

تفاعلية الشباب السعودي عبر الفيسبوك وغرف الدردشة وانعكاساتها على اتجاهاتهم نحو المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أم القرى

د. فيصل أحمد صالح الشميري  
أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية جامعة أم القرى

### المخلص

مع ظهور الثورة المعلوماتية الهائلة واقتحامها مختلف جوانب الحياة في المجتمع، برزت مشكلات أخلاقية مصاحبة للثورة الإتصالية، وناتجة عن تطبيقاتها، نتيجة التدفق الحر للمعلومات دون قيود ولسهولة وصول الناس إلى هذه الشبكات ولإلغاء حدود الزمان والمكان. فتتمثل مشكلة الدراسة في الوقوف بالبحث عما يمكن أن يحدثه موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" من تأثيرات على قيم وثقافات وأخلاقيات الشباب السعودي قد تكون غير مرغوب فيها أو تتعارض مع القيم السائدة، وذلك من خلال رصد اتجاهات الشباب السعودي نحو المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لتفاعليتهم عبر الفيسبوك وغرف الدردشة الخاصة، والتعرف على نوع العلاقة وطبيعة الدور الذي يمكن بلعبه الفيسبوك في التأثير على الهوية الثقافية والقيم الأخلاقية المترسخة لدى عينة الدراسة. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات والبحوث الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، حيث تتضمن الدراسة مسحا ميدانيا لعينة من الشباب السعودي. وتم الاعتماد على استمارة الاستبيان للتعرف على معدل وحجم استخدام الشباب السعودي لموقع الفيسبوك، ودوافع التعرض، وتفاعليتهم عبر غرف الدردشة، ورصد آراء الشباب السعودي في السلوكيات والقيم الاجتماعية المعروضة عبر مضامين الفيسبوك، ومن ثم استنباط مدى توافق أو تعارض هذه القيم مع القيم المجتمعية السائدة، واعتمد الباحث على أسلوب العينة العمدية لمستخدمي موقع الفيسبوك، وقد بلغت هذه العينة ٢٠٠ مفردة من الشباب الجامعي السعودي بكليات جامعة أم القرى. وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين معدل استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة عبر الفيسبوك وبين اتجاهاتهم نحو مدى توافق أو تعارض المضامين المعروضة مع القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع، وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين دوافع استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة للفيسبوك وبين اتجاهاتهم نحو نوع تأثير المضامين المعروضة على القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع.

**الكلمات المفتاحية:** تفاعلية، الفيسبوك، غرف الدردشة، المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.

### The interaction of Saudi youth through Facebook and chat rooms and their implications for their attitudes towards social and moral responsibility- A field study on a sample of Umm Al- Qura University students

The problem of the study is to stand up to search for the effects that the social networking site "Facebook" can have on the values, cultures, and ethics of Saudi youth that may be undesirable or contradict the prevailing values, by monitoring the trends of Saudi youth towards social and moral responsibility for their interactions through Facebook, Facebook and private chat rooms, and identify the type of relationship and the nature of the role that Facebook can play in influencing cultural identity and ethical values embedded in the study sample.

This study belongs to descriptive studies and research, relied on the survey method in both descriptive and analytical aspects, as the study includes a field survey of a sample of Saudi youth. In terms of the study tools, the questionnaire on sample has reached 200 individual Saudi university youth in the colleges of Umm Al- Qura University.

The most important results of the study were as follows: There is a statistically significant correlation between the rate of use of the Saudi youth study sample through Facebook and their attitudes towards the compatibility or incompatibility of the content presented with the social and behavioral values found in the society. There is a statistically significant correlation between the motives of the Saudi youth using the study sample for Facebook and their attitudes towards the type of impact of the presented content on the social and behavioral values that exist in society.

**Keywords:** Interactive, Facebook, chat rooms, social and ethical responsibility.

الفيديوك وغرف الدردشة بشكل إيجابي وتوجيهها بما يخدم المجتمع ويعين على نشر ثقافته عن طريق المحاضرات والمنشورات وكذلك عن طريق وسائل الإعلام نفسها.

#### أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيسي في هذه الدراسة في رصد أشكال تفاعلية الشباب السعودي عبر الفيديوك وغرف الدردشة الخاصة، وانعكاس ذلك على اتجاهاتهم نحو المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، ومن هذا الهدف تنفرج عدة أهداف فرعية تتمثل فيما يلي:
١. التعرف على معدل وحجم تعرض الشباب السعودي عينة الدراسة للفيديوك.
  ٢. معرفة دوافع تعرض الشباب السعودي عينة الدراسة للفيديوك.
  ٣. رصد أشكال تفاعلية الشباب السعودي عينة الدراسة عبر الفيديوك.
  ٤. قياس آراء وتوجهات الشباب السعودي عينة الدراسة حول تأثير ما يقدم عبر الفيديوك على قيم وسلوكيات الشباب.
  ٥. رصد وتحليل انعكاس تفاعلية الشباب السعودي عينة الدراسة عبر الفيديوك وغرف الدردشة الخاصة على اتجاهاتهم نحو المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.

#### الإطار المعرفي للدراسة:

٢١ الفيديوك (كموقع تواصل اجتماعي): ظهرت في الآونة الأخيرة ما يسمى بمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت وهي ناتج طبيعي نشأ لاحتياج الأشخاص والأفراد إلى وجود علاقات إنسانية فيما بينهم، ونشأت الشبكات الاجتماعية لسد فراغ اجتماعي صاحب استخدام الإنسان للحاسب الآلي في جميع أنشطته، وتأثير استخدام هذا الحاسب على الحياة الاجتماعية. (أمينة عادل سليمان، ٢٠٠٩، ص٢)، وتتنوع الشبكات الاجتماعية تنوعا كبيرا، وانتشرت انتشارا كبيرا أيضا بتنامي استخدام وانتشار الإنترنت حول العالم. <http://www.saleemnet.com/news/index.php>، وهي شبكة من الخدمات القائمة التي تسمح للأفراد ببناء الشخصية العامة أو شبه العامة في إطار نظام يحدها، توضح لائحة المستخدمين الآخرين الذين يشتركون معهم في الاتصال، وعرض اجتياز قائمة من الاتصالات، وتلك التي أدلى بها آخرون داخل النظام.

<http://blog.obvious.com/2007/04/twitterinc.html>

وقد قام باحثو الأكاديمية الوطنية للعلوم بالولايات المتحدة الأمريكية عام ٢٠٠٢ برصد بعض الأسباب التي أدت إلى دراسة شبكات التواصل الاجتماعي وقامت برصدها فيما يلي: (M. Girvan & M. E. J. Newman, 2002, pp.2826, 7821)

١. أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي واحدة من أكثر الوسائل الفعالة لبناء والحفاظ على العلاقات والروابط الاجتماعية والمهنية وتبادل الرسائل وتحديد لمحتوى العام.
٢. يمكن استخدام المخططات العالمية الحقيقية الواسعة النطاق لتطوير الخوارزميات البحثية التي تلعب دورا بارزا في تحليل وتخطيط الشبكة.
٣. ساعدت الشعبية الواسعة والنمو المضطرد للمستخدمين في تزويد المجتمع البحثي بمخططات عالمية حقيقية تمكننا من دراسة ديناميكيات الشبكات في نطاق واسع.
٤. تزودنا هذه الشبكات SNS بفهم جيد لبنية (التركيب البنائي) الشبكة بالشكل الذي يمكننا من توقع النمو المستقبلي لها ومحاكاة نظم الشبكة ذات النطاق الواسع.

٥. أصبحت SNS بمثابة عمل تجاري ضخم لاستثمار بارز في مجال التسويق.
٦. الفيديوك هو موقع من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، وتعتبر مصر من أكثر الدول العربية استخداما لموقع الفيديوك (شريف درويش اللبان، ٢٠١٢، ص٣١)، والحقيقة أن بداية الاهتمام الإعلامي بالعالم الافتراضي أو الإنترنت قد سبقت ظهور الفيديوك بصفته أحد أكثر المواقع شعبية في العالم (محمد على البسوي، ٢٠٠٩، ص٩)، ولكن الفيديوك قد أعاد صياغة العلاقة بين الكاتب والقارئ، حيث لم يعد

مع بزوغ نجم الألفية الثالثة، وتنامي التطورات السريعة في المجتمعات الحديثة، برزت ظاهرة إعلامية- اجتماعية جديدة في نمطها تتمثل بظهور شبكات التواصل التي استحوذت على اهتمامات فئات عريضة من الجمهور حتى بات Social Media الاجتماعي اليوم الملايين من البشر يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لمختلف الأغراض، للترفيه، والتعليم، والإعلان، والتواصل، والنشر، واكتساب المهارات، والخبرات، ونشر المذكرات والصور، والبحث عن الوظائف، وتعلم لغات ومهارات كثيرة (سلطانة جدعان، ٢٠١٦).

