإنترنت، وتحدد مجتمع الدراسة في الحصر الشامل لجميع الإعلاميين الفلسطينيين المقيمين في محافظات غزة الحاصلين على العضوية الدائمة من نقابة الصحفيين الفلسطينيين والبالغ عددهم (194) إعلامياً، ويعملون في مجال الخدمة الإخبارية بوسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية المختلفة، وتدرج هذه الدراسة في إطار البحث الوصفي واستخدمت منهج المسح، واستخدمت الاستبابة كأداة لجمع المعلومات حول الدراسة، في إطار نظرية الاستخدامات والإشاعات.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- الإعلاميون الفلسطينيون يستخدمون الإنترنت بكثافة حيث إن نسبة المبحوثين المستخدمين للإنترنت بصورة دائمة بلغت 83.3 %، وأظهرت الدراسة أن الإنترنت جاء في المرتبة الأولى كوسيلة اتصال يعتمد عليها المبحوثون في عملهم، ثم جاءت وسيلة التلفاز في المرتبة الثانية تلتها الصحف وأخيراً المذيع.
- 2- الحصول على المعلومات جاءت في المرتبة الأولى كدافع لاستخدام الإنترنت، ثم تلاها في المرتبة الثانية الاطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات العالمية، ثم إرسال المعلومات للجهة التي يعملون بها في المرتبة الثالثة، والمتابعة الخبرية للأحداث المحلية في المرتبة الرابعة.
- 3- تصفح موقع إعلامية مختلفة كانت من أهم الإشاعات التي تتحققها شبكة الإنترنت للمبحوثين، حيث جاءت في المرتبة الأولى، ثم تحسين الأداء في العمل في المرتبة الثانية، تلتها

(1) نعيم المصري، استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحث والدراسات العربية- قسم الدراسات الإعلامية ، 2007).

الوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة في المرتبة الثالثة، ثم تتميم المهارات في المرتبة الرابعة.

31- دراسة بعنوان: "استخدام أدوات وسائل الإعلام الاجتماعية وتكنولوجيا الاتصالات من قبل الممارسين للعلاقات العامة" <sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة لوسائل الإعلام الاجتماعية، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية واستخدمت منهج المسح "مسح الجمهور، والاستبانة الإلكترونية أداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة تمثلت بـ (283) مفردة من ممارسي العلاقات العامة في الشركات ومؤسسات القطاع الخاص في الولايات المتحدة الأمريكية.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- استخدام أداة البريد الإلكتروني الأكثر شعبية بنسبة (96.1%)، تليها المدونات بنسبة (41.7%)، ثم عقد المؤتمرات بالفيديو بنسبة 39%， يليها بودكاست بنسبة 35.2%， ثم مشاركة الفيديو بنسبة 30%， وأجهزة المساعد الرقمي الشخصي بنسبة 30%.

2- أقل الأدوات المستخدمة هي: الرسائل النصية بنسبة (23.6%)، مشاركة الصور بنسبة (19%)، والويكي بنسبة (18%).

32- دراسة بعنوان: "أثر موقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة مجلس شبابي علار نموذجاً" <sup>(2)</sup>.

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر موقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، وذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من شباب مجلس شبابي علار.

واستخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج التجريبي وهي الطريقة التي لا يتم فيه عشوائياً، من خلال ملاحظات الباحث (المدرب) واتفاق المشرفين على البرنامج التدريبي، واختار الباحث (18) شاباً (9) ذكور و (9) إناث بطريقة قصديه وهم الذين خضعوا للبرنامج التدريبي، وكانوا ملتزمين بالحضور طيلة فترة تطبيق البرنامج .

(1) خيرت معوض، "اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الإنترن特" ، رسالة ما جستير غير منشورة (البحرين: جامعة البحرين، كلية الآداب، قسم الإعلام والسياحة ، 2006) .

(2) حسني عوض، أثر موقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة مجلس شبابي علار نموذجاً، (فلسطين : رام الله ، جامعة القدس المفتوحة ، 2003 ) منشورة على الرابط التالي: تاريخ الدخول: <http://goo.gl/JurRLG> 2013-3-28.

وطبق الباحث مقياس المسؤولية الاجتماعية (على هؤلاء الشباب(قياس قبلى)، ثم قام بتقسيمهم إلى ثلات مجموعات متكافئة عدد كل منها (6) حيث قامت كل مجموعة باختيار موضوع خاص بها تتبني من خلاله قضية مجتمعية وتشير لها موقفاً على الفيسبروك باستخدام أدوات كالتشبيك والمناصرة والضغط حيث تلقوا تدريباً على استخدامها على يد الباحث.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية قبل تطبيق البرنامج وبعده، فمن خلال تطبيق مقياس المسؤولية الاجتماعية على أفراد المجموعة التجريبية قبل تطبيق البرنامج وبعد اختبار صحة الفرض ". فقد استخدم الباحث اختبار الابارا متري لحساب دلالة الفروق وهو أحد أساليب الإحصاء " Wilcox on " ولكوكسون الخاصة بالعينات الصغيرة (المجموعات المرتبطة) .

2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة(0.05a) بين الذكور والإإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج.

33 - دراسة بعنوان: ثقة الجمهور أو عدم ثقته: معيار الوثوق بوسائل الإعلام الجديدة في عصر المعلومات<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى مناقشة معيار الثقة كأحد المحددات التي يستخدمها الجمهور عند متابعته لوسائل الإعلام الجديدة في عصر المعلومات، وقد قارن الباحث في دراسته بين مصداقية الأخبار المستقاة من التلفزيون، الصحف وشبكة الإنترنت، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي لعينة عشوائية، وقد استعان بفريق من طلاب الإعلام بعد تدريبهم على إجراءات البحث، وقد عرض لمتغيرين مهمين، هما استخدام وسائل الإعلام وأنماط الاتصال الشخصي ودورهما في مناقشة مصداقية الوسيلة، وقد ركز أيضاً على مصداقية المصدر والمحتوى.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1- مصداقية الأخبار على شبكة الإنترنت أكثر من مثيلاتها على التلفزيون.
- 2- المواقع الإخبارية الرقمية تعمل على إعادة تشكيل اتجاهات الجمهور بشأن مصداقية وسائل الإعلام التقليدية.

<sup>(1)</sup> Kiousis, S. (2001). **Public Trust or Mistrust? Perceptions of media credibility in the information age.** *Journal of Mass Communication & Society*. 4(4).

### 34- دراسة بعنوان: استكشاف معايير اتجاهات الجمهور نحو استقاء الأخبار من الصحف المطبوعة وصحافة المواقع الإلكترونية<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة التعرف إلى اتجاهات الجمهور نحو استقاء الأخبار من موقع الإنترنت ومن وسائل الإعلام التقليدية، ومن خلال دراسته التجريبية على مجموعتين من طلاب الصحفة والإعلام قام الباحث باختبار أربعة متغيرات: هي: المصداقية، والتشابه، وجودة المحتوى الإخباري، ودرجة تمثيل الأخبار للحقيقة.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- الأخبار المطبوعة والأخبار الفورية من موقع الإنترنت تخضع لنفس معايير المفضلة لدى القراء، وقد اشتغلت هذه المعايير على: الموضوعية، عدم التحيز، التسويق، الإثارة، المتعة، السهولة، الوضوح، التماسک، الدقة، حسن الصياغة، الفورية، الأهمية، المصداقية، العمق المعلوماتي والشموليّة.

2- الجانب المستقبلي للدراسة دعا لابتكار مقاييس جديدة تعالج قضية مصداقية وسائل الإعلام الرقمية.

### 35- دراسة بعنوان: المصداقية: مقارنة بين الإنترنٌت ومصادر الإعلام التقليدية وأثر ذلك على إجراءات مصداقية الإعلام<sup>(2)</sup>.

تحددت مشكلة الدراسة حول الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وأثر ذلك على مصداقية ما يسمى باليوميات الإخبارية التي بدأت تنتشر وهي ليست صحفة رقمية بالشكل المعروف "Weblogs"، وإنما هي يوميات إخبارية يمكن لأي فرد مستخدم للإنترنت إقامة موقع وطرح موضوع معين للنقاش العلني بحيث يتناهى السياق التفاعلي في مناقشة الخبر المطروح.

وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- 1 - إن هذا النمط الجديد من الإعلام أكثر عمقاً في تغطية الأخبار خلافاً للإعلام التقليدي.
- 2 - أظهر المسح اعتماد أفراد العينة على هذه اليوميات كوسيلة لها مصداقية؛ وذلك لعدم تحكم هيئات أو حكومات أو جماعات ضغط في نشر ما يتم تداوله بشكل يومي من أخبار.

(1)Sundar, S. (1999. Summer) “**Exploring Receivers’ Criteria for perception of print and online news.**” Journalism & Mass Communication Quarterly. 76 (2). Pp: 373-386.

(2) Johnson, T. & Kaye, B. (1998). **Cruising is believing? Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures.** Journalism & Mass Communication Quarterly, 75(2), pp. 325-340.

## تعقيب على الدراسات السابقة

لاحظ الباحث أن الدراسات السابقة هي دراسات بحثية مهمة في مجال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ولكنها على الأغلب ركزت بنسبة كبيرة على شبكة واحدة من شبكات التواصل الاجتماعي وهي "الفيسبوك"، وتناولت بدرجة أقل استخدامات اليوتيوب وتويتر.

- توصلت أغلب الدراسات إلى أن شبكة الفيس بوك هي أكثر شبكة يتابعها الجمهور، وهذا يؤكد على الدور المتنامي لهذه الشبكة لأسباب نعزوها إلى سهولة الاستخدام والميزات والتطبيقات التي توفرها.

- لاحظ الباحث ندرة الدراسات الأكademie والرسائل العلمية المحلية التي جمعت في طياتها مختلف شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدامات، على اعتبار أن هناك مجموعة لا بأس بها من الدراسات التي تناولت هذه الشبكات كل على حدة، وهو أمر شكل دافعاً أساسياً لإنجاز هذه الدراسة.

- وبالتالي، رأى الباحث أنه من الضرورة أن يتم إجراء دراسة على استخدامات أبرز شبكات التواصل الاجتماعي ("الفيسبوك وتويتر واليوتيوب وجوجل بلص ولينك إن") ، لمعرفة كيفية استخدام هذه الشبكات من قبل المبحوثين .

## موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

أولاً : عناصر الاتفاق والاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة:

### أ- عناصر الاتفاق:

- اتفقت أغلب الدراسات السابقة مع دراسة الباحث من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم (البحث الوصفية - المنهج المحسني) وأداة جمع المعلومات (الاستبانة) ماعدا دراسة "حسني عوض"(2003) ودراسة "Sundar" (1999) ودراسة "محمد Baltaret, B." (2012)، ودراسة "Johnson, T. & Kaye, B." (1998)، ودراسة "محمد المنصور" (2012).

- ومن حيث الإطار النظري للدراسة "نظيرية الاستخدامات والإشباعات" ماعدا دراسة "حسني عوض" (2003)، ودراسة "محمد المنصور" (2012)، ودراسة "Sundar" (1999)، ودراسة "أحمد حمودة 2013" ، ودراسة "علا العقاد 2014" ودراسة "Baltaret, B." (2010).

- واتفقت أغلب الدراسات من حيث موضوع البحث "شبكات التواصل الاجتماعي" ماعدا: دراسة "عبد الصبور فاضل" (2008)، دراسة "فريد ظهير" (2012)، ودراسة "Sundar" (2012)، ودراسة "Johnson, T. & Kaye, B." (1999).

### بـ- عناصر الاختلاف:

اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث:

- قضية الدراسة: استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشبعات المتحققـة.
- عينة الدراسة: "طلبة جامعات غزة" وال فترة الزمنية للدراسة 2013.
- والمكان الجغرافي: اختلفت بعض الدراسات مع دراسة الباحث في المكان الجغرافي للدراسة(محافظات غزة) حيث أجريت عدد من الدراسات بمحافظات الضفة وعدد منها خارج دولة فلسطين.

### ثانياً: حدود الاستفادة من الدراسات السابقة :

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق وبلورة الخطة المنهجية للدراسة والتعرف إلى المناهج والأدوات المستخدمة والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة ، واستفاد الباحث من الدراسات السابقة في صياغة الفروض وتساؤلات الدراسة بما يتلاءم مع أهداف الدراسة الميدانية ودراسة المشكلة من زوايا جديدة لم يتم بحثها بعد في الدراسات السابقة، كما استفاد الباحث من الدراسات السابقة في إعداد الاستبيان وتقسيمه وأيضاً إعداد الدوافع والإشبعات والمقترحات في صحيفة الاستقصاء.

واستفاد الباحث من الدراسات السابقة في تعزيز مصداقية بعض نتائج الدراسة وذلك بعد مقارنتها بالنتائج الواردة في بعض الدراسات السابقة.

### الاستدلال على المشكلة :

من خلال متابعة الباحث لموقع التواصل الاجتماعي، واحتکاكه بالجمهور الفلسطيني، واطلاعه على عدد من الدراسات، وحضوره لعدد من المؤتمرات العلمية والمهنية حول شبكات التواصل الاجتماعي لاحظ أن شبكات التواصل الاجتماعي تلقى اهتماماً ملماساً من قبل الجمهور والطلبة الجامعيين للتعرف من خلالها على أبرز الأحداث في ظل تقديم هذه الشبكات خدمات عديدة لمتابعة الأحداث بسلسة وسرعة وخاصة خدمة اتبعني التي يوفرها موقع تویتر، ونظام المشاركة والإعجاب التي تقدمه فيس بوک، واللقطات المصورة للأحداث الذي يقدمها موقع يوتیوب وفي ظل الإحصائيات المتعددة والتي أشارت إلى زيادة عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

على مستوى العالم وعلى مستوى الوطن العربي وفلسطين بشكل خاص، وعلى وجه الأخص في فئة الشباب الفلسطيني<sup>(1)</sup>، هذا الاهتمام والإقبال المتزايد على شبكات التواصل الاجتماعي حفز الباحث لمعرفة استخدامات هذه الشبكات من قبل طلبة الجامعات، وماهية هذه الاستخدامات والإشارة المتحققة منها.

وللاستدلال أكثر على المشكلة قام الباحث بإجراء دراسة استكشافية على عينة عشوائية بسيطة قوامها (60) مفردة من طلبة كلٍ من الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر وجامعة الأقصى.

### - توزيع عينة الدراسة الاستكشافية:

جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة الاستكشافية موزعة بناءً على جامعة الطالب.

الجامعة	المجموع	نوع الطالب	العدد	النسبة المئوية	النسبة الكلية
جامعة الإسلامية		ذكر	10	50.0	33.3
		أنثى	10	50.0	
جامعة الأزهر		ذكر	10	55.6	30.0
		أنثى	8	44.6	
جامعة الأقصى		ذكر	10	45.6	36.7
		أنثى	12	54.4	
المجموع			60	100 %	100 %

من خلال الجدول السابق تبين أن ما نسبته 33.3% هم طلبة الجامعة الإسلامية منهم ما نسبته 50.0% من الطلاب وما نسبته 50.0% من الطالبات، وما نسبته 30.0% هم طلبة جامعة الأزهر، منهم ما نسبته 55.6% هم من الطلاب وما نسبته 44.6% هم من الطالبات وما نسبته 36.7% هم طلبة جامعة الأقصى، منهم ما نسبته 45.6% هم من الطلاب وما نسبته 54.4% هم من الطالبات .

### أبرز نتائج الدراسة الاستكشافية:

- . تبين من نتائج الدراسة الاستكشافية أن ما نسبته 40.4% يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي (Face book) وهو يعتبر من أفضل شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة بنسبة 75.0%， ثم ما نسبته 33.8% يستخدم موقع (Google plus) والسبة المتبقية كانت للشبكات الأخرى مثل (Twitter, My space, Flickr)

(1) 74% من مستخدمي الفيس بوك في فلسطين من فئة الشباب، مرجع سابق.

- .2. كشفت الدراسة أن من ما نسبته 23.1% يعتبرون أن الهدف من استخدامهم لتلك الشبكات هو الاطلاع على الأخبار والمعلومات، وما نسبته 17.7% هدفهم التواصل مع زملائهم، وما نسبته 17.7% هدفهم التسلية وتمضية الوقت، وما نسبته 16.1% هدفهم المشاركة مع الآخرين.
- .3. أوضحت الدراسة أن ما نسبته 23.4% يعتبرون أهم المجالات التي يتبعونها في شبكات التواصل الاجتماعي هي المجالات الترفيهية، وما نسبته 20.7% يعتبرون المجالات الثقافية، وما نسبته 19.0% يعتبرون المجالات الاجتماعية.
- .4. بينت الدراسة أن ما نسبته 17.8% يعتبرون الدافع وراء استخدامهم لشبكة التواصل الاجتماعي هو التواصل مع زملاء الدراسة، وما نسبته 13.9% يعتبرون الدافع هو التسلية وقضاء وقت الفراغ، وما نسبته 13.5% يعتبرون الدافع هو التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الخارج، وما نسبته 12.7% يعتبرون الدافع هو لاكتساب معارف وخبرات.
- .5. أوضحت الدراسة أن ما نسبته 72.4% يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، وما نسبته 31.0% درجة ثقتهم بها عالية، وما نسبته 58.6% درجة ثقتهم بها متوسطة وما نسبته 10.3% درجة ثقتهم بها منخفضة.
- .6. اعتبر 26.5% من عينة الدراسة أن أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي أنها وسيلة للتبادل المعلومات والخبرات، وما نسبته 25.8% يعتبرون من إيجابياتها الاستفادة منها في مجال الدراسة، وما نسبته 17.9% يعتبرون من إيجابياتها معرفة الأخبار المحيطة.
- .7. أشارت الدراسة إلى أن ما نسبته 29.1% يعتبرون أبرز السلبيات لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تشغل عن الدراسة، وما نسبته 19.0% يعتبرون من سلبياتها أنها تؤدي إلى الكسل، وما نسبته 14.6% يعتبرون من سلبياتها اكتساب عادات تتنافى مع الإسلام وعادات وتقالييد المجتمع، وما نسبته 13.3% يعتبرون من سلبياتها أيضاً انتهاك الحريات الشخصية.
- .8. اعتبر ما نسبته 74.1% من العينة الاستكشافية أن تقييم معلومات شبكات التواصل الاجتماعي من جيد جداً إلى ممتاز، وما نسبته 55.1% يعتبرونها من رديئة التقييم.
- .9. أوضحت الدراسة أن ما نسبته 60.3% يعتبرون فائدة المعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي جيدة، وما نسبته 39.7% يعتبرون أن الفائدة متوسطة.

10. كشفت الدراسة عن عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لمتابعة طلبة الجامعات وفقاً للمتغيرات الديمografية وهي الجنس، الجامعة، التخصص، ومكان السكن (المحافظة).

### مشكلة الدراسة:

باتت شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في شتى المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والإعلامية والتعليمية والترفيهية لما لها من خصائص متعددة، بالإضافة إلى إقبال الشباب على متابعتها بشكل منقطع النظير.

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعية هي الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن الواقع الإلكتروني، مما شجع متصفحى الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على الواقع الإلكتروني، حيث إن نحو 88% من مستخدمي الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط تقوم باستعمال شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي<sup>(1)</sup>.

وقد أشار مركز بيو للأبحاث في تقريره الأخير إلى أن مستخدمي الشبكات الاجتماعية في لبنان وتونس ومصر والأردن ما زلوا يعتمدون عليها لمناقشة الأوضاع السياسية والاجتماعية والدينية بمعدلات تزيد نحو مرتين على نظرائهم الغربيين<sup>(2)</sup>.

وتعد فلسطين هي الأول عربياً في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بعده سكانها<sup>(3)</sup>، وأشارت آخر إحصائية إلى زيادة عدد مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لتصل حوالي مليون ونصف مستخدم أغلبهم من فئة الشباب<sup>(4)</sup>.

واستناداً إلى ما سبق والدراسة الاستكشافية التي أجراها الباحث، والتي بينت ازدياد استخدام طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي "حدد الباحث مشكلة الدراسة في" التعرف

(1) قناة العربية، 70 مليون عربي يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة منشورة على موقع قناة العربية الفضائية بتاريخ 20-8-2013: متاح "online" على الرابط التالي: <http://goo.gl/6dE41S>.

(2) خالد محمود، الإعلام الاجتماعي واستخدام الإنترت في العالم العربي، تقرير متاح "online" على موقع صحيفة فلسطين بتاريخ 28-1-2014 على الرابط التالي <http://goo.gl/CuiQen>، تاريخ الدخول: 20-3-2014.

(3) فلسطين الأعلى عالمياً في استخدام الفيس بوك ، تقرير متاح "online" بتاريخ 28-3-2013، على الرابط التالي: <http://goo.gl/vYpB0B> ، تاريخ دخول الباحث للرابط بتاريخ 31-3-2013.

(4) 74% من مستخدمي الفيس بوك في فلسطين من فئة الشباب، مرجع سابق.

إلى مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الفلسطينية ودوافع الاستخدام والإشاعات المتحققة من هذه الاستخدامات، ومدى الثقة في مضمون شبكات التواصل الاجتماعي ومدى الاستفادة منها ، ومعرفة إيجابيات وسلبيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

### أهمية الدراسة :

تبعد أهمية الدراسة كونها تعد من دراسات الماجستير الأولى في فلسطين في هذا المجال التي تبحث في هذه الزاوية (استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة) وخاصة في ظل الاهتمام المتزايد من قبل المتقنيين لموقع التواصل الاجتماعي، وزيادة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي وتتفوقها على مستخدمي وسائل الإعلام الأخرى، وخاصة أن تقريراً صادراً عن شركة سبوت أون للعلاقات العامة يوضح أن عدد المستترkin في خدمة الإعلام الاجتماعي "فيسبوك" في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا هم أكثر من عدد المستترkin في الصحف التي يتم تداولها في الشرق الأوسط. حيث بين التقرير الذي يحمل عنوان "التوزيع الجغرافي لموقع فيسبوك في الشرق الأوسط وإفريقيا" أن عدد مشتركي الفيس بوك يزيد عن 15 مليون مشتركاً في المنطقة، وبالمقابل يبلغ عدد مشتركي الصحف العربية والإنكليزية والفرنسية ما يقل عن 14 مليون مشتركاً فقط<sup>(1)</sup>.

وأشار تقرير الإعلام الاجتماعي العربي الصادر عن كليه دبي للإدارة والحكومة ضمن السلسلة التي يصدرها بشكل دوري إلى أن عدد مستخدمي موقع فيسبوك بلغ في العالم العربي حتى شهر ابريل 2012 حوالي 43 مليون مستخدم مع نمو واضح في استخدام اللغة العربية ضمن وسائل التواصل الاجتماعي، وفقاً لتقرير الإعلام الاجتماعي العربي.

وكشف التقرير عن وجود أكثر من 1.3 مليون مستخدم نشط على موقع "تويتر" في العالم العربي، أنتجوا حوالي 172 مليون تغريده مع نهاية مارس هذا العام.

وبين التقرير أن منصات الإعلام الاجتماعي مثل "فيسبوك" و"تويتر" تواصل لعب دور مهم في تعزيز إشراك الشباب في المجتمع في ظل التغيرات التاريخية التي يمر بها العالم العربي اليوم، ولفت التقرير إلى ارتفاع نسبة مستخدمي فيسبوك من سكان العالم العربي اجمع منذ عامين إلى

(1) انتشار الفيس بوك يتفوق على انتشار الصحف في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، تقرير منشور بتاريخ 24-4-2013 على الرابط التالي: <http://goo.gl/q73F37> ، تاريخ الدخول 12-4-2013.

حوالي 12 %، منهم 70 % من شريحة الشباب، الأمر الذي يشير إلى تبني قطاعات متكاملة من المجتمع العربي لوسائل الإعلام الاجتماعي بهدف إحداث تغيير في مجتمعاتهم<sup>(1)</sup>.

وأظهرت الإحصائيات الصادرة عن شركة "زومسفيير" العالمية لـإحصائيات الإعلام الاجتماعي في الشرق الأوسط (annual social media report for MENA region 2012-2013) أن فلسطين تحتل أعلى دولة من حيث استخدام "الفيسبوك" بالمقارنة مع عدد السكان، حيث وصلت النسبة إلى 40%.

وأشارت آخر إحصائية إلى زيادة عدد مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في فلسطين لتصل حوالي مليون ونصف مستخدم أغلبهم من فئة الشباب<sup>(2)</sup>.

وفي ذات السياق، كشف التقرير أن معدل الزيادة السنوية لمستخدمي "تويتر" في فلسطين هو الأعلى في الوطن العربي حيث بلغ 232.48%<sup>(3)</sup>.

ويمكن بلوغ أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

1- قلة الدراسات العلمية في المكتبات الفلسطينية التي تتناول مجال استخدام موقع التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الفلسطينية، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الأكاديمية الأولى عن استخدام طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي.

2- الإقبال الكبير لدى الطلبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة أن هناك دراسة تشير إلى أن فلسطين حصلت مؤخراً على أعلى نسبة استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي نسبة إلى عدد سكانها على مستوى العالم، مما يؤكد على ضرورة دراسة ومعرفة طبيعة ونمط هذا الاستخدام لفئة مهمة من المجتمع الفلسطيني وهي "طلبة الجامعات الفلسطينية".

3- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبح لها دور مهم في شتى مجالات الحياة لدى كافة طبقات المجتمع.

4- تقديم الفائدة للباحثين والمؤسسات التعليمية للاستدلال بنتائج الدراسة والاستفادة منها.

5- توفير دراسة علمية إعلامية تعزز ما سبقها من دراسات، وتتسهم في إضافة قضية بحثية جديدة، وتجربة جديدة في الدراسة والتحليل.

(1) 43 مليون عربي يستخدمون "فيسبوك" و 1.3 مليون لـ"تويتر"، تقرير منشور بتاريخ 15-5-2012، متاح على الرابط التالي: <http://goo.gl/83qgnN> online ، تاريخ الدخول 1-3-2013.

(2) 74% من مستخدمي الفيسبوك في فلسطين من فئة الشباب، مرجع سابق.

(3) فلسطين الأعلى عالمياً في استخدام الفيس بوك ، مرجع سابق.

## أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

### أهداف الدراسة:

- 1- التعرف إلى استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الفلسطينية والإشاعات المتحققة من هذه الاستخدامات .
- 2- التعرف إلى أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة الجامعات الفلسطينية، وما هي الأكثر استخداماً لديهم.
- 3- التعرف إلى دوافع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الفلسطينية.
- 4- التعرف إلى مدى ثقة طلبة الجامعات الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي.
- 5- التعرف إلى تأثير استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي على متابعتهم لوسائل الإعلام الأخرى.
- 6- التعرف إلى أبرز الإيجابيات والسلبيات لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية.
- 7- التعرف إلى المقترنات من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي.

وتم بلورة الأهداف في تساؤل رئيس " طبيعة استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة، وقد انبع عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية :

- 1 ما مدى استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 2 ما مستوى النشاط والفاعلية في تعرّض طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 3 ما أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل طلبة الجامعات الفلسطينية؟
- 4 ما الموضوعات التي يتعرّض لها طلبة الجامعات الفلسطينية عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 5 ما دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

- 6 ما مدى استفادة طلبة الجامعات الفلسطينية من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 7 ما الإشاعات المتحققة طلبة الجامعات الفلسطينية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 8 ما مدى ثقة طلبة الجامعات الفلسطينية في مضمون شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 9 ما رأي طلبة الجامعات الفلسطينية في تأثير استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي على متابعتهم لوسائل الإعلام الأخرى؟
- 10 ما الإيجابيات والسلبيات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية؟
- 11 ما أسباب عدم استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 12 ما أهم المقترنات للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية؟

### فروض الدراسة:

- 1 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) في استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب المتغيرات الديمغرافية للمبحوثين.
- 2 توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الإشاعات المتحقق لهم من وراء هذا الاستخدام.
- 3 توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) بين درجة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي.
- 4 توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي وإدراكهم سلبياتها وإيجابياتها.

### الإطار النظري للدراسة :

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري وفي بناء فرضيتها على نظرية الاستخدامات والإشاعات، وهذه النظرية تعتبر من النظريات المهمة في مجال الدراسات الإعلامية الحديثة، على أساس أنها تحاول فهم عملية الإعلام، وكذلك تحاول أن تستكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وما دوافع تعرضهم التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون أو شراء وقراءة الصحف أو سماع برامج الإذاعة أو التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي.

ويهتم مدخل الاستخدامات والإشاعات بالسمات الاجتماعية والفردية وعلاقتها بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع وال حاجات الفردية والمدخل السلوكي الذي ستستخدمه الدراسة "لرصد عادات وكثافة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين" وذلك في إطار مدخل الاستخدامات والإشاعات، وقد ظهر هذا المدخل في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين في أعقاب تراجع إيمان الباحثين بنظرية التأثير القوي وال مباشر لوسائل الإعلام الذي عرف بنموذج الرصاصة السحرية أو الحقن تحت الجلد، وسيطر اتجاه يميل إلى تأييد نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي يعد مدخل الاستخدامات والإشاعات أحد نماذجها<sup>(1)</sup>.

وتعتبر نظرية الاستخدامات والإشاعات الأكثر ملاءمة لدراسة استخدام الإنترن特، وحسب رايس ووليمز (Williams,Rice) فإن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات والنماذج ومنها نظرية الاستخدامات والإشاعات في ظل تحولية الإنترن特<sup>(2)</sup>.

### نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

#### أولاً: نوع الدراسة :

تدرج هذه الدراسة ضمن البحث الوصفية والتي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات وتستخدم لأغراض الوصف المجرد والمقارن، وتهدف إلى تصنيف البيانات والمعلومات التي تم جمعها وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملًا، واستخلاص النتائج والدلائل المفيدة<sup>(3)</sup>، وذلك من خلال الوصف والتحليل بهدف معرفة مدى استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين في محافظات غزة والإشاعات المتحققـة.

#### ثانياً: منهج الدراسة :

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي: وهو أحد المناهج التي تدخل في إطار البحث الوصفية و"يعد جهداً علمياً للحصول على البيانات والمعلومات الازمة عن الظاهرة موضع الدراسة"<sup>(4)</sup>، واستخدم الباحث في إطار هذا المنهج أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام لمعرفة مدى استخدامات طلبة الجامعات لشبكات التواصل والإشاعات المتحققـة، ويعتبر المنهج المسحي هو أنسـب المناهج لمثل هذه الدراسات المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام.

(1) منال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1(عمان:دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012)، ص172.

(2) Samuel Ebersole(2000), *Uses and Gratifications of the Web among Students*, Retrieved from <http://goo.gl/7AxryM>, viwed Mar.20 th.2013.

(3) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط2(القاهرة: عالم الكتب، 1997) ص93.

(4) سمير حسين، بحوث الإعلام:الأسس والمبادئ، ط2، (القاهرة: عالم الكتب، 2006) ص147.

### ثالثاً: أدوات الدراسة :

استخدم الباحث أداة صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسية لجمع المعلومات من عينة الدراسة، كما استخدم الباحث المقابلة المقنية لجمع المعلومات من الباحثين والخبراء في شبكات التواصل الاجتماعي .

#### أ- صحيفة الاستقصاء:

استخدم الباحث صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسية في الدراسة وذلك لسبر آراء المبحوثين حول استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحقق ، "و تعد صحيفة الاستقصاء أحد الأساليب الأساسية لجمع المعلومات الأولية، من خلال توجيهه مجموعة من الأسئلة المعدة مقدماً بهدف التعرف على الحقائق ووجهات النظر والدافع لدى المبحوثين التي تدفعهم لسلوك معين" <sup>(1)</sup>.

ومن أنواع الاستقصاء استخدم الباحث "الاستقصاء المقنقن" وهو الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة المحددة مسبقاً قبل تطبيق الاستقصاء، ويستخدم عادة في التعرف على مجموعة كبيرة من المبحوثين، وذلك لجمع المعلومات والبيانات من المبحوثين حول موضوع الدراسة <sup>(2)</sup>.

#### ب- المقابلة المقنية:

وتعتبر المقابلة هي الأداة الثانية التي استخدمها الباحث في دراسته "وهي التي يتم إعداد أسئلتها بطريقة محددة ومقنة قبل المقابلة وتستهدف التعرف إلى آراء المبحوث ووجهات نظره من خلال هذه الأسئلة" <sup>(3)</sup>، وذلك بهدف جمع معلومات حول شبكات التواصل الاجتماعي من باحثين وخبراء في شبكات التواصل الاجتماعي.

#### وتم تقسيم صحيفة الاستقصاء وفقاً للتالي:

1. الوحدة الأولى: تحتوى على البيانات الرئيسية والسمات العامة لعينة الدراسة.
2. الوحدة الثانية: تحتوى على استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي.
3. الوحدة الثالثة: تتضمن إيجابيات وسلبيات شبكة التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة.

(1) سمير حسين، المرجع السابق، ص206

(2) سمير حسين، المرجع نفسه، ص206

(3) المرجع نفسه، ص200

4. الوحدة الرابعة: وتتضمن تقييم واقتراحات من وجهة نظر عينة الدراسة.

**وتم بناء صحيفة الاستقصاء بإتباع الخطوات التالية:**

بعد اطلاع الباحث على الأدب الإعلامي والدراسات السابقة المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي، واستطلاع آراء نخبة من المتخصصين في هذا المجال عن طريق المقابلات المهنية ذات الطابع غير الرسمي، وبناءً على التوجيهات المستمرة من قبل المشرف الأكاديمي، قام الباحث ببناء صحيفة الاستقصاء وفق الخطوات التالية:

- تحديد المجالات الرئيسية التي شملتها صحيفة الاستقصاء.
- صياغة فقرات كل مجال.
- إعداد الاستبانة في صورتها الأولية.
- عرض الاستبانة على المشرف لاعتماد ما يراه مناسباً، وتعديل ما يراه غير مناسب.
- تعديل الاستبانة بناءً على توجيهات المشرف.
- عرض الاستبانة على مجموعة المحكمين من الإعلاميين، المتخصصين في الصحافة والإعلام وخبراء بشبكات التواصل الاجتماعي، ومن أعضاء هيئات التدريس في الجامعات العربية والفلسطينية بغزة<sup>(1)</sup>.

**(1) الأساتذة المحكمون للاستبانة:**

- 1- أ.د. جواد الدلو - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية-غزة
- 2- أ.د. شريف درويش اللبناني أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة - مصر
- 3- أ.د. حسين أبو شنب أستاذ الإعلام بجامعة فلسطين - غزة
- 4- د.أحمد ابو السعيد أستاذ الإعلام المشارك بجامعة الأقصى-غزة
- 5- د.ماجد تريان أستاذ الإعلام المشارك بجامعة الأقصى، غزة
- 6- د.علي نجادات أستاذ الإعلام المشارك بجامعة اليرموك - الأردن
- 7- د.طلعت عيسى أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الإسلامية-غزة
- 8- د.احمد الترك أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الإسلامية-غزة
- 9- د.حسن ابو حشيش أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الإسلامية-غزة
- 10- د.ایمن ابو نقيرة أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الإسلامية-غزة
- 11- د.بشرى الحمداني أستاذ الإعلام المساعد بجامعة بغداد - العراق
- 12- د.نعميم المصري أستاذ الإعلام المساعد بكلية فلسطين التقنية بدير البلح-فلسطين
- 13- أ. محمد بريخ، مدرس الإحصاء التطبيقي بقسم الاقتصاد بالجامعة الإسلامية -غزة
- 14- أ.خالد صافي خبير ومتخصص في شبكات التواصل الاجتماعي-غزة

- بعد إجراء التعديلات التي أوصى بها المحكمون، تم صياغة بعض الفقرات، بناءً على توجيهات المشرف، وبذلك بلغ عدد مقاييس الدراسة (4) مقاييس، والملحق رقم (1) يبين صحيفة الاستقصاء في صورتها النهائية.

#### صدق الاستبانة:

صدق الاستبانة يعني التأكيد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، كما يقصد بالصدق "شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها، وقد قام الباحث بتقنين فقرات الاستبانة وذلك للتأكد من صدق أداة الدراسة، وقد تم التأكيد من صدق فقرات الاستبيان بطريقتين:

#### 1- الصدق الظاهري للأداة (صدق المحكمين):

قام الباحث بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين تألفت من مجموعة أعضاء من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الفلسطينية والعربية، والمتخصصين في الصحافة والإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، وقد طلب الباحث من المحكمين إبداء آرائهم في مدى ملاءمة العبارات لقياس ما وضعت لأجله، ومدى وضوح صياغة العبارات ومدى مناسبة كل عبارة للمحور الذي ينتمي إليه، ومدى كفاية العبارات لتعطية كل مقياس من مقاييس متغيرات الدراسة الأساسية، هذا بالإضافة إلى اقتراح ما يرون ضروريًا من تعديل صياغة العبارات أو حذفها، أو إضافة عبارات جديدة للأداة الدراسية، وكذلك إبداء آرائهم فيما يتعلق بالبيانات الأولية (الخصائص المهنية والوظيفية) المطلوبة من المبحوثين، إلى جانب مقياس ليكرت المستخدم في الاستبانة.

واستناداً إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبدتها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين، حيث تم تعديل صياغة العبارات وحذف أو إضافة البعض الآخر منها وعلى ضوء تلك الآراء تم استبعاد بعض الفقرات وتعديل بعضها الآخر.

#### 2- الاختبار القبلي للاستماراة Pilot-testing

بعد الانتهاء من إعداد الاستماراة تم اختبار مدى وضوح ودقة الأسئلة قبل التطبيق النهائي على مجتمع الدراسة، لذلك فقد تم إجراء اختبار قبلي للاستماراة على عينة عشوائية من طلبة الجامعات الفلسطينية مجتمع الدراسة تبلغ 40 مفردة بنسبة 10% من إجمالي عينة الدراسة.

وبناءً عليه فقد تم حذف وإضافة بعض الأسئلة والإجابات، وتوضيح بعض النقاط المهمة وغير الواضحة، وغلق بعض الأسئلة المفتوحة وإلغاء بعض الأسئلة المكررة، وإضافة بعض الإجابات الاختيارية، وإعادة صياغة بعض الأسئلة لتلائم مدى قدرة المبحوث للإجابة عليها .

وقد تم ملء الاستبيانات بتاريخ 28-11-2013م، من قبل طلبة الفصل الأول المسجلين في: من جامعة الأقصى وجامعة الأزهر والجامعة الإسلامية وتم استرداد 390 استبياناً من أصل 400 استيانة.

#### المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة :

##### 1- المراجعة المكتبية:

تمت مراجعة كل استمارة وترقيمها بأرقام مسلسلة، والتأكد من وضوح إجابات المبحوثين واستبعاد الاستبيانات التي لا تحقق القدر المقبول علمياً من الصدق، ولم يتم استبعاد أي استمارة.

##### 2- ترميز البيانات:

من خلال إعداد دليل الترميز وتحويل إجابات المبحوثين إلى أرقام لإعدادها للدخول إلى الحاسب الآلي ومعالجتها.

##### 3- إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي ومعالجتها:

تم إدخال جميع البيانات الموجودة في الاستبيانات إلى الحاسب الآلي ، وقد تم استخدام برنامج الخزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) Statistical Package for Social Science، وتمت معالجة هذه البيانات بعد إدخالها مع الاعتماد على عدة معاملات إحصائية لرصد العلاقات بين متغيرات الدراسة بما يتناسب مع أهدافها والفرضيات التي تسعى للتحقق منها، وفيما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

###### 1- التكرارات والنسبة المئوية .

. اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان Cronbach's Alpha

. معادلة سبيرمان براون للثبات Spearman-Brown Coefficient

4- اختبار t للفرق بين متوسط عينتين مستقلتين Independent samples T .test

5- اختبار t للعينة الواحدة One sample T test

6- اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين ثلاث عينات فأكثر One way ANOVA

7- استخدام اختبار العلاقة بين المتغيرات الوصفية Chi Square

**مقاييس الدراسة :****1 - اختبار صدق وثبات مقياس دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي**

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لإيجاد العلاقة الارتباطية بين العبارات الفردية والزوجية، وتم إيجاد معامل ارتباط بيرسون بين معدل الأسئلة الفردية الرتبة ومعدل الأسئلة الزوجية الرتبة لكل بعد، وقد تم تصحيح معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط سبيرمان برون للتصحیح (Spearman-Brown Coefficient) حسب المعادلة التالية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2r}{r+1} \quad \text{حيث } r \text{ معامل الارتباط وقد بين جدول رقم (2)} \quad \text{يبين أن هناك معامل ثبات كبير نسبياً}$$

لفرقـات الاستبيان:

(جدول(2)

**يوضح نتائج معامل ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية**

**لمقياس دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي**

القيمة	معاملات
0.543	ألفا كرونباخ
0.624	معامل الفرقـات الفردية
0.647	معامل الفرقـات الزوجية
0.701	معامل الارتباط بينهما
0.824	معامل الارتباط المعدل

**2 - اختبار صدق وثبات مقياس الإشباعات المتحققـة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي**

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لإيجاد العلاقة الارتباطية بين العبارات الفردية والزوجية تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون بين معدل الأسئلة الفردية الرتبة ومعدل الأسئلة الزوجية الرتبة لكل بعد، وقد تم تصحيح معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط سبيرمان برون للتصحیح (Spearman-Brown Coefficient) حسب المعادلة التالية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2r}{r+1} \quad \text{حيث } r \text{ معامل الارتباط وقد بين جدول رقم (3)} \quad \text{يبين أن هناك معامل ثبات$$

كبير نسبياً لفرقـات الاستبيان:

**جدول(3)**

يوضح نتائج معامل ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية  
لقياس الإشباعات المتحققة من استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي

القيمة	معاملات
0.735	ألفا كرونباخ
0.596	معامل الفقرات الفردية
0.611	معامل الفقرات الزوجية
0.523	معامل الارتباط بينهما
0.687	معامل الارتباط المعدل

**مجتمع الدراسة:**

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الطلبة الجامعيين في الجامعات الفلسطينية النظامية الرئيسية الثلاث بمحافظات غزة وهي: الجامعة الإسلامية، جامعة الأقصى، جامعة الأزهر، والبالغ عددهم (52576) طالباً وطالبة وفقاً للسجلات الرسمية في عمادة القبول والتسجيل في الجامعات المذكورة <sup>(1)</sup> باعتبارها أكبر الجامعات النظامية من حيث الطلبة في قطاع غزة وذلك وفق احصائية حصل عليها الباحث من وزارة التعليم العالي الفلسطيني (ملحق رقم 3) وهم موزعين وفق الجدول التالي :

**جدول رقم (4)**

يوضح مجتمع الدراسة

النسبة المئوية من مجتمع الدراسة	المجموع الكلي	النسبة المئوية	العدد	النوع	الجامعة
36	19318	38,9	7648	ذكر	الإسلامية
		61.1	11670	انثى	
36.9	19408	31.3	5591	ذكر	الأقصى
		68.7	13817	انثى	
26.4	13850	49.1	6507	ذكر	الأزهر
		50.9	7343	انثى	
% 100	52576	100 %	52576	المجموع	

(1) إحصائية حصل عليها الباحث من القبول والتسجيل بالجامعات المذكورة خلال الفصل الأول من العام الدراسي(2013-2014) مرفقة في الملحق.

**عينة الدراسة:****أولاً: عينة المصادر:**

اختار الباحث عينة المصادر من مجموع طلبة الجامعات محل الدراسة (الإسلامية - الأقصى - الأزهر) باعتبارها الجامعات النظامية الرئيسية في محافظات غزة والأكثر عدداً من حيث الطلاب، واختار الباحث 400 مفردة كعينة للدراسة وفقاً للعينة الطبقية العشوائية: " وهي التي يتم فيها تقسيم المجتمع أو الإطار إلى أقسام أو طبقات متباينة داخلها، ومختلفة فيما بينها، ويتم سحب وحدات المعاينة بالنسبة لكل طبقة على حدة إما بطريقة عشوائية أو منتظمة، ثم تستخدم هذه التقديرات المتعددة في حساب تقدير متوسط المجتمع بأكمله"<sup>(1)</sup>، وتم توزيع (400) استبانة وتم استرداد 390 استبيان، ولم يتم استبعاد أي منها لعدم تحقق الشروط الازمة.

**جدول رقم (5)**

جدول يوضح آلية اختيار عينة الدراسة من طلبة الجامعة الإسلامية، وجامعة الأقصى، وجامعة الأزهر.

الجامعة	طلاب	طلاب العينة المطلوبة	طلاب	طلبات العينة المطلوبة	المجموع	العدد الكلي
الإسلامية	7648	58	11670	89	19318	147
الأقصى	5591	43	13817	105	19408	148
الأزهر	6507	49	7343	56	13850	105
المجموع	19746	150	32830	250	52576	400

$$n = \left( \frac{z}{2m} \right)^2$$

وقد حدد الباحث عينة الدراسة وفقاً للمعادلة الآتية :

$$n_{correct} = \frac{nN}{N + n - 1}$$

وكان حجم العينة المعدل:

حيث مستوى الدلالة  $\alpha$  يساوي 0.05

الخطأ الهامشي يساوي 0.05

من خلال القانون الأول يكون عدد العينة 384 وحجم العينة المعدل يساوي 382 وقام الباحث بتوزيع 400 استبانة وكان الهدف من زيادة 18 استبانة لتقليل حجم الاستبيانات غير

(1) سمير حسين، بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 298

المسترددة من المبحوثين وقد تم اختيارهم عشوائياً بعد تقسيم المجتمع الدراسة إلى طبقات هي (الجامعة الإسلامية، الأزهر، الأقصى) وفقاً للعينة الطبقية بناءً على القانون التالي

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

حيث  $n_i$  حجم العينة المطلوبة في الطبقة

$N_i$  حجم الطبقة

$N$  حجم المجتمع

$n$  حجم العينة دراسة

وفيما يلي الخصائص الديمغرافية للمبحوثين:

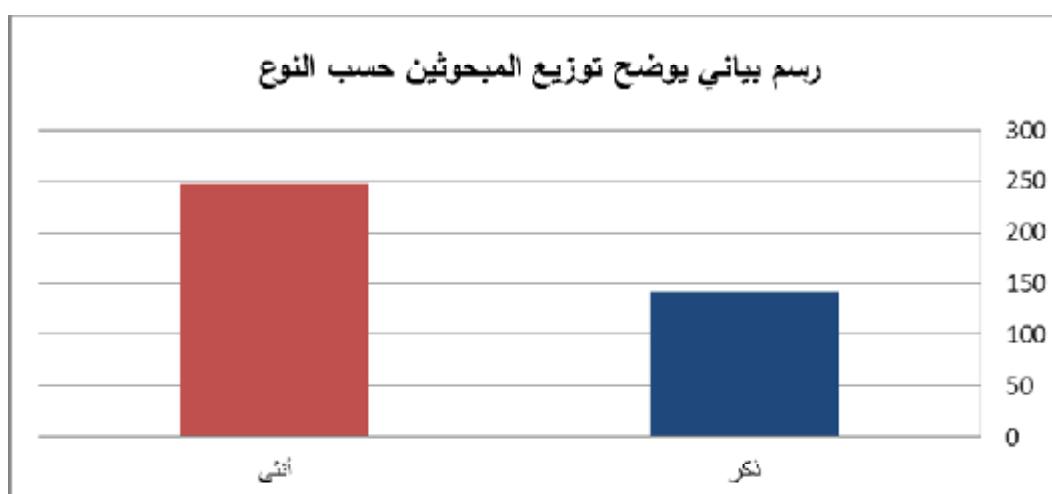
#### 1. النوع

جدول(6)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	التكرار	النوع
63.6	248	أنثى
36.4	142	ذكر
100.0	390	المجموع

يتضح من الجدول رقم (6) أن ما نسبته 36.4 % من المبحوثين هم من الذكور، وما نسبته 63.6 % هم الإناث، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



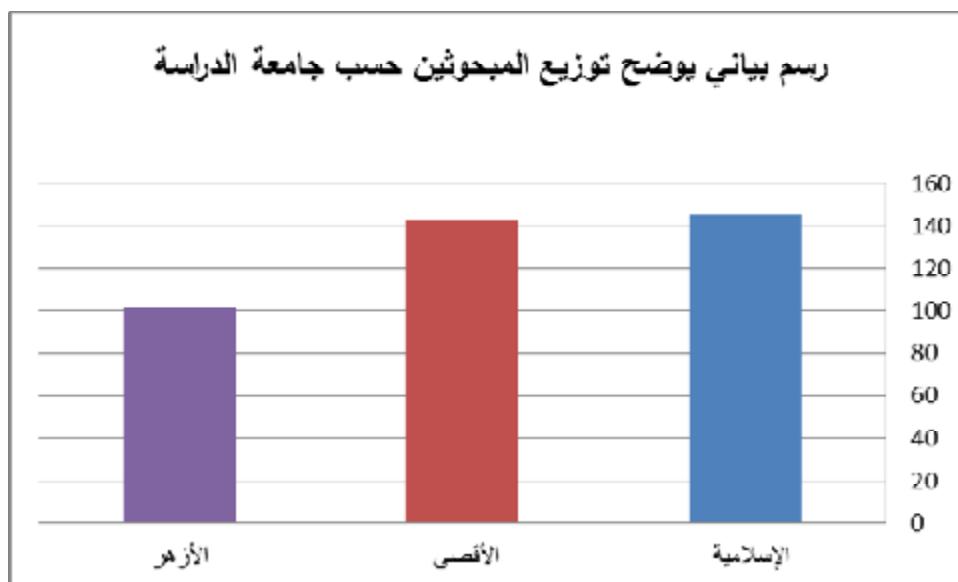
## 2. جامعة الدراسة

جدول(7)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النكرار	جامعة الدراسة
37.2	145	الإسلامية
36.7	143	الأقصى
26.1	102	الأزهر
100.0	390	المجموع

يتضح من الجدول رقم (7) أن ما نسبته 37.2% من المبحوثين هم من الذين يدرسون في الجامعة الإسلامية، وما نسبته 36.7% هم من الذين يدرسون في جامعة الأقصى، وما نسبته 26.1% هم من الذين يدرسون في جامعة الأزهر، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



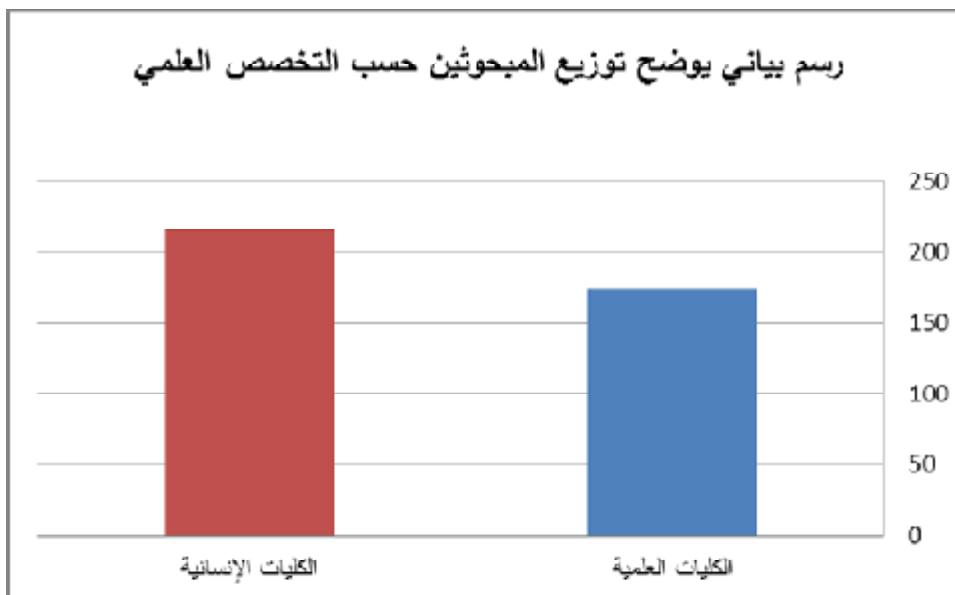
## 3. التخصص العلمي

جدول(8)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النكرار	التخصص العلمي
55.4	216	الكليات الإنسانية
44.6	174	الكليات العلمية
100.0	390	المجموع

يتضح من الجدول رقم (8) أن ما نسبته 44.6% من المبحوثين تخصصاتهم في الكليات العلمية، وما نسبته 55.4% هم من الذين تخصصاتهم في الكليات الإنسانية، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.

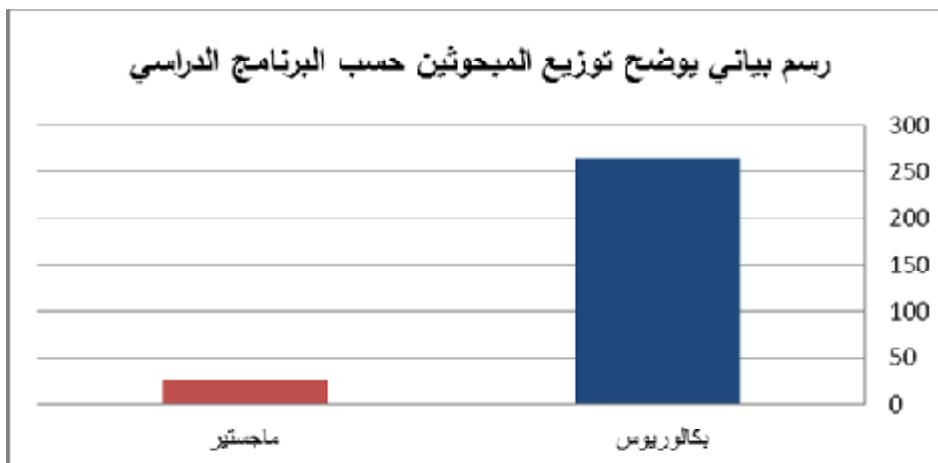


#### 4. البرنامج الدراسي

**جدول (9)**  
يوضح التكرارات والنسب المئوية

البرنامج الدراسي	النسبة المئوية	النسبة المئوية
بكالوريوس	93.6	265
ماجستير	6.4	25
المجموع	100.0	390

يتضح من الجدول رقم (9) أن ما نسبته 93.6% من المبحوثين يدرسون في برامج الدرجة الجامعية "البكالوريوس"، وما نسبته 6.4% هم من الذين يدرسون في برامج الدراسات العليا "الماجستير"، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



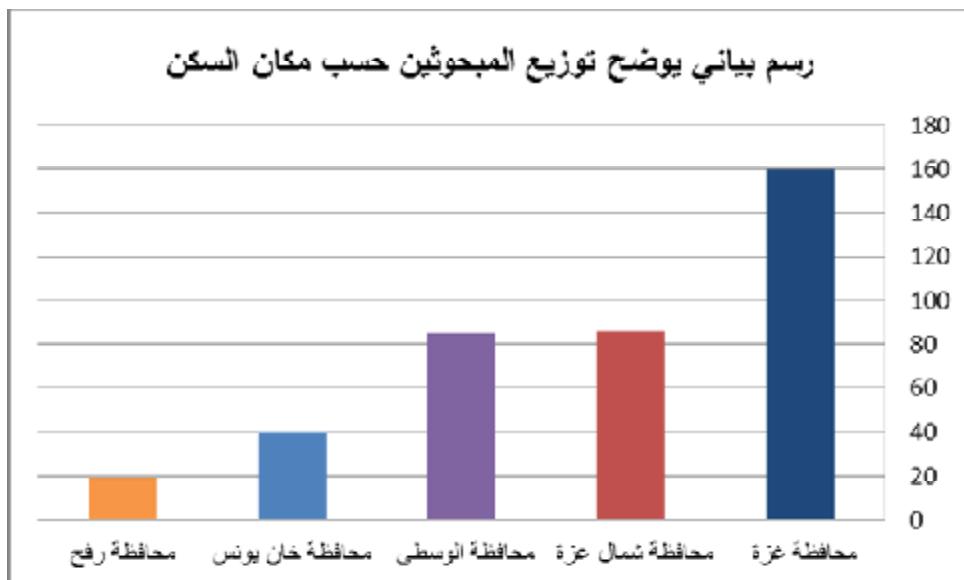
## 5. مكان السكن

جدول(10)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

مكان السكن	النسبة المئوية	التكرار
محافظة غزة	41.0	160
محافظة شمال غزة	22.0	86
محافظة الوسطى	21.8	85
محافظة خان يونس	10.3	40
محافظة رفح	4.9	19
المجموع	100.0	390

يتضح من الجدول رقم (10) أن ما نسبته 41.0% من المبحوثين هم من يسكنون في محافظة غزة، وما نسبته 22.0% هم من الذين يسكنون في محافظة شمال غزة، وما نسبته 21.8% هم من الذين يسكنون في محافظة الوسطى، وما نسبته 10.3% هم من الذين يسكنون في محافظة خان يونس، وما نسبته 4.9% هم من الذين يسكنون في محافظة رفح، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



## ثانياً: فترة الدراسة:

تم توزيع الاستبانة بتاريخ 28-29/11/2013، على طلبة الفصل الأول المسجلين في كلٍ من جامعة الأقصى وجامعة الأزهر والجامعة الإسلامية وتم استرداد 390 استبانة وقد 10 من أصل 400 استبيان تم توزيعه على طلبة الجامعات المذكورة.

## المفاهيم الأساسية للدراسة :

### أ- شبكات التواصل الاجتماعي:

هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح لمستخدميها التواصل في أي وقت يشائون وفي أي مكان من العالم، وقد ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعودت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتاجاجية، وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي (فيسبوك، تويتر، يوتوب، جوجل بلص، ولينك ان) وأهمها هي شبكة (الفيسبوك)، والتي يتزايد مستخدموها سنوياً بشكل مضطرب<sup>(1)</sup>.

وهي تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جمادات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم "العقدة - Node" بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد

(1) محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتنقين، مرجع سابق، ص36.

ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص<sup>(1)</sup>.

ويعرفها الباحث إجرائياً هي شبكات الكترونية على شبكة الإنترنت نشأت مع ظهور الجيل الثاني للإنترنت (web0.2) وتتيح لمستخدمها الدخول المجاني وتنعم بالتفاعلية وحرية النشر، الهدف من إنشائها هو التواصل الاجتماعي لمستخدميها، ولديها عدة استخدامات ووظائف أهمها التواصل الاجتماعي والوظائف الإعلامية.

#### ب- الجامعات النظامية:

هي الجامعات النظامية التي تتبع نظام التعليم النظامي المعتمدة من مجلس التعليم العالي بوزارة التربية والتعليم بدولة فلسطين.

#### ت- الطلبة الجامعيين:

هم الطلبة الملتحقين بالجامعات النظامية المذكورة أعلاه ضمن برامج البكالوريوس والماجستير في الفصل الدراسي الأول من العام 2013-2014.

#### صعوبات الدراسة:

- 1- ندرة المراجع المكتبية المتوفرة في قطاع غزة حول شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- الحصار والإغلاق على قطاع غزة والذي حال دون سفر أو مغادرة الباحث لجلب كتب ومراجع حول الدراسة .
- 3- انقطاع التيار الكهربائي لفترات طويلة شكل عاملاً مهماً في عرقلة عمل البحث.
- 4- العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة في شهر يوليو 2014 على قطاع غزة، تعرض الباحث للتلös من منزله نتيجة القصف الإسرائيلي لفترة شهرين وانعدام خدمات الكهرباء لفترة تزيد عن الشهر بعد انتهاء العدوان في منطقة سكن الباحث .

#### تقسيمات الدراسة:

قسم الباحث الدراسة إلى أربعة فصول موزعة كالتالي :

**الفصل الأول:** يحتوي على الإجراءات المنهجية للدراسة وهي : أهم الدراسات السابقة، موقع الدراسة من الدراسات السابقة، الاستدلال على المشكلة، مشكلة الدراسة، أهمية الدراسة،

(1) محمد عواد، تقرير شامل عن شبكات التواصل الاجتماعي، منشور بموقع تأملات - بتاريخ 5-10-2010 - تاريخ الدخول للموقع 22-4-2013 على الرابط التالي: <http://goo.gl/vdiBmS>

أهداف الدراسة وتساؤلاتها، نوع الدراسة، منهج الدراسة، أدوات الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، تحديد المفاهيم، تقسيم الدراسة.

**والفصل الثاني:** يحتوي الإطار النظري للدراسة "نظيرية الاستخدامات والإشباعات" **والفصل الثالث:** يتطرق إلى " شبكات التواصل الاجتماعي ، ويحتوي على مبحثين: المبحث الأول بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي مفهومها ونشأتها وأقسامها ، والمبحث الثاني: يتضمن أبرز خصائص شبكات التواصل الاجتماعي ومميزاتها واستخداماتها والخدمات المقدمة وأبرز سلبياتها.

**أما الفصل الرابع:** نتائج ونوصيات الدراسة:

ويحتوى على أربعة مباحث، الأول بعنوان: نتائج الدراسة الميدانية ، والمبحث الثاني يحتوى أبرز نتائج الدراسة الميدانية ، والمبحث الثالث يحتوى مناقشة نتائج وفرضيات الدراسة الميدانية ، والمبحث الرابع يحتوى على التوصيات ، ومن ثم المراجع فالملاحق .

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للدراسة

(نظرية الاستخدامات والإشبعات)

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للدراسة

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري وفي بناء فروضها على نظرية الاستخدامات والإشاعات، وهذه النظرية تعتبر من النظريات المهمة في مجال الدراسات الإعلامية الحديثة على أساس أنها تحاول فهم عملية الإعلام، وكذلك تحاول أن تستكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام، وما دوافع تعرضهم التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون، أو شراء وقراءة الصحف، أو سماع برامج الإذاعة، أو التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي.

#### أولاً: تقديم عن نظرية الاستخدامات والإشاعات:

تبلور مدخل الاستخدامات والإشاعات التي في بداية السبعينيات من القرن العشرين كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام للسيطرة على جمهور وسائل الاتصال، وتعنى هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة تطبيقية منظمة حيث تظهر هذه النظرية إيجابية الجمهور وتعتبره جمهوراً نشطاً وليس مستقبلاً سلبياً لوسائل الاتصال الجماهيري، حيث ينتقي الأفراد الوسائل التي يتعرضون لها وكذلك المضمون الذي يشبع رغباتهم، وحاجاتهم النفسية والاجتماعية عبر قنوات المعلومات والترفيه المتوفرة<sup>(1)</sup>.

ويهتم مدخل الاستخدامات والإشاعات بالسمات الاجتماعية والفردية، وعلاقتها بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع وال حاجات الفردية والمدخل السلوكي الذي ستستخدمه الدراسة " الرصد عادات وكثافة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين " وذلك في إطار مدخل الاستخدامات والإشاعات، وقد ظهرت هذا المدخل في الأربعينات والخمسينيات من القرن العشرين في أعقاب في تراجع إيمان الباحثين بنظرية التأثير القوي وال مباشر لوسائل الإعلام الذي عرف بنموذج الرصاصة السحرية أو الحقن تحت الجلد، وسيطر اتجاه يميل إلى تأييد نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام الذي يعد مدخل الاستخدامات والإشاعات أحد نماذجها<sup>(2)</sup>.

وقدم هذا المدخل للمرة الأولى في عام 1959 م، بينما تحدث عالم الاتصال المعروف " كانتر " عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال والتوكيل على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلاً من الحديث عن تأثيرها على الجمهور، واقتصر على الباحثين ضرورة

(1) منال المزاهرة، مرجع سابق، ص 170

(2) منال المزاهرة، المرجع نفسه، ص 172

التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دوراً وسيطاً في هذا التأثير من خلال البحث عن إجابة السؤال: ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟<sup>(1)</sup>.

ويقوم مدخل الاستخدامات على أساس المدخل الوظيفي الذي يتلخص في أن تحديد وسائل الإعلام في المجتمع يتم من خلال استخدامات الناس لهذه الوسائل، وإن تأثير وسائل الإعلام يتوقف على طبيعة الجمهور، والظرف الإتصالي وتأثير الجماعة، وتأثير الدوافع وال حاجات والفرق الفردية والعوامل الديموغرافية<sup>(2)</sup>.

### ثانياً: ماهية نظرية الاستخدامات والإشباعات:

نظرية الاستخدامات والإشباعات هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام، خلافاً للنظريات المبكرة مثل: نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية منفصلة، وتتصرف بناءً على نسق واحد، فأسلوب الأفراد أو وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية<sup>(3)</sup>.

وهي من النظريات المهمة في مجال الدراسات الإعلامية الحديثة على أساس أنها تحاول فهم عملية الإعلام، واستكشاف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وما دوافع تعرضهم التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون أو شراء وقراءة الصحف أو سماع برامج الإذاعة أو التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد تبلور مدخل الاستخدامات والإشباعات في بداية السبعينيات من القرن العشرين كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام للسيطرة على جمهور وسائل الاتصال، وتعنى هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة تطبيقية منظمة حيث تظهر هذه النظرية إيجابية الجمهور وتعتبره جمهوراً نشطاً وليس مستقبلاً سلبياً لوسائل الاتصال الجماهيري، حيث ينتقي الأفراد الوسائل التي يتعرضون لها، وكذلك المضمون الذي يشبع رغباتهم، وحاجاتهم النفسية والاجتماعية عبر قنوات المعلومات والترفيه المتوفرة<sup>(4)</sup>.

(1) جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط1(القاهرة: دار الفكر العربي للطباعة والنشر، 1987) ص 505.

(2) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في وسائل الإعلام، ط1(القاهرة: عالم الكتب، 1993) ص30

(3) محمد حجاب، المعجم الإعلامي، ط1(القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004) 2584.

(4) منال المزاهرة، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص170

وبهتم مدخل الاستخدامات والإشباعات بالسمات الاجتماعية والفردية، وعلاقتها بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع وال حاجات الفردية والمدخل السلوكي الذي ستستخدمه الدراسة لرصد عادات وكثافة التعرض وذلك في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات، وقد ظهر هذا المدخل في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين في أعقاب في تراجع إيمان الباحثين بنظرية التأثير القوي والمبادر لوسائل الإعلام الذي عرف بنموذج الرصاصة السحرية أو الحقن تحت الجلد، وسيطر اتجاه يميل إلى تأييد نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام الذي يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات أحد نماذجها<sup>(1)</sup>.

ويقوم مدخل الاستخدامات على أساس المدخل الوظيفي الذي يتلخص في أن تحديد وسائل الإعلام في المجتمع يتم من خلال استخدامات الناس لهذه الوسائل، وإن تأثير وسائل الإعلام يتوقف على طبيعة الجمهور، والظرف الاتصالي وتأثير الجماعة، وتأثير الدوافع وال حاجات والفرق الفردية والعوامل الديموغرافية<sup>(2)</sup>.

ومن هنا تحول اهتمام الباحثين من التركيز على سؤال ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس؟ إلى ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟، أي أن اهتمام الباحثين تحول من التركيز على الرسالة والقائم بالاتصال إلى تركيز على الجمهور النشيط المستهل لوسائل الإعلام، الذي يستخدم تلك الوسائل عن عدم لإنجاز أهداف محددة، ومن هنا فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات يجعل من الجمهور نقطة انطلاق، ولذلك أصبح بدليلاً عن نموذج الإنفاذ، ومن هذا المنطلق أصبح السؤال الرئيسي في استخدام وسائل الإعلام وإشباعاتها ليس هو كيف تغير وسائل الإعلام اتجاهاتها وسلوكنا ولكن كيف تلبى احتياجاتنا الاجتماعية والفردية<sup>(3)</sup>.

### ثالثاً: أهداف وفرضيات نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يسعى منظور الاستخدامات والإشباعات لتحقيق ثلاثة أهداف هي<sup>(4)</sup>:

1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته .

(1) منال المزاهرة، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص172

(2) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص30

(3) سهام نصار، استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباعات المتحقق منها ، المجلد الثالث - العدد الأول، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير - مارس 2002) 235-23.

(4) حسن عماد وليلي السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط1 ( القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، م ) ص242 .

2- الكشف عن دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

والاستخدامات والإشاعات في نموذج كاتر يمكن تلخيصها في الفروض الخمسة التالية: <sup>(1)</sup>

1- جمهور المتألقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

2- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و اختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته .

3- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات .

4- الجمهور هو وحده قادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام ؛ لأنّه هو الذي يحدد اهتمامه وحاجاته ودوافعه، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته .

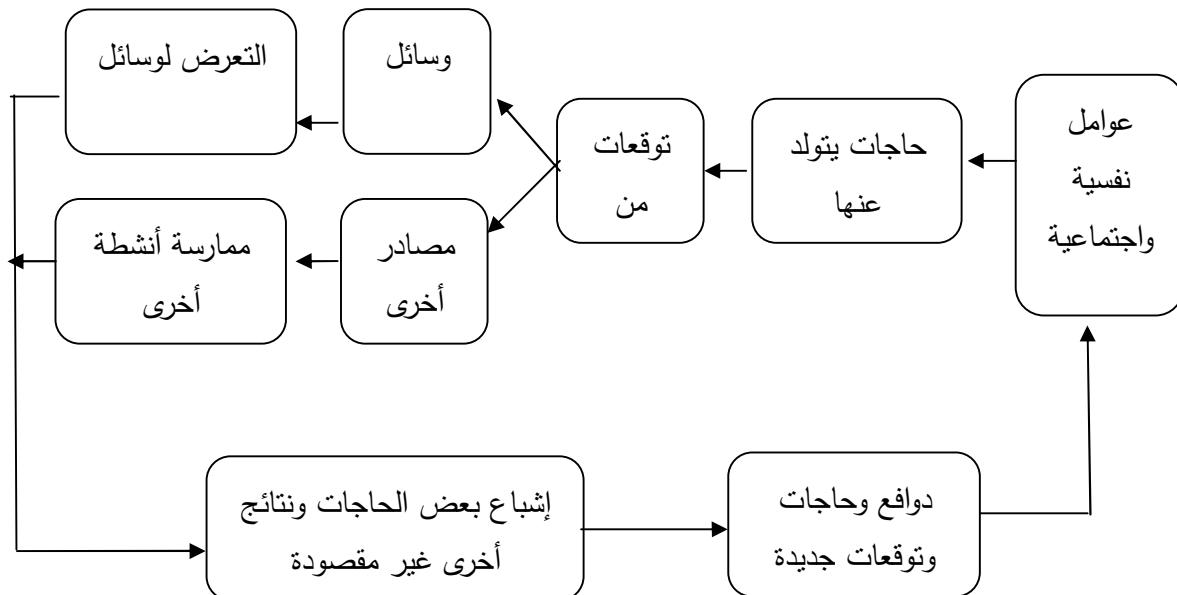
5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه.

واهتم كاتر بصياغة العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية والإشاعات التي يسعى للحصول عليها من بين البذائع الوظيفية المختلفة ومنها وسائل الإعلام ومحتها، وبناءً على نتائج العديد من البحوث صاغ " كاتر وزملاؤه " نموذجاً للعلاقة بين استخدام الأفراد وسائل الإعلام وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد مقارنةً بالبذائع الأخرى الوظيفية التي قد يتوجه إليها الفرد لتلبية حاجاته، مثل الأنشطة الثقافية الأخرى، وحدد " كاتر وزملاؤه " مدخل الاستخدامات والإشاعات بالنموذج التالي: <sup>(2)</sup>

(1) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير . ط 3 ( القاهرة: عالم الكتب، 2010 ) ص 284.

(2) محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 284

## نموذج "Katz and al" للاستخدامات والإشباعات يعرض العلاقة بين استخدام الأفراد وسائل الإعلام وما تشعه من احتياجات



### رابعاً: عناصر نظرية الاستخدامات :

يتضمن نموذج الاستخدامات والإشباعات على خمسة عناصر وهي الجمهور النشط، والأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام، ودافع الاستخدامات، وتوقعات الجمهور من وسائل الإعلام، وأخيراً إشباعات وسائل الإعلام.

#### 1- الجمهور النشط:

الجمهور النشط وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباعات يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته وأهدافه، ولديه الوعي الذي يمكنه أن يحدد بوضوح الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل، ومنها يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذا المدخل .

وتشير الدراسات الحديثة في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى أن مفهوم الجمهور النشط لا يفترض فقط أن الجمهور يختار ما يتعرض له من وسائل ورسائل إعلامية، بل يتعدى ذلك إلى اختيار المعنى الذي يفسر في إطار هذه الرسائل، فالمعنى غير كامن في الرسالة الإعلامية بل هو كامن في ذهن هذا الجمهور النشط، الذي يفسر ما يتلقاه من رسائل في ضوء خبراته واستعداداته سابقة وعلاقات اجتماعية وإطار دلالي، ومدى توافق هذه الرسائل مع ما لديه من اتجاهات ومعتقدات وقيم وآراء <sup>(1)</sup>.

(1) رضا أمين، النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني، ط1( القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام، بدون، 2007) ص73.

ومفهوم الجمهور النشط ينفي الفكرة القائلة بوجود معنى واحد للرسالة يفسر في إطار كل أفراد الجمهور مفردات هذه الرسالة، فهو جمهور نشط في اختيار الرسائل التي يتعرض لها، وهو نشط أيضاً في تفسير معنى هذه الرسالة بالطريقة التي ترضيه، وقد يفسر هذه الرسائل بطريقة قد تتناقض مع المعنى الذي يهدف إليه القائم بالاتصال.

وأشارت الدراسات التي أجريت مؤخراً إلى نشاط وافر ومتقن للجمهور في ظل التطور التكنولوجي يكشف عن مزيد من الإيجابية لهذا الجمهور، ومزيد من القوة التي اكتسبها والتي أتاحت له كسر احتكار الدول للإعلام، وسيطرتها على مصادر الإعلام، ومكنته من الحصول على الكثير من المعلومات والأراء التي ربما كانت محظورة في دولهم، ويقول (Galany) إن الأفراد أمكنتهم في إطار ما يتمتعون به من إيجابية أن يطوروا استخدام الوسائل التكنولوجيا الحديثة، ويستخدمونها لتحقيق أهداف ربما لم ترد على بال صانعيها ولم تصمم من أجلها<sup>(1)</sup>.

**ويقسم الباحثون نشاط إيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة إلى ثلاثة مستويات:** <sup>(2)</sup>

- أ- الانتقائية:** وهي سابقة على التعرض لوسائل الاتصال .
- ب- الاستغرق والاندماج:** أثناء التعرض لوسائل الإعلام.
- ت- الإيجابية:** بعد التعرض لوسائل الاتصال، وتشمل إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض والاشتراك في مناقشة حول موضوع الرسالة الإعلامية .

وقد أضافت الإنترن特 والصحافة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي بعدها جديداً لهذه المستويات، حيث عمقت من مفهومها وأضافت معانٍ جديدة لكل من الانتقائية والاستغرق الذي يشغل متتصفح الإنترنط بشكل لا يوجد مع وسيلة أخرى، والإيجابية التي يمارسها القائمون بالتصفح عبر موقع الإنترنط .

## **2- الأصول الاجتماعية والنفسية:** <sup>(3)</sup>

وتعني أن أسباب استخدام وسائل الإعلام تكمن في ظروف اجتماعية ونفسية يتم الإحساس بها كمشكلات، وتستخدم وسائل الإعلام لحل هذه المشكلات (تبني الاحتياجات) في

(1) رضا أمين، النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص73.

(2) رضا أمين، النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص74.

(3) سهام نصار، استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشاعات المتحففة منها ، مرجع سابق، ص238

مسائل تتعلق بالحصول على المعلومات، والاتصال الاجتماعي، والتسلية، والتطور الاجتماعي والهوية الشخصية، والهروب والتسلية وملء وقت الفراغ، والتحول والتعلم .

ومع تطور النموذج تم التأكيد على روابط رئيسة معينة: بين الخلفية الاجتماعية، الخبرة، التجربة، والتوقعات من وسائل الإعلام، وبين التوقعات السابقة واستخدام الوسائل الإعلامية وبين الإشباعات المتوقعة، وتلك التي تم الحصول عليها من وسائل الإعلام، ولذلك تم صياغة جديد عن علاقة الأصول النفسية والاجتماعية على النحو التالي: <sup>(1)</sup>

الظروف الاجتماعية الشخصية والميول أو النزعات النفسية يؤثران معاً في كلٍ من العادات العامة لاستخدام وسائل الإعلام، وأيضاً في المعتقدات والتوقعات عن الفوائد التي قدمتها وسائل الإعلام، والتي تشكل أعمالاً أو تصرفات محددة لاختيار وسائل الإعلام واستهلاكها، يتبعها تقييم للخبرة والتجربة وإمكانية تطبيق الفوائد المكتسبة في مجالات أخرى من النشاط الاجتماعي .

وقد افرز هذا السياق مفهوم "التوقع" الذي عبر عنه بال مجرين وربيرين بمصطلح "مدخل التوقع" والذي يرى أن سلوك وسائل الإعلام يقوم على اعتقاد بان نوعاً خالصاً من محتوى وسائل الإعلام له خصائص يتصور المستخدمون أنها تحمل قيمة سلبية أو إيجابية .

### 3- دوافع الاستخدامات:

قسمت أغلب دارسات الاتصال دوافع الاستخدامات لدى الجمهور إلى فئتين: <sup>(1)</sup>

#### أ- دوافع منفعة:

حيث يقوم الفرد باختيار المضمون الذي يتعرض له، وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام، والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية، ويندرج تحت هذا النوع من الدوافع الحاجة إلى مراقبة البيئة.

#### ب- دوافع طقوسية:

وفيها يقوم الفرد بالتعرف لوسائل الإعلام بدون قصد مسبق، وذلك بهدف تمضية الوقت في الاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات والتواصل الاجتماعي، وتعكس هذه في البرامج الخيالية.

أما ماكويل وزملائه في عام 1972 فقد اقترحوا أربع فئات للدوافع تم التوصل إليها أمبريقياً وهي:  
أ- التحول: ويشمل الهروب من المشكلات والروتين والراحة النفسية.

(1) حسن مكاوي، ليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ص 246-247.

ب- العلاقات الشخصية: ويقصد بها الاستخدام الاجتماعي للمعلومات في المناوشات، واستخدام وسائل الإعلام كرفيق، أو الاستعاضة عنها عن الصحبة.

ت- الهوية الشخصية: وتشمل تعزيز القيم، وفهم الذات، واكتشاف الحقيقة وغيرها .

ث- المراقبة: ويقصد بها الحصول على معلومات عن أشياء ربما تؤثر في الفرد أو تساعد في عمل أو انجاز شيء .

ونظرا لأن دوافع التعرض لوسائل الإعلام تتبع من حاجات الجمهور، أحصى كاتر وزملاؤه في عام 1973 قائمة بنحو 35 حاجة تم استخراجها من الدراسات السابقة عن الوظائف الاجتماعية والنفسية لوسائل الإعلام وصنفوها في خمس فئات رئيسة، وصنفت الباحثة نجوى عبد السلام الدوافع وال حاجات التعرض للإنترنت وفقاً لتصنيفات كاتر وزملائه إلى التالي:<sup>(1)</sup>

#### **أ - حاجات معرفية :Cognitive Needs**

وهي أكثر الحاجات التي تتحققها الإنترن트 لمستخدميها، حيث إن الشبكة نشأت لتحقيق عملية التشارك في المعلومات بين المؤسسات العلمية والتعليمية، لذا تحرص العديد من الجهات العلمية ومراكز المعلومات والأبحاث على إتاحة أحداث ما لديها من معلومات من خلال الشبكة والإنترنت تضم معلومات عن البيئة والمنتجات والخدمات المختلفة، وتعتبر بمثابة كتاب كبير يضم مختلف أنواع المعلومات، فشبكة الإنترن트 من إحدى مصادر المعلومات المهمة، حيث تتيح لمستخدميها الوصول للمعلومات سواء عن المجتمع المحلي أو العالم الخارجي أو المعلومات الاختصاصية.

#### **ب - حاجات عاطفية :Affective Needs**

وتشمل استخدام الموقع المخصص للموسيقى والفن والمسرح والسينما ومحفظة مختلفة أنواع النشاط الترفيهي .، ويحقق مستخدم الشبكة الحاجات المعرفية والعاطفية عن طريق عملية التصفح Browsing لهذه الواقع التي تتيح له اكتشاف معلومات جديدة.

#### **ت - حاجات شخصية :Personal Integration needs**

من خلال الحصول على معلومات خاصة بالفرد تقدم خدماتها للفرد بحسب ذاته، ومن أمثلة الحاجات الشخصية التي تلبّيها الإنترنط لمستخدميها، هناك الموقع الخاصة بفرص العمل وشبكات التواصل الاجتماعي، ومواقع العناية بالصحة، ومواقع عروض الزواج.

(1) نجوى عبد السلام، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنط، دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي الرابع: الإعلام وقضايا الشباب (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1998) ص 93

### ث - حاجات اجتماعية :Social integration Needs

حيث تتيح لمستخدميها الاتصال مع الآخرين والمجتمع من خلال البريد الإلكتروني والمحادثة.

### ح - حاجات هروبية :Escapist Needs

وتهدف للترفيه عن الفرد، والتخلص من المشاكل من خلال موقع الألعاب، وهي تعمل على تقليل التوتر لدى مستخدمها.

## 4 - توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

تشير بحوث الاستخدامات والإشباعات إلى أن استخدام وسائل الإعلام يحقق مكافآت يمكن توقعها أو التبؤ بها من جانب أعضاء الجمهور على أساس تجاربهم الماضية مع هذه الوسائل، وهذه المكافآت يمكن اعتبارها تأثيرات نفسية قام الأفراد بتقييمها .

وقد أعاد بالمجرين في عام 1985 صياغة نظرية الاستخدامات والإشباعات على أساس أن الإشباعات المتحققة لها صلة بتوقع أصلي في ما سمي بنظرية القيمة المتوقعة لإشباعات وسائل الإعلام، فالناس يتصرفون على أساس احتمال متصور على أن عمل ما سيكون له نتائج خاصة، كما أنهم يقيمون النتيجة بدرجات متفاوتة وهذه الاعتقادات والتقييمات هي التي توجه الفرد الذي لديه احتياجات يسعى إلى إشباعها إلى استخدام وسائل الإعلام وهذه النظرية تفيد في فهم تأثير تعرض الجمهور لوسائل الإعلام<sup>(1)</sup>.

## 5 - إشباعات وسائل الإعلام :

وفق نظرية الاستخدامات والإشباعات يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الوصول إلى نتائج خاصة يطلق عليها "الإشباعات" وهذه الإشباعات تتتنوع بين إشباعات يسعى إليها المتنلقي، أو إشباعات تتحقق من الاستخدام ويفرق لونس يونر بين نوعين من الإشباعات هما: <sup>(2)</sup>

### أ- إشباع المحتوى

والتي تنتج عن التعرض لمضمون وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين إشباعات توجيهية مثل مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، والنوع الثاني إشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها بشبكة علاقاته الاجتماعية .

(1) سهام نصار، استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباعات المتحققة منها، مرجع سابق، ص 240.

(2) حسن مكاوي، ليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ص 248- 249.

### ب- إشبعات العملية

وهي التي تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين:

#### 1- إشبعات شبه توجيهية :

وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والاسترخاء.

#### 2- إشبعات شبه اجتماعية

وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشبعات مع ضعف علاقة الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة .

### خامساً: تطبيق نظرية الاستخدامات والإشبعات في الاتصال الرقمي:

في ظل التطورات التي تشهدها شبكة الإنترنت " فإن العديد من نظريات التأثير لم تتسع لمواكبة هذه التغيرات؛ وهذا ما جعل نظرية الاستخدامات والإشبعات تتصدر العديد من البحوث التي تدرس استخدام شبكة الإنترنت، والتي يأتي في مقدمتها استخدام الاتصال التفاعلي (الرقمي)، باعتبار أن الدخول لشبكة الإنترنت هو أحد بدائل الاستخدام التي يختار الفرد من بينها لتلبية حاجاته ورغباته، وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشبعات في هذه البحوث والدراسات.

وتطبيق نظرية الاستخدامات والإشبعات في بحوث الاتصال الرقمي (التفاعل) يتطلب مراعاة

عدد من النقاط الأساسية، وهي: (١)

1- إذا كانت فروض النظرية تشير إلى نشاط جمهور وسائل الإعلام والاتصال والاستخدام الموجة من قبلهم، لتحقيق أهداف معينة ومحددة، فإن فئات الجماهير مستخدمي شبكة الإنترنت أكثر نشاطاً ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير النقاويلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي، وبالتالي فإن الفرد يتخذ قراره بالاستخدام عن وعي كامل بالاحتياجات والدافع والرغبات، ومدى إشبعها من استخدام الاتصال الرقمي.