يتمثل مفهوم المسؤولية الاجتماعية في أن يكون كل فرد في المجتمع أو كل شركة أو حتى جماعة من أفراد المجتمع مسؤولا عن تصرفاته تجاه هذه المجتمع بأكمله. وتزامنا «مع عصر التكنولوجيا والثورة المعلوماتية التقنية وهيمنة شبكات التواصل الاجتماعي، امتد هذا المفهوم وتطور ليتعدى المفهوم العملي في ممارسات الحياة المختلفة إلى البعد الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أصبح يشمل ويعنى بالتفاعل الرقمي بين مستخدمي ورواد شبكات السوشيال ميديا. فلا ينشر الأخبار بدون التحقق من صحتها ولا المعلومات دون التأكد من مصداقية مصادرها، ولا يستغل منصات التواصل الاجتماعي في نشر الأفكار الهادمة التي تتعارض مع القيم والمبادئ والعقائد والثقافات.

#### مشكلة الدراسة:

مع ظهور الثورة المعلوماتية الهائلة واقتحامها مختلف جوانب الحياة في المجتمع، برزت مشكلات أخلاقية مصاحبة للثورة الاتصالية، وناتجة عن تطبيقاتها، نتيجة التدفق الحر للمعلومات دون قيود ولسهولة وصول الناس إلى هذه الشبكات وإلغاء حدود الزمان والمكان.

فتتمثل مشكلة الدراسة في الوقوف بالبحث عما يمكن أن يحدثه موقع التواصل الاجتماعي (الفيديوك) من تأثيرات على قيم وثقافات وأخلاقيات الشباب السعودي قد تكون غير مرغوب فيها أو تتعارض مع القيم السائدة، وذلك من خلال رصد اتجاهات الشباب السعودي نحو المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لتفاعليتهم عبر الفيديوك وغرف الدردشة الخاصة، والتعرف على نوع العلاقة وطبيعة الدور الذي يمكن لعبه الفيديوك في التأثير على الهوية الثقافية والقيم الأخلاقية المترسخة لدى عينة الدراسة.

#### أهمية الدراسة:

١. أهمية علمية نظرية:
  - أ. تستمد الدراسة أهميتها من أنها تعتمد على التواء بين إطارين نظريين هما مدخل التفاعلية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، والذين يوفرا تفسيراً كافياً ووافياً لرصد أشكال تفاعلية الشباب السعودي عبر الفيديوك وغرف الدردشة، وتأثير ذلك على القيم والأخلاقيات لديهم.
  - ب. أهمية الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة في موقع الفيديوك، وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية وتنمية القيم الأخلاقية لدى الشباب السعودي.
  - ج. أهمية دراسة الشباب السعودي ومدى تأثيره بموقع الفيديوك باعتبارهم مستقبل الأمة.
  - د. باتت المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية عبر الإنترنت تعنى أن يتحلى الإنسان بالمسؤولية نحو تصرفاته وأقواله ونشره للمعلومات، فمن المهم قياس ذلك لدى الشباب السعودي.
٢. أهمية مجتمعية تطبيقية:
  - أ. الوصول إلى نتائج وتوصيات ومقترحات تساهم في الاستفادة من إيجابيات المواقع الاجتماعية خاصة الفيديوك وتبصرة الشباب بالأبعاد السلبية وإستغلال أوقاتهم فيما يفيد والاستفادة من إمكانيات الشباب الإلكترونية وتسخيرها في خدمة المجتمع.
  - ب. نشر الوعي لدى الشباب بضرورة الاستفادة من المواقع التفاعلية خاصة



نظرية المسؤولية الاجتماعية: يتمثل مفهوم «المسؤولية الاجتماعية» في أن يكون كل فرد في المجتمع أو كل شركة أو حتى جماعة من أفراد المجتمع مسؤولاً عن تصرفاته تجاه هذه المجتمع بأكمله. وتزامنا «مع عصر التكنولوجيا والثورة المعلوماتية التقنية وهيمنة شبكات التواصل الاجتماعي، وأصبح يشمل ويعني بالتفاعل الرقمي بين مستخدمى ورواد شبكات السوشيال ميديا. فباتت المسؤولية الاجتماعية عبر الانترنت تعنى أن يتحلى الإنسان بالمسؤولية نحو تصرفاته وأقواله ونشره للمعلومات ولا سيما تواصله مع الآخرين عبر مواقع وقنوات الاعلام الاجتماعي.

اعتمدت هذه الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، والتي تهتم بتحديد الوظائف التي ينبغي أن تقدمها وسائل الإعلام لأفراد المجتمع من ناحية، والمعايير الأساسية للأداء الإعلامى من ناحية أخرى، إضافة إلى القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الإعلاميين فى أداء واجباتهم الوظيفية (حسن عماد مكاي، ٢٠٠٩، ص ١٦٧).

وتتبنى نظرية المسؤولية الاجتماعية مبدأ يرى أن لوسائل الإعلام وظيفة اجتماعية وهي تقديم البيانات عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن نوعية التأثير الذى تحدثه هذه البيانات على الجمهور، فمن ناحية لا يجب حجب البيانات والمعلومات عن الجمهور بحجة حمايتهم من الأفكار المعارضة للسلطة القائمة فى المجتمع التى تصدر أو تبث فيه وسائل الاعلام، ومن ناحية أخرى لا يجب حجب المعلومات بحجة أنها لا تثير انتباه الجمهور أو اهتمامه، إذا لاحق للسلطة فى تحديد نوعية المعلومات التى تقدم للجمهور (Meier. wener, 2007, pp73- 78)

أما أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Ethics، تعود إلى الجهود العلمية التى قامت بها لجنة هوتشنز Hutchins Commission لدراسة وسائل الإعلام فى أمريكا فى العام ١٩٤٧، وأوصت الصحفيين وغيرهم من العاملين فى وسائل الإعلام والاتصال باتخاذ القرارات التى تخدم المسؤولية المجتمعية للآخرين، وتتاصر هذه النظرية المسؤولية الاجتماعية بوصفها غاية الأنشطة الإعلامية ونتيجتها فى الوقت نفسه، كما تدعو وسائل الإعلام الجديدة إلى تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية، وليس حريتها فحسب، وذلك باتخاذ القرارات التى تخدم المسؤولية المجتمعية، كما تحكم هذه النظرية على الأفعال من خلال تأثيرها الجيد على المجتمع (Vivian, J., 2010)

كذلك حدد باحث بريطانى المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية فى الالتزامات التالية (محمد حسام، ١٩٩٦):

١. إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة للمجتمع.
٢. إن هذه الالتزامات يمكن تنفيذها بوضع معايير مهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة، الدقة، الموضوعية، التوازن.
٣. لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم وسائل الإعلام نفسها بشكل ذاتي.
٤. إن وسائل الإعلام يجب أن تتجنب ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والقوضى الاجتماعية أو توجيه أیه إهانات إلى الأقليات.
٥. إن المجتمع والجمهور من حقه أن يتوقع من وسائل الإعلام معايير رفيعة لأداء هذه الوظائف فى إطار المصلحة العامة.

#### الدراسات السابقة:

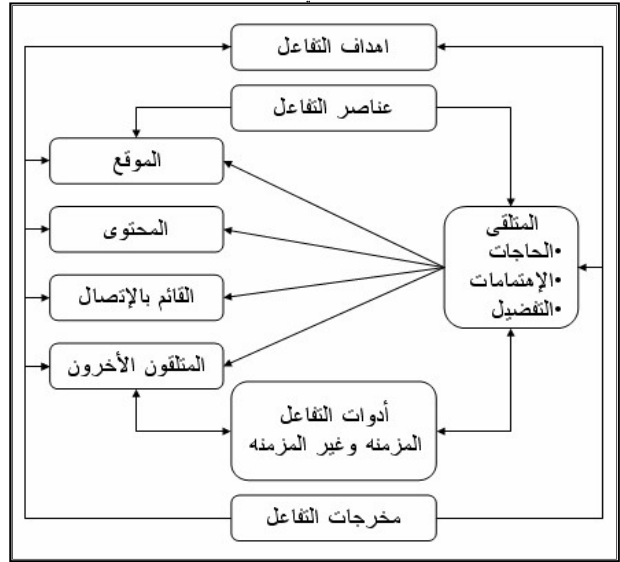
١. دراسة هبة صلاح أيوب سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الفيسبوك فى تنمية المفاهيم والاتجاهات البيئية الإيجابية لدى عينه من الشباب الجامعي، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح من خلال أداة تحليل مضمون بعض الصفحات البيئية عبر الفيسبوك، وأداة الاستبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي. وتمثلت أهم نتائج الدراسة فى ارتفاع درجة اعتماد المبحوثين الصفحات البيئية عبر موقع الفيسبوك وارتفاع معرفة ووعي ومفاهيم المبحوثين بالموضوعات حول القضية البيئية المثارة عبر الفيسبوك. (هبة صلاح، ٢٠١٨)

الإنترنت، والاتصال والتلفاز (Elaine England and Andy Finney, 2011). وفق الخدمات لنظام الاتصال عبر الإنترنت والأهداف التى تتحقق من خلال الاستخدام المتواصل، هناك ثلاث خدمات رئيسية يقدمها الإنترنت للمستخدمين كما يلي (شريف درويش اللبان، ٢٠٠٥، ص ٩٩):

١. الاتصال: من فرد إلى فرد أو من فرد إلى جماعة أو من جماعة إلى جماعة أخرى وأكثر لأغراض شخصية أو عامة.
٢. التفاعل: أى استخدام الإنترنت للتسليمية أو التعلم لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية.
٣. الإعلام والمعلومات: استخدام الإنترنت لنشر واسترجاع المعلومات التى تعطى مساحات واسعة من الأنشطة الإنسانية والمعرفية.