2- يتمثل استخدام الجمهور للشبكة العنكبوتية(الإنترنت) في الاتجاهين التاليين:-

(١) محمد عبد الحميد الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط( القاهرة، عالم الكتب، 2007) ص 254-257.

- أ- الاتجاه الأول: هو الاتصال بالغير من خلال الوسائل المتاحة عبر شبكة الإنترت سواء كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلاً.
- ب- الاتجاه الثاني: هو التجول وتصفح المواقع المتعددة لتلبية الحاجات ورغباته المستهدفة، والتي يتصدرها الحاجات المعرفية بالإضافة إلى الحاجة للتسلية والترفيه، أو الحاجة إلى الإعلان والتسويق.
- 3- يفرض استخدام شبكة الإنترت والتصفح بين مواقعها دراسة مشكلات الاستخدام وقدرة المستخدم على تجاوزها، للدلالة على قوة الارتباط والاستخدام بهذه المواقع ومحتوها أو وظائفها.
- ومن جانب آخر، يفترض مراعاة العلاقة بين إشباع الحاجات والاستخدام، وكذلك يجب التمييز في قياس الاستغرار في المحتوى بين شدة الاستخدام والاستغرار في التجول، ويجب أن يؤخذ بالاعتبار الحاجات والرغبات المتعددة التي تظهر أثناء التصفح والتجوال، والأخرى الدافعة إلى الدخول إلى موقع الشبكة واستخدامها.
- 4- يجب أن يضع الباحث في اعتباره عند اختيار الفروض عزل العوامل المؤثرة في استخدام شبكة الإنترنت.
- سادساً: أهم الإشباعات المتحققة لدى الجمهور المستخدم للإنترنت .
- حدد رضا أمين عدداً من الإشباعات المتحققة لجمهور مستخدمي الإنترت تتمثل في التالي: <sup>(1)</sup>
- 1- استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي (Browsing and Exploring)، حيث كشفت إحدى الدراسات أن الإثارة التي يشعر بها مستخدمو الإنترنت عند اكتشافهم لأبعاد ملامح ذلك العالم الجديد تشبع حاجاتهم للهو والترفيه، كما أنهم في تعرّضهم للمواقع المختلفة قد يصادفون ما يشبع احتياجات معرفية لديهم.
- 2- البحث عن المعلومات (Information seeking) : حيث أظهرت إحدى الدراسات أن(73%) من مستخدمي الإنترنت يبحثون عن المعلومات في مختلف مجالات الحياة، و تستطيع شبكة الويب إشباع الاحتياجات المعرفية لدى المستخدمين.
- 3- الاستمتاع للتسلية (Entertainment)، حيث إن (75%) من مستخدمي شبكة الويب يقومون بذلك للتسلية والترفيه.

(1) رضا أمين، النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص 80-82.

4- الإتصال بالآخرين (communication with other).

5- تحقيق الوجود الافتراضي (virtual presence) وهو من الإشباعات التي يمكن تحقيقها من استخدام شبكة الويب، ويعني الوجود الافتراضي شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية يتيحها الكمبيوتر وتختلف عن البيئة المادية الفعلية التي يوجد بها.

وتعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات الأكثر ملاءمة لدراسة استخدام الإنترن特، وحسب رايس ووليمز (Williams,Rice) فان الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات والنماذج ومنها نظرية الاستخدامات والإشباعات في ظل تحولية الإنترنط<sup>(1)</sup>.

ومدخل الاستخدامات والإشباعات يساعد في دراسة استخدامات إشباعات الأفراد لشبكات التواصل الاجتماعي، وتأثير هذه المواقع الجديدة على الأفراد وعلى استخدامهم لوسائل الاتصال التقليدية<sup>(2)</sup>.

ويأتي اعتماد الدراسة على هذه النظرية من خلال محاولة التعرف إلى عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية (أفراد العينة)، والتعرف إلى الدافع وال حاجات التي تكمن وراء استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها.

واستفاد الباحث من النظرية من خلال تقسيم دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية للشبكات الاجتماعية وكذلك الإشباعات المتحققة من الاستخدام، وبناء الفروض ومعرفة العلاقات بين المتغيرات وربطها ببعضها البعض.

وتم عكس أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات خلال الدراسة ممثلاً بالتالي:

- 1 السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم المبحوثون شبكة التواصل الاجتماعي، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشرع حاجاته وتوقعاته.
- 2 شرح دوافع تعرض المبحوثين لشبكات التواصل والتفاعل الذي يحدث هذا نتيجة التعرض.
- 3 التأكيد على نتائج استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بهدف عملية الاتصال الجماهيري .

(1)Samuel Ebersole(2000), *Uses and Gratifications of the Web among Students*, مرجع سابق.

(2) حسن مكاوي، ليلى السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة ،مرجع سابق، ص ص 246-247.

## الفصل الثالث

### شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها

المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي " المفهوم والنشأة ".

المبحث الثاني: أبرز شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها ومميزاتها واستخداماتها وسلبياتها .

## المبحث الأول

### شبكات التواصل الاجتماعي "مفهومها نشأتها وأقسامها

تمهيد:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعية الأكثر انتشاراً اليوم على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى على الشبكة العنكبوتية، وهو أمر شجع متصفحى الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية الأخرى، في ظل ميزة خاصية التفاعلية المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي، والسرعة في وصول المعلومة وتلقّيها وسهول التعامل معها، وتشير الدراسات والإحصائيات إلى ارتفاع معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي بشكل عام وفي فلسطين بشكل خاص.

وقد تعددت استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بين التواصل والتفاعل الاجتماعي والتسلية والترفيه وقضاء أوقات الفراغ والبحث عن وظائف بالإضافة إلى الاستخدامات الإعلامية المتعددة لهذه الشبكات الاجتماعية التي أصبحت تنافس وسائل الإعلام الأخرى في عدد المستخدمين والمتابعين لها .

وتتفق شبكات التواصل الاجتماعي في الخصائص والمميزات مع أدوات الإعلام الجديد وتطبيقاته، وهناك من اعتبرها إعلام جديداً، ولكن الباحث يرى أنها أقرب إلى تسمية "شبكات التواصل الاجتماعي" وإن كانت لديها وظائف إعلامية متعددة، حيث إن الهدف الأساسي من إنشائها كان التواصل الاجتماعي .

#### أولاً: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية: هي تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكيني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم "العقدة - Node" بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم. وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص<sup>(1)</sup>.

(1) محمد عواد، تقرير شامل عن شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق .

### تعريف آخر:

شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشأون 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، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي (فيسبوك، تويتر، ويوتيوب، وجوجل بلص، ولينك إن) وأهمها هي شبكة (فيسبوك).

وتعرف الشبكات الاجتماعية (social networking service) في قاموس (ODLIS): هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين<sup>(1)</sup>.

### ثانياً: نشأة شبكة التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع SixDegrees.com عام 1997، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001، ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته أكثر من جوجل وهو موقع ماي سبيس الأميركي الشهير، ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيسبوك في عام 2007 بإتحادة تكوين التطبيقات للمطوريين<sup>(2)</sup>، وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير،

(1)(Joan M. Reitz. *Online Dictionary for Library and Information Science* Retrieved from ,<http://goo.gl/Jca6aa>, viewed ,Feb.2<sup>nd</sup>.-2013.

(2) جاسم حاجي، فيسبوك، مقال متاح "online" بموقع صحيفة الأيام البحرينية بتاريخ 18-1-2012 على الرابط التالي: <http://goo.gl/m7SpUe> تاريخ دخول الموقع 5-3-2013.

حيث بلغ عدد مستخدميه في آخر إحصائية في بداية عام 2014 إلى 1184 مليون مستخدم مما يشير إلى زيادة مضطردة لهذا الشبكة لدى المستخدمين<sup>(1)</sup>.

ويرتبط ظهور شبكات التواصل الاجتماعي بالجيل الثاني من الإنترن特 وهو ويب 2،0، والويب 2،0 هو جيل جديد من موقع الإنترنط التي يتتوفر فيها شروط معينة لم تكن موجودة في الجيل الأول ويب 1.0 كالذكاء والإبداع والخدماتية والتفاعلية والمشاركة وإتاحة المضامين والتطبيقات للجميع عن طريق التطبيقات مفتوحة المصدر (Open Source Applications)، وظهر مصطلح الويب 2.0 لأول مرة أثناء نقاش بين شركة O,reilly و Media Live في شهر أكتوبر 2004 وجاء المصطلح على لسان مدير شركة O,reilly ديل دوروثي<sup>(2)</sup>.

وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي لها أهمية واسعة لدى مستخدمي الشبكة العنكبوتية حيث اظهر استطلاع أجرته شركة In Site Consulting عام 2011 بلغ عدد مستخدمي الإنترنط 2 مليار، منهم 940 مليون يستخدمون الموقع الاجتماعي، منهم 72% يتواجدون في أكثر من موقع اجتماعي، وبلغت نسبة الاستخدام 95% من إجمالي مستخدمي الشبكة، ويحتل الفيسبوك 51% ثم ماي سباس 20% وتويتر 17%， وإن كثير من مستخدمي الموقع يسجلون دخول مرتين يومياً إلى أقل معدل 9 مرات شهرياً و 14% يسجلون دون عمل أي شيء، و 26% يقومون بالكتابة في كل مرة يدخلون للموقع، وبلغ متوسط عدد الأصدقاء للشخص الواحد 195 وفي أمريكا الجنوبية 360 وفي البرتغال 236 وفي أمريكا 200 صديق<sup>(3)</sup>.

وفي بداية 2014 أظهرت إحصائية حول شبكات التواصل الاجتماعي ارتفاعاً في مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، حيث بلغ عدد المستخدمين النشطين لشبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" إلى 1184 مليون مستخدم، فيما بلغ عدد مستخدمي الشبكة

(1) تقرير حول إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والإنترنط في 2014، صادر عن مؤسسة "We Are Social" متاح online بتاريخ 14 يناير 2014 على الرابط التالي: <http://goo.gl/PLstui> ، تاريخ الدخول: 2014-1-20

(2) إيمان بخوش، حسام الدين مرزوقى، الويب 2،0 الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد، (جامعة عناية: كلية الإعلام، عناية، 2009، ص 11).

(3) أشرف جلال، دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية، "دراسة مقدمة في المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيقية"، (الرياض: جامعة الملك سعود، 15 - 16 أبريل 2012)، ص 1.

الاجتماعية (+Google) 300 مليون مستخدم، فيما بلغ مستخدمي لينكد إن 259 مليون مستخدم، وتويتر 232 مليون مستخدم<sup>(1)</sup>.

وأظهرت الإحصائية ارتباطاً بين زيادة مستخدمي الإنترنت ومستخدمي شبكات التواصل، واتضح من الإحصائية الصادرة في بداية عام 2014 أن نسب مستخدمي الإنترنت هي نفسها التي تمتلك أعلى نسب انتشار لمستخدمي الشبكات الاجتماعية النشطين، حيث تأتي منطقة أمريكا الشمالية في المرتبة الأولى بنسبة 56 %، تليها أوروبا الغربية بنسبة 44 %، بينما تحتل منطقة الشرق الأوسط المركز التاسع بنسبة 24 %<sup>(2)</sup>.

وعلى صعيد الوطن العربي بينت إحصائية في منتصف عام 2013، صدرت عن مؤسسة "جو-جلف" المتخصصة بالتطبيقات التكنولوجية أن عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بلغ 74 مليون مستخدم، منهم 65 % من الذكور، فيما بلغت النسبة للإناث 35 %، وبحسب الدراسة، فإن معظم مستخدمي الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط يضعون شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها في سلم أولويات الاستخدام، عندما أشارت إلى أن النسبة تصل إلى 88 % من مستخدمي الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط تقوم باستعمال شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي<sup>(3)</sup>.

### ثالثاً: أقسام شبكات التواصل الاجتماعي

تنقسم شبكات التواصل الاجتماعي حسب الاستخدام إلى قسمين، هما:

#### 1- نوع أساسي

وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل: فيس بوك وماي سبيس وهاي فايف.

(1) تقرير حول إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والإنتernet في 2014، صادر عن مؤسسة "We Are Social" ، مرجع سابق.

(2) تقرير حول إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والإنتernet في 2014، المرجع السابق.

(3) قناة العربية، 70 مليون عربي يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق.

(4) نعيم المصري، استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى، مرجع سابق، ص 5.

## 2- نوع مرتبط بالعمل

وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات، وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

### رابعاً :أبرز شبكات التواصل الاجتماعي :

يوجد على الشبكة العنكبوتية على الإنترنت العديد من شبكات التواصل الاجتماعي وتتعدد صفاتها واستخداماتها، وسنعرض هنا إلى أبرز هذه الشبكات واكثرها استخداماً في المجتمعات العربية وهي:(فيسبوك، تويتر، يوتوب، جوجل بلص، يوتوب، ولينك ان)، وذلك استناداً إلى متابعات ودراسات علمية اضطلع عليها الباحث:

#### 1- فيسبوك:

فيسبوك هو الموقع الأبرز في شبكات التواصل الاجتماعي ويختطف مستخدموه المليار مستخدم حول العالم نظراً إلى المميزات التي يتصرف بها وسهولة التعامل معه وإتاحته لعدة تطبيقات يستفيد منها المستخدم، وقد أسلوب الباحث في التفاصيل والإحصائيات عن شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك لأنها الشبكة الأبرز في الاستخدام من حيث أرقام الإحصائيات الصادرة حول العالم او نتائج الدراسة البحثية المختلفة حول العام.

و"الفيسبوك" هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتدبره شركة "فيسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالأ الآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

وقد أخذت تسمية "فيسبوك" من اسم الورقة التي تمنح للطلاب الوافدين في الحر الجامعي في الولايات المتحدة والكليات والمدارس الإعدادية ليتعرف كل منهم على الآخر<sup>(1)</sup>.

وتأسس الفيس بوك على يد مارك زوكربيرج في شهر أبريل عام (2004) بالاشتراك مع كل من "داستين موسكوفيتر وتشيرس هوغيس" زملاء زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالباً في جامعة هارفارد، وكانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد،

(1) جمال مختار، **حقيقة الفيسبوك** عدو أم صديق، بدون طبعة 2008 (القاهرة: مترو بول للطباعة، 2008) ص12.

ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد<sup>(1)</sup>. ثم اتسعت دائرة الموقع ليشمل معظم الجامعات والكليات الصغيرة في الولايات المتحدة وكندا والمملكة المتحدة<sup>(2)</sup>.

### لمحة عن سمات الفيس بوك كأشهر موقع للتواصل الاجتماعي :<sup>(3)</sup>

يتضمن الفيس بوك عدداً من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض. ومن بين هذه السمات سمة Wall أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم، وسمة Pokes أو النكزة التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به)، وسمة Photos أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، وكذلك سمة Status أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي. جدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقاً لإعدادات الخصوصية. في يوليو من عام 2007، أتاح الفيس بوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط، الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط.

وفي 6 سبتمبر من عام 2006، تم الإعلان عن سمة Feed News أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرئية وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

ويعد تطبيق Photos من أشهر التطبيقات على موقع الفيس بوك، حيث يُمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع، حيث يوفر الفيس بوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالموقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقع "فوتو باكت" و"فليكر" الذين يضعان حدًا لعدد الصور التي يسمح للمستخدم بتحميلها.

في سبتمبر (أيلول) 2011 أعلن مارك زوكربيرج مؤسس الفيس بوك من خلال مؤتمر f8 المنعقد في سان فرانسيسكو عن تعديلات جذرية في المحتوى والشكل حيث أُعلن عن خاصية

(1) جمال مختار، المرجع السابق، ص 28

(2) جمال مختار، المرجع نفسه، ص 29

(3) جاسم حاجي، فيس بوك، مقال منشور بموقع صحيفة الأيام البحرينية ، مرجع سابق.

جديدة وهي timeline profile والذي يوفر شكلًا جديداً للبروفایل الشخصي معتمداً على الترتيب الزمني واللحظات التي مر بها الشخص في حياته من صور وفيديوهات وحالات.... الخ منذ تسجيله في الشبكة وحتى اللحظة، بالإضافة إلى الإشارة إلى تاريخ ميلاده وتاريخ التحاقه بالمدرسة أو الجامعة وترحجه منها، والتحاقه بعمل معين وهكذا. وتم تشغيل هذه الخاصية بشكل تجريبي للمستخدمين المطوروين للتطبيقات على الشبكة على أن يتم تعميم الخاصية على المستخدمين العاديين لاحقاً.

### الفيسبوك والهواتف الذكية :

قامت الشركة المالكة للفيس بوك لمواكبة التطور التكنولوجي واستخدام الهواتف الذكية بإصدار موقع Facebook iPhone في شهر أغسطس 2007 الذي يقدم طريقة عرض خاصة تناسب جهاز iPhone، وبحلول شهر يوليو 2008، وصل عدد المستخدمين إلى 1.5 مليون فرد يقومون باستخدامه بصورة منتظمة، كما تم طرح تطبيق مجاني لأجهزة iPod و iPhone Touch أطلق عليه اسم "Facebook for iPhone" ، وذلك في يوليو من عام 2008<sup>(1)</sup>.

### إحصائيات حول الفيسبوك :

بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك 800 مليون خلال عام 2011، ومن المتوقع أن يصل إلى المليار مستخدم في نهاية العام (2011)، وهذا الرقم يعني أن أكثر من ثلث مستخدمي الإنترنت هم يستخدمون الفيسبوك، ويعني أيضاً أن 11% من سكان العالم هم موجودين في الفيسبوك، و50% من مستخدمي موقع الفيسبوك يدخلون الموقع كل يوم، فهي فعلاً شبكة اجتماعية تجعل المستخدم يرتبط بها بشكل كبير ويزورها بشكل متكرر، والكثير من المستخدمين قد أصبحوا مدمنين على هذا الموقع ويعتبرونه جزءاً من حياتهم، وهناك 510 ألف تعليق كل دقيقة داخل فضاء الفيسبوك و136 ألف صورة جديدة يتم إضافتها إلى الفيسبوك كل دقيقة<sup>(2)</sup>، وفي آخر إحصائية في بداية العام 2014 بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك حول العالم حوالي 1184 مليون مستخدم، مما يشير إلى زيادة مضطردة لهذه الشبكة لدى المستخدمين<sup>(3)</sup>.

(1) موسوعة ويكيبيديا الحرة ، فيس بوك، مرجع سابق، تاريخ دخول الموقع 3-5-2012 على الرابط التالي:  
<http://goo.gl/BzC7gX>

(2) إحصائية الإنترت والشبكات الاجتماعية لسنة 2011، منشور بتاريخ: 19 / 01 / 2012، على الرابط التالي: <http://goo.gl/bzBT7s> ، تاريخ دخول الموقع 28-4-2013.

(3) تقرير حول إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والإنترن特 في 2014، صادر عن مؤسسة "We Are Social" ، مرجع سابق.

وبالنسبة للوطن العربي، فإن عدد مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك في عام 2011 وصل إلى ما يقرب من 32 مليون، بمعدل نمو قدره 50% مقارنة بالعام 2010، وتتصدر الإمارات وقطر والكويت والبحرين ولبنان الدول الخمس العربية الأعلى من حيث نسبة مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالنسبة لعدد سكانها، وأرجع التقرير نسبة النمو الكبيرة هذه بسبب الاحتجاجات الشعبية في عدد من الدول العربية<sup>(1)</sup>.

وفي عام 2013 ذكرت دراسة إقليمية، نشرتها مؤسسة "جو - جلف" المتخصصة في مجال الويب والتطبيقات، أن شبكة فيسبوك الاجتماعية الأكثر شعبية استحوذت على حصة الأسد من مجموع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الثلاثة في الوطن العربي، حيث شكلت حصتها من المجموع حوالي 82.5% بعد مستخدمين يقدر بنحو 58 مليون مستخدم لهذه الشبكة التي تجتاح العالم الافتراضي وتنقى رواجاً وإقبالاً متزايداً من قبل مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم<sup>(2)</sup>.

وفي فلسطين قدر خبير الإعلام الاجتماعي ومدير المجتمعات في ويب طب "أيمن قاروط" تفوق فيسبوك على تويتر وأن عدد مستخدمي فيسبوك الكلي في فلسطين في عام 2013 هو 1,340,000 مستخدم - ضمن هذا الرقم من يملك أكثر من حساب-. أما تويتر فلا توجد إحصائيات دقيقة حول استخدامه، لكن في عام 2012 كانت هنالك دراسة بينت أن عدد مستخدمي تويتر في فلسطين هو 15,500<sup>(3)</sup>.

وأظهرت الإحصائيات الصادرة عن شركة "زومسفير" العالمية لـإحصائيات الإعلام الاجتماعي في الشرق الأوسط (annual social media report for MENA region) أن فلسطين تحتل أعلى دولة من حيث استخدام "الفيسبوك" بالمقارنة مع عدد السكان حيث وصلت النسبة إلى 40%.<sup>(4)</sup>

- (1) الإعلام الاجتماعي العربي، تقرير صادر عن كلية دبي للإدارة الحكومية منشور بصحيفة الوسط البحرينية - العدد 3299 ، 19- 9- 2011، على الرابط التالي: <http://goo.gl/aO3lhx>، تاريخ الدخول للموقع 3-4-2013.

(2) قناة العربية، 70 مليون عربي يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق.

(3) تقرير بعنوان، الفلسطينيون يتفاعلون مع "فيسبوك" أكثر من "تويتر" منشور على موقع القدس الرقمي على الإنترنت، <http://goo.gl/y5L2Yj>، بدون تاريخ، تاريخ الدخول، 20-2-2014.

(4) فلسطين الأعلى عالمياً في استخدام الفيس بوك" ، مرجع سابق.

وعلى صعيد موقع التصفح حازت شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" المرتبة الثانية لمتصфи موقع الإنترن特 في فلسطين في ترتيب اليكسا للموقع الإلكتروني حول العالم في عام 2014<sup>(1)</sup>.

وأشارت أكثر من إحصائية إلى تصاعد مستخدمي الفيس بوك في فلسطين حيث بينت إحصائية صادرة في عام 2012 أن هناك 712.260 مستخدماً لشبكة الفيس بوك في الأرضي الفلسطينية المحتلة، ويزداد هذا الرقم بتسارع كبير، حيث تشير إحصائيات الموقع إلى أن الأرضي الفلسطينية المحتلة قد سجلت أعلى معدل للاشتراك في الفيس بوك خلال الشهرين الماضيين، وذلك بمعدل 1.6% عضوية جديدة، حيث انضم للموقع 9660 مشتركاً جديداً في الأسبوع الثالث من شهر ايلول على سبيل المثال.

وبينت الإحصائية ارتفاع نسبة استخدام الذكور عن الإناث حيث بلغت نسبة الذكور 61% أي حوالي 434.600 عضواً، فيما بلغت نسبة الإناث 39% أي حوالي 271.080. وتتشكل الأعمار من كلا الجنسين ما بين 13-29 سنة الغالبية العظمى بنسبة 91% أي حوالي 643.500 شاب وشابة<sup>(2)</sup>.

وجاءت إحصائية أخرى صادرة عن نفس المركز متفقة مع الإحصائية السابقة في توزيع المستخدمين مع زيادة واضحة في العدد الكلي للمستخدمين بنسبة تصل إلى 50%， حيث أشارت الإحصائية الصادرة في شهر مايو 2014 أن عدد مستخدمي الفيس بوك في الضفة الغربية وقطاع غزة بلغ ما يقارب مليون ونصف المليون، منهم 840 ألف من الذكور، و600 ألف من الإناث، وبلغ عدد المستخدمين من الشباب في الفئة العمرية (15-29 عاماً) حوالي مليون وستون ألف، منهم 580 ألف من الذكور، و460 ألف من الإناث.

كما بلغ عدد المستخدمين في الفئة العمرية (13-15 عاماً) 116 ألف. أما الشباب في عمر (29-35) فقد بلغ عدد من لديهم حسابات على الفيس بوك حوالي 188 ألف مستخدم، وما يقارب ثلثتهم من الشباب الذكور<sup>(3)</sup>.

(1) إحصائية موقع اليكسا لترتيب الموقع الإلكتروني حول العالم، بتاريخ 1-9-2014 متاح "online" على الرابط التالي: <http://goo.gl/NcWc6S>، موضحة في ملحق رقم (7).

(2) 712.260 مستخدم لموقع الفيس بوك في فلسطين، إحصائية صادرة عن منتدى شارك الشبابي، متاح "online" بموقع وكالة معا بتاريخ 30-1-2012 على الرابط التالي: <http://goo.gl/FZA9kL>، تاريخ الدخول 2013-3-9.

(3) 74% من مستخدمي الفيس بوك في فلسطين من فئة الشباب، إحصائية صادرة عن منتدى شارك الشبابي، مرجع سابق.

## 2 - تويتر: Twitter

أخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأنخذ من العصفورة رمزاً له، وكانت بدايات موقع (تويتر) أوائل عام (2006)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لهاأسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام 2007<sup>(1)</sup>.

وبيتيح تويتر لمشتركيه آلية التغريد المختصر وال سريع وبيتيح لهم خدمة اتبعني عبر الحساب وعبر الهاتف المحمول اصبحت مؤخراً لها اهتمام متزايد لدى جمهور المستخدمين، وهو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأنخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدي (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكتفياً لتفاصيل كثيرة<sup>(2)</sup>.

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).

يتتيح تويتر لك إرسال رسائل لأصدقائك ومتبعيك أيّاً كان عددهم مرة واحدة، وب مجرد إرسال الرسالة يظهر لديهم تتبّعه على أجهزة الموبايل أو على الكمبيوتر، وبال مقابل لو أرسل أصدقاؤك رسائل عبر تويتر ستظهر لديك فتبقي على اطلاع دائم بما يقولون ويبيّنون على اطلاع دائم بما تقول<sup>(3)</sup>.

(1) شبكات التواصل الاجتماعي "social media" ، تقرير متاح "online" بتاريخ 29-7-2012 على الرابط التالي: <http://goo.gl/P13R1B> ، تاريخ الدخول 12-1-2013.

(2) محمد منصور، رسالة ماجستير مرجع سابق، ص 119

(3) ما هو تويتر؟ كل ما تحتاج معرفته عن العصفورة التي حزكت العالم، منشور، متاح (online) بتاريخ 29-3-2013 على الرابط التالي: <http://goo.gl/AJL7I> تاريخ دخول الموقـع بتاريخ 29-3-2013.

وعلى صعيد الوطن العربي أفادت درسة إقليمية حول "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منطقة الشرق الأوسط: إحصاءات واتجاهات"، بأن شبكة تويتر للتدوين المصغر "التعريفات" جاءت في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام، واستحوذت على نسبة 9.3% من إجمالي مستخدمي شبكات التواصل بعدد إجمالي يصل قرابة 6.5 مليون مستخدم<sup>(1)</sup>.

وأظهرت احصائية صادر في بداية 2014 إلى بلوغ عدد مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي تويتر إلى 332 مليون مستخدم نشط حول العالم<sup>(2)</sup>.

وأظهرت إحصائيات صادرة عن شركة "زومسفير" العالمية لـإحصائيات الإعلام الاجتماعي في الشرق الأوسط (annual social media report for MENA region 2012-2013) أن معدل الزيادة السنوية لمستخدمي "تويتر" في فلسطين هو الأعلى في الوطن العربي حيث بلغ 232.48%<sup>(3)</sup>.

وتشير درسة أجريت في عام 2012 م إلى أن عدد مستخدمي تويتر في فلسطين يبلغ 15,500<sup>(4)</sup>.

### 3- جوجل بلص Google Plus

جوجل + أو جوجل بلص (بالإنجليزية: Google Plus) هي شبكة اجتماعية تم إنشاؤها بواسطة شركة جوجل وتم إطلاقها رسمياً يوم 28 يونيو، 2011م، ولكن لم يكن التسجيل مسموح إلا بواسطة الدعوات فقط بسبب وجود الخدمة في الطور التجاري.

وفي 20 سبتمبر 2011 فتح جوجل+ لأي شخص من سن 18 فما فوق للتسجيل بدون الحاجة لأي دعوة من أي شخص آخر.

جوجل+ نشأ من خلال طرح خدمات جديدة مثل: الدوائر Circles، مكالمات الفيديو، الاهتمامات Sparks، والمحادثات الجماعية Hangouts، مع دمج بعض خدمات جوجل القديمة مثل: صدى جوجل Google Buzz، الملف الشخصي Google profile وجوجل + (التي تم إطلاقها في مايو 2011) وتعزز جوجل تطوير شبكتها الاجتماعية الجديدة لكي

(1) قناة العربية، 70 مليون عربي يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق.

(2) تقرير حول إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والإنتernet في 2014، صادر عن مؤسسة "We Are Social" ، مرجع سابق.

(3) فلسطين الأعلى عالمياً في استخدام الفيس بوك" ، مرجع سابق.

(4) تقرير بعنوان، الفلسطينيون يتفاعلون مع "فيسبوك" أكثر من "تويتر" ، مرجع سابق .

تكون منافساً شرساً ضد الفيس بوك أكبر شبكة اجتماعية في العالم، حيث سبق لها تقديم بعض الخدمات ولكنها لم تستمر مثل جوجل ويف وصدى جوجل وأي جوجل .  
<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D9%88%D8%AC%D9%84%2B> - cite\_note-2#cite\_note-2

ورغم البداية الحديثة لجوجل بلص إلى أنه استطاع أن يحصد العديد من المستخدمين حيث وصل مستخدميه إلى 40 مليون مشترك في أول ثلاثة شهور وهذا يعود إلى الشعبية التي يتمتع بها موقع جوجل، حيث تأتي خدمة جوجل بلص للتواصل الاجتماعي في نفس الحزمة وفي إطار واحد، وكأن جوجل تنظم عقداً من المجوهرات الثمينة قطعة بعد قطعة، فخدمة (جوجل بلص) تستعمل نفس حساب المستخدم في جوجل (Account Google) ، وهناك تواؤم وتجانس بين خدمة البريد الإلكتروني (جي ميل) وهذه الشبكة الاجتماعية الوليدة، كما أن أيقونتها تظهر في واجهة محرك بحث جوجل العملاق، وقد تم مؤخراً دمج منشورات المستخدمين في جوجل بلص بمحرك البحث "جوجل"<sup>(1)</sup>.

ويتوقع الخبراء زيادة مضطردة لمستخدمي جوجل بلص نظراً للشعبية الجارفة لمحرك البحث جوجل المالك لجوجل بلص، وإن هذه الشبكة ستتنافس بقوة فيس بوك موقع التواصل الأشهر على مستوى العالم.

وبلغ عدد مستخدمي شبكة جوجل بلص (+Google) النشطين في آخر إحصائية صادرة في بداية عام 2014 (300) مليون مستخدم حول العالم <sup>(2)</sup>.

#### 4- اليوتيوب (YouTube)

اختلف الباحثون في كون شبكة اليوتيوب موقع رفع ومشاركة الفيديو أم شبكة تواصل اجتماعي، ولكن وجود بعض خصائص شبكات التواصل الاجتماعي بها أدخلها ضمن شبكات التواصل الاجتماعي ووصفها أكثر من باحث في دراسته أنها شبكة تواصل اجتماعي، ومنهم أ.د. علي نجادات أستاذ الإعلام في جامعة اليرموك بالأردن، والباحثة آلاء مخلوف من جامعة اليرموك بالأردن والعديد من الباحثين اعتبروها من أهم شبكات التواصل الاجتماعي.

(1) خمسة نقاط قوة تفوق بها ( جوجل بلص ) على ( فيسبوك ) مقال منشور على موقع ثورة الويب، متاح على الرابط التالي: <http://goo.gl/R7a5kk> ، تاريخ دخول الموقع 28-2-2012 online .2013-4

(2) تقرير حول إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والإنترن特 في 2014، صادر عن مؤسسة "We Are Social" ، مرجع سابق.

وأصبح لشبكة اليوتيوب وجود طاغٍ على ساحة العالم الافتراضي، حيث بدأت من خلال رفع الفيديوهات إلى أنها أصبحت لاحقاً من أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي تتيح لمشتركيها نشر الفيديوهات وتبادلها وإمكانية التواصل مع المستخدمين من خلال قنواتهم الخاصة على اليوتيوب والتعليق على منشوراتهم ومشاركتها، وأصبحت شبكة اليوتيوب توفر قناة إعلامية خاصة في العالم الافتراضي للمشتركيين، مما حدا بالقنوات الفضائية ووسائل الإعلام في فتح حسابات لها على شبكة اليوتيوب لمواكبة رغبات الجمهور.

**اليوتيوب:** هو موقع يقدم خدمة تبادل ونشر ملفات الفيديو التي تتيح للمستخدمين إمكانية تحميل الملفات إلى خوادم اليوتيوب، وتكون متاحة على الإنترنت. باستثناء المقاطع التي قد يكون المحتوى فيها مسيئاً أو غير قانوني، ويمكن أن تكون مقاطع الفيديو عبارة عن رسوم متحركة، لقطات من الأحداث العامة، والتسجيلات الشخصية من الأصدقاء، أو من أي شيء كان المستخدم يريد نشر، ويمكن أن تكون ملفات الفيديو عبارة عن مقاطع معلوماتية، ترفيهية، جادة أو مقاطع شخصية بحثه.

وقد تأسس "يوتيوب" كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم: الأمريكي تشاد هيرلي والتايوني تشين، والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة pay pal المتخصصة في التجارة الإلكترونية لمشاركة مقاطع الفيديو بين أصدقائهم، ولكن ترك جاود كريم ترك زملاؤه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد، ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور "يوتيوب" الذي نراه اليوم للثانية الآخرين اللذين نجحا في تكوين أحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي في وقتنا الحاضر في عالم الإنترنت<sup>(1)</sup>.

وببدأ موقع اليوتيوب كمقدم لخدمة مشاركة ملفات الفيديو الشخصية، عندما كانوا في حفلة لأحد الأصدقاء، وهناك التقىوا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم، وفكروا بطريقة مناسبة لكنهم لم يجدوا شيئاً ملائماً خصوصاً أن موقع البريد الإلكتروني - (E-mail) كان محدود القدرة في رفع الملفات الثقيلة. ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع مشاركة الفيديو (YouTube)<sup>(2)</sup>.

وفي عام (2006) كان موقع يوتيوب واحداً من أسرع المواقع نمواً وتطوراً على شبكة الإنترنت من حيث عدد الزوار، وارتفاع حجم المنافسة مع مواقع مشاركة الفيديو الأخرى مثل:

(1) عبد الرزاق الدليمي، **الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية**، ط1، (الأردن: دار وايل للطباعة والنشر، 2011) ص 194

(2) رشيد بيدوسى، **موقع اليوتيوب (youtube)** تقرير منشور بتاريخ 1-12-2007، على رابط مدونته على الإنترنت: <http://goo.gl/Oqlx3> ، تاريخ القراءة 10-11-2013 .

Yahoo! Video Search MSN Video Search, Myspace Video, and Google (Video)، فخلال سنة واحدة تقريرياً حقق موقع اليوتيوب واحدة من أكبر معدلات النمو للموقع على الشبكة العالمية، وحصد المركز الخامس كأكثر الموقع زيارة على مستوى العالم، فكان الموقع يحصل على (100) مليون مشاهدة يومياً، وكان يضاف إليه (65) ألف مقطع فيديو كل (24) ساعة. وبلغ عدد زواره (20) مليون زائر في الشهر، وحوالي (700) ألف زائر يومياً<sup>(1)</sup>.

وفي أواخر عام (2006) وبعد هذا النجاح المتميز والكبير، قام عملاق الويب جوجل(Google) بالإعلان عن شراء موقع اليوتيوب، بقيمة (1.65) مليار دولار أمريكي، فيما يعد ثاني أكبر صفقة شراء تعقدتها جوجل (Google) ليتحول إلى شركة بإدارة مؤسسيه وملكيته ل(Google). وبعد ذلك بخمس سنوات فقط وصل عدد من يستقبلون موقع اليوتيوب إلى ملياري زائر يومياً، ليتخطى ضعف مشاهدي القنوات الأمريكية التلفزيونية الثلاث الأكثر شعبية<sup>(2)</sup>.

## 5- لينك إن: LinkedIn

لينك إن هو موقع على شبكة الإنترنت يصنف ضمن الشبكات الاجتماعية، وتأسس في ديسمبر/كانون الأول عام 2002 وبدأ التشغيل الفعلي في 2003.

ويستخدم الموقع أساساً كشبكة تواصل مهنية، وفي 2012 بلغ عدد المسجلين في الموقع أكثر من 175 مليون عضو من أكثر من 200 دولة.

وأعلنت "لينك إن" شبكة التواصل الاجتماعي الخاصة بالأعمال، وصول عدد مستخدميها بمنطقة الشرق الأوسط إلى 10 ملايين، بنسبة نمو 100 بالمئة، بعد حوالي عام من افتتاح أول مكاتبها في المنطقة<sup>(3)</sup>.

وتعتبر شبكة "لينك إن" الاجتماعية أحد أهم الشبكات العالمية المتخصصة في مجال التوظيف والبحث عن فرص العمل، حيث تعتمد الكثير من الشركات عليها لمراجعة السيرة الذاتية للموظفين المتقدمين إلى فرصة العمل<sup>(4)</sup>.

(1) Heldman, Caroline,(2006), YouTube Nation , Occidental College,p1 Retrieved from, <http://goo.gl/jh1rmS> , Viewed. Jan27<sup>th</sup>.2014.

(2) تقرير حول حالة الحريات الإعلامية في الأردن صادر عن مركز حماية وحرية الصحفيين في الأردن،(2011) ص22.

(3) دماء جديدة في عروق لينك إن، تقرير متاح "online" على موقع ميدل ايست أونلاين، بتاريخ 8-2-2014 على الرابط التالي: <http://goo.gl/y7vNsD> ، تاريخ الدخول 10-3-2014.

(4) الشبكة الاجتماعية لنيك ان تفتح اول مكتب لها في الشرق الاوسط، تقرير متاح "online" بتاريخ 2012-10-2 على الرابط التالي: (<http://techarabi.com/14843>) تاريخ الدخول 1-5-2014.

وبحسب شركة كوانتكاست في شهر أكتوبر 2012 فإن "لينك إن" يزوره شهرياً أكثر من 42.7 مليون زائر فريد من داخل أمريكا، وأكثر من 117.2 مليون زائر فريد من أنحاء العالم، وفي مايو 2011 بدأت أسهم "لينك إن" تداول في بورصة نيويورك<sup>(1)</sup>، فيما بينت إحصائية حديثة في بداية العام 2014، انه قد وصل مستخدمو شبكة "لينك إن" إلى 259 مليون مستخدم نشط حول العالم<sup>(2)</sup>.

وبينت إحصائية في منتصف عام 2013 صادرة عن مؤسسة "جو - جلف" المتخصصة في مجال الويب والتطبيقات شبكة "لينك إن" المهنية عن قلة مستخدمي شبكة لينك إن في الوطن العربي، حيث بلغ عدد مستخدميها 5.8 مليون مستخدم، بنسبة 8.3% من إجمالي عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي<sup>(3)</sup>.

## 6- ماي سبيس: My Space

ماي سبيس (بالإنكليزية: My Space) هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب تقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة، بالإضافة إلى خدمات أخرى كالملدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات الموصفات الشخصية للأعضاء المسجلين. يقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، بينما يقع مقر الشركة الأم "تيوز كوربوريشن" في مدينة نيويورك.

طبقاً لموقع أليكسا إنترنت يعد موقع ماي سبيس هو السادس أكثر موقع الويب الإنكليزية شعبية في العالم، وسادس أكثر موقع الويب المكتوبة بأي لغة في العالم شعبية، كما أنه يعد ثالث أكثر الموقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة. ارتفعت شعبية الموقع تدريجياً بنسبة أكبر من الموقع المشابهة الأخرى وحاز على 80% تقريباً من عدد الزيارات المحسوبة لموقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، حتى صار يمثل جزءاً مهماً من الثقافة الشعبية المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة بالإنجليزية<sup>(4)</sup>.

(1) الإعلام الاجتماعي، تقرير متاح online " بدون تاريخ على الرابط التالي: <http://goo.gl/nCprgV> ، تاريخ الدخول 2014-5-1.

(2) تقرير حول إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والإنترن特 في 2014، صادر عن مؤسسة "We Are Social" مرجع سابق.

(3) قناة العربية، 70 مليون عربي يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق.

(4) ويكيبيديا الحرة، مرجع سابق ، بتاريخ 2013-5-2، على الرابط التالي: <http://goo.gl/hJdgx>

## المبحث الثاني

### شبكات التواصل الاجتماعي (الخصائص، المميزات، الاستخدامات والسلبيات)

#### أولاً: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تفق شبكات التواصل الاجتماعي في الخصائص والمميزات مع أدوات الإعلام الجديد وتطبيقاته وهناك من اعتبرها إعلاماً جديداً، ولكن الباحث يرى أنها أقرب إلى تسمية "شبكات التواصل الاجتماعي" وإن كانت لديها وظائف إعلامية متعددة، حيث أن الهدف الأساسي من إنشائها كان التواصل الاجتماعي.

#### 1- التفاعلية: (1)

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية (Interactive Communication)، وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثانية، التبادل، التحكم، ومثال على ذلك التفاعل في بعض أنظمة النصوص المختلفة.

وتعتبر التفاعلية من أهم خصائص شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، وهذه الخاصية هي التي أحدثت نقلة نوعية في الإعلام الجديد وأحد أهم الفروق التي تميز الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي عن الإعلام التقليدي القديم، هي ميزة التفاعل، والذي يكون في بعض الأحيان مباشراً، حيث يتتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحاور المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين، والمحادثة "Chatting" حول مواضيع يتناولها الموقع، أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية.

كما يتتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات، والحصول عليها، وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني.

(1) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، المجلد السادس والعشرون، العدد الأول والثاني، مجلة جامعة دمشق، (دمشق: جامعة دمشق، 2010) 446.

## 2- المحتوى يصنعه الزوار:<sup>(1)</sup>

تعتبر هذه الصفة الأولى من صفات موقع التواصل الاجتماعي، حيث المحتوى هو من صنع الزوار والمتصفحين، وصاحب الشبكة الاجتماعية مكلف ببناء بيئة مناسبة سهلة للاستخدام للزوار أن يسكبوا فيها ما يحملوه من معلومات وأفكار وكل ما يخطر في بالهم ضمن توجه الشبكة العام وسياستها وقوانينها، ربما برامج المنتديات تحقق هذه الصفة بجداره رغم أنها لا نسميها شبكة اجتماعية، وذلك بسبب أن هناك مواصفات أخرى لم تكتمل فيها.

وهذا المفهوم الجديد الذي طرأ على شبكة الإنترنت أحدث نقلة كبيرة إلى الأمام، فقد كانت مهام إضافة المحتوى في أي موقع من الأعمال المكلفة والمتعبه، فأي موقع كبير كان بحاجة إلى فريق متخصص في الكتابة والإضافة يعمل بشكل مستمر حتى يظل الموقع متجدداً ليكسب الكثير من الزوار المتعطشين للمعلومة والمعرفة، أما الآن فيمكن استبدال فريق إضافة المحتوى بالزوار والمشتركيين الذين سيتولون إضافة المحتوى بأنفسهم وبالتالي زيادة رصيد الموقع من المحتوى المعرفي وكل هذا بشكل مجاني مقابل ما تقدمه لهم من بيئة مناسبة وخدمة جيدة كي يحطوا رحالهم داخل صفحات الموقع.

## 3- التدويل أو الكونية:

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال الحديثة ومنها شبكات التواصل الاجتماعي هي بيئة عالمية دولية، وذلك حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقّدة وتعقب المسارات التي يتدفق عليها رأس المال الكترونياً عبر الحدود الدولية جيئه وذهاباً من أقصى مكان في الأرض إلى أدنى في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان من العالم، وفي ظل هذه البيئة الاتصالية التي ألغت الحدود الجغرافية والقيود على تدفق المعلومات، أصبح بإمكان الفرد بمجرد الاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي أن يتلقى ويرسل المعلومات التي يريدها في أي مكان ومن أي مكان<sup>(2)</sup>.

## 4-اللاتزامنية:

وفرت شبكات التواصل الاجتماعية إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلاً في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسائل مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد

(1) عمر عبد الله، "ثلاث صفات مشتركة بين شبكات التواصل الاجتماعية"، تقرير منشور، متاح "online" بتاريخ 23 / 02 / 2012، على الرابط التالي: <http://goo.gl/tqHw85> ، تاريخ الدخول: 20-2-2013

(2) سميرة شيخاني، مرجع سابق، ص 448.

المستقبل للرسالة في وقت إرسالها وكذلك المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي يستطيعون إرسال رسائلهم في أي وقت بغض النظر عن تواجد المتلقيين أو عدمه، ويستطيع المتلقي أن يرى الرسالة في وقت لاحق حين يدخل على صفحته أو حسابه في شبكات التواصل الاجتماعي<sup>(1)</sup>.

### 5- حرية النشر أعلى في الشبكات الاجتماعية<sup>(2)</sup>

الشبكات الاجتماعية قدمت حرية أكبر للنشر، حيث يمكن أن تكتب عن منتجاتك وتسوقها وعن موقعك الأخرى، ويمكن حتى أن تكتب وتسوق لشبكات اجتماعية جديدة منافسة، ويمكن أن تكتب عن سياسة البلد وتنتقد بحرية وتبدى رأيك بشفافية دون خوف من مقص الرقيب، إنها حرية نشر عالية ساهمت في إقبال متضخم على الإنترنت على الشبكات الاجتماعية.

### 6- التحكم في المحتوى المعروض :

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدمها أن يتحكم بالمادة المعروضة فهو يمكن ان يحجب رؤية مادة معينة، أو يشترك في مادة معينة أو يشارك مجموعة أصدقاء أو يحجب آخرين على عكس الواقع الالكترونية الأخرى، حيث إن المستخدم هو من يحدد المادة المعروضة على صفحته .

مثلاً: عندما تقوم بطلب صدقة من أحد المستخدمين داخل محيط الفيسبوك أو توافق على طلبه للصداقة فهذا يعني أن صفحتك الرئيسية في الفيسبوك ستستقبل كتابات وصور وفيديوهات وأنشطة هذا المستخدم، وعندما تشتراك في صفحة عامة داخل الفيسبوك فإن هذا يعني أنك تود ان تظهر منشورات تلك الجهة في صفحتك الرئيسية، وهذا مع استمرار علاقات الصداقة التي تجريها والاشتراكات في الصفحات والمجموعات داخل الفيسبوك أنت تحدد المحتوى الذي سيظهر لك في صفحتك تباعاً .

### 7- تفتيت الاتصال:

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعنى أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد، فهناك في شبكات التواصل الاجتماعي المجموعات

(1) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص446

(2) "ثلاث صفات مشتركة بين شبكات التواصل الاجتماعية"، مرجع سابق.

(3) ثلاثة صفات مشتركة بين شبكات التواصل الاجتماعي، المرجع نفسه.

والاشتراكات المغلقة فبإمكان الفرد أن يشترك في مجموعة معينة أو قناة معينة على شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لرغباته وهوالياته وأن يتلقى المعلومات التي يريدها<sup>(1)</sup>.

## 8- التواصل بين المستخدمين:<sup>(2)</sup>

إننا نتكلم عن شبكة -تواصل - اجتماعية، إذن هنالك تواصل يتم، وهذا التواصل يكون متشعباً ومعقداً أحياناً حتى صرنا نطلق على الموقع -شبكة-، وهذا يقودنا إلى المتطلب الثاني لأي موقع الإلكتروني كي يصبح شبكة تواصل اجتماعية، انه التواصل الفعال بين زوار الموقع (أو المشتركين) ، والتواصل لا يتم إلا بين أشخاص معلومين، لا يمكن أن يتواصل مجھول مع مجھول بشكل فاعل، لذلك فالاشتراك والتسجيل في موقع الشبكة الاجتماعية من أهم المسائل التي يجب على الزائر القيام بها للبدء في استخدام الشبكة، ثم بعد ذلك يأتي دور التواصل بين المشتركين داخل الشبكة الاجتماعية، ويمكن أن نطلق على أولئك المشتركين (مستخدمين) لأنهم انتقلوا من فئة (زوار) فأصبحوا يستخدمون تلك الشبكة وأدواتها للتواصل والكتابة والنشر و..الخ.

التواصل قد يأخذ صوراً عدّة، هنالك صور بسيطة من التواصل وهو التواصل بالرسائل، وهناك الدرشة وتبادل الصور والفيديوهات والملاحظات والتعليقات، والكتابة على اليوميات.

والتواصل الفعال هو أن تصل نشاطات وأخبار مستخدم إلى مستخدم آخر بشكل إلى دون تدخل يدوي، وهذا ما يتم في الفيسبوك بشكل واضح، يجد المستخدم في صفحته أخبار وفعاليات أصدقائه الذين اختارهم بنفسه من بين مستخدمي الفيسبوك الكثُر، كما أن التواصل في الشبكات الاجتماعية يتم في إطار دائرة ضيقه وليس بين كل مستخدمي الشبكة، كل مستخدم في تلك الشبكات له دائرة ضيقة يتواصل معها ، يقوم بإنشاء قائمة أصدقاء أو متابعين فور وصوله إلى محيط الشبكة ويبقى ضمن تلك الدائرة لا يتواصل مع المحيط الخارجي إلا بالجزء اليسير فقط . التواصل الاجتماعي داخل الشبكة هو المحك الذي جعل بعض مواقع الشبكات تتصعد إلى آفاق النجاحات المتقدمة وجعل الأخرى تتأخر كثيراً عن الركب، الأمر الذي يبذل أصحاب تلك الشبكات الكثير من الجهد لتطويره وإيجاد خدمات وأدوات تحسن من تواصل المستخدمين مع بعضهم البعض.

(1) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص446.

(2) ثلاث صفات مشتركة بين شبكات التواصل الاجتماعية، مرجع سابق

## ثانياً: مميزات شبكات التواصل الاجتماعي:

تتعدد مميزات شبكات التواصل الاجتماعي التي تعطيها التفوق على غيرها من وسائل الاتصال الأخرى من حيث الاتصالية المتعددة والتفاعلية وسرعة التواصل ودمج وسائل ووسائل متعددة وغيرها من المميزات الأخرى، ونورد هنا أبرز هذه المميزات:

### 1- سهولة البناء والاستخدام:

تميز شبكات التواصل الاجتماعي بمعالم جديدة من حيث البناء والاستخدامات تسهل على المستخدم التعامل معها، وهي<sup>(1)</sup>:

أ- الاشتراك المجاني في الاستفادة منها .

ب- سهولة المشاركة في هذه الشبكات والاستفادة منها .

ت- سهولة بناء الروابط للموضوعات ذات الاهتمام المشترك بموقع أخرى

ث- استخدام وسائل النشر الفوري على الجماعات أو التشكيلات الاجتماعية من خلال خدمة Atom وR.S.S

### 2- قدرات اتصالية متعددة :

تتمتع موقع شبكات التواصل الاجتماعي بقدرات اتصالية متعددة، فهي تدمج بين البريد الإلكتروني والرسائل وبناء الموقع، وكتابة اليوميات وتحميل الملفات والموسيقى والفيديو، وهذا ما يجعلها تدمج مميزات متعددة لوسائل اتصال أخرى في باقة واحد للمستخدم<sup>(2)</sup>.

### 3- بناء وتكوين صداقات متعددة:

تساعد شبكات التواصل الاجتماعي مستخدميها على تكوين صداقات جديدة عبر بيئة مجتمع افتراضي، حيث أصبح بإمكان أي فرد أن ينشئ موقعه الخاص على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة.

### 4- الآنية في نقل الحدث والمعلومة:

يحسب لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تتعامل مع المعلومة والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على

(1) محمد عبد الحميد، المدونات "الإعلام البديل"، ط1(القاهرة: عالم الكتب، 2009)ص 129.

(2) شريف اللبان، مدخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت، ط1(القاهرة: دار العالم العربي للنشر والتوزيع، 2011) ص 88.

بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة، فإن وضع أحد المستخدمين أي معلومة على صفحته تصل في نفس الوقت إلى باقي المستخدمين المشتركين معهم في نفس الوقت تلقائياً.

#### 5- خلاصة الأخبار والأحداث:

توفر شبكات التواصل الاجتماعي للمتلقى إمكانية الحصول على خلاصة وافية لما تنشره الواقع الإلكترونية، التي يرتبط بها مباشرة أو من خلال أصدقائه.

حيث أوجد موقع الفيس بوك وشبكات التواصل الاجتماعية بشكل عام نوعاً جديداً من الخدمات الإخبارية، هذا النوع يتميز بسرعة التحديث واختصار المادة الإخبارية، فقد نشأت في الفترة الماضية صفحات إخبارية على الفيس بوك فاقت في شهرتها كثيراً من الواقع الإخبارية المتخصصة، عبر هذه الصفحات ستصلك الأخبار فور وقوعها وعلى شكل رؤوس أخبار أو ملخصات توفر عليك الوقت<sup>(1)</sup>.

#### 6- شمولية الاستخدام:

أصبح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي غير مقتصر على الأفراد أو المؤسسات بأشكالها المختلفة فقط، ولا استخدامها من قبل بعض المسؤولين والسياسيين في دول عديدة في العالم فحسب، وإنما أصبحت الكثير من الجامعات والمعاهد العلمية في العالم أجمع تتواصل مع طلابها عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، ونتيجة لإقبال الناس على التسوق الإلكتروني، فقد زادت نسبة الإعلانات على الواقع الإلكتروني، مما حقق وبالتالي ارتفاعاً خيالياً في أرباحها<sup>(2)</sup>.

#### 7- دمج وسائل ووسائل متعددة:<sup>(3)</sup>

تميز شبكات التواصل الاجتماعي بأنها تدمج الوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد

(1) عمر عبد الله، خمس فوائد من الفيسبوك غير التواصل مع الأصدقاء، تقرير متاح "online"، في موقع ثورة الويب، بتاريخ 20-2-2012 على الرابط التالي: <http://goo.gl/034QTX>، تاريخ الدخول 10-3-2013.

(2) مروان سعدات، الشبكات الاجتماعية تهيمن على الحملات الإعلامية، حوار مع صحيفة الوطن السعودية، بتاريخ 7-9-2013، متاح "online" على الرابط التالي: <http://goo.gl/jj9Glc> تاريخ الدخول 20-9-2013.

(3) عباس صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1 (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008) ص 8

بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالى التقليدى، فضلاً عن تبني هذه الشبكات للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعدديّة الوسائل وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص، وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدوليّة .

**ثالثاً: أهم الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي:** <sup>(1)</sup>

- 1- الملفات الشخصية: من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه، كالنوع، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات، المؤهلات العلمية والصورة الشخصية بالإضافة إلى عدد من المعلومات الديمغرافية .
- 2- الأصدقاء/العلاقات: وهم الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين .
- 3- إرسال الرسائل: نتيح شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدميها إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.
- 4- الألبومات المchorة: نتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد غير محدود من الألبومات ورفع الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصورة مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها .
- 5- إمكانية التواصل عن طريق البريد الإلكتروني أو عن طريق المحادثة الفورية.
- 6- نتيح خدمة مشاركة الملفات لمستخدمين معينين أو بشكل مفتوح .
- 7- تقدم خدمة ترك رسالة معينة تسمى حالة كي يراها المستخدمون الآخرون.
- 8- يمكن لأي مستخدم ترك لمحّة عن نفسه واهتماماته وإنشاء مجموعات.
- 9- إمكانية التواصل مع عدة أشخاص حسب أي نوع من الاهتمام تريده.
- 10- إمكانية تحديد الموقع الجغرافي وتبدلّه كلما استدعت الحاجة، والتواصل مع الآخرين حسب الموقع الجغرافي.
- 11- إمكانية تبادل الهدايا الالكترونية بين الأعضاء.
- 12- إمكانية ترك إعلان مصور عن نشاطك.

(1) عبد الكريم باحاج، استخدامات الشباب العربي لموقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحث والدراسات العربية -قسم الدراسات الإعلامية، 2013) ص 83.

13- إمكانية ممارسة الألعاب مع أطراف عدّة من خلال هذه الشبكات .

#### رابعاً: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي

بناءً على تجربة الباحث ومتابعته لوسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي أمكن حصر أبرز استخدامات وطرق الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في التالي:

##### 1- التواصل الاجتماعي:

وهي تعتبر الاستخدام الأبرز لهذه الشبكات حيث يسعى كل مستخدمي هذه الشبكات للتفاعل والتواصل مع الآخرين من خلال هذا الشبكات، وذهبت بعض الدراسات إلى أن التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي فاق التواصل والتفاعل الشخصي، وخاصة في مناطق الشرق الأوسط بعد التطورات السياسية وثورات الربيع العربي<sup>(1)</sup>.

##### 2- التدوين والنشر الإلكتروني:

توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للأفراد من مستخدمي هذه الشبكات من نشر آرائهم وأفكارهم والتعبير عنها بحرية وربط مدوناتهم الشخصية من خلال هذه المواقع وتدوين ملاحظاتهم وتعليقاتهم ومتابعتهم للأحداث عبر خاصية التدوين المصغر التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي .

##### 3- البحث عن وظائف :

أشار استطلاع أجرته "كاريرشونتي دوت كوم"، البوابة الإلكترونية المتخصصة في مجال التوظيف في منطقة الشرق الأوسط، إلى أن موقع الشبكات الاجتماعية بات من بين أكثر الوسائل شعبية للبحث عن وظائف و فرص التطوير الوظيفي في منطقة الشرق الأوسط، وأظهر الاستطلاع أن 63% من الذين استطاعت آراؤهم يستخدمون تلك المواقع للبحث عن الوظائف، مما جعل عملية البحث عن الوظائف تأتي في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام لهذه المواقع بعد التواصل الاجتماعي، وجاء موقع الفيسبروك (Facebook) كأكثر موقع للشبكات الاجتماعية شعبية، حيث سجل 4.5 نقطة من أصل 5 نقاط، تبعه موقع لينك إن (Linked In) بـ3.5، في حين جاء موقع تويتر (Twitter) في المرتبة الثالثة في الاستطلاع وحصل على 3.4 نقطة<sup>(2)</sup>.

(1) محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتنقين مرجع سابق، ص 19.

(2) «فيسبوك» و«لينك إن» و«تويتر» هي المواقع الشبكية المفضلة، استطلاع منشور بصحيفة الوسط البحرينية – العدد 2976 - السبت 30 أكتوبر 2010م متاح "online" ، على الرابط التالي: <http://goo.gl/qdu4Hr> ، تاريخ دخول الموقع 10-4-2013.

#### 4- الإعلان من خلال شبكات التواصل الاجتماعي :

بإمكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري، من خلال استخدام خاصية "صفحات Page" التي تتوفر في معظم الشبكات. وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية وتتوفر لك فرصة لانتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة والتي عادة ما تكون واسعة الانتشار<sup>(1)</sup>.

#### 5- الاستخدامات الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي:

وفي مجال الإعلام هناك عدة استخدامات لشبكات التواصل الاجتماعي منها:

##### أ- منبر حر للتعبير عن الآراء:

شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت منبراً حرّاً للتعبير عن الآراء ونشر المقالات والأخبار بحرية بعيداً عن الرقابة الموجودة على الوسائل التقليدية، وما حصل بالثورة التونسية والمصرية أكد فاعلية شبكات التواصل الإعلامي في نشر الآراء والأخبار والمقالات وتحدي الرقابة المفروضة من الأنظمة السياسية القائمة .

##### ب- وكالات أنباء وموقع إعلامية:

تم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لإنشاء وكالات أنباء تنشر أخبارها من خلال موقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك مثل شبكة رصد بمصر (R.N.N)، وشبكة شام بسوريا (S.N.N)، وشبكة قدس بفلسطين (Q.N.N)، ووكالة الأنباء العزاوية بغزة (G.N.A).

##### ت- مصدر للأخبار والمعلومات:

شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت مصادر للأخبار والمعلومات حيث تستخدمها وسائل الإعلام كمصدر للأخبار، وتنقل عنها التصريحات والآراء من خلال صفحات المستخدمين وتدويناتهم وعلى وجه الخصوص فيس بوك وتويتر :

(1) تقرير شامل عن شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق.

ونورد هنا أمثلة عدّة على ذلك :

1- خبر منشور بصحيفة نقلًا عن فيس بوك:

**فياض: أنا رهن الإشارة للرحيل عن الحكومة**

**وأدعوا للتوفيق على رئيس وزراء جديد<sup>(1)</sup>**

رام الله: قال فياض في تصريحات على موقع التواصل الاجتماعي : "يتم الحديث عنى وكأنني فرست في كل الحكومات التي شكلت والموضع التي شغلتها وكأنني مفروض على الشعب. صراحة فإن هذا القول فيه الكثير من الإساءة أساساً للشعب الفلسطيني وفيه إساءة للفصائل نفس ها، ناهيك عن الإساءة، ولربما هذا هو المقصود من قبل البعض، لي شخصياً".

## **فياض: أنا رهن الإشارة للرحيل عن الحكومة وأدعوا للتوفيق على رئيس وزراء جديد**

إنني عملت وفي أحسن الظروف، تحت الضغط.. أقول ساهمتنا مع الغير. أما موضوع رحيل رئيس الحكومة فأنا رهن الإشارة ولا يمكن أن أكون عنصراً مغطلاً لشيء ولا يمكن أن أكون عنصراً عدم استقرار، فأنا مسؤول وعندي حرص، ولكن إذا ما كان هذا هو المطروح فإن لكل بيت باباً ولطرق البيوت من أبوابها وأنا أكثر من جاهز، هذه الخدمة شرف ومسؤولية. اعتبر أنه كان لي إسهام ولا أدعى أنه كان لي أكثر من ذلك، ولكن بكل تأكيد لا اعتبر أن هذه مسألة أسعى لها أو أتمسك بها إطلاقاً تحت أي إطار وأنا أكثر من جاهز لذلك بكل احترام.

[النتمكنة من ٢١]

هذا هو المقصود من قبل البعض، لي شخصياً. ولكن اسمحوا لي أن أقول بأخوة إنني لم أفكر أبداً بهذه الطريقة، فالشعب الفلسطيني غني بالإنسان الفلسطيني والإنجاز .. إن الإنجاز والقدرة على تحقيقه ليست إطلاقاً حكراً على أحد، والحمد لله فإنه معروف عن شعبنا أنه غني بهذه الطاقات وبهذه الإمكانيات، ولا يمكن أن يكون من المقبول أن يعرض أي إنسان نفسه في إطار أنه أفضل من غيره، وهذا غير وارد ولم أدعه أبداً.

وأضاف فياض أنه رهن الإشارة ليرحل عن رئاسة الحكومة وأنه لن يكون عنصراً مغطلاً لشيء أو عنصر عدم استقرار، قائلاً: "لم أقل يوماً

بيت لحم - "معاً": أكد الدكتور سلام فياض، رئيس الوزراء أنه لم يفرض على الشعب الفلسطيني في كل الحكومات الفلسطينية والموضع التي شغلتها، داعياً الفصائل والقوى الفلسطينية إلى التوفيق على اختيار رئيس وزراء جديد.

وقال فياض في تصريحات على موقعه على "الفيسبوك" موقع التواصل الاجتماعي : "يتم الحديث عنى وكأنني فرست في كل الحكومات التي شكلت والموضع التي شغلتها وكأنني مفروض على الشعب. صراحة فإن هذا القول فيه الكثير من الإساءة أساساً للشعب الفلسطيني وفيه إساءة للفصائل نفسها، ناهيك عن الإساءة، ولربما

(1) خبر منشور بصحيفة الأيام الفلسطينية المحلية بتاريخ 2011-11-2، العدد (5695) ص 1.

## 2- ومثال آخر لخبر منشور على موقع الكتروني نقلًا عن تويتر :

ضاحي خلفان: سنصدر مذكرة لإنتريل للقبض على القرضاوي<sup>(1)</sup>

ذكر الفريق ضاحي خلفان تميم قائد عام شرطة دبي على صفحته في موقع "تويتر" أنه سيصدر مذكرة إلقاء قبض على الشيخ يوسف القرضاوي وذلك على خلفية تهجم القرضاوي على دولة الإمارات في قناة الجزيرة، ومطالبته بالإمارات بعدم طرد بعض السوريين الذين ظاهروا ضد النظام السوري بالإمارات.

وقال الفريق خلفان في تغريدة أخرى : "القرضاوي منع من دخول الإمارات لما له من نشاطات تنظيمية سياسية حيث بدأ يحزب الناس ويفسّس لمشروع يهدف إلى إحداث بلبلة .

### ضاحي خلفان : سنصدر مذكرة لإنتريل للقبض على القرضاوي

١٦ | ٥ مارس 2012 | الكاتب : Snyar | كتب في : أخبار الإهارات | الزيارات : ١٠ تعليقات



ضاحي خلفان تميم CommanderOFC

سنصدر مذكرة إلقاء قبض على القرضاوي .

سنيار: ذكر الفريق ضاحي خلفان تميم قائد عام شرطة دبي على صفحته في موقع "تويتر" أنه سنصدر مذكرة إلقاء قبض على الشيخ يوسف القرضاوي وذلك على خلفية تهجم القرضاوي على دولة الإمارات في قناة الجزيرة، ومطالبته بالإمارات بعدم طرد بعض السوريين الذين ظاهروا ضد النظام السوري بالإمارات.

قال الفريق خلفان في تغريدة أخرى : "القرضاوي منع من دخول الإمارات لما له من نشاطات تنظيمية سياسية حيث بدأ يحزب الناس ويفسّس لمشروع يهدف إلى إحداث بلبلة ." ، كما قال لأحد المغردين: "سفاهة الشيخ كارثة... ما بقى يشنتم الا فينا شتم العالم كله القرضاوي لم يبق ولم يذر ونسى يوم ان هرب مع فتاه سرا ." .

(1) خبر منشور على الموقع الإخباري الإلكتروني سنيار بتاريخ 5 ابريل 2012 على الرابط التالي:

<http://www.snyar.net/blog/2012/03/05>

وخبر آخر منشور على موقع الكتروني نقل عن فيس بوك :

نقابة الموظفين تدعو لعدم التعامل مع أخبار الرواتب إلا عبرها فقط<sup>(1)</sup>

رام الله / قال رئيس نقابة العاملين في الوظيفة العمومية بسام زكارنة عبر صفحته الشخصية على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" ان أية أخبار بشأن الرواتب ستنشر بعد التأكيد داعياً إلى عدم التعامل مع أي خبر إلا عبر النقابة.

وكان مصدر مطلع توقع أن تصرف رواتب الموظفين العموميين العسكريين والمدنيين غداً الأربعاء أو بعد غد الخميس على أبعد تقدير.

وأوضح المصدر أن الحكومة بانتظار وصول حالة مالية في أية لحظة وعندها سيتم الإعلان عن موعد محدد لصرف الرواتب.



الرئيسية | حولة سريعة | محليات | سياسة | اسرى | رياضة | اقتصاد | منوعات | أفكار | ثقافة وفنون | ملة

زكارنة يدعو لعدم التعامل مع أخبار الرواتب إلا عبر النهاية

التفاصيل نشر بتاريخ الثلاثاء، 03-04-2012 // 18:36

رام الله/PNN - قال رئيس نقابة العاملين في الوظيفة العمومية بسام زكارنة عبر صفحته الشخصية على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" أن أية أخبار بشأن الرواتب ستنشر بعد التأكيد داعياً إلى عدم التعامل مع أي خبر إلا عبر النقابة.

وكان مصدر مطلع توقع أن تصرف رواتب الموظفين العموميين العسكريين والمدنيين غداً الأربعاء أو بعد غد الخميس على أبعد تقدير.

وأوضح المصدر أن الحكومة بانتظار وصول حالة مالية في أية لحظة وعندها سيتم الإعلان عن موعد محدد لصرف الرواتب.

(1) خبر منشور على موقع شبكة فلسطين الإخبارية بتاريخ 3-4-2012، على الرابط التالي:

<http://arabic.pnn.ps/index.php/local/9398>

### ثـ- وسيط بين المتلقى والوسيلة:

تستخدم وسائل الإعلام بشتى أنواعها شبكات التواصل الاجتماعي ك وسيط لنشر محتويات الوسيلة، والتواصل بشكل مستمر مع المتنادي من خلال ربط موقع الوسيلة على الإنترنت بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي من أجل إبقاء المتنادي على تواصل دائم مع الوسيلة والاستفادة من شعبية شبكات التواصل الاجتماعي، التي تتفوق في الانتشار على وسائل الإعلام، حيث أكد تقرير جديد أطلقته شركة سبوت أون للعلاقات العامة أن عدد المشتركين في خدمة الإعلام الاجتماعي "فيسبوك" في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا هم أكثر من عدد المشتركين في الصحف التي يتم تداولها في الشرق الأوسط. حيث بين التقرير الذي يحمل عنوان "التوزيع الجغرافي لموقع الفيس بوك في الشرق الأوسط وإفريقيا" أن عدد مشتركي الفيس بوك يزيد عن 15 مليون مشتركاً في المنطقة، وبالمقابل يبلغ عدد مشتركي الصحف العربية والإنجليزية والفرنسية ما يقل عن 14 مليون مشتركاً فقط<sup>(1)</sup>.

وهذا أيضاً أيدته دراسة أجراها د. نعيم المصري بأن شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على وسائل الإعلام حيث كشفت الدراسة أن استخدام موقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين أثر وأدى إلى انخفاض التعامل مع وسائل الإعلام الأخرى بدرجات مقاومة، جاء أكثرها على مطالعة واستهلاكة الكتب حيث إن نسبة 58% من المبحوثين أجابوا بأنها انخفضت جداً، ونسبة 26% من المبحوثين أجابوا بأنها انخفضت، كما أن استخدام موقع التواصل الاجتماعي أثر سلباً على قراءة الصحف والمجلات وفقاً لإجابات المبحوثين حيث أجاب نسبة 56% بأن قراءتهم للصحف والمجلات انخفضت جداً، كما أن نسبة 26% من المبحوثين أجبت بأنها انخفضت، وأيضاً أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين على الاستماع إلى الإذاعات إذ أجاب نسبة 40% من المبحوثين بأن استماعهم للإذاعات انخفض جداً، ونسبة 36% من المبحوثين أجابوا بانخفاض استماعهم للإذاعات، وأجاب 58% من المبحوثين المستخدمون لموقع التواصل الاجتماعي أن مشاهدهم للقنوات الفضائية قد انخفضت، ونسبة 24% من المبحوثين أجابوا بأنها انخفضت جداً<sup>(2)</sup>.

ج- تستخدم وسائل الإعلام شبكات التواصل وخاصة تويتر في إيصال أخبارها للمنتقى عبر الرسائل القصيرة على الهاتف المحمولة دون أن تكلف المتلقى أي تكاليف أخرى، وذلك عبر خدمي اتبعني أو follow، وهذه الخدمة التي يوفرها تويتر وأصبحت تتنافس الخدمات المدفوعة التي توفرها وكالات الأنباء لمستخدميها في إرسال الأخبار العاجلة حيث أصبح المستخدم تصله آخر

(1) انتشار الفيس بوك يتوقف على انتشار الصحف في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، مرجع سابق.

(2) نعيم المصرى 2011، مرجع سابق.

مستجدات الأخبار على هاتفه بشكل مجاني بمجرد وضع الخبر على صفحة توينر التابعة للموقع أو الوسيلة الإعلامية.

#### 6- الممارسات السياسية:

أصبحت موقع شبكات التواصل الاجتماعية تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته، ومختلف الممارسات كعملية الاستفادة حول العديد من القضايا عبر تلك الشبكات، والتي تتيح له حرية كبيرة للتعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته السياسية .

#### 7- الاستخدامات التعليمية:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي أحد الوسائل الاتصالية التي يُستفاد منها المستخدم من خلال الاطلاع على محاضرات ومواد تعليمية، كالمحاضرات والفيديوهات المصورة التي تتيحها شبكة اليوتيوب والمجموعات العلمية التي توفرها شبكة الفيس بوك، وتقدم شبكات الاجتماعية للطلاب الفرصة للتواصل مع الطلاب الآخرين والمعلمين والإداريين، والخريجين، سواء داخل أو خارج مؤسسته التعليمية، والشبكات الاجتماعية لها أدوات وقدرة على جذب وتحفيز وإشراك الطلبة في الممارسات التواصلية ذات مغزى، وتبادل المحتوى، والتعاون، ويرى د.نعميم المصري أستاذ الإعلام المساعد والباحث في شبكات التواصل الاجتماعي أن هناك استخدامات عدّة لشبكات التواصل الاجتماعي في التعليم تتمثل في النقاط التالية: <sup>(1)</sup>

##### أ- زيادة المعرفة العلمية:

يمكن من خلال شبكات التواصل أن يستثمر العاملون في السلك التعليمي بمراحله المختلفة إمكانات وخدمات هذه الشبكات في تسجيل وعرض وتقديم المحاضرات للطلبة، بالإضافة إلى وضع روابط لها علاقة بالمنهاج الدراسي كمساندة ودعم في تعزيز المعرفة العلمية لدى الطلبة.

##### ب- إجراء الأبحاث والدراسات:

توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة لإجراء أبحاث ودراسات لمعرفة وجهات وآراء الطلبة من خلال الاستبيانات الإلكترونية وتعتمد عليها على الفئات المستهدفة من الطلبة بما يحسن من جودة العملية التعليمية وتسهيل إجراء الأبحاث العلمية.

(1) د.نعميم المصري، أستاذ الإعلام المساعد والباحث في شبكات التواصل الاجتماعي، ورئيس قسم الفنون التطبيقية في كلية فلسطين التقنية في دير البلح بقطاع غزة، مقابلة أجراها الباحث بمكتبه بتاريخ

.2014-5-10

#### ت- سهولة التواصل:

أنا تحت شبكات الاجتماعية سهولة التواصل السريع والمرن ما بين الهيئة التدريسية والطلبة ووفرت مجالاً مفتوحاً لتبادل المعلومات، وتعزيز العلاقات الاجتماعية بين الهيئة التدريسية والطلبة من خلال إنشاء صفحات ومجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي.

#### ث- تنمية المشاركة العلمية الإيجابية:

تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز المشاركة العلمية التعليمية الإيجابية لدى المدرسين والطلبة والخريجين من خلال نشر ومتابعة المشاريع والتكليفات العلمية والأبحاث؛ مما يؤدي لكسر جمود العلاقة الرسمية وإيجاد مناخ إيجابي مشجع للتنافس بين الطلبة كافة.

#### ث- تعزيز العلاقة بالمؤسسة التعليمية

أنا تحت شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للطلبة للقيام بجولات افتراضية مصورة عن المؤسسة التعليمية التي يرغب الالتحاق بها أو ينتهي إليها، من خلال الاطلاع على المعلومات والدليل التعليمي ومتابعة أنشطة وفعاليات المؤسسة التعليمية .

#### ح- توفير الوقت والجهد

وفرت شبكات التواصل الاجتماعي الوقت والجهد والمال من خلال سهولة إرسال وتلقي المواد التعليمية، حيث بإمكان الطالب متابعة الدروس والمواد المتعلقة بالمساقات من خلال المجموعات المخصصة للمساق على شبكات التواصل الاجتماعي دون الذهاب إلى مقاعد الدراسة، ووفرت شبكات التواصل الاجتماعي مراجع علمية يستفيد منها الطالب بشكل مجاني والاستغناء عن الدروس الخصوصية، حيث أصبحت شبكات تواصل الاجتماعي بمثابة المدرس الإلكتروني.

#### 8- الاستخدامات الدعوية.

فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم واختلاف أجناسهم وبلدانهم، وأصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواعدهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الانغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول، وفي ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتقولب الداعية والعالم على قوالب جامدة، وتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعلمية والفعوري والتحديث المستمر، مع كسر حاجز الوقت والزمان، والسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكليف<sup>(1)</sup>.

(1) حمزة أبو شنب، تقنيات التواصل الاجتماعي .. الاستخدامات والمميزات، مقال منشور على بوابة الألوكة الثقافية، بتاريخ، متاح "online" على الرابط التالي: <http://goo.gl/6ibo7w> ، تاريخ الدخول 2-9-2013.

## خامساً: سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

على الرغم من وجود عدد من الإيجابيات والمميزات لموقع التواصل الاجتماعي، إلا أن هناك بعض المخاطر والسلبيات المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي منها ما هو متعلق بالمستخدم، ومنها ما هو متعلق بالشبكة نفسها، نعرضها في التالي :<sup>(1)</sup>

1- إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات من القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية، وهذا يعني إمكانية وصول بعض الأشخاص لمعلوماتك كاملة، بل وسجل مراسلاتك الخاصة.

2- الإدمان على هذه المواقع، حيث تخلق شبكات التعارف جواً من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها، وقد اعترفت الكثير من الفئات بأنها تقضي أكثر من 6 ساعات يومياً على هذه المواقع، لذلك يتوجب على المستخدم أن يكون حريصاً عند استخدام هذه الشبكات من الوقوع في شرك الإدمان.

3- إمكانية الوجود في مغبة عمليات منظمة من النصب والاحتيال، حيث تنتشر في بعض هذه الشبكات مجموعات تصنع جواً من الثقة حول أحد الشخصيات الوهمية التي تطلب منك المال بناءً على هدف معين قد يكون على سبيل الاستدانة أو ربما على سبيل الاستثمار.

4- فساد العلاقات الاجتماعية الطبيعية، فقد صدرت دراسات تؤكد تسبب موقع مثل الفيس بوك والمای سپیس My space بنسبة تفوق الـ20% من حالات الطلاق. وبأيّي هذا نتائج لرؤية الشريك لشريكه أو العكس مهتماً بأفراد معينين داخل الشبكة أو نتيجة لإهمال الشريك مفضلاً التواصل في الشبكة أو غير ذلك.

5- الانعزالية : تقول الباحثة في علم الاجتماع، شيري تركل أن شبكات التواصل الاجتماعي جعلت الناس ينعزلون عن الواقع المعاش، ويتهرون في واقع افتراضي، ليس له صلة بحياتهم الحقيقة، مما يقلل من آدميّتهم وتقول: "إننا ابتكرنا تقنيات ملهمة ومعززة ومع ذلك فقد سمحنا لها بأن تحط من قيمتنا".<sup>(2)</sup>.

6- بث الشائعات وانتهال الشخصيات: بث الشائعات وانتهال الشخصيات تعتبر من أبرز سلبيات ومخاطر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث من الممكن أن ينتهي أحدهم اسم شخص أو مؤسسة ما، وينشئ صفحة على شبكات التواصل الاجتماعي ويبيث الشائعات وأخبار مغلوطة باسم ذلك الشخص أو المؤسسة ويعتبر د. جبريل العريشي أستاذ علم المعلومات بجامعة

(1) تقرير شامل عن شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق.

(2) محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتنقين، مرجع سابق، ص، 109.

الملك سعود في حديث لصحيفة عكاظ السعودية<sup>(1)</sup> حول مخاطر الشائعات وانتحال الشخصيات على أمن المواطن أن وسائل الإعلام الجديد أوجدت بيئة جديدة لبث الشائعات وانتحال الشخصية حيث إن استخدام الشبكات الاجتماعية تتم بصور متعددة، منها ما يتعلق بنشر الإشاعات والأكاذيب للإضرار بجهة معينة أو للتشهير بشخصيات معروفة فيما يعرف بالجرائم الإلكترونية.

وقال في هذا الصدد: إن أحدث ما يحدُّر منه خبراء أمن المعلومات في عام 2012 هو انتحال شخصيات الآخرين في موقع الشبكات الاجتماعية، وهي جريمة قديمة حديثة، فانتحال الشخصيات لأغراض مختلفة هو جريمة قديمة، أما انتحالها في الشبكات الاجتماعية بغرض التشهير فهو من الجرائم التي ظهرت مع ظهور الإنترنت وزادت مع ازدياد انتشارها.

ويقسم العريشي أشكال انتحال الشخصية على الإنترنت التي تعتبر من الجرائم الإلكترونية إلى قسمين:

أ- انتحال لشخصية موجودة أو انتحال صفة شخص، وهو ما يعرف لدى القانونيين بالشخص الطبيعي، غالباً ما يكون قصد مرتكب هذه الجريمة هو استغلال الثقة والسمعة الحسنة المتوفرة للشخصية المنتقلة لبث الطمأنينة في نفس الشخص الذي يتعامل معه، أو يكون الانتحال بقصد التشهير أو الإساءة لسمعة شخص ما، أو إزاحة شخص لحساب منافس له، أو الانتقام من شخص لسبب من الأسباب فيقوم بكتابة مقالات أو نشرات أو الترويج لمعلومات صحيحة جزئياً أو غير صحيحة.

ب- انتحال شخصية موقع يمثل مؤسسة ما، وهو ما يعرف لدى القانونيين بالشخص الاعتباري، وهذه تعتبر الأكثر ضرراً وهي غالباً ما تكون ذات طابع إجرامي.

(1) جبريل العريشي، انتحال شخصيات الآخرين وبث الشائعات جرائم تهدد أمن الوطن، صحيفة عكاظ السعودية، العدد 4039 بتاريخ 28-7-2012، متاح "online" على موقع الصحيفة في الرابط التالي: .2013-2-18 ، تاريخ الدخول <http://goo.gl/I6uZkD>

## الفصل الرابع

# استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية.

المبحث الثاني: أبرز نتائج الدراسة الميدانية.

المبحث الثالث: مناقشة نتائج وفرضيات الدراسة الميدانية.

المبحث الرابع: توصيات الدراسة.

## المبحث الأول

### نتائج الدراسة الميدانية

يتناول هذا المبحث مناقشة نتائج الدراسة الميدانية، والتي تتعلق باستخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإ شباعات المتحقق، وذلك من خلال تحليل بيانات إجابات المبحوثين على الأسئلة التي تم إعدادها ضمن صحيحة الاستقصاء التي تم توزيعها على عينة طبقية عشوائية قوامها 390 مفردة من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة (الجامعة الإسلامية، جامعة الأقصى وجامعة الأزهر) بتاريخ 28-29/11/2013.

#### نتائج الدراسة الميدانية :

##### أولاً: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي:

###### 1. استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

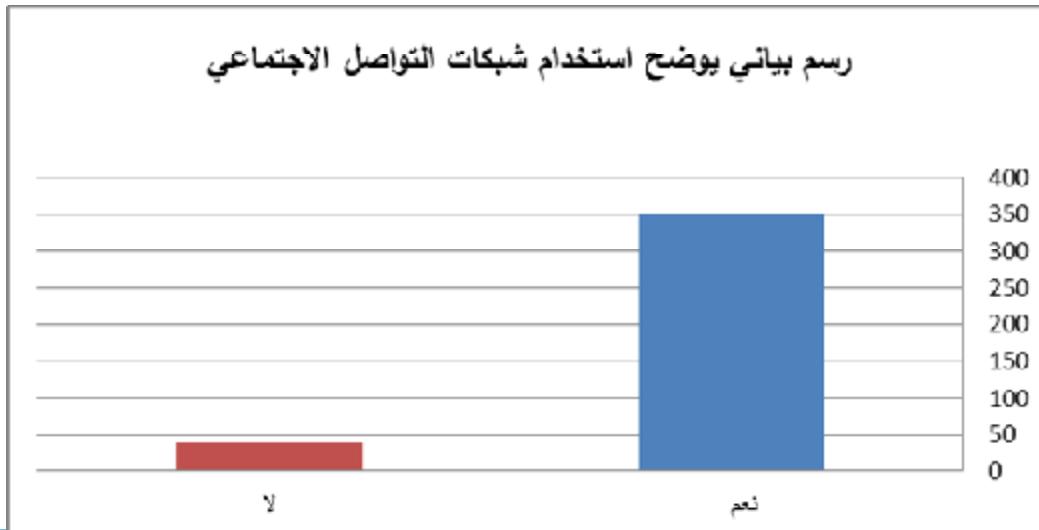
جدول(11)

###### يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النكرار	الاستخدام
89.7	350	نعم
10.3	40	لا
100.0	390	المجموع

يتضح من الجدول رقم (11) أن ما نسبته 89.7% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 10.3% هم من الذين لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.