ويتيح الإنترنت كوسيط اتصالي وجود رجوع صدى فوري من خلال أدواتها الاتصالية التزامنية، مثل غرفة الدردشة، والألعاب الجماعية، والمؤتمرات التى تتم عن بعد إلى آخره (Andrew J. Flandaging, daisy R. L. Emu, David, 2004, p.304). وأثبتت بعض الدراسات فى مجال الإعلام الجديد أنه يتم استخدام التفاعلية فى الدراسات الإعلامية فى الربط بين مستوى التفاعلية ودرجة تأثير وفاعلية موقع الويب (Angela V. Hausman & Jeffrey Sam Siekpe, 2009, p.6).

كذلك أوضح كل من وليامز رايس ورجرز Williams Rice & Rogers أن مكونات العملية التفاعلية فى العالم الافتراضى وفق للشكل التالى وقد فسرا الباحثان بناء على هذا الشكل أبعاد التفاعلية فى العالم الافتراضى (Xinshu Zhao & Hainan Chung, 2014, Pp.34- 35): فتشتمل التفاعلية فى العالم الافتراضى على ثلاثة أبعاد أساسية وهي:



١. التحكم فى الاتصال Control.
  ٢. الاتصال المتبادل بين أطراف العملية الاتصالية بنفس الفرص المتاحة لهم Mutual Discourse.
  ٣. تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل Exchange of Roles.
- كذلك يمكن تقسيم التفاعلية عبر الويب لثلاثة أنواع طبقاً لطبيعة الهدف التفاعلي (Gabriella Taddeo, 2009, Pp.133- 148):
١. التفاعلية بين شخص وآخر، أو التفاعلية الفردية Individual Interactivity.
  ٢. التفاعلية الاجتماعية على مستوى المجتمع Social Interactivity، أو بين المستخدمين كالتفاعل فى الشبكات الاجتماعية.
  ٣. التفاعلية على مستوى عقد الصفقات، أو التفاعلية التجارية Commercial Interactivity.

- والمعرفة محدودة النطاق. والاستخدام المكثف للفيديو بين مجموعات ذات مستوى تعليمي منخفض أقل معرفة بالشؤون العامة من الاستخدام الأقل. (Yoo, S. W. & Gil de Zúñiga, H, 2014)
٩. دراسة Sala & others استهدفت الدراسة قياس التأثيرات الشخصية الخمس لاستخدام الفيسبوك وتفاعل السمات في هذا السياق (تقدير الذات، النرجسية، الوحدة، الخجل، الملل). العينة تضمنت طلاب متعلمين (١٩٠ طالب) وغير متعلمين (١٨٤ طالب) وتوصلت الدراسة إلى عده نتائج اهمها أن ٧٩% من العينة يستخدمون الفيسبوك يوميا. وأن الطلاب المتعلمين يقضون وقت أطول على الفيسبوك عن غير المتعلمين. (La Sala, L., Skues, J. & Grant, S., 2014)
١٠. دراسة خالد بن علي عباد القرشي، استهدفت الدراسة التعرف على أهم أخلاقيات التواصل الاجتماعي الإلكتروني الذي يجب الالتزام بها عند طلاب الجامعات السعودية، والكشف عن واقع التزام الطلاب بها، وهي دراسة اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي من خلال استمارة استبيان على عينة عشوائية طبقية قوامها ١٩٣٩ طالبا من خمس جامعات سعودية، وتمثلت أهم النتائج في أن هناك استخدام إيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني في مستوى الأخلاقيات الإيمانية. (خالد القرشي ٢٠١٤)
١١. دراسة أسامة محمد عبدالرحمن، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد في مصر، واستخدمت الدراسة منهج المسح عن طريق استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان على عينة عمدية من مستخدمي الفيسبوك قوامها ٣٥٥ مفردة وقد خلصت الدراسة إلى أن الفيسبوك يأتي في مقدمة مصادر معرفة أفراد العينة للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد في مصر. (أسامة عبدالرحمن، ٢٠١٤)
١٢. دراسة أحمد رفاعي هدفت الدراسة إلى التعرف على التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قوامها ٣٦٦ مفردة وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب المصري عينة الدراسة واكتسابهم بعض القيم السياسية. (أحمد رفاعي، ٢٠١٤)
١٣. دراسة Kirsty Young، استهدفت الدراسة قياس استخدام الفيسبوك في بناء الهوية عبر الإنترنت. اتبعت الدراسة أسلوب المسح عبر الإنترنت على مرحلتين الأولى بلغ عدد المفحوصين ٧٥٢ وبلغ عدد المشاركين النشطين فيها من مستخدمي الفيسبوك ١٨ مبحوث تراوحت أعمارهم ما بين (٢١- ٥٧) وتوصلت الدراسة إلى عده نتائج أهمها أن الفيسبوك يعد وسيلة فريدة للراشد أو شكل مختلف من التعبير عن الذات عن مما هو ممكن من التواصل وجها لوجه. (Kirsty Young, 2013)
١٤. دراسة الجزيري وآخرون هدفت الدراسة إلى معرفة مدى حجم استخدام المرأة الصعيدية لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت ومعرفة الإشباع المتحققة لديها، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح عن طريق استبيان على عينة قوامها ١٠٠ مفردة من المرأة الصعيدية في محافظتي المنيا وقنا، وتمثلت أهم النتائج في أن الشبكات الاجتماعية مصدر معلوماتي مهم تعتمد عليه المرأة الصعيدية في استنباط المعلومات ومتابعة الأخبار والأحداث حول المرشحين للانتخابات الرئاسية ٢٠١٢ وبرامج الانتخابية. (مصطفى الجزيري، محمود لطفي، نورة عبدالله، ٢٠١٣)
١٥. دراسة محمود لطفي وهاجر شعبان هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به مواقع الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام المصري (بالنظر إلى النخبة المصرية نموذجاً) أثناء الأزمات السياسية الطارئة (بالنظر إلى أزمة الدستور
٢. دراسة منه الله مجدى محمد، استهدفت الدراسة التعرف على الدور الذى تؤديه الصفحات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعى فى إمداد الشباب بالمعلومات السياسية والمعرفية بالقضايا الحالية، واعتمدت على منهج المسح، من خلال الاستبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب المصرى من مسخدمى مواقع التواصل الاجتماعى، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المضمون السياسى فى مقدمة المضامين المفضلة، ثم الفنى، ثم الرياضى، وأن أكثر محتوى إخبارى يميل الشباب المصرى لمشاركته هو المحتوى المصحوب بفيديو. (منة الله مجدي، ٢٠١٨)
٣. دراسة Nuria Simelio & Charo Lacalle هدفت الدراسة إلى تحليل تعليقات المجتمع النسائي الذين يشاهدون برامج الخيال العلمي ومشاركاتهم عبر الشبكات، حيث تضمنت العينة تحليل ٧٨٩٤ تعليق من الأسماء النسائية المشاركة بالتعليقات. وتمثلت أهم النتائج أن أسباب مشاركتهم هي الحاجة للتعبير عن أنفسهم بمصطلحات تعبر عن مشاعرهم من خلال استخدام تعليقات تعكس ذاتهم حول خبراتهم العاطفية عبر استخدام اللغة العامية والرموز. (Lacalle, Charo & Simelio, Nùria, 2017)
٤. دراسة Marina Ibrahim استهدفت الدراسة التعرف على تأثيرات ارتباط أعضاء مجموعات الفيسبوك في عالمهم الواقعي، وقياس مدى ثقة أعضاء تلك المجموعات بأنفسهم وتأكيدهم لذاتهم. اتبعت الدراسة المنهج المسحي بتطبيق الاستبيان الإلكتروني على بعض مجموعات الفيسبوك كأداة لجمع البيانات. وأشارت النتائج إلى: أن الفيسبوك أداة اجتماعية تستخدم في مشاركة الأخبار وفي تفاعل الناس ببعضهم البعض ومصدر للحصول على وظائف وزيادة الوعي في كثير من الأحداث التي لا يتم إذاعتها عبر التلفزيون أو الصحف. (Marina Ibrahim Mikhail, 2017)
٥. دراسة Martine & J. A، هدفت الدراسة معرفة العلاقة بين المنصات الإعلامية الرقمية ومشاركة الجمهور في الحملات الانتخابية من خلال إجراء دراسة مسحية على عينة عشوائية من الناخبين. وتمثلت أهم النتائج في أن المنصات الرقمية مثل الفيسبوك وتويتر ذات علاقة إيجابية قوية بالمشاركة عبر الإنترنت. (Martin, J. A. 2016)
٦. دراسة G. Hacıyakupoglu & W. Zhang، استهدفت الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي خلال التظاهرات بميدان جيزي أثناء حركة الانقلاب الأخيرة مع التركيز على كيف تم بناء الثقة والحفاظ عليها بين المتظاهرين. أجرت الدراسة مقابلات معمقة مع ٢١ ناشط من متظاهري ميدان جيزي. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها ما يلي أن المجموعات المغلقة مثل الواتساب والمجموعات الخاصة على الفيسبوك تتيح تداول المعلومات السرية والجديرة بالثقة بين الأصدقاء من الدرجة الأولى والثانية. (G. Hacıyakupoglu, W. Zhang, 2015)
٧. دراسة Ziegele & others، استهدفت الدراسة قياس عوامل المناقشة في تعليقات المستخدمين المعبرة عن العلاقة العامة بمستخدمين لاحقين ليستجيبوا معهم. أجرت الدراسة مقابلات كيفية مع المستخدمين الذين يعلقوا على القصص الإخبارية الإلكترونية وتحليل محتوى كمي ١,٥٨٠ من تعليقات المستخدمين لتوضيح عوامل المناقشة. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها أن المستخدمين يرون في الفيسبوك وظيفة تعليق ليس بقدر ما هو أداة لمناقشة القضايا ذات الصلة بالمصلحة العامة. (M. Ziegele, T., 2014)
٨. دراسة Yoo & others، استهدفت الدراسة معرفة أثر استخدام وسائل الإعلام الجديد (الفيسبوك، تويتر، المدونات) على وجود فجوة في المعرفة السياسية والمشاركة بين الناس الأكثر تعليماً والأقل تعليماً، طبقت الدراسة أسلوب المسح الميداني الشامل الأول على المراهقين الأمريكيين، وتوصلت الدراسة إلى عده نتائج أهمها أن التفاعل عبر الفيسبوك بين المتعلمين يزيد كلا من المعرفة العامة