رسم بياني يوضح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



## 2- أسباب عدم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

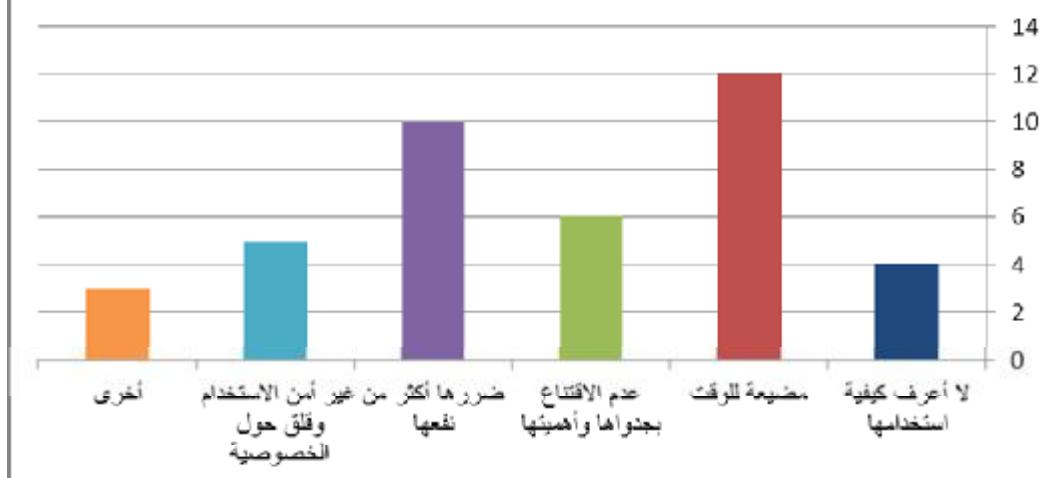
**جدول(12)**

### يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النكرار	أسباب عدم الاستخدام
30.0	12	مضيعة للوقت
25.0	10	ضررها أكثر من نفعها
15.0	6	عدم الاقتناع بجدواها وأهميتها
12.5	5	غير آمن الاستخدام وقلق حول الخصوصية
10.0	4	لا أعرف كيفية استخدامها
7.5	3	أخرى
100.0	40	المجموع

يتضح من الجدول رقم (12) أن ما نسبته 30.0% هم من الذين يعتبرون سبب عدم الاستخدام مضيعة للوقت، وما نسبته 25.0% هم من الذين يعتبرون سبب عدم الاستخدام أن ضررها أكثر من نفعها، وما نسبته 15.0% هم من الذين يعتبرون سبب عدم الاستخدام لعدم الاقتناع بجدواها وأهميتها، وما نسبته 12.5% هم من الذين يعتبرون سبب عدم الاستخدام لأنها غير آمنة وتسبب القلق حول الخصوصية، وما نسبته 10.0% من عينة الدراسة هم من الذين يعتبرون عدم استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي يعود إلى سبب عدم معرفتهم بكيفية استخدامها، وما نسبته 7.5% هم من الذين يعتبرون سبب عدم الاستخدام لأمور أخرى، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.

رسم بياني يوضح أسباب عدم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



### 3. منذ متى تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي

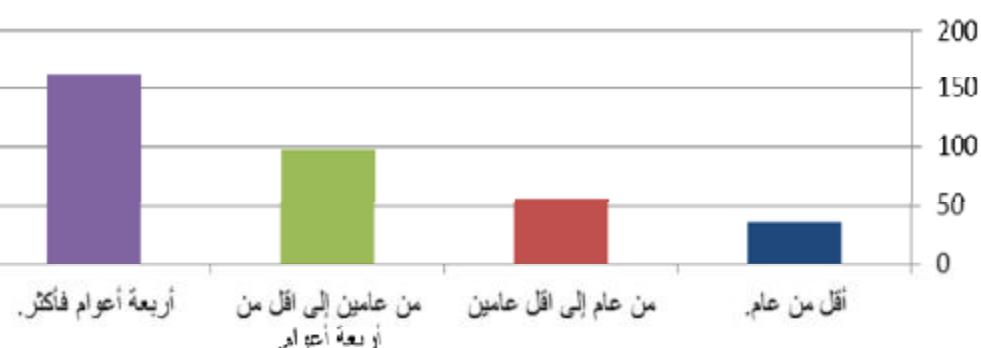
**جدول (13)**

يوضح التكرارات والنسب المئوية

متى تم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	النسبة المئوية	النوع
أقل من عام.	10.3	36
من عام إلى أقل عامين	15.7	55
من عامين إلى أقل من أربعة أعوام.	27.7	97
أربعة أعوام فأكثر.	46.3	162
<b>المجموع</b>	<b>100.0</b>	<b>350</b>

يتضح من الجدول رقم (13) أن ما نسبته 10.3% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل من فترة زمنية تقل عن عام، وما نسبته 15.7% هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل من فترة زمنية تتراوح ما بين عام إلى عامين، وما نسبته 27.7% هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل من فترة زمنية تتراوح ما بين عامين إلى أربعة أعوام، وما نسبته 46.3% هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل من فترة زمنية تزيد عن من أربعة أعوام، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.

**رسم بياني يوضح مدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي**



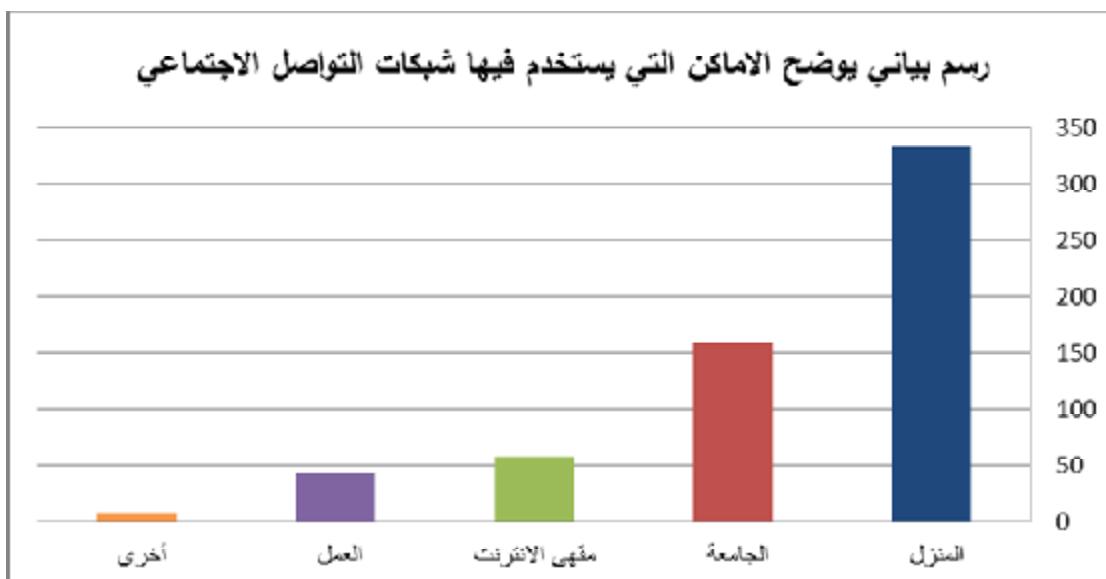
#### 4. مكان استخدم شبكات التواصل الاجتماعي

**جدول (14)**  
يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النكرار	الأماكن التي يستخدم فيها شبكات التواصل الاجتماعي
94.86	332	المنزل
45.43	159	الجامعة
16.57	58	مقهى الإنترنت
12.29	43	العمل
2.29	8	أخرى

\* اختيار متعدد (n=350)

يتضح من الجدول رقم (14) أن ما نسبته 94.86% من المبحوثين هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المنازل، وما نسبته 45.43% هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعات، وما نسبته 16.57% هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في مقاهي الإنترنت، وما نسبته 12.29% هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في أماكن العمل، وما نسبته 2.29% هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في أماكن أخرى، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



## 5. الوسائل المستخدمة في الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي:

**جدول (15)**

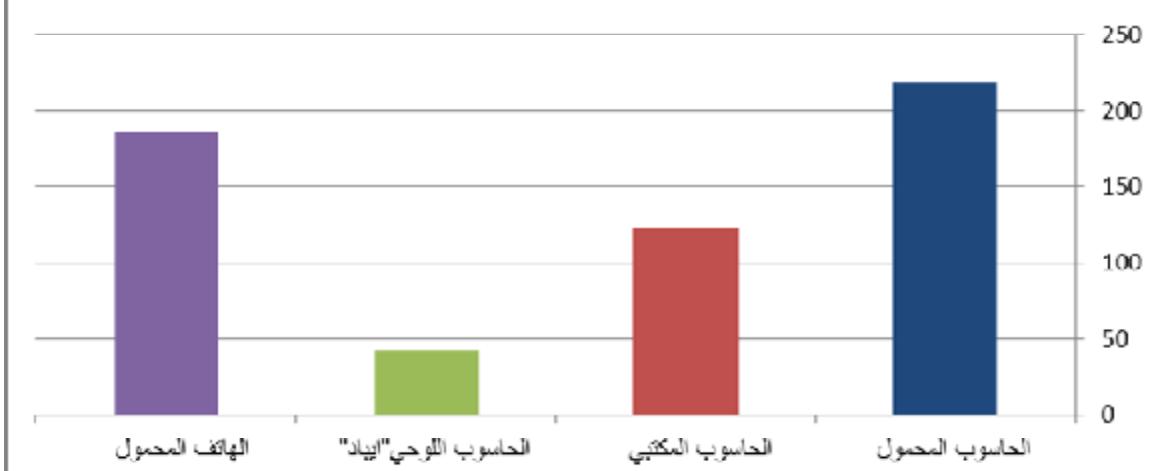
يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	التكرار	الوسائل المستخدمة في الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي
62.57	219	Laptop الحاسوب المحمول
53.14	186	Mobile الهاتف المحمول
35.14	123	Desk top الحاسوب المكتبي
12.00	42	Ibad "ابياد" الحاسوب اللوحي

\* اختيار متعدد (n=350)

يتضح من الجدول رقم (15) أن ما نسبته 62.57% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من خلال وسائل الحواسيب المحمولة، وما نسبته 53.14% هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من خلال وسائل الهواتف المحمولة، وما نسبته 35.14% هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من خلال وسائل الحواسيب المكتبية، وما نسبته 12% هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من خلال وسائل الحواسيب اللوحية " ابياد"، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.

رسم بياني يوضح الوسائل المستخدمة في الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي



6. المدة التي يقضيها المبحوثين في كل جلسة عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

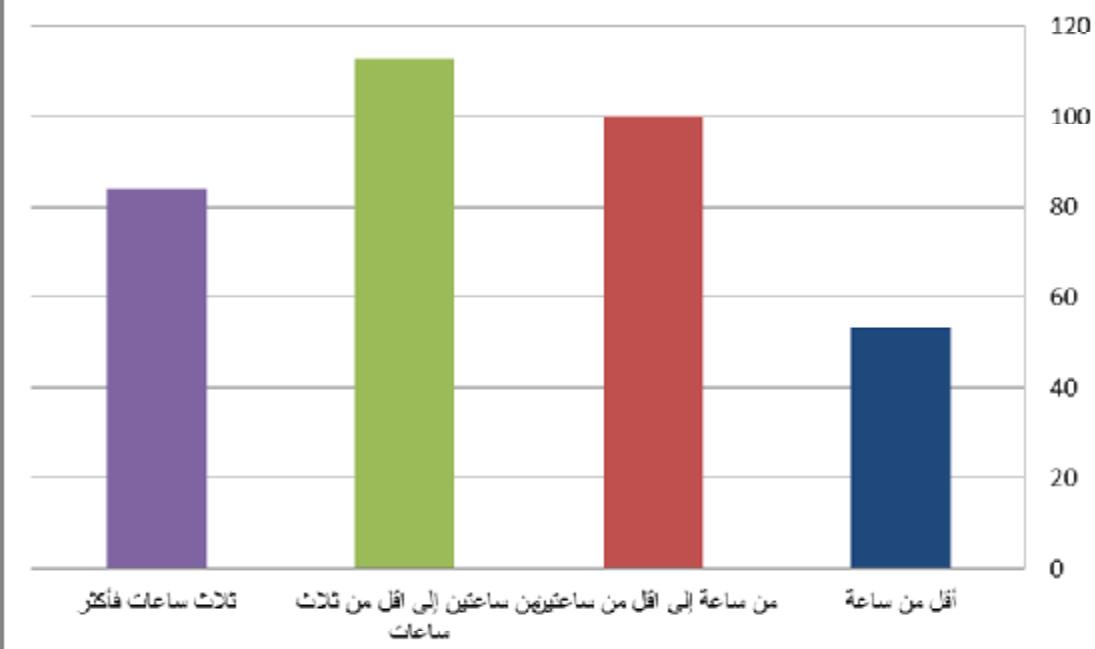
جدول(16)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النكرار	المدة التي تقضيها في كل جلسة عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
15.1	53	أقل من ساعة
28.6	100	من ساعة إلى أقل من ساعتين
32.3	113	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
24.0	84	ثلاث ساعات فأكثر
100.0	350	المجموع

يتضح من الجدول رقم (16) أن ما نسبته 15.1% من المبحوثين هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي مدتهم التي يقضونها في كل جلسة تقل عن ساعة، وما نسبته 28.6% هم من الذين مدتهم تتراوح ما بين ساعة إلى ساعتين، وما نسبته 32.3% هم من الذين مدتهم تتراوح ما بين ساعتين إلى ثلاث ساعات، وما نسبته 24.0% هم من الذين مدتهم تزيد عن ثلاث ساعات، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.

رسم بياني يوضح المدة التي يتم قضاوها في كل جلسة عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



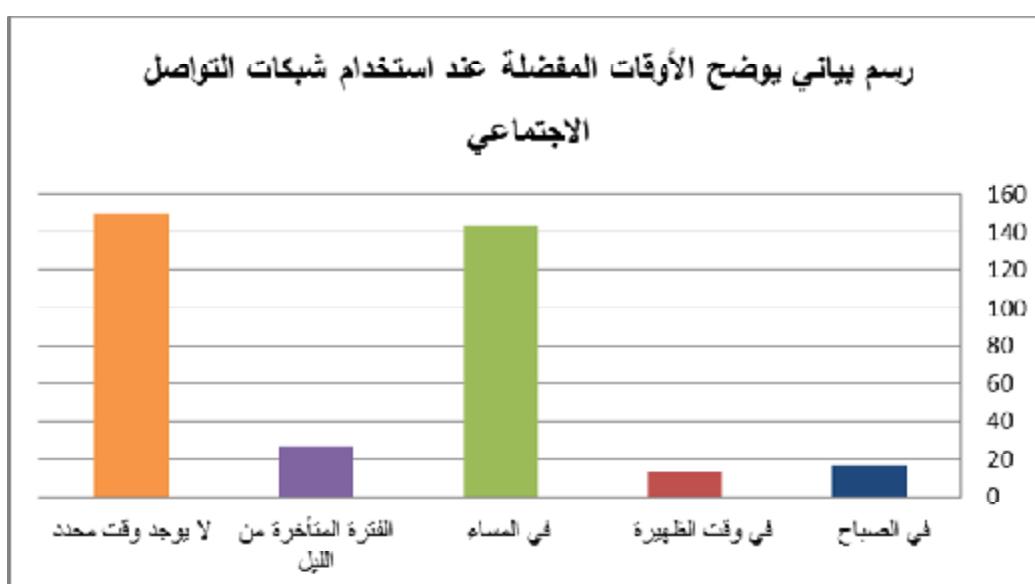
## 7. الأوقات المفضلة لدى المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (17)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	التكرار	الأوقات المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي
42.9	150	لا يوجد وقت محدد
40.9	143	في المساء
7.7	27	الفترة المتأخرة من الليل
4.9	17	في الصباح
3.7	13	في وقت الظهيرة
100.0	350	المجموع

يتضح من الجدول رقم (17) أن ما نسبته 42.9% من المبحوثين يعتبرون الأوقات المفضلة عند استخدام التواصل الاجتماعي غير محددة، وما نسبته 40.9% هم من الذين يعتبرون الأوقات المفضلة لهم هي أوقات المساء، وما نسبته 7.7% هم من الذين يعتبرون الأوقات المفضلة لهم هي أوقات المتأخرة من الليل، وما نسبته 4.9% من المبحوثين يعتبرون الأوقات المفضلة لهم هي أوقات الصباحية، وما نسبته 3.7% هم من الذين يعتبرون الأوقات المفضلة لهم هي أوقات الظهيرة، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



## 8. شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون.

(جدول 18)

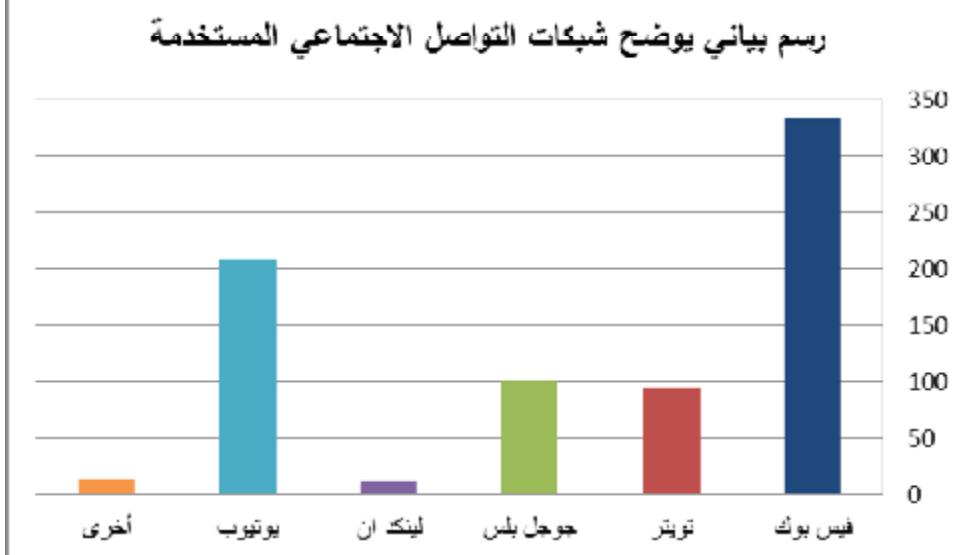
يوضح التكرارات والنسبة المئوية

شبكات التواصل المستخدمة *	النكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	333	95.14
يوتيوب	208	59.43
جوجل بلس	101	28.86
تويتر	95	27.14
لينكد ان	12	3.43
أخرى	13	3.71

\* اختيار متعدد (n=350)

يتضح من الجدول رقم (18) أن ما نسبته 95.14% من المبحوثين هم من الذين يستخدمون شبكة الفيس بوك في التواصل الاجتماعي، وما نسبته 59.43% هم من الذين يستخدمون شبكة يوتيوب في التواصل الاجتماعي، وما نسبته 28.86% هم من الذين يستخدمون شبكة جوجل بلس في التواصل الاجتماعي، وما نسبته 27.14% هم من الذين يستخدمون شبكة تويتر في التواصل الاجتماعي، وما نسبته 3.43% هم من الذين يستخدمون شبكة لينك ان في التواصل الاجتماعي، وما نسبته 3.71% هم من الذين يستخدمون شبكات أخرى للتواصل الاجتماعي، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.

رسم بياني يوضح شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة

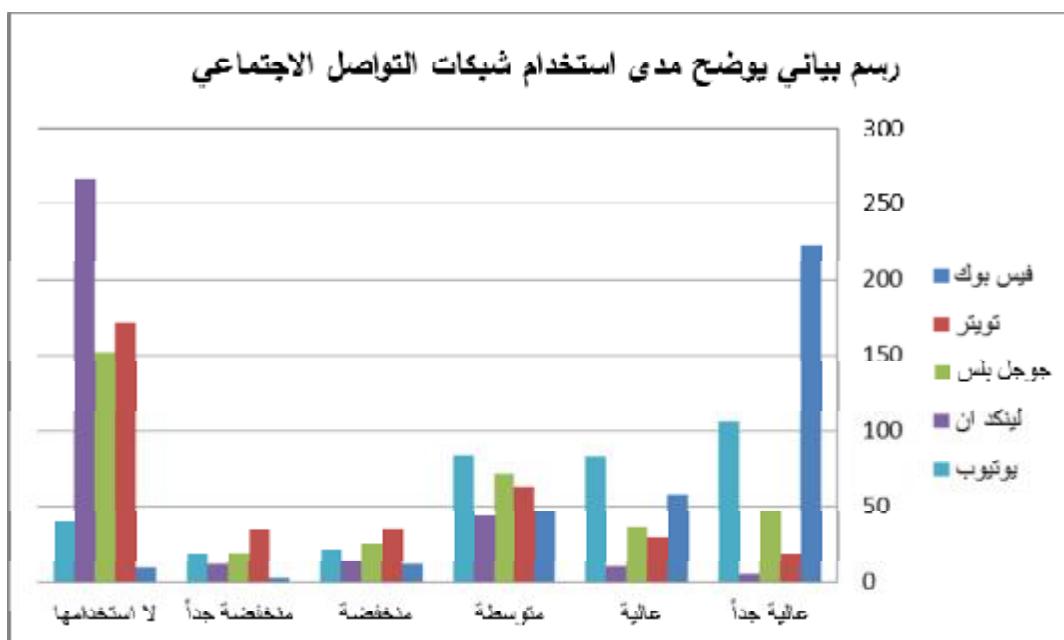


## 9. مدى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي

الجدول(19)  
يوضح التكرارات والنسب المئوية

الترتيب	المتوسط الحسابي	لا تستخدمها		منخفضة جداً		منخفضة		متوسطة		عالية جداً		نسبة استخدام الشبكات
		النسبة المئوية	التكرار									
1	5.30	2.6	9	0.9	3	3.4	12	13.1	46	16.6	58	فيس بوك
2	4.34	11.1	39	5.1	18	5.8	20	24.0	84	23.7	83	يوتيوب
3	2.88	43.4	152	5.4	19	7.2	25	20.3	71	10.3	36	جوجل بلس
4	2.42	48.9	171	9.7	34	10.0	35	18.0	63	8.3	29	تويتر
5	1.66	76.0	266	3.4	12	4.0	14	12.3	43	2.9	10	لينكد ان

يتضح من الجدول رقم (19) ما نسبته 63.4% من المبحوثين يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك بدرجة عالية جداً، وهي الشبكة الأولى في نسبة الاستخدام، وما نسبته 30.3% يستخدمون شبكة يوتيوب بدرجة عالية جداً وهي الشبكة الثانية من حيث نسبة الاستخدام، وما نسبته 13.4% يستخدمون شبكة جوجل بلس بدرجة عالية جداً وهي الشبكة الثالثة من حيث نسبة الاستخدام، وما نسبته 5.1% يستخدمون شبكة تويتر بدرجة عالية جداً وهي الشبكة الرابعة من حيث نسبة الاستخدام ، وما نسبته 1.4% يستخدمون شبكة لينك ان بدرجة عالية جداً وهي الشبكة الخامسة من حيث نسبة الاستخدام، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



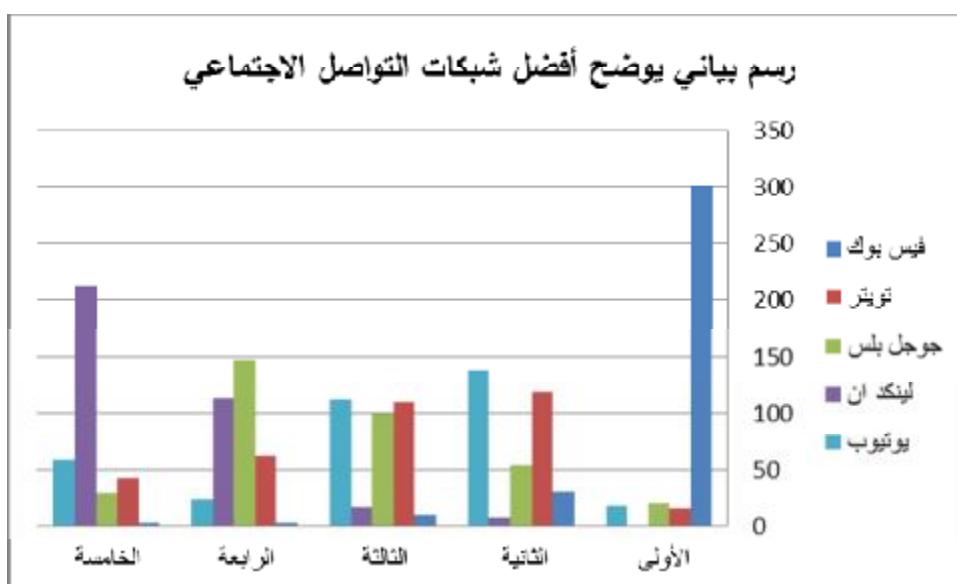
## 10. أفضل شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

الجدول(20)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

الخامسة		الرابعة		الثالثة		الثانية		الأولى		أفضل شبكة تواصل اجتماعي
النسبة المئوية	التكرار									
1.9	3	0.9	3	2.9	10	8.6	30	86.0	301	فيسبوك
12.3	43	17.7	62	31.4	110	34.0	119	4.6	16	تويتر
8.3	29	42.0	147	28.6	100	15.4	54	5.7	20	جوجل بلس
60.6	212	32.3	113	4.9	17	2.3	8	-	-	لينكد ان
16.9	59	6.6	23	32.0	112	39.4	138	5.1	18	يوتيوب

يتضح من الجدول رقم (20) ما نسبته 86.0 % من المبحوثين يفضلون في الاستخدام شبكة التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" ويعتبرونها الشبكة الأولى، وما نسبته 39.4 % يفضلون في الاستخدام شبكة "يوتيوب" ويعتبرونها هي الشبكة الثانية، وما نسبته 31.4 % يفضلون في الاستخدام شبكة "تويتر" ويعتبرونها هي الشبكة الثالثة، وما نسبته 42.0 % يفضلون في الاستخدام شبكة "جوجل بلس" ويعتبرونها هي الشبكة الرابعة، وما نسبته 60.6 % يفضلون في الاستخدام شبكة "لينكد ان" ويعتبرونها هي الشبكة الخامسة، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



## 11. أهم الموضوعات التي يتبعها المبحوثون في شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (21)

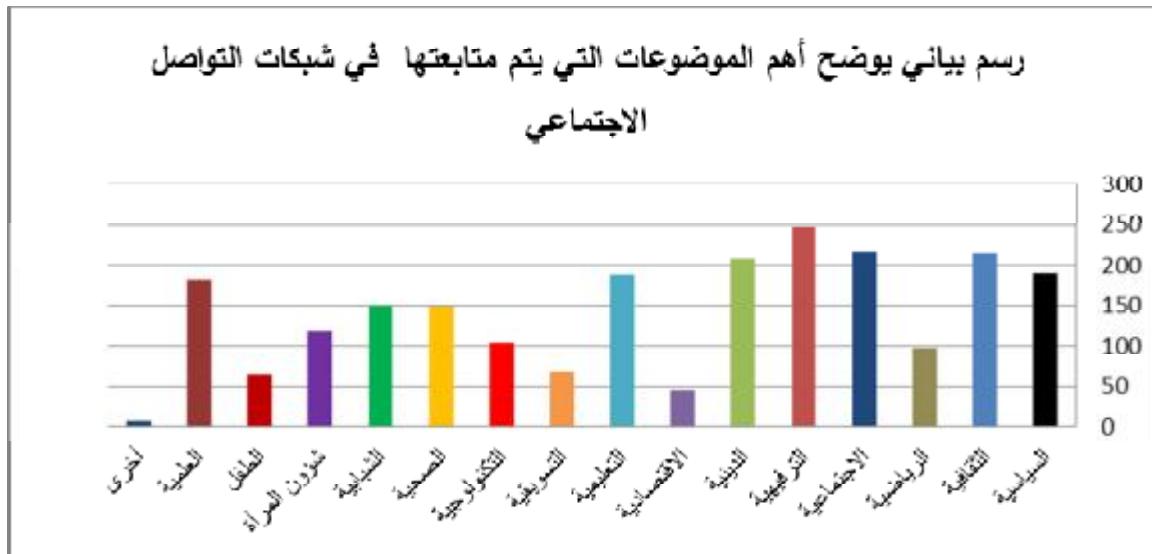
يوضح التكرارات والنسب المئوية

م الموضوعات المتتابعة	الن تكرار	النسبة المئوية
الترفيهية	247	70.57
الاجتماعية	217	62.00
الثقافية	215	61.43
الدينية	209	59.71
السياسية	190	54.29
التعليمية	189	54.00
العلمية	182	52.00
الشبابية	150	42.86
الصحية	149	42.57
شؤون المرأة	119	34.00
التكنولوجية	105	30.00
الرياضية	98	28.00
التسويقية	67	19.14
الطفل	64	18.29
الاقتصادية	46	13.14
أخرى	2	0.57

\* اختيار متعدد (n=350)

يتضح من الجدول رقم (21) أن ما نسبته 70.57% من المبحوثين تعتبر أن أهم الموضوعات التي تتبعها في شبكات التواصل الاجتماعي هي الموضوعات الترفيهية، ثم يليها بنسبة 62 % الموضوعات الاجتماعية، ثم بنسبة 61.43 % الموضوعات الثقافية، ثم يليها بنسبة 59.71 % الموضوعات الدينية، ثم يليها بنفس النسبة 54.29 % الموضوعات السياسية فالموضوعات التعليمية بنسبة 54%， ثم يليها بنسبة 52 % الموضوعات العلمية، ثم يليها بنسبة 42.86 % الموضوعات الشبابية، ثم يليها بنسبة 42.57 % الموضوعات الصحية، ثم يليها بنسبة 34 % الموضوعات الخاصة بشؤون المرأة، ثم يليها بنسبة 30% الموضوعات الخاصة بالتكنولوجيا، ثم يليها بنسبة 28% الموضوعات الرياضية، ثم يليها بنسبة 19.14% الموضوعات

التسويقية، ثم يليها بنسبة 18.29% موضوعات الطفل، ثم يليها بنسبة 13.14% الموضوعات الاقتصادية، ثم يليها بنسبة 0.57% موضوعات أخرى، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



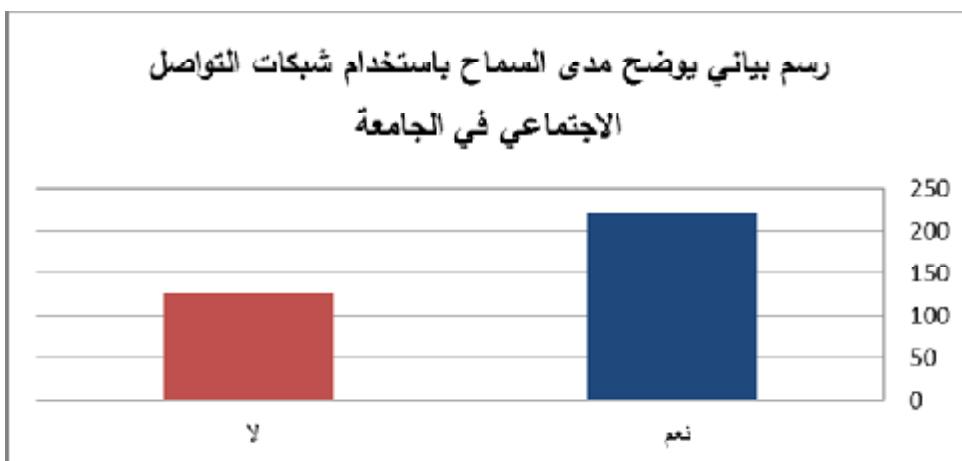
## 12. مدى السماح للمبحوثين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة

جدول (22)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النكرار	مدى السماح باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة
63.7	223	نعم
36.3	127	لا
100.0	350	المجموع

يتضح من الجدول رقم (22) أن ما نسبته 63.7% من المبحوثين هم من الذين يسمح لهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة، وما نسبته 36.3% هم من الذين لا يسمح لهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



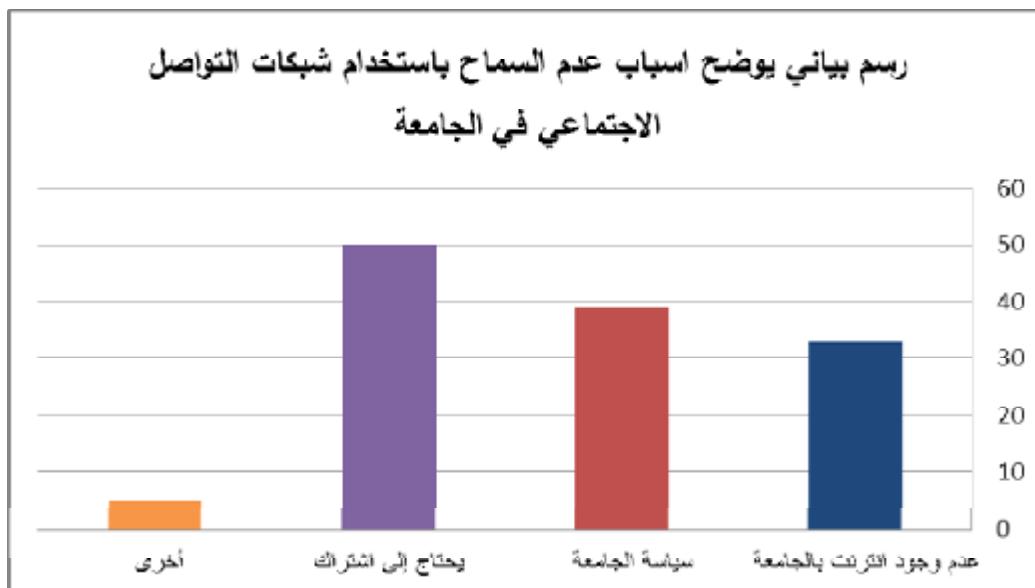
### 13. أسباب عدم السماح للمبحوثين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة.

**جدول (23)**

**يوضح التكرارات والنسبة المئوية**

أسباب عدم السماح باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة	النسبة المئوية	القرار
يحتاج إلى اشتراك	39.4	50
سياسة الجامعة	30.7	39
عدم وجود إنترنت بالجامعة	26.0	33
أخرى	3.9	5
<b>المجموع</b>	<b>100.0</b>	<b>127</b>

يتضح من الجدول رقم (23) أن ما نسبته 39.4% من المبحوثين يعتبرون سبب عدم السماح لهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي داخل الجامعة هو احتياجه للاشتراك الشهري، وما نسبته 30.7% يعتبرون السبب هو سياسة الجامعة، وما نسبته 26.0% من عينة الدراسة يعزون السبب إلى عدم وجود إنترنت بالجامعة، وما نسبته 3.9% يعتبرون عدم السماح لأسباب أخرى، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.

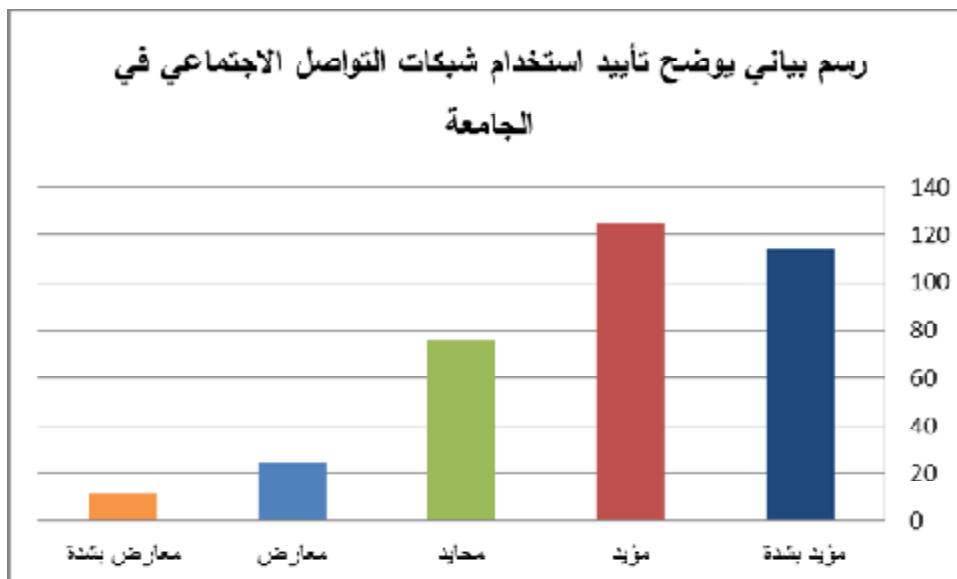


#### 14. تأييد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة.

**جدول (24)**  
يوضح التكرارات والنسب المئوية

المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة	تأييد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة.
350	11	24	76	125	114	النكرار
100.0	3.1	6.9	21.7	35.7	32.6	النسبة المئوية
77.54		الوزن النسبي			3.88	
					المتوسط الحسابي	

يتضح من الجدول رقم (24) أن ما نسبته 32.6% من المبحوثين يؤيدون بشدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي داخل الجامعة، وما نسبته 35.7% يؤيدون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي داخل الجامعة، وما نسبته 21.7% محايدون في مسألة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي داخل الجامعة، وما نسبته 6.9% يعارضون في مسألة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي داخل الجامعة، وما نسبته 3.1% يعارضون بشدة في مسألة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي داخل الجامعة، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



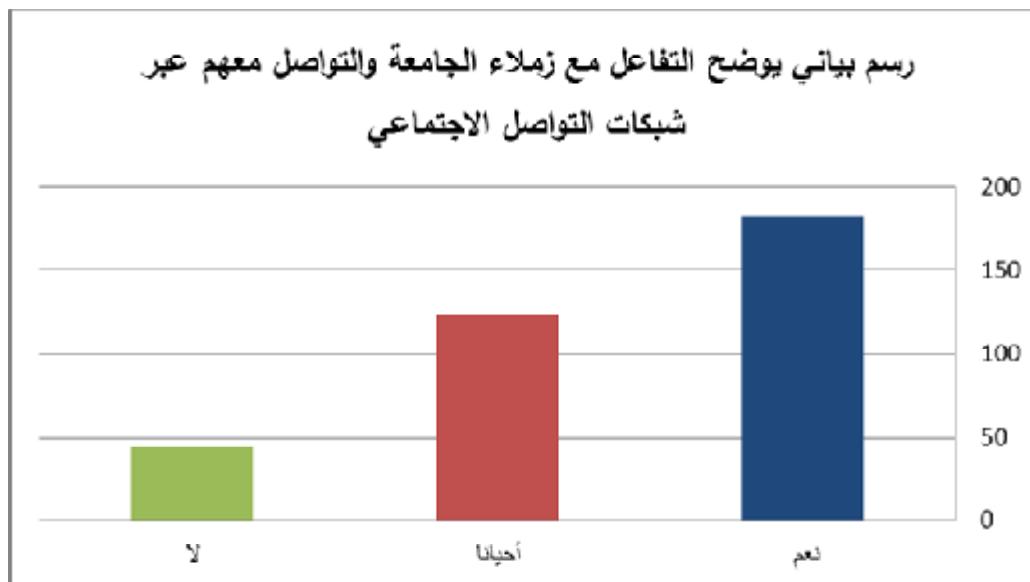
#### 15. التفاعل مع زملاء الجامعة والتواصل معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

**جدول (25)**

يوضح التكرارات والنسبة المئوية

النسبة المئوية	النكرار	التفاعل مع زملاء الجامعة والتواصل معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي
52.0	182	نعم
35.1	123	أحياناً
12.9	45	لا
100.0	350	المجموع

يتضح من الجدول رقم (25) أن ما نسبته 52.0% من المبحوثين يتفاعلون مع زملائهم داخل الجامعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 35.1% هم من الذين أحياناً يتفاعلون مع زملائهم داخل الجامعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 12.9% هم من الذين لا يتفاعلون مع زملائهم داخل الجامعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



**16. الموضوعات التي يتحدث المبحوثين مع زملائهم حولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.**

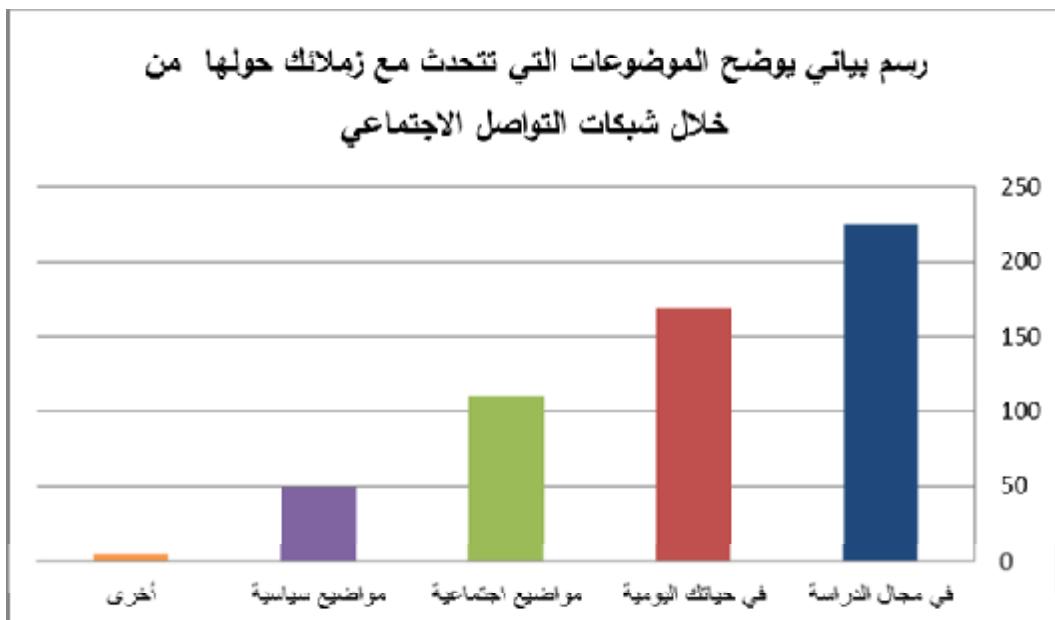
جدول(26)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النكرار	الموضوعات التي تتحدث مع زملائك حولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.
64.29	225	في مجال الدراسة
48.29	169	في حياتك اليومية
31.43	110	مواضيع اجتماعية
14.00	49	مواضيع سياسية
1.43	5	أخرى

\* اختيار متعدد (n=350)

يتضح من الجدول رقم (26) أن ما نسبته 64.29% من المبحوثين يتحدثون مع زملائهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في مجال الدراسة، وما نسبته 48.29% هم من الذين يتحدثون عن الحياة اليومية، وما نسبته 31.43% هم من الذين يتحدثون في المواضيع الاجتماعية، وما نسبته 14% هم من الذين يتحدثون في المواضيع السياسية، وما نسبته 1.43% هم من الذين يتحدثون في مواضيع أخرى، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



#### 17. الشبكات التي تخدم المبحوثين في المجال الدراسي.

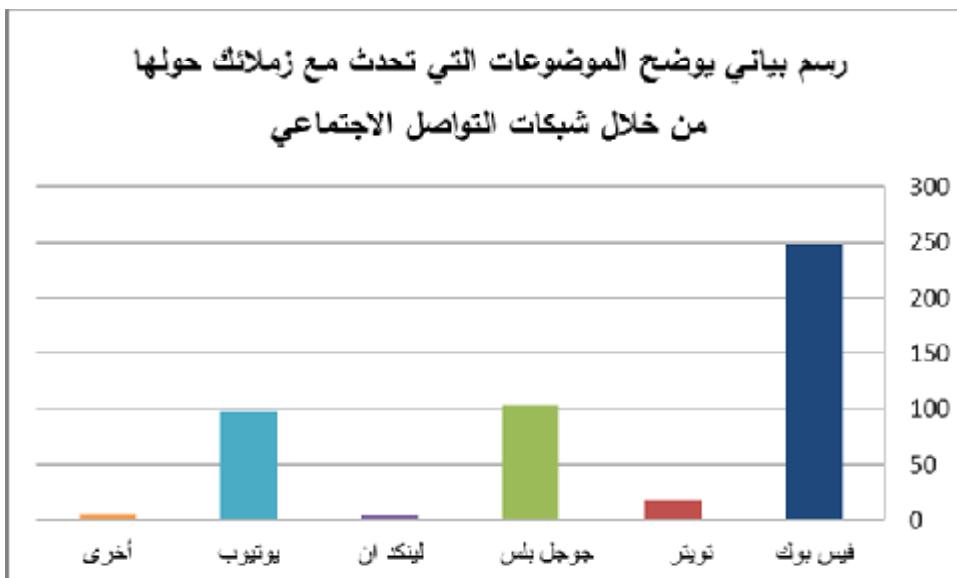
جدول(27)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النوع	شبكات التواصل التي تخدم في المجال الدراسي.
70.86	في مجال الدراسة	فيسبوك
29.71	في حياتك اليومية	جوجل بلس
28.00	مواضيع اجتماعية	يوتيوب
4.86	مواضيع سياسية	تويتر
1.71	غير مصنفة	أخرى
1.14	غير مصنفة	لينكد إن

\* اختيار متعدد (n=350)

يتضح من الجدول رقم (27) أن ما نسبته 70.86% من المبحوثين يعتبرون شبكة التواصل التي تخدمهم في المجال الدراسي " فيسبوك" ، وما نسبته 29.71% هم من الذين يعتبرون شبكة جوجل بلس، وما نسبته 28% هم من الذين يعتبرون شبكة يوتيوب، وما نسبته 4.86% هم من الذين يعتبرون شبكة تويتر، وما نسبته 1.71% هم من الذين يعتبرون شبكات أخرى التي تخدمهم في مجال الدراسة، وما نسبته 1.14% هم من الذين يعتبرون شبكة لينكد إن، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



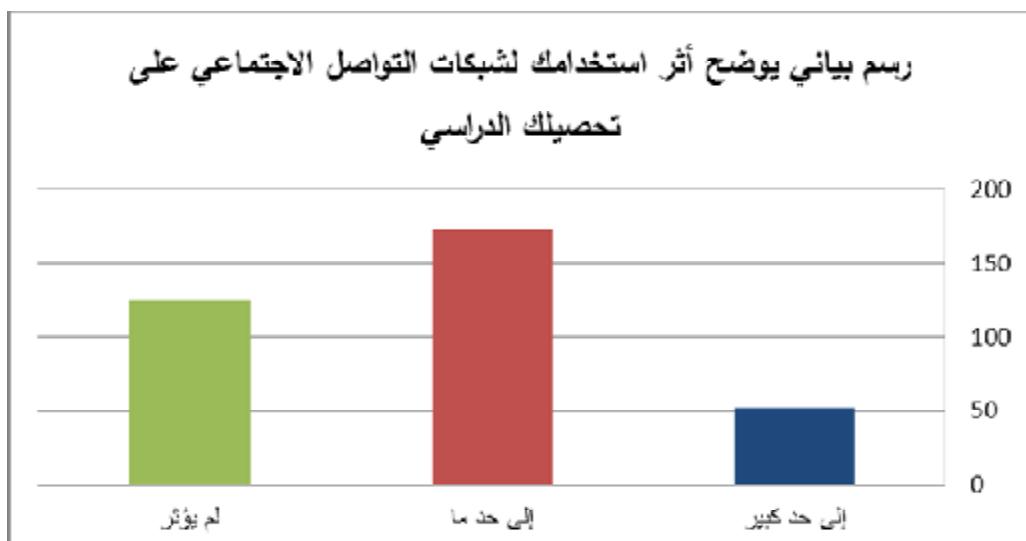
#### 18. تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي

جدول(28)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

تأثير الاستخدام على التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
إلى حد كبير	52	14.9
إلى حد ما	173	49.4
لم يؤثر	125	35.7
المجموع	350	100.0

يتضح من الجدول رقم (28) أن ما نسبته 14.9% من المبحوثين يعتبرون أن استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر إلى حد كبير على تحصيلهم الدراسي، وما نسبته 49.4% هم من الذين يعتبرون أن استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر إلى حد ما على تحصيلهم الدراسي، وما نسبته 35.7% هم من الذين يعتبرون أن استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي لم يؤثر على تحصيلهم الدراسي، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



### ثالثاً: دوافع الاستخدامات والإشاعات المتحققّة :

#### 19. دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (29)

يوضح التكرارات والنسبة المئوية

دوافع استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
<b>أ - دوافع منفعة</b>		
للتواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل الخارج	314	20.7
بحثاً عن المعلومات والأخبار	247	16.3
لاكتساب معارف وخبرات	217	14.3
لإبداء الرأي في بعض القضايا	132	8.7
للتواصل مع الهيئة التدريسية	96	6.3
<b>نسبة الدوافع المنفعية من دوافع الاستخدام</b>	1006	66.23
<b>ب - دوافع طقوسية</b>		
للتسليه وقضاء وقت الفراغ	212	14.0
للتعرف على أصدقاء آخرين	131	8.6
للهروب من مشاكل الواقع	93	6.1
للمشاركة في قضايا الحشد والمناصرة	73	4.8
أخرى	4	0.2
<b>نسبة الدوافع الطقوسية من دوافع الاستخدام</b>	513	33.77

#### أ- الدوافع المنفعية

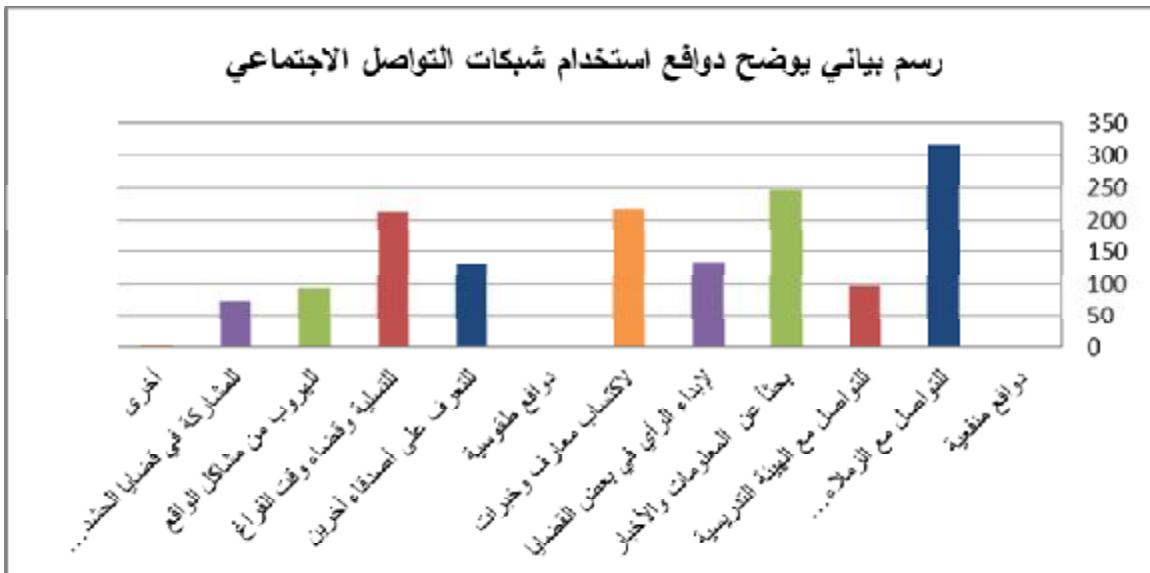
يتضح من الجدول رقم (29) أن ما نسبته 20.7% من المبحوثين يعتبرون دوافع الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي بهدف التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل الخارج، وما نسبته 16.3% دافعهم البحث عن المعلومات والأخبار، وما نسبته 14.3% لاكتساب معارف وخبرات، وما نسبته 8.7% لإبداء الرأي في بعض القضايا، وما نسبته 6.3% بهدف التواصل مع الهيئة التدريسية.

#### ب- الدوافع الطقوسية

يتضح من الجدول رقم (29) أن ما نسبته 14.0% من المبحوثين يعتبرون دوافع الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي بهدف التسلية وقضاء أوقات الفراغ، وما نسبته 8.6% من المبحوثين هم من الذين يعتبرون دوافع الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي بهدف التعرف على أصدقاء آخرين، وما نسبته 6.1% للهروب من مشاكل الواقع، وما نسبته 4.8% للمشاركة في قضايا الحشد والمناصرة، وما نسبته 0.2% لدوافع أخرى.

الرسم البياني التالي يوضح نسب دوافع استخدامات المختلفة:

رسم بياني يوضح دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



**20. درجة استفادة المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي.**

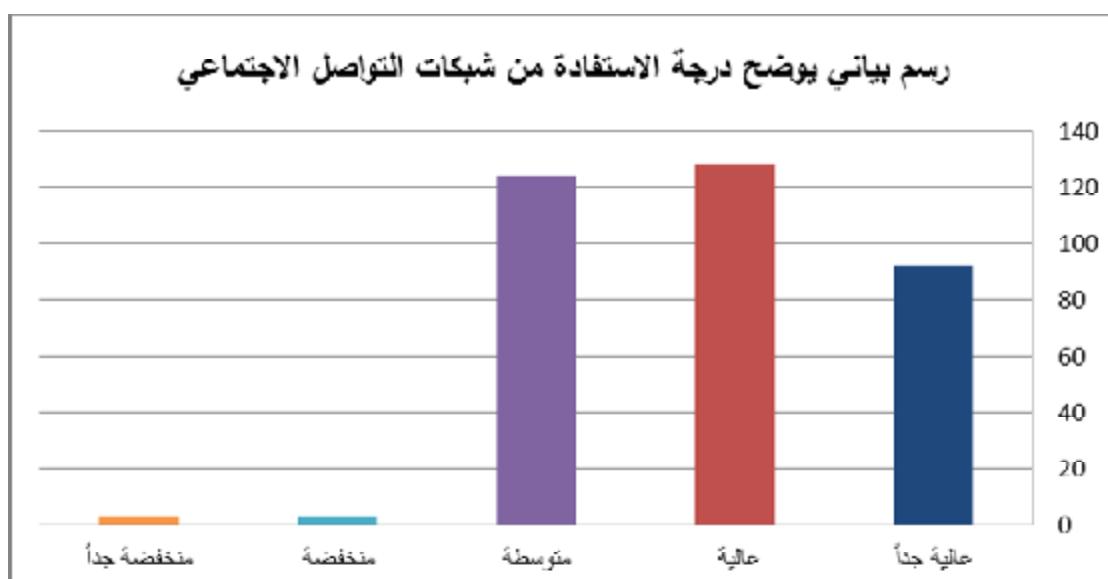
جدول(30)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

المجموع	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	درجة الاستفادة
350	3	3	124	128	92	النكرار
100.0	0.9	0.9	35.4	36.6	26.2	النسبة المئوية
72.5		الوزن النسبي		3.64		المتوسط الحسابي

يتضح من الجدول رقم (30) أن ما نسبته 26.2% من المبحوثين يعتبرون أن درجة استفادتهم من شبكات التواصل الاجتماعي عالية جداً، وما نسبته 36.6% هم من الذين يعتبرون أن درجة استفادتهم عالية، وما نسبته 35.4% هم من الذين يعتبرون أن درجة استفادتهم كانت متوسطة، وما نسبته 0.9% هم من الذين يعتبرون أن درجة استفادتهم كانت منخفضة، وما نسبته 0.9% هم من الذين يعتبرون أن درجة استفادتهم كانت منخفضة جداً.

وأن المتوسط الحسابي لدرجة التلبية بلغ 3.64 والوزن النسبي بلغ 72.5%， كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



## 21. درجة تلبية شبكات التواصل الاجتماعي لاحتياجات المبحوثين.

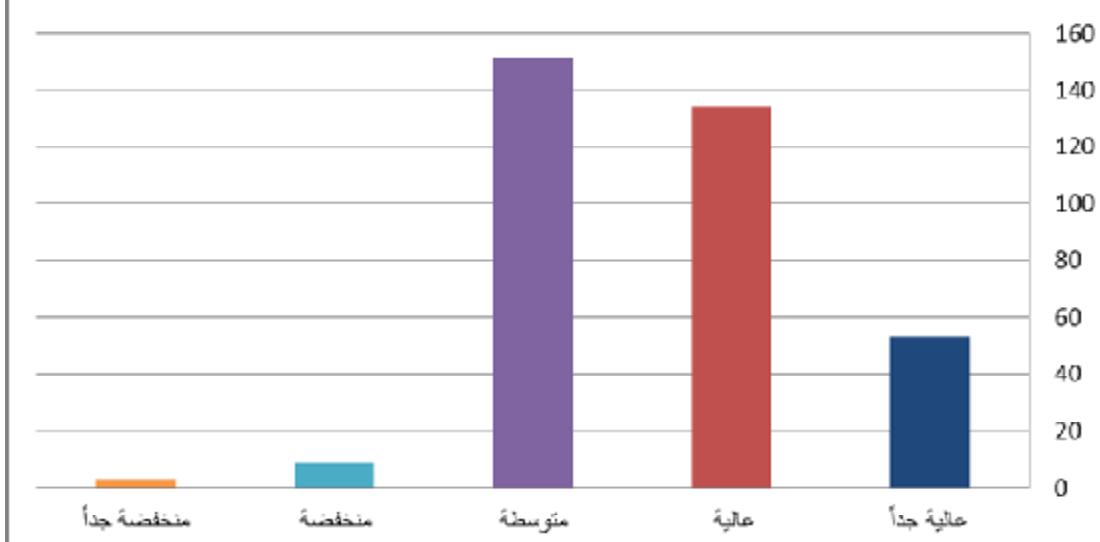
جدول(31)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

المجموع	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	درجة تلبية الاحتياجات
350	3	9	151	134	53	النكرار
100.0	0.9	2.6	43.1	38.3	15.1	النسبة المئوية
77.20			الوزن النسبي		3.86	المتوسط الحسابي

يتضح من الجدول رقم (31) أن ما نسبته 15.1% من المبحوثين يعتبرون أن درجة تلبية شبكات التواصل الاجتماعي لاحتياجاتهم عالية جداً، وما نسبته 38.3% هم من الذين يعتبرون أنها تلبى احتياجاتهم بدرجة عالية، وما نسبته 43.1% هم من الذين يعتبرون أن درجة درجة التلبية متوسطة، وما نسبته 2.6% هم من الذين يعتبرون أن درجة تلبية حاجاتهم منخفضة، وما نسبته 0.9% هم من الذين يعتبرون أنها منخفضة جداً، ويتبين من الجدول أن المتوسط الحسابي لدرجة التلبية بلغ 3.86 والوزن النسبي بلغ 77.20، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.

رسم بياني يوضح درجة تلبية شبكات التواصل الاجتماعي لاحتياجات



22. الإشاعات المتحقق من استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول(32) (33) (34) (35) (36)

النسبة المئوية	النكرار	الإشاعات المتحقق من استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي
<b>أ- اشاعات المشاركة بالرأي</b>		
7.8	199	جعلتني أعبر عن رأي بحرية
6.1	156	عززت آرائي من خلال مناقشاتي مع الآخرين
5.3	136	جعلتني أشعر بالثقة بالنفس
4.6	118	جعلتني أتبني رأي من يعجبني من آراء المستخدمين الآخرين
23.84	609	<b>النسبة الكلية لإشاعات المشاركة بالرأي</b>
<b>ب- اشاعات مراقبة البيئة</b>		
9.8	250	عرفتني بأحداث وقضايا عديدة
8.1	206	اكتساب مهارات جديدة تفيضني في الدراسة
6.3	160	القدرة على تكوين آراء عن القضايا والأحداث التي تدور من حولي جداً
3.1	79	الشعور بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها من شبكات التواصل
27.20	695	<b>النسبة الكلية لإشاعات مراقبة البيئة</b>
<b>ت- اشاعات التفاعل الاجتماعي</b>		
9.4	239	سهلت لي التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة
7.9	201	جعلتني اجتماعياً أكثر
7.0	179	جعلتني أعيد الاتصال بالأصدقاء القدماء الذين فقدت الاتصال بهم
4.7	119	وفرت لي أصدقاء بالعالم الافتراضي لم أجدهم بالعالم الواقعي
4.2	108	عززت مكانتي الاجتماعية
33.11	846	<b>النسبة الكلية لإشاعات التفاعل الاجتماعي</b>
<b>ث- اشاعات التسلية</b>		
7.5	192	ساعدتني على ملء أوقات الفراغ
5.9	150	أشجعت لدى حب التسلية
13.39	342	<b>النسبة الكلية لإشاعات التسلية</b>
<b>ج- إشاعات شبه اجتماعية</b>		
2.5	63	عزلتني عن العالم الواقعي
2.47	63	<b>النسبة الكلية لإشاعات شبه اجتماعية</b>

#### أ- إشباعات المشاركة بالرأي :

يتضح من الجدول رقم (32) أن ما نسبته 7.8% من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي جعلتهم يعبرون عن آراءهم بحرية، وما نسبته 6.1% عززت آرائهم من خلال مناقشاتهم مع الآخرين، وما نسبته 4.6% جعلتهم يتبنون رأي من يعجبهم من آراء المستخدمين الآخرين، وما نسبته 5.3% جعلتهم يشعرون بالثقة بالنفس.

#### ب- إشباعات مراقبة البيئة

يتضح من الجدول رقم (33) أن ما نسبته 9.8% من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي عرفتهم بأحداث وقضايا عديدة، وما نسبته 8.1% جعلتهم يمتلكون مهارات جديدة تقيدهم في الدراسة، وما نسبته 6.3% جعلتهم يتمتع بالقدرة على آراء عن القضايا والأحداث التي تدور من حولهم، وما نسبته 3.1% جعلتهم يشعرون بالأمان من خلال المعرفة التي يحصلون عليها من شبكات التواصل.

#### ت- إشباعات التفاعل الاجتماعي

يتضح من الجدول رقم (34) أن ما نسبته 9.4% من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي سهلت لهم التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة، وما نسبته 7.9% من عينة الدراسة جعلتهم اجتماعيين أكثر مما كانوا عليه، وما نسبته 7.0% جعلتهم يعيدين الاتصال بالأصدقاء القدماء الذين فقدوا الاتصال بهم، وما نسبته 4.7% وفرت لهم أصدقاء بالعالم الافتراضي لم يجدوها بالعالم الواقعي، وما نسبته 4.2% عززت مكانتهم الاجتماعية، وما نسبته 2.5% عزلتهم عن العالم الواقعي.

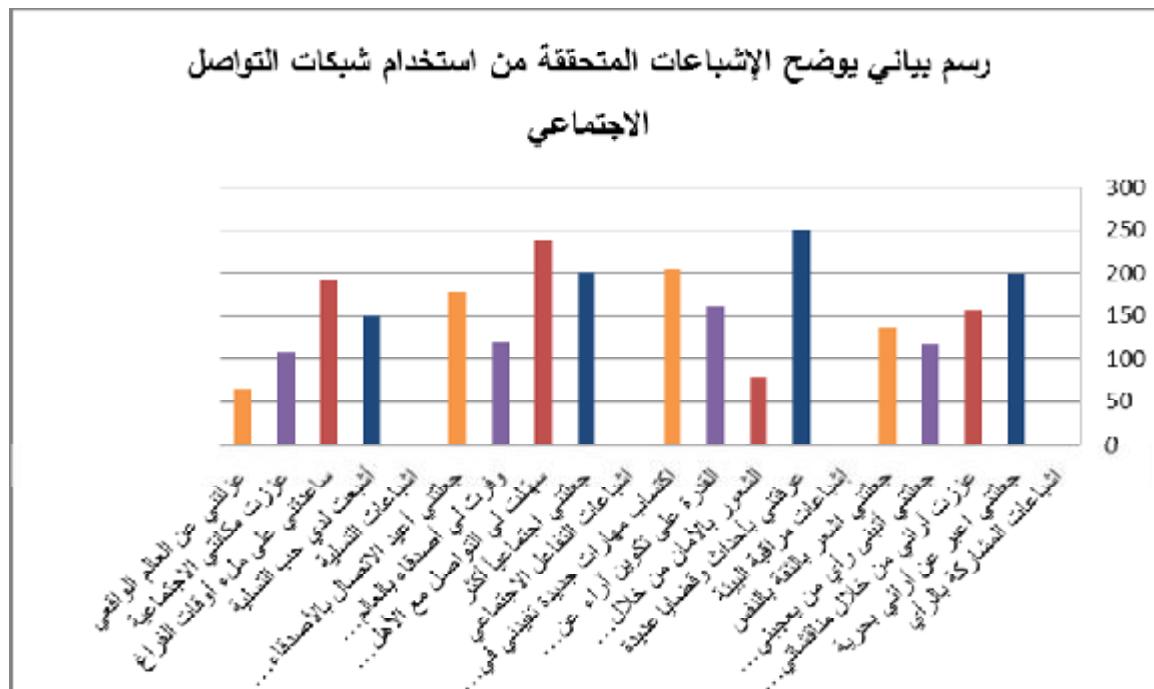
#### ث- إشباعات التسلية

يتضح من الجدول رقم (35) أن ما نسبته 7.5% من المبحوثين ساعذتهم على ملء أوقات الفراغ لديهم، وما نسبته 5.9% من عينة الدراسة أشبعوا لديهم حب التسلية.

#### ج: إشباعات شبه اجتماعية "إشباعات سلبية" :

يتضح من الجدول رقم (36) أن ما نسبته 2.5 من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي عزلتهم عن العالم الواقعي.

الرسم البياني التالي يوضح نسب الإشبعات المتحقق من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:



#### رابعاً : إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

23. أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

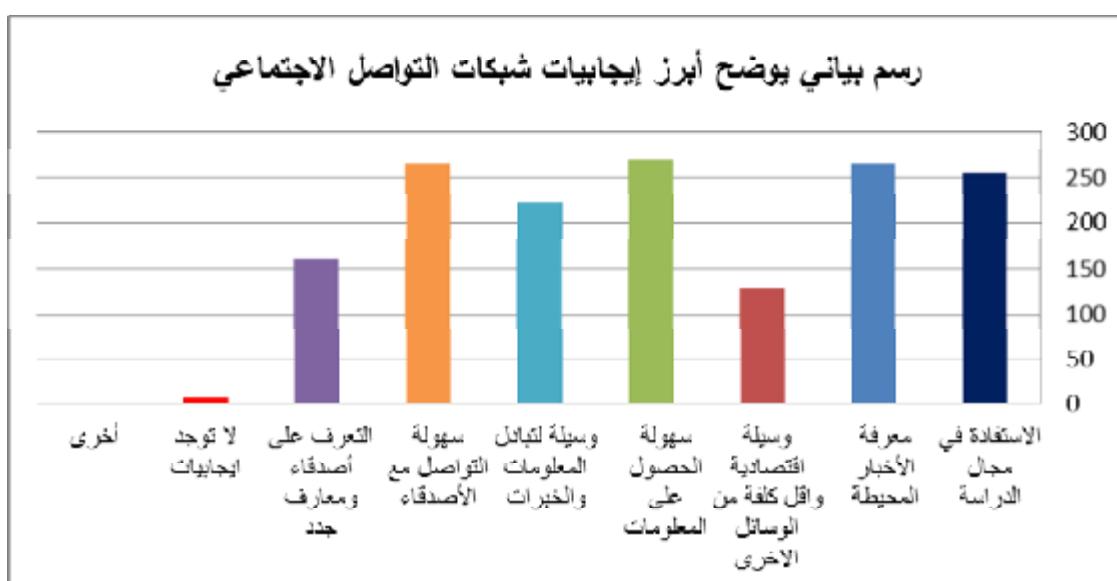
جدول (37)

يوضح التكرارات والنسبة المئوية

النسبة المئوية	النكرار	أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي
76.86	269	سهولة الحصول على المعلومات
75.71	265	معرفة الأخبار المحيطة
75.71	265	سهولة التواصل مع الأصدقاء
72.86	255	الاستفادة في مجال الدراسة
63.14	221	وسيلة لتبادل المعلومات والخبرات
46.00	161	التعرف على أصدقاء و معارف جدد
36.86	129	وسيلة اقتصادية وأقل كلفة من الوسائل الأخرى
2.00	7	لا توجد إيجابيات
0.57	2	أخرى

\* اختيار متعدد (n=350)

يتضح من الجدول رقم (37) أن ما نسبته 76.86% من المبحوثين يرون أن سهولة الحصول على المعلومات هي من أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 75.71% يرون أن سهولة التواصل مع الأصدقاء هي من أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 75.71% يرون أن معرفة الأخبار المحلية هي من أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 72.86% يرون أن الاستفادة في مجال الدراسة من أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 63.14% يرون أن أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي أنها وسيلة لتبادل المعلومات والخبرات، وما نسبته 46% يرون ان التعرف على أصدقاء و المعارف جدد من أبرز إيجابيات شبكات التواصل، وما نسبته 36.86% أن شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اقتصادية وأقل كلفة من الوسائل الأخرى كأبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 2% لا يرون لها إيجابيات، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



## 24. أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

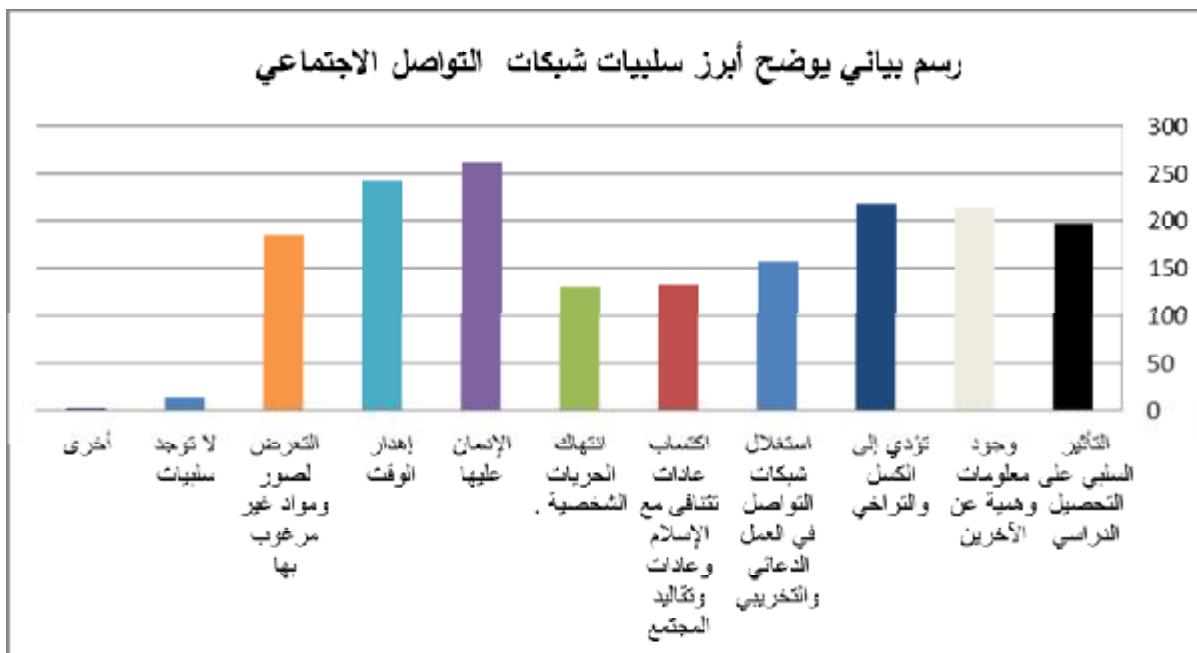
جدول(38)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النكرار	أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
74.86	262	الإدمان عليها
69.43	243	إهار الوقت
62.29	218	تؤدي إلى الكسل والترابي
61.14	214	وجود معلومات وهمية عن الآخرين
56.29	197	التأثير السلبي على التحصيل الدراسي
52.57	184	التعرض لصور ومواد غير مرغوب بها
44.86	157	استغلال شبكات التواصل في العمل الدعائي والتخريبي
37.71	132	اكتساب عادات تتنافى مع الإسلام وعادات وتقالييد المجتمع
37.43	131	انتهاك الحريات الشخصية
4.29	15	لا توجد سلبيات
0.86	3	أخرى

\* اختيار متعدد (n=350)

يتضح من الجدول رقم (38) أن ما نسبته 74.86% من المبحوثين يرون أن الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي هي من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 69.43% أن إهار الوقت من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 62.29% يرون أنها تؤدي إلى الكسل والترابي من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي ، وما نسبته 61.14% يرون أن وجود معلومات وهمية عن الآخرين هي من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي ، وما نسبته 56.29% يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز سلبياتها التأثير السلبي على التحصيل العلمي والدراسة، وما نسبته 52.57% يرون أن التعرض لصور ومواد غير مرغوب بها من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، فيما يرى 44.86% أن استغلال شبكات التواصل في العمل الدعائي والتخريبي هو من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، ويرى 37.71% أن انتهاك الحريات الشخصية من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، ويرى 37.43% يرون أن اكتساب عادات تتنافى مع الإسلام وعادات وتقالييد المجتمع هي من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، ولا يرى 4.29% من عينة الدراسة أي سلبيات لشبكات التواصل الاجتماعي، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



خامساً: تقييم ومقترنات

25. درجة ثقة المبحوثين بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي.

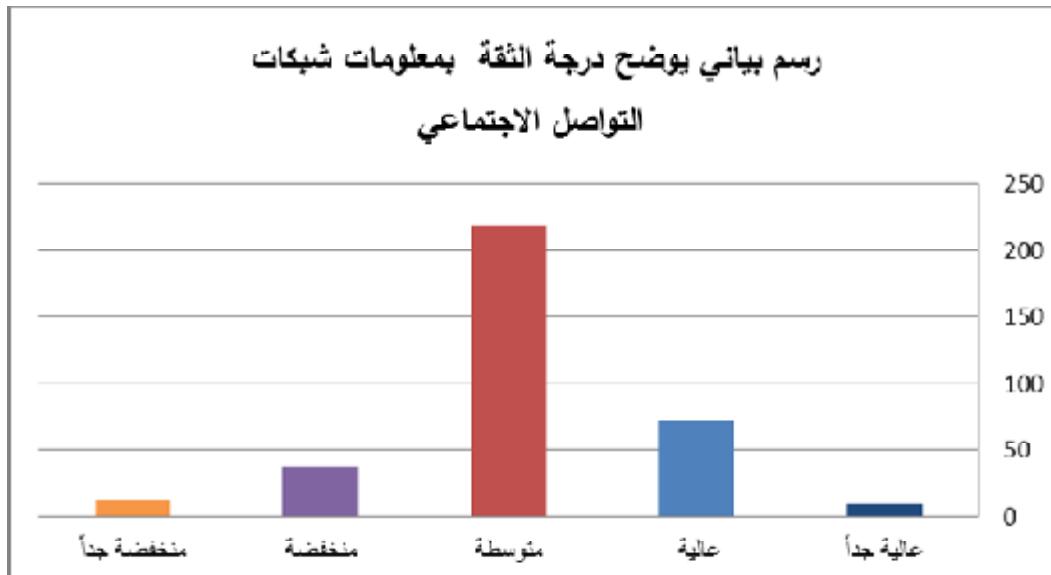
جدول (39)

## يوضح التكرارات والنسب المئوية

المجموع	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	درجة الثقة
350	12	37	219	72	10	النكرار
100.0	3.4	10.6	62.6	20.6	2.8	النسبة المئوية
61.6	الوزن النسبي		3,08		المتوسط الحسابي	

يتضح من الجدول رقم (39) أن ما نسبته 2.8% من المبحوثين درجة ثقتهم بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي عالية جداً، وما نسبته 20.6% درجة ثقتهم عالية، وما نسبته 62.6% درجة ثقتهم متوسطة، وما نسبته 10.6% درجة ثقتهم منخفضة، وما نسبته 3.4% درجة

نفثهم منخفضة جداً، وان المتوسط الحسابي بلغ 3,08 والوزن النسبي بلغ 61.6%， كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



25. درجة الفائدة من المعلومات التي يحصل عليها المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي.

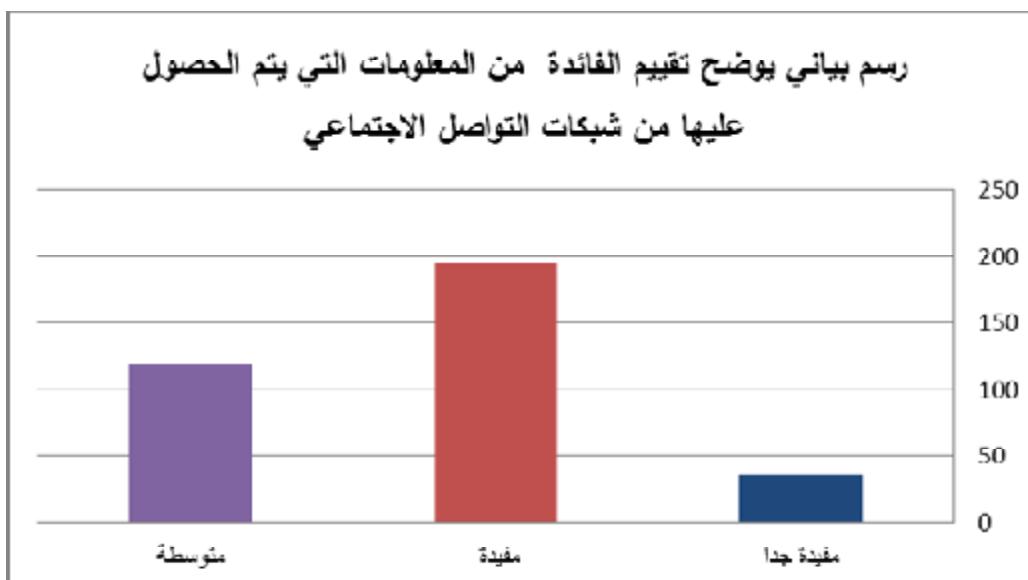
**جدول(40)**

**يوضح التكرارات والنسب المئوية**

النسبة المئوية	النكرار	فائدة معلومات شبكات التواصل الاجتماعي
10.3	36	مفيدة جداً
55.7	195	مفيدة
34.0	119	متوسطة
100.0	350	المجموع

يتضح من الجدول رقم (40) أن ما نسبته 10.3% من المبحوثين يعتبرون تقييمهم للفائدة من المعلومات التي يحصلون عليها عبر شبكات التواصل الاجتماعي أنها مفيدة جداً، وما نسبته

55.7 % تقييمهم للفائدة من المعلومات أنها مفيدة، وما نسبته 34.0 % تقييمهم للفائدة من المعلومات أنها متوسطة، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.

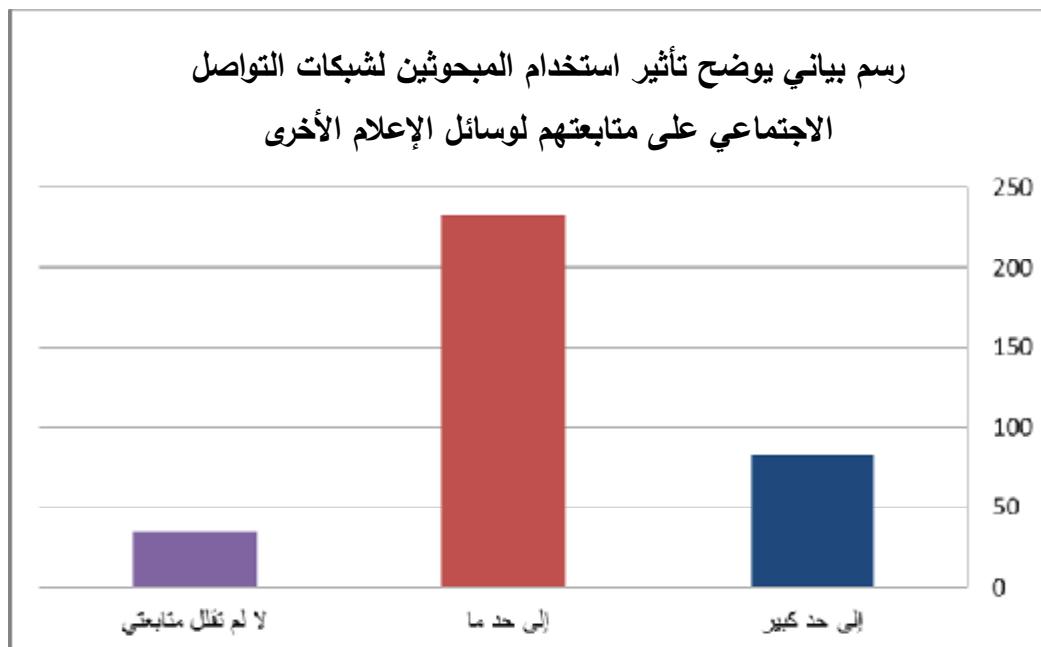


27. . تأثير استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي على متابعتهم لوسائل الإعلام الأخرى.

**جدول (41)**  
يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النكرار	تأثير استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي على متابعتهم لوسائل الإعلام الأخرى
23.7	83	إلى حد كبير
66.3	232	إلى حد ما
10.0	35	لام تقلل متابعتي
<b>المجموع</b>	<b>350</b>	

يتضح من الجدول رقم (41) أن ما نسبته 23.7 % من المبحوثين يعتبرون أن هناك تأثيراً كبيراً لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على متابعتهم واستخدامهم لوسائل الإعلامية الأخرى، وما نسبته 66.3 % يعتبرون أن لها تأثيراً إلى حد ما، وما نسبته 10.0 % يعتبرون أنه ليس لها تأثير ولم تقلل متابعتهم لتلك الوسائل الأخرى، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



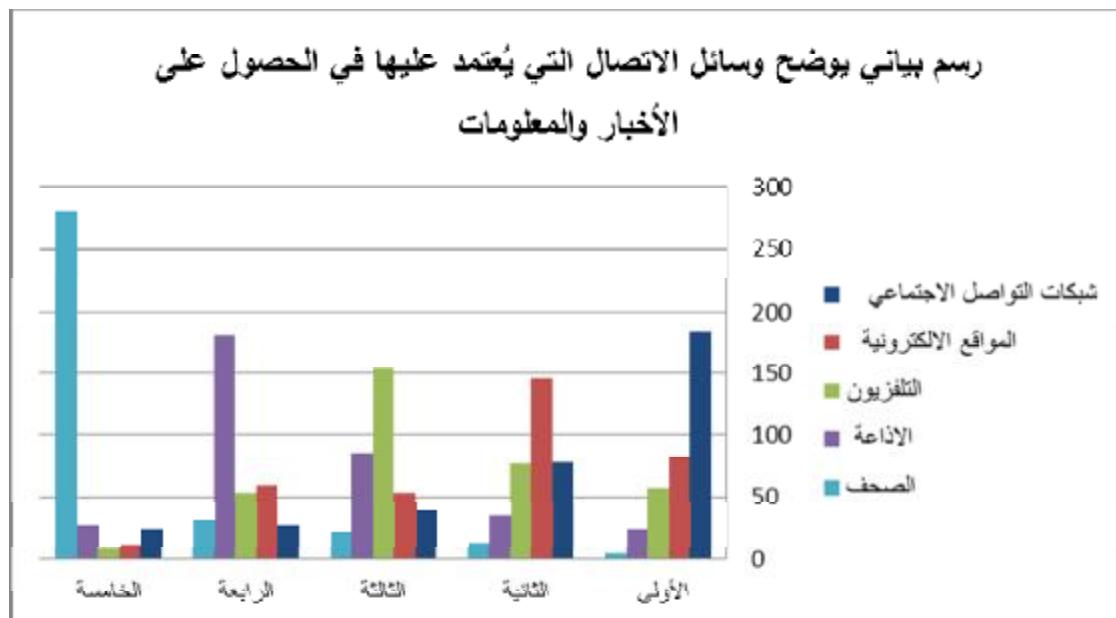
## 28. وسائل الاتصال التي يحصل منها المبحوثين على الأخبار والمعلومات.

**الجدول(42)**

**يوضح التكرارات والنسب المئوية**

الخامسة		الرابعة		الثالثة		الثانية		الأولى		وسائل الاتصال التي تحصل منها على الأخبار والمعلومات
النسبة المئوية										
6.6	23	7.4	26	11.1	39	22.3	78	52.6	184	شبكات التواصل الاجتماعي
3.2	11	16.9	59	15.1	53	41.4	145	23.4	82	الموقع الإلكترونية
2.6	9	15.1	53	44.0	154	22.0	77	16.3	57	التلفزيون
7.4	26	51.7	181	24.3	85	10.0	35	6.6	23	الإذاعة
80.0	280	8.9	31	6.0	21	3.7	13	1.4	5	الصحف

يتضح من الجدول رقم (42) أن ما نسبته 52.6% من المبحوثين وسيلة لهم في الحصول على الأخبار والمعلومات هي شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 23.4% وسيلة لهم الموقع الإلكتروني، وما نسبته 16.3% وسيلة لهم التلفزيون، وما نسبته 6.6% وسيلة لهم الإذاعة، وما نسبته 1.4% وسيلة لهم الصحف، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



29. المقترنات من وجهة نظر المبحوثين للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أفضل.