الاستبيان وتحديد محاور الاستمارة.

#### تساؤلات الدراسة:

- يتمثل التساؤل الرئيسي في هذه الدراسة في ما انعكاس تفاعلية الشباب السعودي عبر الفيسبوك وغرف الدردشة على اتجاهاتهم نحو المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية؟، ومن هذا التساؤل تنفرع عدة تساؤلات فرعية تتمثل فيما يلي:
١. ما معدل وحجم تعرض الشباب السعودي عينة الدراسة للفيسبوك؟
  ٢. ما دوافع تعرض الشباب السعودي عينة الدراسة للفيسبوك؟
  ٣. كيف يتفاعل الشباب السعودي عينة الدراسة عبر الفيسبوك؟
  ٤. ما آراء وتوجهات الشباب السعودي عينة الدراسة حول تأثير ما يقدم عبر الفيسبوك على قيم وسلوكيات الشباب؟
  ٥. كيف تتعكس تفاعلية الشباب السعودي عينة الدراسة عبر الفيسبوك وغرف الدردشة على اتجاهاتهم نحو المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية؟

#### فروض الدراسة:

- ٢١ الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة عبر الفيسبوك وبين اتجاهاتهم نحو مدى توافق أو تعارض المضامين المعروضة مع القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع.
- ٢٢ الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة للفيسبوك وغرف الدردشة وبين اتجاهاتهم نحو نوع تأثير المضامين المعروضة على القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع.

#### الإجراءات المنهجية للدراسة

##### نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات والبحوث الوصفية Descriptive Studies، ومنهج المسح لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واستخلاص نتائج تفسيرية ذات دلالة منها، حيث تتضمن الدراسة مسحا ميدانيا لعينة من الشباب السعودي.

##### أدوات الدراسة:

أداة الاستبيان: للتعرف على للتعرف على معدل وحجم استخدام الشباب السعودي لموقع الفيسبوك، ودوافع التعرض، وآراء الشباب السعودي في السلوكيات والقيم الاجتماعية المعروضة عبر مضامين الفيسبوك، ومن ثم استنباط مدى توافق أو تعارض هذه القيم مع القيم المجتمعية السائدة، وتم تحكيمها من قبل أساتذة الإعلام والاتصال ومناهج البحث والإحصاء<sup>(٩)</sup>.

##### مجتمع وعينة الدراسة:

اعتمد الباحث على أسلوب العينة العمدية لمستخدمي موقع الفيسبوك، وقد بلغت هذه العينة ٢٠٠ مفردة من الشباب الجامعي السعودي بكليات جامعة أم القرى.

جدول (١) يوضح البيانات الشخصية للشباب السعودي عينة الدراسة

البيانات الشخصية		التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكور	١٠٠	٥٠
	إناث	١٠٠	٥٠
المجموع		٢٠٠	١٠٠
الكلية	عملية	١٠٠	٥٠
	نظرية	١٠٠	٥٠
المجموع		٢٠٠	١٠٠

##### الأساليب الإحصائية:

تم الاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS لاستخراج الأساليب الإحصائية

• تم عرض استمارة الاستبيان على الأساتذة الآتي أسماءهم:

أ.د. محمد غريب أستاذ بقسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة أم القرى.

أ.د. وديع العززي أستاذ بقسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة أم القرى.

د.إيمان فتحى أستاذ مشارك بقسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة أم القرى.

د.محمود لطفي أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بمعهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال.

المصري نموذجاً)، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح عن طريق الاستبيان على عينة قوامها ١٠٠ مفردة مقسمة بالتساوي على النخبتين الأكاديمية والإعلامية، وجاءت أهم النتائج في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأنها تساعد على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة، لذلك فإن الشبكات الاجتماعية مصدر معلوماتي مهم يعتمد عليه النخبة المصرية عينة الدراسة في استنباط المعلومات ومتابعة الأخبار والأحداث. (محمود لطفي، هاجر شعبان، ٢٠١٣)

١٦. دراسة نها الأسوددي، هدفت الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح من خلال دراسة تحليلية لصفحة كلنا خالد سعيد والصفحات الشخصية لطلاب الجامعة على موقع الفيسبوك، ودراسة ميدانية على ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات، وتمثلت أهم النتائج في وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي المواقع الاجتماعية وإدراك حرية الرأي على المواقع الاجتماعية، كذلك توجد فروق دالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الاجتماعية على مقياس المشاركة السياسية. (نها نبيل، ٢٠١٢)

١٧. دراسة محمد المنصور، هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على المتقين ومقارنة تأثير تلك المواقع بتأثير المواقع الإلكترونية (العربية نموذجاً)، واعتمد الباحث على منهج المسح من خلال استمارة تحليل المضمون، وتمثلت أهم النتائج في إثبات أهمية ومكانة الإعلام الجديد أو البديل مقارنة بالإعلام القديم، والدور المتميز الذي تلعبه المواقع الاجتماعية، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة ومحدثات مع الأهل والأصدقاء. (محمد المنصور، ٢٠١٢)

١٨. دراسة عمرو محمد أسعد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح باستخدام استمارة الاستبيان على عينة عمدية من مستخدمي موقع اليوتيوب والفيسبوك قوامها ٤٠٠ طالب، وقد توصلت الدراسة إلى أن الفيسبوك يحتوى على العديد من السلبيات من أهمها أنه يضع الكثير من الوقت ويشتمل أيضاً على محتويات إباحية، وقد أوصت الدراسة بضرورة إجراء مزيداً من الدراسات حول الإعلام الجديد والتعرف على تأثيراتها الاجتماعية والنفسية لدى الشباب والمراهقين، ومن ثم توجيهها لخدمة مصالح المجتمع بقدر الإمكان. (عمرو أسعد، ٢٠١١)

##### التعليق على الدراسات السابقة:

نلاحظ من عرض الدراسات السابقة المتعلقة بشبكة الإنترنت والشبكات الاجتماعية أهمية الموضوع وحيويته لدى الباحثين، مما جعلهم يتناولون جوانب مختلفة سواء أكانت على مستوى الوطن العربي أو العالمي، كذلك يوجد تباين بين نتائج الدراسات السابقة التي تناولت استخدامات شبكة الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية، أيضاً كان منهج المسح ومدخل الاستخدامات والإشباع الأكثر حضوراً في الدراسات المتعلقة بالشباب وعلاقتهم بشبكة الإنترنت، فيما كان أسلوب المسح الميداني هو الغالب أيضاً، وأظهرت الدراسات وجود اختلافات في الإشباع المتحققة التي يسعى إليها الجمهور، وذلك بسبب اختلاف الجمهور نفسه واختلاف الوسائل الاتصالية.

##### الاستفادة من الدراسات السابقة:

يمثل الإطلاع على التراث العلمي السابق الخطوة الأولى من الخطوات المنهجية اللازمة للبحث العلمي حيث ساعدت الدراسات السابقة على وضع حدود مباشرة وغير مباشرة لهذه الدراسة، كما ساعدت في بلورة المشكلة البحثية بشكل أكثر تحديداً، وتساؤلات الدراسة وفروضها وتحديد الإطار المنهجي والمدخل النظري المناسب لتطبيق هذه الدراسة، أيضاً تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تصميم استمارة

لاختبار تساؤلات الدراسة، وتم استخدام المعاملات الإحصائية التالية التكرارات والنسب المئوية، كما، معامل أنوفا، معامل ارتباط الرتب بيرسون.

#### نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (٢) يوضح معدل استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة لموقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	معدل الاستخدام
٧٧,٥	١٥٥	دائما
٢٢,٥	٤٥	أحيانا
١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق معدل استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة للفيسبوك، حيث وصل عدد أفراد العينة ١٥٥ مفردة ممن يستخدمون الفيسبوك دائما، ويعود هذا التفوق في نسبة الاستخدام إلى التفوق التكنولوجي الهائل الذي اعتمد عليه الفيسبوك، وقد أكد بعض المبحوثين أن الاشتراك في الفيسبوك أصبح من الأمور الأساسية في حياة الشباب، والذي يشغل معظم أوقات فراغهم والآن أصبح أداة سياسية مهمة، وعدد ٤٥ مفردة منهم يستخدمه أحيانا.

مما سبق نلاحظ: ارتفاع نسبة استخدام الفيسبوك بين أفراد العينة ذلك نتيجة الخدمات والتطبيقات التي يوفرها والتي تسمح للمستخدم التفاعل المستمر والمتجدد، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج كل من: دراسة نها الأسدوي (٢٠١٢)، ونرمين زكريا (٢٠٠٩، ص ٩٧٤)، وخالد بن علي عباد القرشي (٢٠١٤)، والتي أثبتت ارتفاع نسبة استخدام الفيسبوك.

جدول (٣) يوضح معدل استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة اليومي للفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	معدل الاستخدام اليومي
٤	٨	أقل من ساعة يوميا
٢٤,٥	٤٩	من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يوميا
٢٩,٥	٥٩	من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات يوميا
٤٢	٨٤	خمس ساعات فأكثر يوميا
١٠٠	٢٠٠	المجموع

يوضح الجدول السابق ارتفاع معدل استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة اليومي للفيسبوك، حيث جاء عدد أفراد العينة ٨٤ مفردة يستخدمون الفيسبوك خمس ساعات فأكثر يوميا، ثم وصل عدد ٥٩ مفردة من يستخدمه من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات يوميا، يليه عدد ٤٩ مفردة ممن يستخدمه من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يوميا، وقل عدد من يستخدمه أقل من ساعة يوميا ووصل العدد إلى ٨ مبحوثين. علما بأن معدل ساعات المشاهدة مؤشرا لكثافة الاستخدام العام (بارعة حمزة، ١٩٩٩، ص ١٥٣).

جدول (٤) يوضح وسيلة تفاعل الشباب السعودي عينة الدراسة عبر للفيسبوك

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن= ٢٠٠		وسيلة التفاعل عبر الفيسبوك
			%	ك	
١	٠,٣٨٧	٠,٨٧	٥٦	١١٢	عبر الهاتف المحمول
٢	٠,٣٣٧	٠,١٨	٣٢	٦٤	جهاز كمبيوتر بالمنزل
٣	٠,٣١٣	٠,١١	١٢	٢٤	إحدى مقاهي الإنترنت

يتضح من الجدول السابق استخدام الهاتف المحمول للتفاعل عبر الفيسبوك على رأس قائمة الوسائل التي يفضلها أفراد العينة بواقع ١١٢ مفردة، يليه ٣٢ مفردة منهم يفضلون التفاعل عبر الفيسبوك من جهاز كمبيوتر بالمنزل، وعدد ٢٤ مفردة منهم يفضلون مقاهي الإنترنت.

جدول (٥) يوضح معدل استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة لغرف الدردشة الخاصة Chat عبر الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	معدل استخدام غرف الدردشة
٨٧	١٧٤	بدرجة كبيرة
٨	١٦	بدرجة متوسطة
٥	١٠	بدرجة ضعيفة
١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق معدل استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة لغرف الدردشة الخاصة Chat، حيث وصل عدد أفراد العينة ١٧٤ مفردة ممن يستخدمون غرف الدردشة، وجاء عدد من يستخدمونها بدرجة متوسطة ١٦ مبحوث، بينما جاء

عدد من يستخدمونها بدرجة ضعيفة ١٠ مبحوثين.

يتضح مما سبق ارتفاع معدلات استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة لغرف الدردشة Chat مما يؤكد أنه وسيلة جاذبة للشباب، بدعم فيسبوك شات خدمة الدردشة الجماعية والتي يمكن إجراؤها عبر نوافذ الرسائل الفردية التي يتم استخدامها للدردشة مع صديق واحد (Brandon De Hoyos, 2019)، كذلك الدعم بخيار المكالمات Calls لإجراء مكالمات صوتية أو مكالمات فيديو مع شخص واحد أو مجموعة من الأشخاص الذين يتم اختيارهم (Cellar Rousseau, 2019).

جدول (٦) يوضح طبيعة الموضوعات التي يفضل الشباب السعودي عينة الدراسة التعرض لها عبر الفيسبوك

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن= ٢٠٠		الموضوعات
			%	ك	
١	٠,٣٣١	٠,٨٨	٨٧,٥	١٧٥	اجتماعية
٢	٠,٣٦٠	٠,٨٥	٨٤,٨	١٧٠	رياضية
٣	٠,٤٩٥	٠,٥٧	٥٧,٣	١١٤	ثقافية
٤	٠,٥٠٠	٠,٥٢	٥٢	١٠٤	ترفيهية
٥	٠,٥٠٠	٠,٤٨	٤٧,٨	٩٦	دينية
٦	٠,٤٩٤	٠,٤٢	٤٢	٨٤	سياسية
٧	٠,٤٨٢	٠,٣٧	٣٦,٥	٧٣	علمية
٨	٠,٤٣٤	٠,٢٥	٢٥	٥٠	نسانية
٩	٠,٤٣٤	٠,٢٥	٢٤,٨	٤٩	فنية
١٠	٠,٤٣٢	٠,٢٤	٢٤,٥	٤٨	اقتصادية

يوضح الجدول السابق الموضوعات التي يفضل الشباب السعودي عينة الدراسة متابعتها عبر الفيسبوك، فجاءت الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الأول بواقع ١٧٥ مفردة، وجاءت في الترتيب الثاني المجموعات الرياضية بواقع ١٧٠ مفردة، ثم تلتها الموضوعات الثقافية في الترتيب الثالث بواقع ١١٤ مفردة، ثم جاءت الموضوعات الدينية في الترتيب الرابع بواقع ٩٦ مفردة، ثم جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الخامس بواقع ٨٤ مفردة.

ونلاحظ مما سبق ارتفاع اهتمام الشباب السعودي عينة الدراسة بالموضوعات الاجتماعية والرياضية أكثر من غيرها من الموضوعات وهذا يؤكد على شغف عينة الدراسة في تكوين قاعدة ثقافية ووعي اجتماعي بمجريات الأمور الحياتية في المجتمع، وكذلك الموضوعات الرياضية والتي تعتبر متنفس للشباب وانتشار الأندية الرياضية المختلفة في المملكة العربية السعودية واهتمام المملكة بالناحي الرياضية.