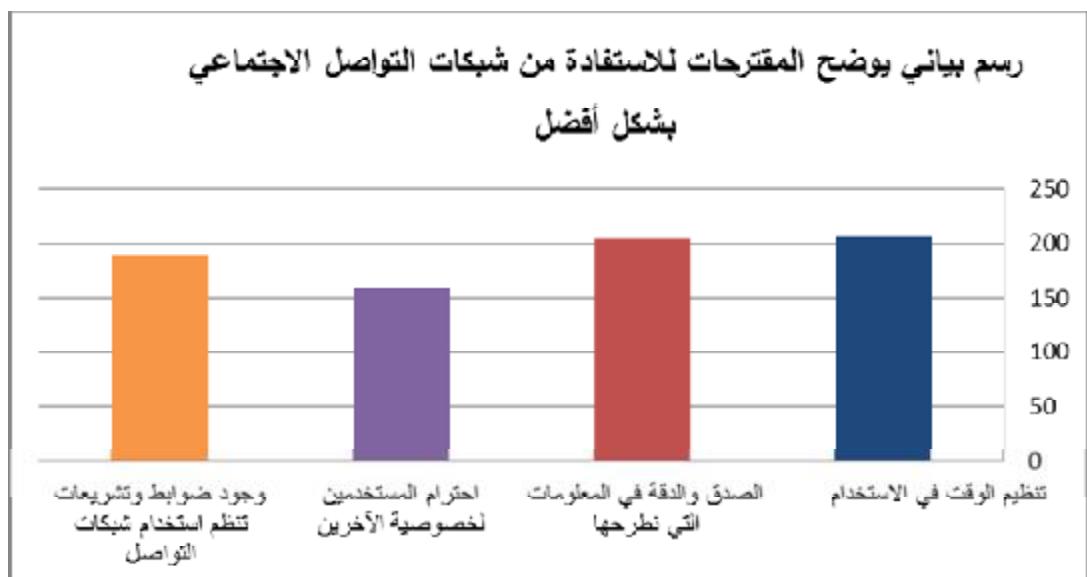
(43) جدول

يوضح التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية	النوع	المقترنات للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أفضل.
58.86	206	تنظيم الوقت في الاستخدام
58.57	205	الصدق والدقة في المعلومات التي نطرحها
53.71	188	وجود ضوابط وتشريعات تنظم استخدام شبكات التواصل
45.43	159	احترام المستخدمون لخصوصية الآخرين

\* اختيار متعدد (n=350)

يتضح من الجدول رقم (43) أن ما نسبته 58.86% من المبحوثين يرون أن من المقترنات من أجل الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أفضل هو تنظيم الوقت في الاستخدام، وما نسبته 58.57% مقتربهم لذلك الصدق والدقة في المعلومات التي تطرح، وما نسبته 53.71% مقتربهم لذلك وجود ضوابط وتشريعات تنظم استخدام شبكات التواصل، وما نسبته 45.43% مقتربهم لذلك احترام المستخدمين لخصوصية الآخرين، كما هو موضح في الرسم البياني التالي.



### ثانياً: تحليل الفرض:

**الفرض الأول:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب المتغيرات الديمografية للمبحوثين.

ولتحقيق تلك الفرضية تحقق الباحث من خمس فرضيات فرعية، هي:

**أولاً:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار "T. test" لاختبار الفروق بين إجابات المبحوثين في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع (ذكر، أنثى)، والناتج مبينة في جدول رقم (44).

**جدول رقم (44)**

نتائج اختبار t للفرق بين إجابات المبحوثين في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع

القيمة الاحتمالية	قيمة t	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	النوع	الفرضية
0.012	2.538	0.982	3.48	131	ذكر	استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي
		0.804	3.23	219	أنثى	

\* قيمة t الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية "348" تساوي 1.96

تبين من الجدول أن القيمة الاحتمالية تساوي (0.012) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وقيمة  $t$  المحسوبة تساوي (2.538) وهي أكبر من قيمة  $t$  الجدولية والتي تساوي (1.96)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع، ومن خلال المتوسطات نجد أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الذكور أعلى من الإناث.

ثانياً: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير جامعة الدراسة .

وللحصول على صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في آراء المبحوثين في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير جامعة الدراسة، والنتائج مبينة في جدول رقم (45)

جدول رقم (45)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير جامعة الدراسة

القيمة الاحتمالية	قيمة "F"	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الفرضية
0.014	4.305	3.286	2	6.572	بين المجموعات	استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي
		0.763	347	264.904	داخل المجموعات	
		349		271.477	المجموع	

\* قيمة F الجدولية عند درجة حرية "2، 347" ومستوى دلالة 0.05 تساوي 3.04

ومن خلال الجدول يتبيّن أن قيمة (F) المحسوبة تساوي (4.305)، وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية والتي تساوي (3.04)، كما أن القيمة الاحتمالية تساوي (0.014) وهي أقل من (0.05) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير جامعة الدراسة، ومن خلال اختبار شفيه للفروق نجد أن أعلى استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي كان لطلبة جامعة الأزهر حسب الجدول التالي:

جدول رقم (46)  
نتائج اختبار شفيه للفروق

الدالة الإحصائية	القيمة الاحتمالية	الفرق بين المتوسطين	المتوسط (i)	المتوسط (i)
غير دالة	0.572	-0.115	جامعة الأقصى	جامعة الإسلامية
دالة	0.015	-0.342	جامعة الأزهر	
غير دالة	0.166	-0.227	جامعة الأزهر	جامعة الأقصى

ثالثاً: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي .

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار "T. Test" لاختبار الفروق بين إجابات المبحوثين في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي (الكليات العلمية، الكليات الإنسانية)، والناتج مبين في جدول رقم (47).

جدول رقم (47)

نتائج اختبار t للفروق بين إجابات المبحوثين في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي

القيمة الاحتمالية	t قيمة	انحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	التخصص العلمي	الفرضية
0.989	0.013	0.844	3.33	160	الكليات العلمية	استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي
		0.917	3.32	188	الكليات الإنسانية	

\* قيمة t الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية " 348 " تساوي 1.96

تبين من الجدول أن القيمة الاحتمالية تساوي (0.989) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وقيمة t المحسوبة تساوي (0.013)، وهي أقل من قيمة t الجدولية والتي تساوي (1.96)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي.

رابعاً: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير البرنامج الدراسي .

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار "T. test" لاختبار الفروق بين إجابات المبحوثين في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير البرنامج الدراسي (بكالوريوس، ماجستير)، والنتائج مبينة في جدول رقم (48).

جدول رقم (48)

نتائج اختبار  $t$  للفرق بين إجابات المبحوثين في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير البرنامج الدراسي

القيمة الاحتمالية	قيمة $t$	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	البرنامج الدراسي	الفرضية
0.654	-0.448	0.883	3.32	328	بكالوريوس	استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية
		0.871	3.40	22	ماجستير	لشبكات التواصل الاجتماعي

\* قيمة  $t$  الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية " 348 " تساوي 1.96

تبين من الجدول أن القيمة الاحتمالية تساوي (0.654)، وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وقيمة  $t$  المحسوبة تساوي (-0.448)، وهي أكبر من قيمة  $t$  الجدولية والتي تساوي (-1.96)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير البرنامج الدراسي.

خامساً: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير مكان السكن .

وللحصول على صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في آراء عينة الدراسة في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير مكان السكن، والنتائج مبينة في جدول رقم (49).

جدول رقم (49)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير مكان السكن

القيمة الاحتمالية	قيمة "F"	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الفرضية
0.761	0.456	0.364	4	1.456	بين المجموعات	استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي
		0.783	345	270.021	داخل المجموعات	
			349	271.477	المجموع	

\* قيمة F الجدولية عند درجة حرية 4، 345 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 2.42

ومن خلال الجدول يتبيّن أن قيمة (F) المحسوبة تساوي (0.456) وهي أقل من قيمة (F) الجدولية والتي تساوي (2.42)، كما أن القيمة الاحتمالية تساوي (0.761) وهي أكبر من (0.05)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير مكان السكن.

الفرض الثاني توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين درجة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار "chi. square" لاختبار الفروق بين تقديرات إجابات المبحوثين، والنتائج مبينة في جدول رقم (50).

جدول (50)

نتائج اختبار مربع كاي

القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قيمة الاختبار	الفرضية
0.003	16	35.908	العلاقة بين درجة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي.

\* قيمة chi square الجدولية عند درجة حرية 16 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 26.30

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة اختبار مربع كاي تساوي 35.908 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.003 ، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغير درجة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الإشبع.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار "chi. square" لاختبار الفروق بين تقديرات إجابات المبحوثين، والنتائج مبينة في جدول رقم (51).

جدول (51)

نتائج اختبار مربع كاي

القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قيمة الاختبار	الفرضية
0.000	16	46.222	العلاقة بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الإشبع.

\* قيمة chi square الجدولية عند درجة حرية "16" ومستوى دلالة 0.05 تساوي 26.30

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة اختبار مربع كاي تساوي 35.908 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.003 ، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الإشبع.

**الفرض الرابع:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية شبكات التواصل الاجتماعي وإدراك إيجابياتها.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار "chi. square" لاختبار الفروق بين تقديرات إجابات المبحوثين، والنتائج مبينة في جدول رقم (52).

جدول (52)

نتائج اختبار مربع كاي

القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قيمة الاختبار	الفرضية
0.000	32	76.508	العلاقة بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية شبكات التواصل الاجتماعي وإدراك إيجابياتها.

\* قيمة chi square الجدولية عند درجة حرية "32" ومستوى دلالة 0.05 تساوي 43.77

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة اختبار مربع كاي تساوي 76.508 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي وإدراك إيجابياتها.

**الفرض الخامس** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية شبكات التواصل الاجتماعي وإدراك سلبياتها.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار "chi. square" لاختبار الفروق بين تقديرات إجابات المبحوثين، والنتائج مبينة في جدول رقم (53).

جدول (53)  
نتائج اختبار مربع كاي

القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قيمة الاختبار	الفرضية
0.000	40	72.781	العلاقة بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية شبكات التواصل الاجتماعي وإدراك سلبياتها.

\* قيمة chi square الدولية عند درجة حرية 40 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 55.76

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة اختبار مربع كاي تساوي 72.781 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي وإدراك سلبياتها.

## المبحث الثاني

### أبرز نتائج الدراسة

يتناول هذا المبحث عرض أبرز النتائج التي توصل لها الباحث من خلال الدراسة الميدانية، والتي تناولت استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققـة، وقد قسمها الباحث إلى مطابين، الأول تناول النتائج العامة، والثاني توقف عند نتائج الفرضيات.

#### المطلب الأول: النتائج العامة:

1. كشفت الدراسة عن اقبال كبير من المبحوثين على استخدام شبكة التواصل الاجتماعي، حيث إن ما نسبته 89.7% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 10.3% من العينة لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.
2. كشفت الدراسة أن ما نسبته 30.0% من الذين لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي يرون أن سبب عدم الاستخدام مضيعة للوقت، وما نسبته 25.0% هم من الذين يعتبرون ضررها أكثر من نفعها، وما نسبته 15.0% بسبب عدم الاقتناع بجدواها وأهميتها، وما نسبته 12.5% لأنها غير آمنة وتسبب القلق حول الخصوصية، وما نسبته 10.0% من عينة الدراسة لا يستخدمونها بسبب عدم معرفتهم بكيفية استخدامها، وما نسبته 7.5% أرجعوا السبب لعدم الاستخدام لأمور أخرى.
3. بينت الدراسة أن 62.57% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الحواسيب المحمولة، وما نسبته 53.14% يستخدمون هذه الشبكات من خلال الهواتف المحمولة، وما نسبته 35.14% يستخدمونها من خلال الحواسيب المكتبية، وما نسبته 12% يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الحواسيب اللوحية "IPad".
4. أوضحت الدراسة عن كثافة استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث إن نسبة من يقضون أكثر من ساعتين يومياً بلغت 75% من أفراد عينة الدراسة، وتوزعت النسب في كثافة الاستخدام كالتالي: 15.1% من المبحوثين يقضون مدة تقل عن الساعة يومياً أمام شبكات التواصل الاجتماعي، وأن ما نسبته 28.6% هم من الذين يمضون فترة تتراوح ما بين ساعة إلى ساعتين في اليوم قبلة هذه الشبكات، وأن ما نسبته 32.3% يقضون يومياً مدة تتراوح ما بين ساعتين إلى ثلات ساعات أمام هذه الشبكات، وأن ما نسبته 24% يستخدمون شبكات التواصل مدة تزيد عن ثلات ساعات يومياً.

5. توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته 95.14% من المبحوثين يستخدمون شبكة الفيس بوك في التواصل الاجتماعي، وما نسبته 59.43% يستخدمون شبكة يوتيوب في التواصل الاجتماعي، وما نسبته 28.86% يستخدمون شبكة جوجل بلس في التواصل الاجتماعي، وما نسبته 27.14% يستخدمون شبكة توينتر في التواصل الاجتماعي، وما نسبته 3.43% يستخدمون شبكة لينك إن في التواصل الاجتماعي، وما نسبته 3.71% يستخدمون شبكات أخرى.
6. كشفت الدراسة أن 63.4% من المبحوثين يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك بدرجة عالية جداً، وهي الشبكة الأولى في نسبة الاستخدام، و30.3% يستخدمون شبكة يوتيوب بدرجة عالية جداً، وهي الشبكة الثانية من حيث نسبة الاستخدام، و13.4% يستخدمون شبكة جوجل بلس بدرجة عالية جداً، وهي الشبكة الثالثة من حيث نسبة الاستخدام، و5.1% يستخدمون شبكة توينتر بدرجة عالية جداً، وهي الشبكة الرابعة من حيث نسبة الاستخدام ، و1.4% يستخدمون شبكة لينك ان بدرجة عالية جداً، وهي الشبكة الخامسة من حيث نسبة الاستخدام .
7. بينت الدراسة أن ما نسبته 70.5% من المبحوثين تعتبر أن أهم الموضوعات التي تتبعها في شبكات التواصل الاجتماعي هي الموضوعات الترفيهية، ثم يليها بنسبة 62% الموضوعات الاجتماعية، ثم بنسبة 61.43% الموضوعات الثقافية، ثم يليها بنسبة 59.71% الموضوعات الدينية، ثم يليها بنسبة 54.29% الموضوعات السياسية فال الموضوعات التعليمية بنسبة 54%， ثم يليها بنسبة 52% الموضوعات العلمية، ثم يليها بنسبة 42.86% الموضوعات الشبابية، ثم يليها بنسبة 42.57% الموضوعات الصحية، ثم يليها بنسبة 34% الموضوعات الخاصة بشئون المرأة، ثم يليها بنسبة 30% الموضوعات الخاصة بالเทคโนโลยيا، ثم يليها بنسبة 28% الموضوعات الرياضية، ثم يليها بنسبة 19.14% الموضوعات التسويقية، ثم يليها بنسبة 18.29% موضوعات الطفل، ثم يليها بنسبة 13.14% الموضوعات الاقتصادية، ثم يليها بنسبة 0.57% موضوعات أخرى.
8. خلصت الدراسة إلى أن 63.7% من المبحوثين يسمح لهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة، وما نسبته 36.3% لا يسمح لهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة، وتبيّن أن 32.6% من المبحوثين تؤيد بشدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي داخل الجامعة، وأن 35.7% يؤيدون استخدامها داخل الجامعة، وأن ما نسبته 21.7% محايدون في مسألة استخدام، بينما تعارض ما نسبته 6.9% مسألة

استخدام شبكات التواصل الاجتماعي داخل الجامعة، وتعارض ما نسبته 3.1% بشدة استخدام هذه الشبكات داخل الجامعة.

9. أوضحت الدراسة أن 52% من المبحوثين يتفاعلون مع زملائهم داخل الجامعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 35.1% يتفاعلون أحياناً مع زملائهم داخل الجامعة عبر هذه الشبكات، وما نسبته 12.9% هم من الذين لا يتفاعلون مع زملائهم داخل الجامعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتصدرت الموضوعات الدراسية بنسبة 40.3% من المبحوثين يتحدثون مع زملائهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في مجال الدراسة، و30.3% يتحدثون عن الحياة اليومية، و19.7% يتحدثون في المواضيع الاجتماعية، و8.8% يتحدثون في المواضيع السياسية، وما نسبته 0.09% يتحدثون في مواضيع أخرى.

10. بينت الدراسة أن 70.86% من المبحوثين يعتبرون الفيس بوك أكثر شبكات التواصل التي تخدمهم في المجال الدراسي، و29.71% منهم يعتبرون شبكة جوجل بلص تخدمهم أكثر، و28% يعتبرون شبكة يوتوب تخدمهم أكثر في المجال الدراسي، وما نسبته 4.86% يعتبرون شبكة توينتر تخدمهم أكثر، و1.71% يعتبرون شبكات أخرى تخدمهم أكثر في مجال الدراسة، و1.14% يعتبرون شبكة "لينكد إن" تخدمهم أكثر في المجال الدراسي.

11. كشفت الدراسة أن 14.9% من المبحوثين يعتبرون أن استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر إلى حد كبير على تحصيلهم الدراسي، وما نسبته 49.4% هم من الذين يعتبرون أن استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر إلى حد ما على تحصيلهم الدراسي، وما نسبته 35.7% هم من الذين يعتبرون أن استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي لم يؤثر على تحصيلهم الدراسي.

12. أشارت الدراسة إلى أن 20.7% من المبحوثين يعتبرون دوافع الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي بهدف التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل الخارج، و16.3% بحثاً عن المعلومات والأخبار، وما نسبته 14.3% لاكتساب معارف وخبرات، و14.0% دافعهم التسلية وقضاء وقت الفراغ، و8.7% لإبداء الرأي في بعض القضايا، ويرى 8.6% من عينة الدراسة يعتبرون دوافع الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي بهدف التعرف على أصدقاء آخرين، وما نسبته 6.3% بهدف التواصل مع الهيئة التدريسية، و6.1% للهروب من مشاكل الواقع، و4.8% للمشاركة في قضايا الحشد والمناصرة، و0.2% لدوافع أخرى.

13. كشفت الدراسة أن 26.2% من المبحوثين يعتبرون أن درجة استفادتهم من شبكات التواصل الاجتماعي عالية جداً، فيما يرى 36.6% أن درجة استفادتهم عالية، و35.4% يعتبرون أن

درجة استفادتهم كانت متوسطة، و 0.9% هم من يعتبرون درجة استفادتهم كانت منخفضة، و 0.9% يعتبرون درجة استفادتهم منخفضة جداً.

14. بينت الدراسة أن 15.1% من المبحوثين يعتبرون درجة تلبية شبكات التواصل الاجتماعي لاحتياجاتهم عالية جداً، فيما يرى 38.3% أن درجة التلبية عالية، و 43.1% يعتبرون درجة التلبية متوسطة، وما نسبته 2.6% يعتبرون درجة استفادتهم منخفضة، وما نسبته 0.9% يعتبرون درجة التلبية منخفضة جداً.

15. كشفت الدراسة أن أبرز الإشعاعات المتحققة لدى المبحوثين هي إشعاعات التفاعل الاجتماعي بنسبة 35.7%， فيما أنت إشعاعات مراقبة البيئة في المرتبة الثانية بنسبة 27.3%， ثم إشعاعات المشاركة بالرأي بنسبة 23.8%， تلتها إشعاعات التسلية بنسبة 13.7%.

16. بينت الدراسة أن 9.8% من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي عرفتهم بأحداث وقضايا عديدة، ويعتبر 9.4% من عينة الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي سهلّت لهم التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة، وما نسبته 8.1% يرون أنها جعلتهم يمتلكون مهارات جديدة تفديهم في الدراسة، و 7.9% من المبحوثين يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي جعلتهم اجتماعيين أكثر مما كانوا عليه، و 7.8% من عينة الدراسة يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي جعلتهم يعبرون عن آرائهم بحرية، و 7.5% ساعدتهم على ملء أوقات الفراغ لديهم، وما نسبته 7.0% جعلتهم يعيدين الاتصال بالأصدقاء القدماء الذين فقدوا الاتصال بهم، وما نسبته 6.3% جعلتهم يتمتعون بالقدرة على تكوين آراء حول القضايا والأحداث التي تدور حولهم فيما يرى 6.1% من عينة الدراسة أنها عزّزت آرائهم من خلال مناقشاتهم مع الآخرين، ويرى 5.9% من عينة الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي أشبعـتـ لـديـهـمـ حـبـ التـسـلـيـةـ، وما نسبته 5.3% جعلـتـهـ يـعـدـونـ الـاتـصـالـ بالـعـالـمـ الـوـاـقـعـيـ، وما نسبته 4.7% وفرـتـ لـهـمـ أـصـدـقـاءـ بـالـعـالـمـ الـاـقـتـرـاضـيـ لـمـ يـجـدـوـهـاـ بـالـعـالـمـ الـوـاـقـعـيـ، وما نسبته 4.6% جعلـتـهـمـ يـتـبـنـونـ رـأـيـهـمـ يـعـجـبـهـمـ مـنـ آـرـاءـ الـمـسـتـخـدـمـيـنـ الـآـخـرـيـنـ، 4.2% عـزـزـتـ مـكـانـتـهـمـ الـاجـتمـاعـيـةـ، 3.1% جـعـلـتـهـمـ يـشـعـرـوـنـ بـالـأـمـانـ مـنـ خـلـالـ الـعـرـفـةـ الـتـيـ يـحـصـلـوـنـ عـلـيـهـاـ مـنـ شـبـكـاتـ التـوـاـصـلـ، وما نـسـبـتـهـ 2.5% يـعـقـدـوـنـ أـنـهـاـ عـزـلـتـهـمـ عـنـ الـعـالـمـ الـوـاـقـعـيـ.

17. كشفت الدراسة أن 76.86% من المبحوثين يرون أن سهولة الحصول على المعلومات هي من أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، و 75.71% يرون أن سهولة التواصل مع الأصدقاء هي من أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 75.71% يرون

أن معرفة الأخبار المحيطة هي من أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، و72.8% يرون أن الاستفادة في مجال الدراسة من أبرز الإيجابيات، وما نسبته 63.14% يرون أنها وسيلة لتبادل المعلومات والخبرات من أبرز إيجابيات الشبكات، وما نسبته 36.86% يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اقتصادية وأقل كلفة من الوسائل الأخرى هي أبرز الإيجابيات.

18. بينت الدراسة أن 74.86% من المبحوثين يرون أن الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، فيما يرى ما نسبته 69.43% من المبحوثين أن إهار الوقت من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 62.29% يرون من أبرز سلبياتها أنها تؤدي للكسل والتراخي، و61.14% يرون أن وجود معلومات وهمية عن الآخرين هي من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، 65.29% يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز سلبياتها التأثير السلبي على التحصيل العلمي والدراسة، و52.57% يرون أن التعرض لصور ومواد غير مرغوب بها من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، فيما يرى 44.86% أن استغلال شبكات التواصل في العمل الدعائي والتخريبي هي من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، ويرى 37.71% أن انتهاك الحريات الشخصية من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، و37.43% يعتبرون أن اكتساب عادات تتنافى مع الإسلام وعادات وتقالييد المجتمع هي من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، ولا يرى 4.29% من المبحوثين أي سلبيات لشبكات التواصل الاجتماعي .

19. توصلت الدراسة إلى أن 2.8 % من المبحوثين يتلون بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة عالية جداً، وما نسبته 20.6 % درجة ثقفهم عالية، وما نسبته 62.6 % درجة ثقفهم متوسطة، وما نسبته 10.6 % درجة ثقفهم منخفضة، وما نسبته 3.4 % درجة ثقفهم منخفضة جداً.

20. أوضحت الدراسة أن 10.3% من المبحوثين يعتبرون المعلومات التي يحصلون عليها عبر شبكات التواصل الاجتماعي مفيدة جداً، وما نسبته 55.7% يعتبرون المعلومات مفيدة، وما نسبته 34.0% يرون أن الفائدة من المعلومات متوسطة.

21. كشفت الدراسة أن 26.2% من المبحوثين يعتبرون درجة استقادتهم من شبكات التواصل الاجتماعي عالية جداً، وما نسبته 36.6% هم من الذين يعتبرون أن درجة استقادتهم عالية، وما نسبته 35.4% هم من الذين يعتبرون أن درجة استقادتهم كانت متوسطة، وما نسبته

0.9% هم من الذين يعتبرون أن درجة استفادتهم كانت منخفضة، وما نسبته 0.9% هم من الذين يعتبرون أن درجة استفادتهم كانت منخفضة جداً.

22. بينت الدراسة أن 23.7% من المبحوثين يرون أن هناك تأثيراً كبيراً لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على متابعة واستخدام الوسائل الإعلامية الأخرى، وما نسبته 66.3% يعتبرون أن لها تأثيراً إلى حد ما، وما نسبته 10.0% يعتبرون أن ليس لها تأثير ولم تقلل متابعتهم لتلك الوسائل الأخرى.

23. أوضحت الدراسة أن 52.6% من المبحوثين يحصلون على الأخبار والمعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، تليها المواقع الإلكترونية بنسبة 23.4%， وما نسبته 16.3% وسائلهم عبر التلفزيون، وما نسبته 6.6% وسائلهم عبر الإذاعة، وجاءت الصحف في ذيل الوسائل التي تعتمد عليها عينة الدراسة بنسبة 1.4% كوسيلة للحصول على الأخبار والمعلومات.

24. كشفت الدراسة أن 58.86% من المبحوثين يعتبرون أن تنظيم الوقت في الاستخدام هو المقترن الأبرز للاستفادة بشكل أفضل من شبكات التواصل الاجتماعي، 58.57% مقترنهم بذلك الصدق والدقة في المعلومات التي تطرح، وما نسبته 53.71% مقترنهم وجود ضوابط وتشريعات تنظم استخدام شبكات التواصل، وما نسبته 45.43% مقترنهم بذلك احترام المستخدمين لخصوصية الآخرين.

## المطلب الثاني: أبرز نتائج الفروض

1. كشفت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع حيث إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الذكور أعلى من الإناث في عينة الدراسة.

2. بينت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير جامعة الدراسة، لصالح جامعة الأزهر.

3. توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي والبرنامج الدراسي ومكان السكن.

4. كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي.
5. أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الإشبع.
6. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي وإدراك إيجابياتها وسلبياتها.

### المبحث الثالث

#### مناقشة نتائج وفرض الدراسة

يناقش هذا المبحث النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية التي أجرتها الباحث حول استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد قسمها الباحث إلى قسمين: الأول يتعلق بمناقشة النتائج العامة، والثاني يتعلق بمناقشة نتائج فروض الدراسة.

##### أولاً مناقشة النتائج العامة:

1. كشفت الدراسة أن 90% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، و57% منهم يستخدمونها يومياً لمدة تزيد عن 3 ساعات، وهو يعتبر استخداماً مرتفعاً، مما يدل على صحة فرضية النظرية على أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط، وكذلك أهمية شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية ومدى تحقيقها لإشباعاتهم حيث يقضون وقتاً طويلاً في استخدامها؛ من أجل إشباع الحاجات النفسية المتمثلة في تكوين الصداقات وتبادل الخبرات وإظهار مواهبهم والشعور بالتقدير والحب والاحترام وغيرها من الحاجات، وقد كشفت الدراسة أن المعلومات التي يحصل عليها الطلبة من شبكات التواصل الاجتماعي مفيدة، حيث بلغ الوزن النسبي لدرجة الاستفادة 77.20%， وهذه النتيجة اتفقت مع دراسة "علاء العقاد" ودراسة "أحمد حمودة" التي توصلت إلى أن استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي بلغت 90%.

2. توصلت الدراسة إلى أن شبكة الفيسبوك تبوأت صدارة الاستخدام من قبل عينة الدراسة بنسبة 95.14% يليها اليوتيوب بنسبة 59.43%， ثم جوجل بلص بنسبة 28.86%， تلاه التويتر بنسبة 27.14%， مما يؤكد على أهمية الفيس بوك والإحصائيات التي تشير إلى تسامي شهرته على الصعيد العالمي من حيث عدد المشتركين، وجوده بأكثر من لغة، وكذلك إلى عملية الاتصال والتفاعل التي تتم بين مستخدميه بشكل مباشر، وسرعة الرد والاستجابة للرسائل المستقبلة، بالإضافة إلى التقنيات الحديثة والمتقدمة التي يمتاز بها من تحميل الملفات بكافة أنواعها، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة "أحمد حمودة" ، والتي توصلت إلى أن شبكة الفيس بوك تتربع على قمة شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 90% من عينة الدراسة، وكلٍ من دراسة "أمجد جمعة" ودراسة "أمين وافي" ودراسة "الترك وسكيك"، ودراسة (Gulnar. 2011)، ودراسة (Sheedy, C. 2009)، ودراسة (Hall, A. 2009)، ودراسة (Baltaret, B. 2010)، ودراسة "Ezumah" ودراسة "B & Others،

نعم المصري (2013)، وإحصائيات مستخدمي الفيس بوك في فلسطين<sup>(1)</sup>، كما تشير النتيجة إلى تنامي دور شبكة اليوتيوب والتي احتلت المرتبة الثانية من حيث الاستخدام والتفضيل لدى عينة الدراسة، وذلك نظراً للخدمات التي تقدمها هذه الشبكة من حيث رفع ملفات الفيديو ومشاركتها والتعليق عليها والاستفادة منها في العملية التعليمية كالمحاضرات المصورة، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة آلاء مخلوف والتي توصلت إلى تنامي دور اليوتيوب لدى المستخدمين وخاصة طلبة الجامعات.

3. تصدرت الدوافع المنفعية بنسبة 66.3% تلتها الدوافع الطقوسية بنسبة 33.7% في ترتيب دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة، وتتصدر دافع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج السبب الأبرز لاستخدام شبكات التواصل، تلاه دافع الحصول على المعلومات واكتساب خبرات ثم دافع التسلية وقضاء أوقات الفراغ، مما يؤكد على أهمية الشبكات في التواصل الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية وما تتمتع به من خصائص ومميزات التفاعلية والتواصل الاجتماعي، وهي تتفق مع دراسة Baltaret, B. (2010) ودراسة مريم نومار والتي توصلت إلى أن دافع التواصل مع الأصدقاء والزملاء كان الدافع الأول، ودراسة علاء العقاد التي توصلت إلى أن الدوافع المنفعية جاءت في المرتبة الأولى لدى عينة الدراسة .

4. كشفت الدراسة أن أبرز الإشبعات المتحققة لدى عينة الدراسة هي إشباعات التفاعل الاجتماعي بنسبة 33.2 %، فيما أتت إشباعات مراقبة البيئة في المرتبة الثانية بنسبة 27.3 %، ثم إشباعات المشاركة بالرأي بنسبة 23.8 %، تلتها إشباعات التسلية بنسبة 13.4 %، وأخيراً إشباعات شبه الاجتماعية بنسبة 2.5 %، وهذا يؤكد على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي من حيث التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الآخرين والبحث عن الأصدقاء وأيضاً تتفق مع نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تشير إلى أن دوافع الجمهور وتوقعاته مرتبطة بالإشباعات المتحققة وبالتالي أنت إشباعات التفاعل الاجتماعي متسبة مع دافع التواصل والتفاعل الاجتماعي وهذه النتيجة تتفق مع دراسة علي نجادات التي توصلت إلى تصدر إشباعات التفاعل الاجتماعي للإشباعات المتحققة .

5. تصدرت الموضوعات الترفيهية أبرز الموضوعات التي يطالعها المبحوثين بنسبة 70.5%， وهذا يعزوه الباحث إلى عدم توفر البرامج الاستيعابية ذات المنفعة التي لها علاقة بالصالح العام، إضافة إلى حالة الإحباط والتذمر من الوضع السياسي، مما يجعل الجمهور يهرب إلى

---

(1) فلسطين الأعلى عالميا في استخدام الفيس بوك ، مرجع سابق.

المواضيع الترفيهية للهروب من مشاكل الواقع، بالإضافة إلى كون هذه الشبكات كان الهدف الأول حين إنشائها ترفيهي، وهذه النتيجة تتفق مع أبرز إشعارات الإنترن特 والتي تشير إلى أن (75%) من مستخدمي شبكة الويب يقومون بذلك للتسلية والترفيه<sup>(1)</sup>، وكذلك تتفق مع دراسة "شطاوي والسماسيري" والتي توصلت إلى أن الموضوعات الترفيهية تصدرت المواضيع التي تتبعها عينة الدراسة .

6. كشفت الدراسة أن 68% من المبحوثين يؤيدون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي داخل الجامعة، وهذا يدعو إلى ضرورة السماح للطلبة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للاستفادة من إمكانيتها في العملية التعليمية والبحثية لدى الطلبة، خاصة إذا نظرنا إلى أن المواضيع الدراسية تتصدر المواضيع التي يتفاعلون بها داخل الجامعة مع زملائهم بنسبة 40.3%， وأن الفيس بوك يخدمهم في المجال الدراسي بنسبة 52% في الدراسة.

7. يثق طلبة الجامعات الفلسطينية بشبكات التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة، حيث إن الوزن النسبي لدرجة الثقة في معلومات شبكة التواصل الاجتماعي بلغ 61.6 % وهي نسبة متوسطة، وهذا يعزوه الباحث إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ما زالت مصدر لا يحظى بتقدة كبيرة كما الكتب أو وسائل الإعلام التقليدية التي يعرف مصدرها ومنشئ معلوماتها، وخاصة أن من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي هي انتقال الشخصيات والتزوير، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة "أحمد حمودة" والتي توصلت إلى أن ثقة الجمهور بشبكات التواصل الاجتماعي متوسطة .

8. كشفت الدراسة أن ما نسبته 90% من المبحوثين يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير على متابعتهم لوسائل الإعلام الأخرى إلى حد كبير وإلى حد ما ، وتصدرت شبكات التواصل الاجتماعي نسبة 52% كمصدر أول للحصول على الأخبار والمعلومات فيما حصلت الصحافة الالكترونية على نسبة 23% والتلفزيون على نسبة 16%， والإذاعة على 6.6% وتذيلت القائمة الصحف بنسبة 1.4%， وهذا يتفق مع ما ذهبت إليه نتائج دراسات أخرى حول تراجع الصحافة المكتوبة والمرئية والمسموعة وصعود نجم الصحافة الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي حيث إنها توفر الوسائل الأخرى في وسيلة واحدة، وهي تشير إلى تراجع دور الصحافة المكتوبة في توجيه الرأي العام والجمهور، مما يتطلب من الصحافة المكتوبة العمل على تطوير محتواها وتقديم معالجات بشكل عميق يواكب التطورات ويلبي

---

(1) رضا أمين، النظريات العلمية في الإعلام الالكتروني، مرجع سابق، ص 82-80.

احتياجات الجمهور، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة "تعيم المصري، (2011)" التي توصلت إلى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الوسائل الأخرى.

9. كشفت الدراسة أن أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، تتمثل في الإدمان وإهار الوقت وانتهاك الشخصيات والمعلومات الوهمية من أبرز السلبيات، حيث إن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل نوع الإدمان والتوحد معها من قبل المستخدمين، وهذه النتيجة تتفق مع رأي العديد من الخبراء في شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك تتفق مع دراسة "شطاوي والسماسيري" والتي توصلت إلى أن الإدمان وإهار الوقت هي من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، وكشفت الدراسة عن أن انتهاك الخصوصية واكتساب عادات تتنافى مع عادات المجتمع من أبرز سلبيات شبكات التواصل، حيث كسرت شبكات التواصل الاجتماعي القيود والحدود مما حدى بتدفق الثقافات المختلفة من الشعوب والدول الأخرى مما أثر على خصوصية المجتمعات وأذاب الانتماء للمجتمع المحلي وأوجد ما يعرف بالمجتمع العالمي الذي يتكون من خليط من العادات والتقاليد والسلوكيات.

10. أكدت الدراسة على نتائج دراسات سابقة ومؤتمرات علمية حول ضرورة وجود تشريعات وضوابط تنظم عمل شبكات التواصل الاجتماعي واحترام خصوصية الآخرين والاعتماد على الصدق والدقة في المعلومات المطروحة على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أن ما نسبته 58.86% من عينة الدراسة يرون أن تنظيم الوقت في الاستخدام هو المقترن الأبرز للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أفضل، فيما رأى 58.57% مقترحهم لذلك الصدق والدقة في المعلومات التي تطرح، يليه مقترح وجود ضوابط وتشريعات تنظم استخدام شبكات التواصل بنسبة 53.71%， تلاه مقترح احترام المستخدمين لخصوصية الآخرين بنسبة 45.43%， وهذا مرده إلى سيولة المعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي دون رقابة وعدم وجود قوانين وتشريعات تنظم عملها شبكات التواصل الاجتماعي.

## ثانياً: مناقشة نتائج الفروض:

1. كشفت الدراسة عن عدم صحة الفرض جزئياً، وبينت أن هناك فروقاً في الاستخدام حسب متغير "الجامعة" لصالح طلبة جامعة الأزهر الذين حصلوا على النسبة الأعلى في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهو أمر يعزوه الباحث إلى زيادة نسبة الطلاب الذكور في جامعة الأزهر، وكذلك في المبحوثين من الجامعة حيث أن نسبة الطلبة الذكور متقاربة مع نسبة الطلبة الإناث، وخاصة أن الدراسة كشفت أن هناك فروق لصالح الذكور في استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك العديد من الإحصائيات العربية والمحلية التي كشفت عن زيادة نسبة استخدام الذكور عن نسبة الإناث، حيث بينت إحصائية ارتفاع نسبة المستخدمين الذكور لشبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين، حيث بلغ عدد المستخدمين الذكور 840 ألف من أصل مليون وخمسمائة ألف مستخدم في فلسطين<sup>(1)</sup> ، وهذه النتيجة اتفقت مع دراسة "مريم نومار" التي توصلت إلى وجود فروق في الاستخدام حسب متغير النوع، ودراسة "رفعت الصبع" والتي توصلت إلى أن هناك فروقاً في الاستخدام لصالح الذكور.

2. كشفت الدراسة عن عدم صحة الفرض جزئياً، وبينت عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسطات تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع، حيث إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الذكور أعلى من الإناث في المبحوثين، وهذا يرجع إلى طبيعة المجتمع الفلسطيني حيث إن الذكور متوفرون لديهم الوصول إلى شبكة التواصل الاجتماعي في البيت وفي المقهى وعند صديق ولديهم الوقت أكثر من الإناث في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي، وأيضاً انشغال الإناث بالدراسة أكثر من الذكور، حيث إن نسب التفوق الدراسي والتعليمي في فلسطين لصالح الإناث ، بالإضافة إلى متابعة الذكور للأوضاع السياسية في ظل المتغيرات والتطورات المتلاحقة وخاصة بالقضية الفلسطينية والمحيط العربي، وتتفق هذه النتيجة مع مختلف الدراسات التي نشرت في العالم العربي عن طبيعة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي بشكل عام وفي فلسطين بشكل خاص، حيث كشفت دراسة إقليمية عن ارتفاع نسبة الذكور في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، حيث بينت الدراسة أن 65% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي هم من الذكور، فيما بلغت النسبة للإناث 35%<sup>(2)</sup>، وكذلك مع إحصائية حديثة صادرة عن مستخدمي الفيس بوك في فلسطين بينت أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث<sup>(3)</sup>، وأيضاً مع دراسة "رفعت الصبع" التي توصلت إلى وجود فروق لصالح الذكور في الاستخدام، ودراسة "مريم نومار" التي توصلت إلى وجود فروق في الاستخدام حسب متغير النوع، وكذلك دراسة "أمجد جمعة" التي توصلت إلى أن هناك فروقاً في الدوافع السياسية لاستخدام الذكور من الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي.

---

(1) 74% من مستخدمي الفيس بوك في فلسطين من فئة الشباب، مرجع سابق.

(2) قناة العربية، 70 مليون عربي يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق.

(3) 74% من مستخدمي الفيس بوك في فلسطين من فئة الشباب، مرجع سابق.

3. كشفت الدراسة عن صحة الفرض، وبينت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسطات تقييمات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي والبرنامج الدراسي ومكان السكن، وذلك لأن المجتمع الفلسطيني هو مجتمع متجانس وواحدٌ ومتفقٌ، ولديه اطلاعٌ واسعٌ على وسائل التكنولوجيا الحديثة وخاصة في فئة طلبة الجامعات والشباب الفلسطيني التي تشير الإحصائيات إلى تنامي زيادة اهتمامه ب شبكات التواصل الاجتماعي.
4. كشفت الدراسة عن صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث إن الجمهور كلما زادت ثقته بالوسيلة كلما كانت الفائدة لديه كبيرة منها، وبالتالي وجدت علاقة إيجابية بين الثقة والاستفادة، وبينت الدراسة أن نسبة الثقة ونسبة الاستفادة متقاربة لدى المبحوثين .
5. كشفت الدراسة عن صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الإشاعات، حيث إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط ولديه توقعات من وسائل الإعلام لإثبات رغباته وبالتالي هو يسعى لاستخدام الوسيلة لإثبات رغباته، مما يجعل وجود علاقة إيجابية بينهما، وأنثبتت الدراسة وجود توافق بين الدوافع والإشاعات حيث تصدر دافع التواصل مع الأصدقاء أهم الدوافع فيما تصدرت إشاعات التفاعل الاجتماعي أبرز الإشاعات لدى عينة الدراسة.
6. كشفت الدراسة عن صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي وإدراك إيجابياتها وسلبياتها، مما يتفق مع فرضية نظرية الاستخدامات أن الجمهور يعي ما يحقق حاجته، ويستطيع أن يستخدم وسائل الإعلام وفقاً لخبراته واستعداداته السابقة، وجمهور طلبة الجامعات هذه الفئة المتفقة واعية لكيفية استخدام الوسائل وتدرك إيجابياتها وسلبياتها، وأن الجمهور يتحقق ويعي ما يتبعه ويطلع عليه .

## المبحث الرابع

### توصيات الدراسة

يعرض هذا المبحث التوصيات التي استخلصها الباحث بناءً على نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على طلبة الجامعات الفلسطينية بشأن استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة.