جدول (٧) دوافع تفاعلية الشباب السعودي عينة الدراسة عبر الفيسبوك

دوافع وأسباب التفاعلية	ن= ٢٠٠	
	التكرار	النسبة المئوية
تشكل وعبي لما يدور حولي من أحداث وقضايا	١٢٨	٦٤
تبادل ومشاركة الأفكار مع مستخدمين آخرين	١٠١	٥٠,٥
مصدر مهم للمعلومات عن القضايا المختلفة	٩٦	٤٨
تساعدني على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة	٩٥	٤٧,٥
أبحث عن مستخدمين يشاركوني نفس اهتماماتي	٨٦	٤٣
قضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة والتسلية	٨٥	٤٢,٥
وسيلة تعليمية تساعدني في القيام بالأبحاث والتكليفات	٨١	٤٠,٥
إشباع غريزة حب الاستطلاع	٦٩	٣٤,٥
تكوين صداقات من مختلف دول العالم	٦٣	٣١,٥

يوضح الجدول السابق أسباب ودوافع تفاعلية الشباب السعودي عينة الدراسة عبر الفيسبوك، فجاء في الترتيب الأول أنه يشكل الوعي لما يدور من أحداث وقضايا بواقع ١٢٨ مفردة، ثم يليه في الترتيب الثاني تبادل ومشاركة الأفكار مع مستخدمين آخرين بواقع ١٠١ مفردة، ثم يليه في الترتيب الثالث أنه مصدر مهم للمعلومات عن القضايا المختلفة بواقع ٩٦ مفردة، بينما جاء في الترتيب الرابع أنه يساعد على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة بواقع ٩٥ مفردة.

ونلاحظ مما سبق تصدر الدوافع المنفعة المعرفية قائمة دوافع استخدام وتفاعلية الشباب السعودي عينة الدراسة للفيسبوك وهذا يؤكد دور الفيسبوك الذي يحدثه في تشكيل وعي ومعارف الشباب.

وبأسدقائهم، ومساعدة الغرباء في تحديد أماكنهم، واستخدامها للتلاعب بهم، والحق الإساءة إلى سمعتهم وعائلاتهم.

- II وجود احتمالية مشاهدة وإطلاع المستخدمين على محتوى غير لائق.
- II وجود احتمالية للتواصل غير اللائق مع الأشخاص، والذي يؤدي فيما بعد إلى تطور هذه العلاقات، وخروجها على أرض الواقع. تشويه السمعة، والإساءة إلى الآخرين نتيجة المشاركات اللفظية، أو الصور، أو مقاطع الفيديو التي توضع على الفيسبوك وتعتبر عن الغضب.
- II تظهر على مستخدميه كثرة الاضطرابات النفسية كالهوس، والجنون نحو العدائية، والسلوكيات المعادية للمجتمع. دفن المواهب الحقيقية لدى الفرد والأنشطة والهوايات؛ فهو يقضى الساعات الطوال أمام الفيسبوك من غير ممارسة لأى نشاط على أرض الواقع، فيقل إنتاجه، ونقل مرونته الجسدية، ويصيبه الكسل والهزال.

جدول (١٠) يوضح اتجاهات الشباب السعودي عينة الدراسة نحو المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للفيسبوك

البيانات والقيم	الاتجاهات	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي
يلهى الشباب	١١٧	٧٦	٧	٢,٥٥	
مسلى ومشوق	٩٥	١٠٠	٥	٢,٤٤	
يعكس الواقع الاجتماعى للشباب	١٠٠	٨٤	١٦	٢,٤٢	
يؤدي إلى تنمية القدرات العقلية	٨٤	١٠٣	١٣	٢,٣٥	
تتمنى مفهوم الديمقراطية	٨٠	١٠١	١٩	٢,٣٠	
تزيد من الاحساس باحترام الذات	٧٢	١٠٥	٢٣	٢,٢٥	
هادف	٧٢	١٢٥	٣	٢,٢٣	
تتمنى حس الإنتماء	٦٢	١١٩	١٩	٢,٢١	
تساعد على إثبات الذات	٦٤	١٠٩	٢٧	٢,١٩	
تتمنى الحص الجمالي	٥٢	١٢١	٢٧	٢,١٣	
تتمنى روح المنافسة	٥٦	١١٣	٣١	٢,١٢	
تتمنى الالتزام الديني	٣٧	١٤٠	٢٣	٢,٠٨	
تتمنى احترام الآخرين	٤٤	١١٧	٣٩	٢,٠٢	
به مضامين غير لائقة	٢٧	١٣٦	٣٧	١,٩٥	
تتمنى قيمة النزاهة	٤٩	١١٤	٣٧	١,٩٢	
تتمنى قيمة التقوى	٢٧	١٢٣	٥٠	١,٨٩	
مزعج وسخيف	١٠	٨٠	١١٠	١,٥٠	
لا يمت للواقع بصله	١٣٧	٥٧	٦	١,٣٥	

يوضح الجدول السابق انعكاسات تفاعلية الشباب السعودي عينة الدراسة عبر الفيسبوك وغرف الدردشة على اتجاهاتهم نحو المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، فتصدرت عبارة "يلهى الشباب" قائمة الاتجاهات بمتوسط حسابي ٢,٥٥، وهذا يؤكد ما رأيهم في السؤال السابق حول نوع تأثير الفيسبوك على القيم والسلوكيات حيث كانت من ضمن إجاباتهم أن الفيسبوك يلهى الشباب عن واجباتهم.

وجاء في الترتيب الثاني أن الفيسبوك مسلى ومشوق بمتوسط حسابي ٢,٤٤، وهذا يمكن إرجاع أسبابه إلى ما يمتاز به الفيسبوك من تطبيقات وأشكال تفاعلية جذابة مثل مشاركة ومشاهدة الصور والفيديوهات ومعرفة الأخبار وكذلك وظفت أغلب المؤسسات ووسائل الإعلام المختلفة صفحات رسمية لها عبر الفيسبوك.

جاء في الترتيب الثالث أن الفيسبوك يعكس الواقع الاجتماعى للشباب بمتوسط حسابي ٢,٤٢، وهذا يعتبر مؤشر مهم لكى يتم رسم خطة تنمية توظف الفيسبوك وصفحاته لخدمة الصالح العام ولمناشدة الشباب السعودي والعربي بصفة عامة لاتباع القواعد والالتزام بالذوق العام وتنميته لديهم.

ثم توالت العبارات التي تمثل القيم والاتجاهات إلى أن انتهت بالاتجاهات السلبية نحو الفيسبوك أنه مزعج وسخيف بمتوسط حسابي ١,٥٠، ثم فى آخر قائمة الاتجاهات أنه لا يمت للواقع بصله بمتوسط حسابي ١,٣٥.

#### نتائج اختبار الفروض:

II الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الشباب

جدول (٨) يوضح مدى توافق أو تعارض القيم الاجتماعية المعروضة عبر الفيسبوك مع قيم المجتمع من وجهة نظر الشباب السعودي عينة الدراسة

مدى التوافق أو التعارض	التكرار	النسبة المئوية
تتوافق جدا	٣٤	١٧
تتوافق إلى حد ما	٧٢	٣٦
تتعارض جدا	٢٨	١٤
تتعارض إلى حد ما	٦٦	٣٣
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق مدى توافق أو تعارض القيم الاجتماعية المعروضة عبر الفيسبوك مع قيم المجتمع المصرى من وجهة نظر الشباب السعودي عينة الدراسة، فجاء عدد من يروا أنها تتوافق إلى حد ما ٧٢ مبحوث، وفى حين جاء عدد من يروها تتعارض إلى حد ما بواقع ٣٣ مبحوث، ثم جاء من يروها تتوافق جدا بواقع ٣٤ مبحوث، ثم جاء من يروها تتعارض جدا بواقع ٢٨ مبحوث.

جدول (٩) يوضح نوع تأثير مضمون الفيسبوك على القيم الاجتماعية والسلوكية من وجهة نظر الشباب السعودي عينة الدراسة

نوع التأثير	التكرار	النسبة المئوية
إيجابي	٢٢	١١
سلبى	١٨	٩
مختلط	١٦٠	٨٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق مدى نوع تأثير مضامين الفيسبوك على القيم الاجتماعية والسلوكية من وجهة نظر الشباب السعودي عينة الدراسة، فقد جاء عدد من يروا أن تأثيره مختلط ١٦٠ مبحوث، وعدد من يرى أن تأثيره إيجابي ٢٢ مبحوث، بينما جاء عدد من يرى أن تأثيره سلبى ١٨ مبحوث.

نستنتج مما سبق أن الشباب السعودي يرون أن بعض مضامين الفيسبوك إيجابية وبعضها سلبية، أى أن تأثير التفاعلية مع الفيسبوك على القيم الاجتماعية والسلوكية تأثير مختلط.

١. التأثير الإيجابي للفيسبوك أشار المبحوثون ما يلي:

- II هو جزء أساسى من حياة الإنسان اليومية.
- II الفيسبوك جعل العالم أصغر؛ وساهم فى إحداث نقلة نوعية فى حياة الشعوب، وأصبح الوسيلة المؤثرة على الفرد فى جميع أحداث يومه.
- II فتح له الآفاق لمعرفة العالم وجعلته يتعرف على ثقافات جديدة وبلدان لم يزرها، أو من الصعب الوصول إليها، متجاوزا فى ذلك الحدود الطبيعية التي تفصل الأمم، منطلقا إلى فضاءات جديدة لا تقيد القيود ولا تحده الحدود.
- II إمكانية الوصول لأصدقاء قدامى لم تكن لتصل لهم فى يوم من الأيام.
- II إيصال معلومات عن مجموعتك وعن نفسك بسرعة هائلة.
- II وسيلة لتعبير الأشخاص عن أنفسهم ومشاركة آرائهم وأفكارهم مع الآخرين.
- II الإعلام يجمل الصورة بينما الفيسبوك ينقلها بشكل واقعي شعبي.
- II التعرف على أصدقاء جدد.
- II التواصل مع الأقارب المسافرين.
- II معرض للصور.
- II وسيلة للتسلية والترفيه.

٢. التأثيرات السلبية للفيسبوك يرى المبحوثون ما يلي:

- II الإفراط فى استخدام الفيسبوك، والتقنية الحديثة مما ينعكس بشكل سلبى على الصحة العامة للأفراد، كذلك جعلهم أكثر عرضة للاضطرابات النفسية؛ كالتوتر، والاكتئاب، والمعاناة فى مواجهة المشكلات المستقبلية.
- II إضاعة الوقت وهدره فى الجلوس ساعات طويلة على صفحة الفيسبوك، والذي يؤدي إلى فقدان الشعور بالواقعية، والعيش فى العالم الافتراضى.
- II عدم قدرة الشخص على الموازنة بين الأنشطة المختلفة، والواجبات المكلف بها فى الجانب العملي، والتزامات الأصدقاء فى عالم الفيسبوك.
- II نشر مستخدمى الفيسبوك معلومات شخصية من شأنها الإضرار بهم



٩. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة للفيديو وبين اتجاهاتهم نحو نوع تأثير المضامين المعروضة على القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع.

#### مقترحات وتوصيات الدراسة:

١. إن لمواقع الفيديو أبعاداً إيجابية على الشباب تمثلت في التواصل الاجتماعي والثقافة والتعليم والحصول على المعلومات والتواصل مع الخبراء والمختصين وتحسين أداء الأجهزة والمؤسسات وخدماتها.
٢. على الأسرة غرس الوازع الديني في الشباب فالترقية الدينية ترسخ في الإنسان مبادئه الأخلاقية، وعقائده الإسلامية، وتوجهه الأخلاقي؛ حتى يصاب من كل انحراف، أو زيغ عقائدي، أو ديني.
٣. توعية الشباب بالجانب السلبي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي خصوصاً الفيديو عن طريق وسائل الإعلام المختلفة المسموع والمرئي منها والمقروء.
٤. تفعيل دور الأسرة في الرقابة على الأبناء في حالات امتلاك الهواتف النقالة خاصة طلاب المدارس، وتوجيههم الوجهة الصحيحة أثناء استهلاك واستقبال ما تنتجه هذه الوسائل.
٥. أن يكون الشخص ذا حس نقدي، يميز بين الصالح والطالح؛ حتى يحلل الأفكار التي يتلقاها ويمحصها، ولا يكون عبداً لها للمعرفة، دون تمييز، بل يجب عليه أن يتعمق، ويتدبر، ويحس؛ حتى يأخذ ما هو أهل للأخذ، ويترجم ما هو أهل للنفور والاشمئزاز.
٦. يجب على المؤسسات والأجهزة توظيف الفيديو في عرض مضامينها وذلك بإنشاء صفحات رسمية لها.
٧. يجب على الجهات المعنية ضرورة متابعة المضامين السلبية للفيديو وكذلك الأخبار الكاذبة المضللة "الشائعات" حتى لا يقع ضرر على الشباب.
٨. أننا في حاجة إلى مجهودات كبيرة لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية وثقافة العطاء التنموي.

#### المراجع:

١. أحمد محمد حسن رفاعي، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٤).
٢. أسامة محمد عبدالرحمن حسنين، دور الفيديو في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٤).
٣. أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية- دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل (ورقة بحثية مقدمة بالمؤتمر العلمي الأولي، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الأول، ٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩).
٤. أماني جمال مجاهد، توظيف بعض إمكانيات الشبكة العنكبوتية ويب ٢.٠ لتقديم خدمات متطورة في المكتبات (مصر: جامعة المنوفية، ٢٠١٠).
٥. أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبدالعال. "الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة (دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيديو)" ورقة بحث مقدمة في المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر في الفترة ما بين ٥-٧ يوليو الإدارة العامة للمكتبات، جامعة حلون، ٢٠٠٩).
٦. إيمان بخوش، حسام الدين مرزوقي، الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد الويب ٢.٠، بحث غير منشور (الجزائر: جامعة باتنة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠٠٩).

السعودي عينة الدراسة عبر الفيديو وبين اتجاهاتهم نحو مدى توافق أو تعارض المضامين المعروضة مع القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع.

جدول (١١) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين معدل الاستخدام اليومي والاتجاهات نحو مدى توافق أو تعارض مضامين الفيديو مع القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع

الفروق تبعاً إلى	(ف)	الدلالة
الاتجاهات نحو مدى التوافق أو التعارض	٣,٢٦٤	دالة ٠,٠٥

يوضح الجدول السابق دلالة الفروق بين معدلات الاستخدام اليومي لدى الشباب السعودي عينة الدراسة عبر الفيديو واتجاهاتهم نحو مدى توافق أو تعارض المضامين مع القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع، حيث تشير نتائج تطبيق اختبار ANOVA إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات بين معدل الاستخدام اليومي ومدى التوافق أو التعارض، حيث تبين أن قيمة (ف) بلغت ٣,٢٦٤، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥، بذلك نتضح صحة الفرض.

٣ الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة للفيديو وبين اتجاهاتهم نحو نوع تأثير المضامين المعروضة على القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع.

جدول (١٢) يوضح معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين دوافع استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة للفيديو وبين اتجاهاتهم نحو نوع تأثير المضامين المعروضة على القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع

المتغيرات	نوع تأثير المضامين المعروضة	معامل الارتباط	الدلالة
دوافع استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة للفيديو وغرف الدردشة	اتجاهات الشباب السعودي عينة الدراسة نحو	٠,٢٢٨*	دالة ٠,٠٥

يوضح الجدول السابق معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين دوافع استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة للفيديو وغرف الدردشة وبين اتجاهاتهم نحو نوع تأثير المضامين المعروضة على القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع، حيث يشير معامل الارتباط بيرسون بوجود العلاقة الدالة إحصائية فقد بلغت قيمته ٠,٢٢٨، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥، بذلك نتضح صحة الفرض.

#### النتائج العامة للدراسة:

١. ارتفاع نسبة استخدام الفيديو بين أفراد العينة ذلك نتيجة الخدمات والتطبيقات التي يوفرها والتي تسمح للمستخدم التفاعل المستمر والمتجدد.
٢. ارتفاع معدل استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة اليومي للفيديو.
٣. استخدام الهاتف المحمول للتفاعل عبر الفيديو على رأس قائمة الوسائل التي يفضلها الشباب السعودي عينة الدراسة.
٤. ارتفاع معدلات استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة لغرف الدردشة Chat مما يؤكد أنه وسيلة جاذبة للشباب.
٥. ارتفاع اهتمام الشباب السعودي عينة الدراسة بالموضوعات الاجتماعية والرياضية أكثر من غيرها من الموضوعات وهذا يؤكد على شعف عينة الدراسة في تكوين قاعدة ثقافية ووعي اجتماعي بمجريات الأمور الحياتية في المجتمع.
٦. تصدر الدوافع المنفعية المعرفية قائمة دوافع استخدام وتفاعلية الشباب السعودي عينة الدراسة للفيديو وهذا يؤكد دور الفيديو الذي يحدثه في تشكيل وعي ومعارف الشباب.
٧. الشباب السعودي عينة الدراسة يرون أن بعض مضامين الفيديو إيجابية وبعضها سلبية، أي أن تأثير التفاعلية مع الفيديو على القيم الاجتماعية والسلوكية تأثير مختلط.
٨. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة عبر الفيديو وبين اتجاهاتهم نحو مدى توافق أو تعارض المضامين المعروضة مع القيم الاجتماعية والسلوكية الموجودة في المجتمع.

٢٤. مصطفى سيد عبداللاه الجزيري، محمود أحمد لطفي السيد، نوره عبدالله محمود أحمد، استخدامات المرأة الصعيدية للشبكات الاجتماعية وتأثيره في مشاركتها في الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢- دراسة ميدانية (بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر: الإعلام ونشر ثقافة الديمقراطية، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أبريل ٢٠١٣).

٢٥. مة الله مجدى محمد بهجت، اعتماد الشباب على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الإذاعة والتلفزيون) ٢٠١٨.