وجاءت هذه التوصيات على النحو الآتي:

- 1- ضرورة الاستفادة من إمكانيات شبكات التواصل الاجتماعي وتوظيفها في خدمة القضية الفلسطينية بمختلف جوانبها في ظل الإقبال الكبير لدى الجمهور الفلسطيني عليها .
- 2- ضرورة تنظيم الوقت في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتقنين عملية الاستخدام بما يلبى الاحتياجات دون الوصول إلى درجة إدمان المتابعة.
- 3- ضرورة اهتمام الجامعات الفلسطينية بشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في العملية التعليمية، وتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة العملية التعليمية والتواصل بين الهيئة التدريسية والطلبة للاستفادة منها في تطوير العملية التعليمية.
- 4- ضرورة أن تسعى وسائل الإعلام التقليدية وخاصة الصحف لتطوير محتواها والعمل على تلبية حاجات المتعلمين ومواكبة التطورات وتقديم موضوعات متميزة تجعلها تستعيد مكانتها التي تآكلت لصالح شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد.
- 5- العمل على تعزيز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترن特، والتقليل من السلبيات وتقنينها وتجنب مخاطرها، بل وتلافيها.
- 6- إضافة مساقات دراسية خاصة حول شبكات التواصل الاجتماعي في الخطط الدراسية بالجامعات الفلسطينية، لما لها من دور بارز في العملية التعليمية والحياتية، وإمكانات الاستفادة من خدماتها المتعددة وتوظيفها في العملية التدريسية.
- 7- ضرورة وجود تنظيم قانوني ومهني لشبكات التواصل الاجتماعي، ووضع ميثاق أخلاقي ينظم عمل شبكات التواصل الاجتماعي، للتغلب على انتهاك الخصوصية وسيولة المعلومات وزيادة عامل الثقة بمعلوماتها.
- 8- يجب على المتألق أن يتفحص المعلومات المتوفرة على شبكات التواصل الاجتماعي، ويعمل على مراجعتها جيداً قبل أن يعتمدتها كمصدر أو حقيقة ثابتة.

- 9- دعوة الجامعات الفلسطينية لتعزيز مبدأ "المشاركة الآمنة" في الفضاء الإلكتروني، من خلال توفير خدمة الإنترنت بشكل مجاني لطلبة الجامعة ومحاضريها، بما يضمن واستخداماً راقياً لشبكات التواصل الاجتماعي، وبما لا يضر بالقيم والمبادئ التي قالت عليها الجامعة.
- 10- دعوة الجهات المختصة بالتقنية داخل الحرم الجامعي أن تعمد إلى بناء مجموعات داخل شبكات التواصل الاجتماعي، تتيح لطلبة التخصص الواحد ومحاضريه أن يتواجدوا معاً، ليطورو الأفكار ، ويتفاوضوا بشأن المواد الدراسية، وينفذوا مشروعات بحثية مشتركة، والأهم أن يكونوا معاً داخل الجامعة وخارجها، بما يعزز الانتماء للجامعة من جهة ولأسرة التخصص العلمي الواحد من جهة أخرى.
- 11- إجراء دراسات حول استخدامات شبكات التواصل الاجتماعية على فئات عمرية أخرى غير الشباب لمعرفة استخداماتها وتأثيراتها لدى هذه الفئات العمرية .
- 12- إجراء دراسات حول استخدامات المرأة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة أسباب تراجع نسبة استخدام المرأة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي.
- 13- إجراء دراسات حول استخدامات شبكة اليوتيوب" في ظل تزايد الاستخدام والاهتمام بهذه الشبكة من قبل طلبة الجامعات الفلسطينية.

## مراجع الدراسة

أولاً: القرآن الكريم:

ثانياً: الدراسات العلمية والكتب

أ- الرسائل العلمية غير المنشورة:

1- أحمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2014).

2- آلاء مخلوف، استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لـ(اليوتيوب) والإشعارات المتحفقة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، (عمان: كلية الإعلام - جامعة اليرموك، 2013).

3- حنان الشهري، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيسبوك وتويتر نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة: (الرياض: جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب - قسم الاجتماع، 2013).

4- خيرت معرض، "اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الإنترنت "، رسالة ماجستير غير منشورة (البحرين: جامعة البحرين، قسم الإعلام والسياحة - كلية الآداب، 2006).

5- طاهر أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة (غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 2012).

6- علاء العقاد، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2014).

7- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين (دراسة مقارنة للموقع الاجتماعية والموقع الإلكترونية "العربية أونلاين)، رسالة ماجستير غير منشورة (الدانمرك: كلية الآداب والتربية- الأكاديمية العربية، 2012).

- 8- مريم نومار، استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية" دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر" ، رسالة ماجستير غير منشورة (الجزائر: جامعة باتنة، قسم الإعلام والاتصال، 2012)
- 9- نعيم المصري، "استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت" ، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحث والدراسات العربية- قسم الدراسات الإعلامية، 2007).

**ب- الدراسات العربية المنشورة:**

- 10- حسني عوض، أثر موقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة مجلس شبابي علار نموذجاً، (فلسطين : رام الله ، جامعة القدس المفتوحة ، 2003 ) منشورة على الرابط التالي: <http://goo.gl/JurRLG> تاريخ الدخول: 2013-3-28.
- 11- رفعت الضبع، "استخدام المراهقين بالعالم العربي للفيس بوك والإشعارات المتحققة لديهم" ، المجلد التاسع، العدد الثالث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير - يونيو 2009) 457-499 .
- 12- زهير عابد "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي" ، المجلد السادس والعشرون، العدد السادس، مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية(نابلس: جامعة النجاح، 2012) 1388-1428 .
- 13- سميحة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، المجلد السادس والعشرون، العدد الأول والثاني، مجلة جامعة دمشق، (دمشق: جامعة دمشق، 2010) 435-480 .
- 14- سهام نصار، استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشعارات المتحققة منها، المجلد الثالث - العدد الأول، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير - مارس 2002) 235-23 .
- 15- عبد الصبور فاضل "المدونات المصرية على شبكة الإنترنت" ، المجلد التاسع، العدد الثاني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو - ديسمبر 2008) ص17 .

**16**- علي نجادات، استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشاعات المتحقق منه، دراسة منشورة بمجلة جامعة اليرموك، منقول من صفحته على الإنترت على الرابط التالي: <http://goo.gl/0uLLBQ> ، تاريخ الدخول 4-20-2013.

**17**- فريد ظهير، استخدام طلبة الصحافة في جامعة النجاح الوطنية لشبكة الإنترت والإشاعات المتحقق منها في تعزيز قدراتهم الصحفية، المجلد العشرين، العدد الأول، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية (الجامعة الإسلامية، شئون البحث العلمي والدراسات العليا، يناير 2012) 423 - 489 .

**18**- محمود السماسيري وغالب شطناوي، استخدامات الشباب الجامعي الأردني للموقع الاجتماعية على الإنترت وتأثيراتها "الفيس بوك نموذجاً"، المجلد التاسع - العدد الثالث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير - يونيو 2009) 315-263 .

**19**- وسام نصر، استخدامات المرأة المصرية لشبكة الإنترت والإشاعات المتحقق لديها بالتطبيق على "ثورة 25 يناير" 2011، المجلد التسع، العدد الثاني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو-ديسمبر 2012) 185 - 276 .

#### ت- المؤتمرات العلمية:

**20**- إبراهيم المصري، نعيم المصري، "مدى استثمار دوائر العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الشبكات الاجتماعية لتعزيز التفاعل الاجتماعي بين الطلبة"، دراسة مقدمة لمؤتمر "طلبة الجامعات، الواقع والأمال" (غزة: الجامعة الإسلامية، عمادة شؤون الطلبة، 12-13 فبراير 2013).

**21**- أحمد عربي الترك ، هشام سكين، دور العلاقات العامة في تعزيز التفاعل بين الطلبة الجامعيين من خلال موقع التواصل الاجتماعي وسائل تفعيله، دراسة مقدمة لمؤتمر "طلبة الجامعات، الواقع والأمال" (غزة: الجامعة الإسلامية، عمادة شؤون الطلبة، 12-13 فبراير 2013).

**22**- أشرف جلال، دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية، "دراسة مقدمة في المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية"، (الرياض: جامعة الملك سعود، 15 - 16 أبريل 2012).

- 23- أمجد جمعة ، دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة، دراسة مقدمة لمؤتمر طلبة الجامعات " الواقع والآمال" (غزة: الجامعة الإسلامية، عمادة شؤون الطلبة، 12-13 فبراير 2013).
- 24- أمين وافي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة الجامعات داخل المجتمع الفلسطيني ، دراسة مقدمة لـ مؤتمر "طلبة الجامعات، الواقع والآمال" (غزة: الجامعة الإسلامية، عمادة شؤون الطلبة، 12-13 فبراير 2013).
- 25- بشري الراوي، دور موقع التواصل الاجتماعي في التغيير، بحث مقدم لـ مؤتمر فيلادلفيا الدولي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير" (الأردن: جامعة فيلادلفيا، 8-9 أبريل 2012).
- 26- رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتوب على شبكة الإنترنت، بحث مقدم في أعمال مؤتمر البحرين :عنوان: أبحاث المؤتمر الدولي : الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد (البحرين: جامعة البحرين 7-9أبريل عام ) 2009، 511-536.
- 27- طلعت عيسى، استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية" ، دراسة مقدمة في المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية" ، (الرياض: جامعة الملك سعود، 15 - 16 أبريل 2012).
- 28- نجوى عبد السلام، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترن特، دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي الرابع: الإعلام وقضايا الشباب(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1998).
- 29- نعيم المصري، استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى، دراسة مقدمة لمؤتمر الإعلام والتحولات المجتمعية، (إربد: جامعة اليرموك: كلية الإعلام :2011).
- 30- نعيم المصري، مدى استخدام مدرسي الثانوية الشبكات الاجتماعية لخدمة الطلبة" ، دراسة مقدمة لـ مؤتمر "الإعلام والتربية.. نحو تفاعل خلاق" (رام الله: وزارة التربية والتعليم، بالتعاون مع مركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت، 2013) .

ث - الكتب العربية:

- 31- جمال مختار ، حقيقة الفيس بوك عدو أم صديق، بدون طبعة، (القاهرة: مترو بول للطباعة، 2008).
- 32- جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط1(القاهرة: دار الفكر العربي للطباعة والنشر ، 1987) .
- 33- حسن مكاوي وليلي السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط 1 (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998).
- 34- حسن مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1993).
- 35- رضا أمين، النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني، ط1(القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام ، ، 2007).
- 36- سمير حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط2، (القاهرة: عالم الكتب، 2006).
- 37- شريف اللبناني، مدخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترن特، ط1، (القاهرة: دار العالم العربي للنشر والتوزيع، 2011).
- 38- عباس صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1 (عمان دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008).
- 39- عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط 1 (الأردن :دار وائل للطباعة والنشر ، 2011)
- 40- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترن特، ط1(القاهرة، عالم الكتب، 2007).
- 41- محمد عبد الحميد، المدونات "الإعلام البديل، ط1(القاهرة: عالم الكتب، 2009)
- 42- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط2(القاهرة: عالم الكتب، 1997).
- 43- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في وسائل الإعلام، ط1(القاهرة: عالم الكتب، 1993).
- 44- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 2، القاهرة: عالم الكتب، (2000).

- 45- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 3 (القاهرة: عالم الكتب، 2010).
- 46- محمود علم الدين، محمد عبد الحسيب، الحاسوبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الشروق، 1997).
- 47- منال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط 1 (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012).

ج: المقابلات:

- 48- نعيم المصري، أستاذ الإعلام المساعد والباحث في شبكات التواصل الاجتماعي، ورئيس قسم الفنون التطبيقية في كلية فلسطين التقنية في دير البلح بقطاع غزة، مقابلة أجراها الباحث بمكتبه بتاريخ 10-5-2014.

ح: الدراسات الأجنبية:

- 49- Baltaret, B. (2010). *Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students: A Qualitative Approach*. Retrieved from <http://goo.gl/g0I2Nm>, Viewed .Nov 19 th.2013.
- 50- Ezumah, B. (2012). *College Students' Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited* Athens: ATINER'S Conference Paper Series, No: MED2012-0163.
- 51- Gulnar.B.& Others, .(2010). *Motivations of Face book, You Tube and Similar Users*. Retrieved from :<http://goo.gl/7tNDYV> . Viewed December 8<sup>th</sup>, 2013
- 52- Hall, A. (2009). *College Students Motives for Using Social Network Sites and Their Relationships to Users Personality Traits*. Retrieved from <http://goo.gl/INrfzo>. Viewed November 19<sup>th</sup> 2013.
- 53- Heldman, Caroline,(2006), *YouTube Nation , Occidental College,p1* Retrieved from, <http://goo.gl/jh1rmS> , Viewed. Jan27<sup>th</sup>.2014.

- 54- Joan M. Reitz. *Online Dictionary for Library and Information Science* Retrieved from ,<http://goo.gl/Jca6aa>, viewed 'Feb.2<sup>nd</sup>-2013.
- 55- Johnson, T. & Kaye, B. (1998). *Cruising is believing? Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(2), pp. 325-340.
- 56- Kiousis, S. (2001). *Public Trust or Mistrust? Perceptions of media credibility in the information age*. *Journal of Mass Communication & Society*. 4(4).
- 57- Samuel Ebersole(2000), *Uses and Gratifications of the Web among Students*, Retrieved from <http://goo.gl/7AxryM> ,viwed Mar.20 th.2013.
- 58- Sheedy, C. (2011). *Social Media for Social Change: A Case Study of Social Media Use in the 2011 Egyptian Revolution*. Retrieved from <http://goo.gl/TgqAD9>. Viewed August 5<sup>th</sup> 2013.
- 59- Sundar, S. (1999. Summer) "Exploring Receivers' Criteria for perception of print and online news." *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 76 (2). Pp: 373-386.
- 60- Urista, M. et. Al. (2009). Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory: *Human Communication. Pacific and Asian Communication Association*, Vol. 12 (2) pp.215 – 229. Retrieved from, <http://goo.gl/6JbQ0b> , viewed .Nov 19 th.2013.
- 61- Vansoon, M. (2010). *Facebook & the invasion of technological communities.* , New York.

خ: المواقع الالكترونية:

" 43" 62 مليون عربي يستخدمون "فيسبوك" و 1.3 مليون لـ"تويتر"، تقرير متاح "online" بتاريخ 15-5-2012، على الرابط التالي: <http://goo.gl/83qgnN> ، تاريخ الدخول 30-3-2013

- 63 - "فيس بوك يساعد في تكوين صداقات أفضل"، متاح "online" بموقع الإمارت اليوم، بتاريخ: 17-2-2011 ، على الرابط التالي: <http://goo.gl/HIacQF> ، تاريخ الدخول: 20-2-2013.
- 64 - «فيسبوك» و«لينكد إن» و«تويتر» هي الموقع الشبكي المفضلة، استطلاع منشور بصحيفة الوسط البحرينية - العدد 2976 - السبت 30 أكتوبر 2010م متاح "online" على الرابط التالي: <http://goo.gl/qdu4Hr> ، تاريخ دخول الموقع 10-4-2013.
- 65 - 712.260 مستخدم لموقع الفيس بوك في فلسطين، احصائية صادرة عن منتدى شارك الشبابي، متاح "online" بموقع وكالة معا بتاريخ 4-1-2012 على الرابط التالي: <http://goo.gl/FZA9kL> ، تاريخ الدخول 9-3-2013.
- 66 - 74% من مستخدمي الفيسبوك في فلسطين من فئة الشباب، احصائية صادرة عن منتدى شارك الشبابي، متاح "online" بموقع وكالة معا بتاريخ 28-5-2014 على الرابط التالي: <http://goo.gl/6BIkmI> ، تاريخ الدخول 29-5-2014.
- 67 - إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والإنترنت في 2014، تقرير صادر عن مؤسسة "We Are Social" online متاح "online" بتاريخ 14 يناير 2014 على الرابط التالي: <http://goo.gl/PLstui> ، تاريخ الدخول: 20-1-2014.
- 68 - إحصائية الإنترت والشبكات الاجتماعية لسنة 2011، منشور بتاريخ: 19-01-2012 على الرابط التالي: <http://goo.gl/bzBT7s> ، تاريخ دخول الموقع 28-4-2013.
- 69 - إحصائية موقع اليكسا لترتيب الموقع الالكترونية حول العالم، متاح "online" على الرابط التالي : <http://goo.gl/NcWc6S> ، تاريخ الدخول 1-9-2014.
- 70 - الإعلام الاجتماعي العربي، تقرير صادر عن كلية دبي للإدارة الحكومية منشور بصحيفة الوسط البحرينية - العدد 3299 - 19 سبتمبر 2011، على الرابط التالي: <http://goo.gl/aO3lhx> ، تاريخ الدخول للموقع 4-3-2013.
- 71 - الإعلام الاجتماعي، تقرير متاح "online" بدون تاريخ على الرابط التالي: <http://goo.gl/nCprgV> ، تاريخ الدخول 1-5-2014.

- 72- انتشار الفيس بوك يتفوق على انتشار الصحف في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، تقرير منشور بتاريخ 24-5-2010، متاح online "على الرابط التالي : <http://goo.gl/q73F37> ، تاريخ الدخول 12-4-2013.
- 73- جاسم حاجي، فيس بوك، مقال متاح "online" بموقع صحيفة الأيام البحرينية بتاريخ 18-1-2012 على الرابط التالي <http://goo.gl/m7SpUe> ، تاريخ دخول الموقع 5-3-2013.
- 74- جبريل العريشي، انتقال شخصيات الآخرين وبث الشائعات جرائم تهدد أمن الوطن، صحيفة عكاظ السعودية، العدد 4039 بتاريخ 28-7-2012، متاح "online" على موقع الصحيفة في الرابط التالي : <http://goo.gl/l6uzkD> ، تاريخ الدخول 18-2-2013.
- 75- حمزة أبو شنب، تقنيات التواصل الاجتماعي .. الاستخدامات والمميزات، مقال منشور على بوابة الألوكة الثقافية، بتاريخ، متاح "online" على الرابط التالي: <http://goo.gl/6ib07w> ، تاريخ الدخول 2-9-2013.
- 76- خالد محمود، الإعلام الاجتماعي واستخدام الإنترن트 في العالم العربي، تقرير متاح "online" على موقع صحيفة فلسطين بتاريخ 28-1-2014 على الرابط التالي: <http://goo.gl/CuiQen> ، تاريخ الدخول: 20-3-2014.
- 77- عمر عبد الله، خمس فوائد من الفيسبوك غير التواصل مع الأصدقاء، تقرير متاح <http://goo.gl/034QTX> على موقع ثورة الويب بتاريخ 20-2-2012 على الرابط التالي: <http://goo.gl/034QTX> ، تاريخ الدخول 10-3-2013.
- 78- دماء جديدة في عروق لينك إن، تقرير متاح "online" على موقع ميدل ايست أونلاين، بتاريخ 8-2-2014 على الرابط التالي : <http://goo.gl/y7vNsD> تاريخ الدخول 10-3-2014.
- 79- رشيد بيذوسي، موقع اليوتيوب(youtube) تقرير متاح "online" بتاريخ 1-12-2007، على رابط مدونته على الإنترنت: <http://goo.gl/Oqlx3> ، تاريخ الدخول 10-3-2014.
- 80- شبكات التواصل الاجتماعي "social media" ، تقرير متاح "online" بتاريخ 29-7-2012 على الرابط التالي: <http://goo.gl/P13R1B> ، تاريخ الدخول 12-1-2013.
- 81- الشبكة الاجتماعية "لينك إن" تفتح أول مكتب لها في الشرق الأوسط، تقرير متاح "online" بتاريخ 2-10-2012 على الرابط التالي: (<http://techarabi.com/14843>) تاريخ الدخول 1-5-2014.

- 82- عمر عبد الله، " ثلات صفات مشتركة بين شبكات التواصل الاجتماعية"، مقال متاح online ، على الرابط التالي: <http://goo.gl/tqHw85> ، تاريخ الدخول 2013-2-20: ، بتاريخ 23 / 02 / 2012 ، على الرابط التالي:
- 83- عمر عبد الله، خمسة نقاط قوة تفوقت بها (جوجل بلص) على (فيسبوك) مقال منشور على موقع ثورة الويب، متاح online بتاريخ 11-2-2012 على الرابط التالي: .2013-4-28 ، تاريخ دخول الموقع <http://goo.gl/R7a5kk>
- 84- فلسطين الأعلى عالمياً في استخدام الفيس بوك، تقرير متاح online بتاريخ 28-3-2013 ، على الرابط التالي: <http://goo.gl/vYpB0B> ، تاريخ دخول الباحث للرابط بتاريخ 31-3-2013.
- 85- الفلسطينيون يتفاعلون مع "فيسبوك" أكثر من "تويتر" تقرير منشور على موقع القدس الرقمي على الإنترنت، بدون تاريخ متاح online : <http://goo.gl/y5L2Yj> ، تاريخ الدخول، 2014-2-20.
- 86- قناة العربية، 70 مليون عربي يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة منشورة على موقع قناة العربية الفضائية بتاريخ 20-8-2013: متاح online على الرابط التالي : <http://goo.gl/6dE41S> ، تاريخ الدخول: 2013-9-2.
- 87- ما هو تويتر؟: كل ما تحتاج معرفته عن العصفورة التي حركت العالم، متاح online ، بتاريخ 2 مارس 2011 على الرابط التالي: <http://goo.gl/AJL7I> ، تاريخ دخول الموقع بتاريخ 2013-3-29.
- 88- محمد عواد، تقرير شامل عن شبكات التواصل الاجتماعي، منشور بموقع تأملات - بتاريخ 12-10-2010،متاح online على الرابط التالي: <http://goo.gl/vdiBmS> ، تاريخ الدخول للموقع 2013-4-22.
- 89- مروان سعدات، الشبكات الاجتماعية تهيمن على الحملات الإعلامية، حوار مع صحيفة الوطن السعودية، بتاريخ 7-9-2013، متاح online على الرابط التالي: .<http://goo.gl/jj9Glc> ، تاريخ الدخول 2013-9-20.
- 90- ويكيبيديا الحرة، ماي سبيس دخل الموقع بتاريخ 2-5-2013، على الرابط التالي: <http://goo.gl/hJdgx>

## الملاحق

- 1 صحفة استقصاء الدراسة النهائية
- 2 إحصائية الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة صادرة عن وزارة التعليم العالي الفلسطينية .
- 3 إحصائية طلبة الجامعة الإسلامية في الفصل الأول 2013- 2014.
- 4 إحصائية طلبة جامعة الأزهر في الفصل الأول 2013- 2014
- 5 إحصائية طلبة الأقصى في الفصل الأول 2013- 2014.
- 6 إحصائية مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي في العالم.
- 7 ترتيب الفيس بوك على مقياس اليكسا في فلسطين.

ملحق رقم (1)

صحيفة استقصاء الدراسة النهائية

Islamic University – Gaza

Research & Graduate Affairs

Faculty of Arts

Master of Journalism .



الجامعة الإسلامية - غزة  
شئون البحث العلمي والدراسات العليا  
كلية الآداب  
برنامج ماجستير الصحافة

استبيان دراسة بعنوان:

استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات  
المتحققة

"دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات غزة"

أخي الطالب ... أخي الطالبة :

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ....

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان "استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققـة" كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في قسم الصحافة بالجامعة الإسلامية، أرجو التكرم بالإجابة على أسئلة هذه الإستبانة، علماً بأن جميع المعلومات التي تتعلق بالإجابة على الأسئلة ستستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

ولكم جزيل الشكر والتقدير

الباحث: صلاح محمد أبو صلاح

الوحدة الأولى: السمات العامة:

النوع:

أنثى

ذكر

الجامعة:

الأزهر

الأقصى

الإسلامية

التخصص العلمي:

الكليات العلمية

الكليات الإنسانية

البرنامج الدراسي:

دكتوراة

ماجستير

بكالوريوس

مكان السكن:

محافظة الوسطى

محافظة شمال غزة

محافظة غزة

محافظة خان يونس  محافظة رفح

الوحدة الثانية: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي

لا

هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي: نعم

إذا كانت الإجابة "لا" اجب عن السؤال رقم 2 فقط وسلم الاستبيان، أما إذا كانت إجابتك "نعم" تخطي السؤال 2 - وتابع.

2- لماذا لا تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي:

لا أعرف كيفية استخدامها

مضيعة للوقت

عدم الاقتراح بجدواها وأهميتها

ضررها أكثر من نفعها

غير آمنة الاستخدام وقلق حول الخصوصية

أخرى اذكر/ي: .....  
.....

← اقب الصفحة

3. متى تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي:

- أقل من عام.
- من عام إلى أقل عامين.
- من عامين إلى أقل من أربعة أعوام.
- أربعة أعوام فأكثر.

4. في أي الأماكن تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- العمل
  - مقهى الإنترن特
  - الجامعة
  - المنزل
- أخرى ذكر/ي: .....

5- ما الوسائل المستخدمة في الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي :

- الحاسوب المحمول
- الحاسوب المكتبي
- الكمبيوتر اللوحي "آي باد"
- الهاتف المحمول

6. ما المدة التي تقضيها في كل جلسة عند استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي:

- أقل من ساعة
- من ساعتين إلى أقل من ساعتين
- من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
- ثلاثة ساعات فأكثر

7. ما الأوقات المفضلة لديك عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

- في الصباح
- في وقت الظهيرة
- في المساء
- لا يوجد وقت محدد
- الفترة المتأخرة من الليل

8. ما شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- فيس بوك
  - تويتر
  - جوجل بلس
  - لينكد ان
  - يوتوب
  - أخرى ذكر /ي
- .....

9 - ما مدى استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي التالية:

نسبة استخدام الشبكات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	لا استخدمها
فيس بوك						
تويتر						
جوجل بلس						
لينكد ان						
يوتيوب						
أخرى أذكر / اي .....						

10 - ما أفضل شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظرك؟ (رتب معيارياً للأفضل 1 والأقل 2 فالأقل 3 فالأقل 4 فالأقل 5)

- فيس بوك  
 تويتر  
 جوجل بلس  
 لينكد ان  
 يوتيوب  
 أخرى أذكر / اي :.....

11. ذكر أهم الموضوعات التي تتبعها في شبكات التواصل الاجتماعي (يمكن اختيار أكثر من إجابة).

- الاجتماعية     الترفيهية     الثقافية     السياسية  
 التسويقية     التعليمية     الاقتصادية     الدينية  
 العلمية     الطفل     شؤون المرأة     الشبابية     الصحية  
- أخرى أذكر / اي :.....

12. هل يُسمح لك باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة؟

- لا     نعم

(إذا كانت الإجابة "لا" انتقل إلى السؤال التالي وإذا كانت الإجابة نعم انتقل للسؤال رقم 14)

13. لماذا لا يُسمح لك باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة؟

عدم وجود انترنت بالجامعة

سياسة الجامعة

يحتاج إلى اشتراك

أخرى يرجى ذكرها : .....

14 . هل أنت مع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة؟.

مؤيد بشدة       معارض       محايد       معارض بشدة

15 . هل تتفاعل مع زملائك بالجامعة وتتواصل معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

لا       أحياناً       نعم

-إذا كانت إجابتك (نعم) أو (أحياناً) انتقل إلى السؤال التالي، أما إذا كانت إجابتك (لا) تابع

الإجابة على باقي الأسئلة دون السؤال رقم (16).

16 . ما الموضوعات التي تحدث مع زملائك حولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي:

في مجال الدراسة .       في حياتك اليومية .

مواضيع اجتماعية .       مواضيع سياسية.

أخرى أذكر/ي:

.....

17. ما هي شبكات التواصل التي تخدمك في المجال الدراسي أكثر :

فيس بوك

تويتر

جوجل بلس

لينكد ان

يوتيوب

- أخرى أذكر / ي : .....

← اقْبَلَ الصَّفَحَة

18- هل أثر استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على تحصيلك الدراسي؟

لم يؤثر       إلى حد ما       إلى حد كبير

### الوحدة الثالثة: دوافع الاستخدامات والاشباعات المتحققة

19. ما دوافع استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي: (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

للتواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل الخارج

للتواصل مع الهيئة التدريسية

بحثاً عن المعلومات والأخبار

لإبداء الرأي في بعض القضايا

لاكتساب معارف وخبرات

للتعرف على أصدقاء آخرين

للتسلية وقضاء وقت الفراغ

للهروب من مشاكل الواقع

للمشاركة في قضايا الحشد والمناصرة

أخرى اذكر /ي:.....

20 . ما درجة استفادتك من شبكات التواصل الاجتماعي:

عالية جداً       عالية       متوسطة       منخفضة جداً

21. ما درجة تلبية شبكات التواصل الاجتماعي لاحتياجاتك :

عالية جداً       عالية       متوسطة       منخفضة جداً

22. ما الإشباعات المتحققة من استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي (يمكن اختيار أكثر من إجابة) :

جعلتني اعبر عنرأي بحرية

جعلتني اشعر بالثقة بالنفس

عرفتني بأحداث وقضايا عديدة

الشعور بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها من شبكات التواصل

← اقلب الصفحة

- القدرة على تكوين آراء عن القضايا والأحداث التي تدور من حولي  
 اكتساب مهارات جديدة تفيضني في الدراسة  
 عززت آرائي من خلال مناقشاتي مع الآخرين  
 جعلتني أتبني رأي من يعجبني من آراء المستخدمين الآخرين  
 جعلتني اجتماعياً أكثر  
 سهلت لي التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة  
 جعلتني أعيد الاتصال بالأصدقاء القدماء الذين فقدت الاتصال بهم  
 أشبعـتـ لـديـ حـبـ التـسلـلـيةـ  
 ساعـدتـيـ عـلـىـ مـلـءـ أـوـقـاتـ الفـرـاغـ  
 وفرـتـ لـيـ أـصـدـقـاءـ بـالـعـالـمـ الـافـتـراضـيـ لـمـ أـجـدـهـ بـالـعـالـمـ الـوـاقـعـيـ .  
 عـزـزـتـ مـكـانـتـيـ الـاجـتمـاعـيـةـ.  
 عـزلـتـيـ عـنـ العـالـمـ الـوـاقـعـيـ .  
 أـخـرىـ اـذـكـرـ /ـيـ:.....

#### الوحدة الرابعة: إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

23. ما أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظرك (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- الاستفادة في مجال الدراسة  
 معرفة الأخبار المحيطة  
 وسيلة اقتصادية وأقل كلفة من الوسائل الأخرى  
 سهولة الحصول على المعلومات  
 وسيلة لتبادل المعلومات والخبرات  
 سهولة التواصل مع الأصدقاء  
 التعرف على أصدقاء ومعرف جدد  
 لا توجد إيجابيات  
 أخرى اذكر /ي:.....

← اكتب الصفحة

24 . ما أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظرك (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- التأثير السلبي على التحصيل الدراسي
- وجود معلومات وهمية عن الآخرين
- تؤدي إلى الكسل والتراخي
- استغلال شبكات التواصل في العمل الدعائي والتخيبي.
- اكتساب عادات تتنافى مع الإسلام وعادات وتقاليد المجتمع.
- انتهاك الحريات الشخصية.
- الإدمان عليها
- إهدار الوقت.
- التعرض لصور ومواد غير مرغوب بها .
- لا توجد سلبيات
- أخرى ذكر/ي: .....

## الوحدة الخامسة: تقييم ومقترنات

25. ما درجة ثقتك بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي؟

- عالية جداً
- عالية
- متوسطة
- منخفضة
- منخفضة جداً

26 . كيف تقيم فائدة المعلومات التي تحصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي:

- مفيدة جداً
- مفيدة
- متوسطة
- ضارة
- ضارة جداً

27. هل أثر استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على متابعتك واستخدامك للوسائل الإعلامية الأخرى؟

- لا لم تقلل متابعتي
- إلى حد ما
- إلى حد كبير

← أقلب الصفحة

28. وسائل الاتصال التي تحصل منها على الأخبار والمعلومات (رتب معيارياً للأفضل 1 والأقل 2 فالأقل 3 فال أقل 4 فال أقل 5)

شبكات التواصل الاجتماعي

المواقع الالكترونية

التلفزيون

الإذاعة

الصحف

أخرى اذكر /ي.....

29. ما المقترنات من وجهة نظرك للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أفضل؟

تنظيم الوقت في الاستخدام       الصدق والدقة في المعلومات التي نطرحها

احترام المستخدمين لخصوصية الآخرين       وجود ضوابط وتشريعات تنظم استخدام شبكات التواصل

أخرى اذكر /ي

.....

.....

شكراً لتعاونكم معنا

## ملحق رقم (2)

## احصائية طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة

## احصاءات علمي حول مؤسسات التعليم العالي في مقطاع غزة

الرقم	اسم المؤسسة	بيانات طلبة														
		الجامعة	الكلية	الجامعة	الكلية	الجامعة	الكلية	الجامعة	الكلية	الجامعة	الكلية	الجامعة	الكلية			
		الإناث	المجموع	الإناث	المجموع	الإناث	المجموع	الإناث	المجموع	الإناث	المجموع	الإناث	المجموع			
		بك	بك	بك	بك	بك	بك	بك	بك	بك	بك	بك	بك			
1	جامعة الإسلامية - غزة	98	11	15	32	174	0	0	11	38	43	300	39	374	12155	7760
2	الكلية الحاسوبية للعلوم التطبيقية	44	0	8	14	68	0	10	6	20	21	80	171	399	3923	4127
3	الكلية العربية للعلوم التطبيقية	6	1	5	0	5	0	1	0	2	5	11	6	41	227	575
4	اكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا	3	1	1	0	2	0	2	0	1	0	10	0	25	40	237
5	اكاديمية فلسطين للعلوم الأساسية	5	1	1	0	2	0	8	0	2	0	11	0	6	14	732
6	برلينكك المسجل التعليمي	16	6	1	0	2	0	0	0	2	3	7	6	35	40	122
7	برلينكك فلسطين	33	7	2	0	4	0	2	0	3	3	18	8	42	789	1625
8	جامعة الأزهر - غزة	67	12	17	13	102	0	10	1000	26	16	158	25	266	7263	7019
9	جامعة القدس	66	7	17	12	93	0	19	18	36	52	79	49	349	17109	7819
10	جامعة الآباء التعليم المفتوح	9	4	3	0	3	2	40	0	1	2	30	0	10	708	2132
11	جامعة القدس المفتوحة	16	4	6	0	60	24	9	1	18	0	43	7	74	6473	6576
12	جامعة غزة	15	5	2	2	3	0	1	1	4	8	20	11	69	320	280
13	جامعة فلسطين	28	9	2	2	24	0	3	6	24	16	27	31	76	569	2208
14	كلية الدراسات المتوسطة - الأزهر	13	0	5	0	2	0	0	0	2	1	14	0	1	546	1920
15	كلية الدعوة الإسلامية	3	1	2	1	5	0	5	0	0	3	8	6	12	211	88
16	كلية الدعوة الإسلامية	2	1	1	2	6	0	0	0	0	1	6	7	19	0	0
17	كلية الريادة للعلوم والتربية	16	7	2	0	2	0	2	1	3	1	15	8	74	93	119
18	كلية التربية الفلسطينية	1	1	3	0	0	0	8	0	38	0	45	0	17	0	350
19	كلية العلوم والتكنولوجيا	29	5	6	5	13	7	38	0	4	7	26	10	84	1094	1321
20	كلية تربیت حملتون - الأردن	4	0	4	2	4	2	10	2	2	2	5	8	16	96	45
21	كلية نسبة الفرق	4	1	1	0	5	0	4	1	1	4	3	15	28	51	38
22	كلية دار الدعوة والعلوم الإسلامية	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	102	140
23	كلية فلسطين التقنية	18	6	5	1	19	0	4	6	20	14	18	10	47	392	565
24	كلية فلسطين للتربية	20	0	30	0	3	0	4	0	0	3	9	15	21	237	248
25	كلية مجتمع القدس	8	1	2	1	4	0	22	0	3	9	18	27	82	2292	1492
26	كلية مجتمع تربیت غزة	16	1	7	2	13	0	9	1	8	4	13	14	47	338	151
27	كلية مجتمع غرب غزة للدراسات السياحية والتطبيقية	6	1	1	0	2	0	0	0	1	6	4	5	12	186	216
28	كلية نماء للعلوم والتكنولوجيا	26	6	2	0	3	0	3	0	2	3	11	17	59	104	191
	المجموع	577	100	151	89	623	35	214	1054	261	227	989	495	2285	55372	48096

## ملحق رقم (3)

## احصائية طلبة الجامعة الإسلامية في الفصل الأول 2013-2014



DEANERY OF ADMISSION &amp; REGISTRATION

**جامعة الإسلامية - غزة**  
The Islamic University - Gaza

جامعة القبول والتسجيل

ج.م.غ 56/ج

20/11/2013

Ref ..... الرقم.....

Date ..... التاريخ.....

**الموضوع: إفادة بحث**

تهديكم عادة القبول والتسجيل بالجامعة الإسلامية بفرقة عاطر تعبياتها ونتمنى لكم موفور الصحة والعافية، وبخصوص الموضوع أعلاه، فللتذكير في الجدول الآتي إحصالية بعدد الطلبة في الجامعة خلال الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 2013-2014:-

العدد	الجنس	.م
7,648	طلاب	1
11,670	طالبات	2
19,318 طالب وطالبة		المجموع

وبارك الله فيكم



- نسخة إلى المحافظ -

ملحق رقم (4)

احصائية طلبة جامعة الازهر في الفصل الاول 2013- 2014

Ref:  
Date:

الرقم  
الموافق  
ق.ت/ع 261  
2013/11/20



**لذيهامه الأمر**

تقيد عمادة القبول والتسجيل بجامعة الازهر - غزة بان أعداد الطلبة المسجلين

في الفصل الأول 2013/2014 هي كما يلي:-

القبول والتسجيل  
Admission & Registration

المجموع	طلاب	طالبات
13850	6507	7343

مدیر القبول والتسجيل  
أ. حسن رياض الخضرى

نسخة ا  
- الملف.

Gaza - Palestine

PO.Box 11277  
Telephone: +970 8 2824 010  
+970 8 2824 020  
Fax: +970 8 2823180  
E-Mail: alazhar@alazhar-gaza.edu.ps

[www.alazhar.edu.ps](http://www.alazhar.edu.ps)

طبعة مراجعة عام 2015

ملحق رقم (5)

احصائية طلبة جامعة الأقصى في الفصل الأول 2013- 2014

PALESTINIAN NATIONAL AUTHORITY  
MINISTRY OF EDUCATION  
AND HIGHER EDUCATION  
AL-AQSA UNIVERSITY



السلطة الوطنية الفلسطينية  
وزارة التربية والتعليم العالي  
جامعة الأقصى

التاريخ: 20-11-2013

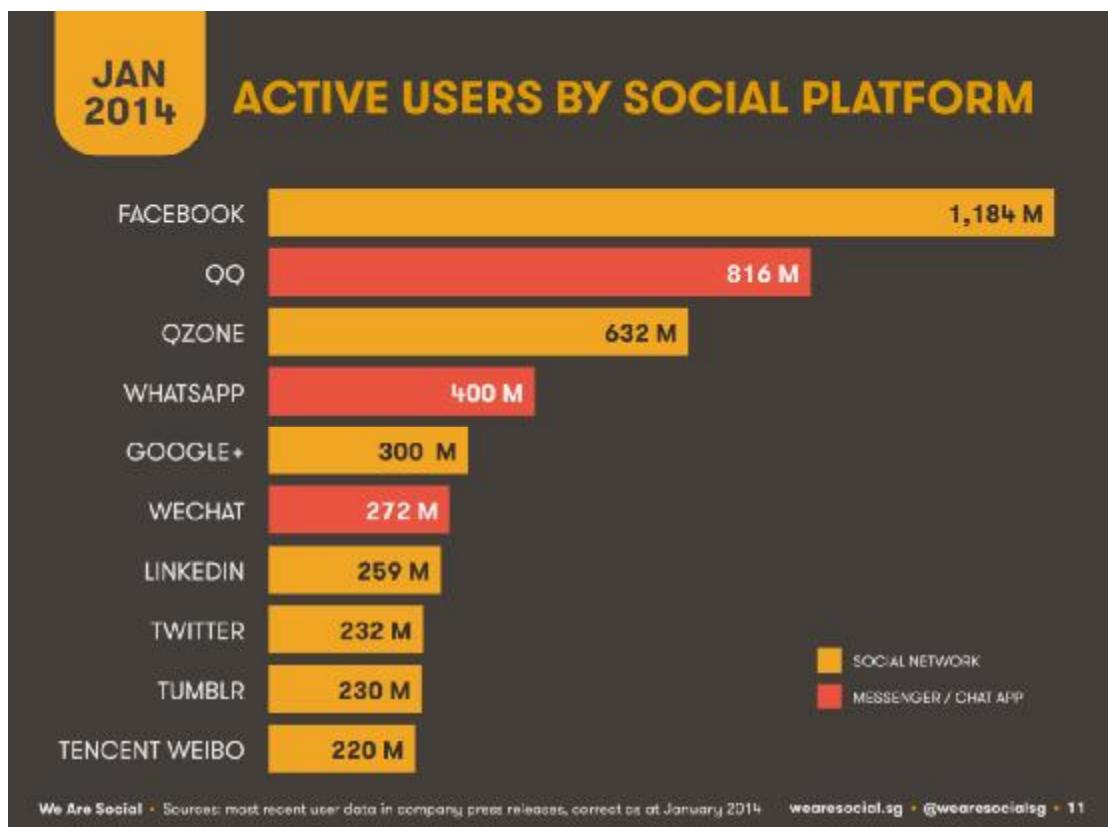
احصائية بعد القبول المسجلين بجامعة الأقصى في الفصل الدراسي الأول 2013/2014

الكل	طلاب	طالبات
19408	13817	5591



## (6) ملحق رقم

## احصائية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في العالم



ملحق رقم (7)

ترتيب شبكة الفيس بوك في الموقع المتصفحة في فلسطين

The screenshot shows the Alexa homepage with a navigation bar at the top. The main content area displays the 'Top Sites in Palestinian Territory' list. On the left, there's a sidebar with filters for 'Global', 'By Country', and 'By Category'. The main list includes:

- 1 Alwatanvoice.com
- 2 Facebook.com
- 3 Google.ps
- 4 Kstnsa.com
- 5 Youtube.com

Each site entry includes a small thumbnail image and a 'More' link.

**Islamic University – Gaza**  
**Research & Graduate Affairs**  
**Faculty of Arts**  
**Master of Journalism .**



## **Palestinian University Students' Uses of Social Networking Sites and the Gratifications Resulting from Such Uses.**

**"A Field Study"**

**Researcher:**  
**Salah .M. Abu Salah**

**Supervised by:**  
**Dr. Amin.M. Wafi**  
*"Assistant Professor of Media & Communication"*

A Thesis Submitted in partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master in Journalism

**1436 A.H. - 2014 A.D.**