٢٦. نرمين زكريا خضر، "الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي مواقع الفيسبوك"، المؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٥- ١٧ فبراير، ٢٠٠٩).

٢٧. نها نبيل محمود الأسودوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة ٢٥ يناير ٢٠٢٢ م، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٢).

٢٨. هبة صلاح محمد علي، استخدام الفيسبوك في تنمية المفاهيم والاتجاهات البيئية لدى عينة من الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، ٢٠١٨).

٢٩. وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع (السودان: مدونة شمس النهضة، الطبعة الأولى، ٢٠١٠)

30. Andrew Dewdney & Peter Ride, **The New Media Handbook** (London & New York: Routledge, 2006).

31. Andrew J. Flandaging, daisy R. L. Emu, David, "Computer mediated groups" (**Journal Of Communication**, vol. 54, no. 2, 2004).

32. Angela V. Hausman & Jeffrey Sam Siekpe, The Effect of Web Interface Futures on Consumer Online Purchase Attentions (**Journal of Business Research**, Vol. 62, 2009).

33. Brandon De Hoyos, (31- 1- 2018), "How to Use Facebook Chat, [www.lifewire.com](http://www.lifewire.com), Retrieved 23-4- 2019.

34. Cellar Rousseau, (8- 8- 2018), "Facebook Messenger: Everything you need to know!", [www.imore.com](http://www.imore.com), Retrieved 23-4- 2019.

35. Cherry Kinkoph Guner, **Sams Teach yourself Facebook in 10 Minutes**. (Indiana: Person Education, Inc, 2010).

36. Christine B. Williams, Girish J. Jeff Gulati, **Social Networks in Political Campaigns Facebook and the 2006 Midterm Elections**.

37. Dadiv Ingenito, Democracy in the 21 st Century Social Media and Politics- Global Village or Cyber- Balkans Un Published M. A (Los Angeles, Ca: University of Southern California, 2010).

38. Dan Grigorovici, Siho Nam & Chris Russill, The Effects of Online Syllabus Interactivity on Students Perception of the Course and Instructor, (**Internet and Higher Education**, Vol. 6, 2003).

39. Elaine England and Andy Finney, **Interactive Media- what is that? who is involved?** (UK: ATSF White Paper- Interactive Media, ATSF, 2011).

40. G. Haciyakupoglu, W. Zhang, Social Media and Trust during the Gezi Protests in Turkey, **Journal of Computer- Mediated**

٧. بارعة حمزة شقير، تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التلفزيون على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي 'رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ١٩٩٩).

٨. جمال مختار، **حقيقة الفيسبوك عدو أم صديق** (القاهرة: ميثوبول للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨).

٩. حسن عماد مكاي، **أخلاقيات الإعلام- دراسة مقارنة** (القاهرة، دار المصرية اللبنانية، ١٩٩٤).

١٠. حمزة السيد حمزة خليل، استخدام الشاب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ المصرية والإشباع المتحققة منها- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة طنطا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٢).

١١. خالد بن علي بن عباد القرشي، أخلاقيات التواصل الاجتماعي الإلكتروني لدى طلاب الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة أم القرى: كلية التربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، ٢٠١٤).

١٢. دعاء مختار محمد غصوب، الخطاب الاعلامي الفلسطيني والإسرائيلي لتداعيات أحداث الانتفاضة الفلسطينية الثانية على شبكة الإنترنت- دراسة تحليلية مقارنة على عينة من المواقع الفلسطينية والإسرائيلية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩).

١٣. سلطانة جدران نايف الخريشة، أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام) ٢٠١٦.

١٤. شريف درويش اللبان، **إعلام ثورة ٢٥ يناير** (القاهرة: دار العالم العربي، الطبعة الأولى، ٢٠١٢).

١٥. شريف درويش اللبان، **الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع** (القاهرة: دار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥).

١٦. عبدالله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ٢٠١٢).

١٧. عمرو محمد أسعد، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية دراسة على موقعي اليوتيوب Youtube والفيسبوك Facebook رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١١).

١٨. ليلى علي، **تعليم فيسبوك** (الإسكندرية: المجموعة المصرية الهندسية بصمة، ٢٠٠٨).

١٩. محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين- دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة (الأكاديمية العربية في الدانمارك: كلية الآداب والتربية، قسم الإعلام والاتصال، ٢٠١٢).

٢٠. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية الحزبية، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٦).

٢١. محمد علي البسيوني، **دولة Facebook** (القاهرة: دار الشروق، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩).

٢٢. محمود أحمد لطفي السيد، هاجر شعبان سعداوي، استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام أثناء الأزمات السياسية الطارئة (أزمة الدستور المصري نموذجاً) (بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثاني: إعلام الأزمات وأزمات الإعلام، جامعة الأهرام التكنية: كلية الإعلام، مارس ٢٠١٣).

٢٣. مركز دراسات الحكومة الإلكترونية، **أفكار وحقائق حول الإعلام الجديد (الإلكتروني)** (بيروت- لبنان، ٢٥ يناير ٢٠١٢) ص ١٨.

- [tudentsuse-facebook](#).
56. Vivian, J., (2010). **The Media of Mass Communication**. 9<sup>th</sup> edi. Boston: Allyn& Bacon.
57. Williams, E. Twitter, Inc. <http://blog.obvious.com/2007/04/twitterinc.html> (2007, April 16). Retrieved November 29, 2011.
58. Xinshu Zhao& Hainan Chung, Effects of Perceived Interactivity on Web Site Preference and Memory: Role of Personal Motivation. (**Journal of Computer- Mediated Communication**, Vol. 10, 2004).
59. Yoo, S. W.& Gil de Zúñiga, H, Connecting blog, Twitter and Facebook use with gaps in knowledge and participation, **Communication& Society**, Vol. 27, No. 4, 2014.
- Communication**, Vol. 20, 4, July 2015)
41. Gabriella Taddeo, **Merging different interactivity perspectives 1.0 and 2.0 frameworks** (Civitas, Porto Alegre, vol. 9, no. 1, Jan. - Abr. 2009). <http://www.saleemnet.com/news/index.php> (14/ 6/ 2011)
42. Joseph B. Waltherl, Brandon Van Der Heide, Sang Yeon Kim, David Westerman, Stevphanie Tomg, The role of Friends Appearance and Behavior on evolutions of individuals on facebook: Are we Known by the company we keep, (In: **Human Communication Research**, Vol. 34, No. 1, Jan. 2008).
43. Kirsty Young, Managing online identity and diverse social networks on Facebook, (**Webology**, Vol. 10, No. 2, December 2013)
44. La Sala, L., Skues, J.& Grant, S, Personality Traits and Facebook Use: The Combined/ Interactive Effect of Extraversion, Neuroticism and Conscientiousness. (**Social Networking**, 2014)
45. Lacalle, Charo& Simelio, Núria, Television fiction and online communities: an analysis of comments on social networks and forums made by female viewers, **Critical Studies in Media Communication**, Volume 34, 2017- Issue 5, 2017.
46. M. Girvan and M. E. J. Newman, Community structure in social and biological networks **Proceedings of the National (Academy of Sciences (PNAS)**, vol. 99, 2002).
47. M. Ziegele, T. Breiner& Quiring, What Creates Interactivity in Online News Discussions? An Exploratory Analysis of Discussion Factors in User Comments on News Items **Journal Of Communication** 64, Vol. 64, Issue 6, December 2014)
48. Marina Ibrahim Mikhail, "The Effects of Facebook's Cohesion Groups on The Interactivity of their Members In the Real World, **Master's thesis**, (Department of Radio& T.V, Faculty of Mass Communication, Cairo University. 2017
49. Martin, J. A., Digital Platforms and Differential Gains: Campaign News, Online Expression, and Political Participation, **Electronic News**, Vol. 10 Issue 4, 2016, p.243- 259
50. Meier. Wener, Media policy in Europe. **Internation specialized Book service**. 2007.
51. Nazan Doruer, Pek Menevi, Ramadan Eyyam, "What is the motivation for using Facebook" (**Procedia Social and Behavioral Sciences**, 2011).
52. Zeynep Tufekci, "Can you see me Now?: Audience and disclosure regulation in online social network sites, (In: **Bulletin of Science, Technology& Society** Vol. 28, No. 1, February 2008).
53. Paul CaPriotti, Angeles Moreno, Corporate Citizenship and Public Relation, The Importance and Interactivity of Social Responsibility Issues on Corporate Websites, (**Public Relations Review**, Vol. 33, 2007).
54. Rachel Singer Goradan, Michael Stephens, Tech Tipes for every Librarian, (In **Computers in Librarian**. Nov- Dec 2007).
55. Schulz, M., 85% of College syudents use facebook, Techcrunch, On Line Available at: <http://techcrunch.com/2005/09/07/85-of-college->

