

استخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها

الأستاذ الدكتور: عبد الرزاق الدليمي

جامعة البترا، عمان، الأردن

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها المتحققة لديهم، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تصميم استبانة لقياس دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: كان دافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل وأن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباع اجتماعي من خلال خلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء، إضافة إلى تحقيق إشباع معرفي من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة، وتزودهم بمعلومات عن العالم، إضافة إلى أنها تشبع حاجتهم المعرفية في المواضيع من خارج تخصصهم. كما إن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً نفسياً وذلك من خلال تجاوز الخجل لدى المنطوين نفسياً من الطلبة.

Abstract:

The objective of this study was to determine the motivation of Jordanian universities students in using the social communication and its satisfactions specially in the University of Yarmuk and Petra University. In order to achieve this aim, the researcher used the descriptive analytical method, and he designed a questionnaire to measure the motivations of the students and its satisfactions in the Jordanian universities in using the social communication webs. The sample of the study contained of (412). The results of the study were the following: According to the following study, the researcher has recommended the following:

1-the important role of the Universities in using the social communication webs in order to achieve the psychological, social and knowledge needs to the students through making them follow up with knowledge that is not related to their majors and through directing them towards the social activities which benefit them and their society.

مقدمة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها المتحققة لديهم، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تصميم استبانة لقياس دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

كان دافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل وأن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباع اجتماعي من خلال خلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء، إضافة إلى تحقق إشباع معرفي من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة، وتزودهم بمعلومات عن العالم، إضافة إلى أنها تشبع حاجتهم المعرفية في المواضيع من خارج تخصصهم.

كما إن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً نفسياً وذلك من خلال تجاوز الخجل لدى المنظورين نفسياً من الطلبة، تعتبر بحوث الاستخدامات والإشباعيات من المقاربات التي تضمنتها نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في نهاية الستينات من القرن العشرين، إذ تركز هذه البحوث على دراسة استخدام وسائل الإعلام والاتصال والتعرض إليها من مختلف الفئات الاجتماعية في محاولة للربط بين هذا الاستخدام والإشباع الذي يحققه الفرد نتيجة هذا الاستخدام ويرى أصحاب هذا الاتجاه بأن إقبال الناس على وسائل الإعلام والاتصال يمكن تفسيره على ضوء استخدامهم (Uses) وكذلك حول العائد والإشباع (Gratification) الذي يتحقق منه.

ومع التطورات التكنولوجية المتسارعة ظهر ما يسمى بالإعلام الجديد (ومنه شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت) وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل باتت بعض مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع زيارة في العالم.

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة وجزءاً لا يتجزأ من حياة عدد كبير من الشباب الجامعي لا يمكن الاستغناء عنه ، وقد وصل الأمر عند بعض منهم إلى درجة الإدمان ؛ وقد أثارت هذه المواقع كثير من الجدل وتضاربت حولها الآراء بسبب تأثيرها المباشر في سلوك وتفكير مرتاديها لا سيما الشباب ، لقد نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير عما يكنه الشباب بداخلهم متأثرين بثقافة العصر والانفتاح على الثقافات العالمية ولكنها في المقابل أداة خطيرة عندما تستخدم في تزوير الوقائع والحقائق وفبركة الأحداث ونشر الشائعات ، لأن ذلك ينعكس سلباً على الفرد والمجتمع لا سيما المحافظ على تقاليده ومبادئه وعاداته وثقافته، أما الإفراط في استخدام هذه المواقع فيؤدي حسب دراسات نفسية⁽¹⁾ إلى انعزال الفرد عن أسرته والبعد عن المشاركة الفاعلة مع أفراد أسرته ومجتمعه.

كما أن غياب الرقابة الأسرية والمجتمعية على الأبناء دافع قوي في أحداث سلوكيات غير مرغوبة وأفعال غير مقبولة⁽²⁾. ويعتبر شباب الجامعات من أكثر فئات المجتمع تأثراً بهذه المواقع، وأصبح من النادر أن تجد شاباً جامعياً ليس لديه حساباً على أحد المواقع، كجزء من ثقافة التواصل الاجتماعي التي انتشرت بسرعة البرق بين أوساط شباب الجامعات. من هنا تأتي هذه الدراسة لتوضيح دوافع استخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة اشباعاتها لهم.

ب- مشكلة الدراسة:

يمكن بلورة مشكلة الدراسة عبر السؤال الآتي:

➤ ما هي دوافع استخدامات طلبة جامعتي اليرموك والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها لرغباتهم؟ .

تساؤلات الدراسة

1. ما دوافع استخدامات الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

2. ما الإشباعات المطلوبة التي يسعى الشباب في الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟
3. هل هناك علاقة للمتغيرات (الجنس، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) بالاستخدامات والاشباعات؟

ج. أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:
- الوقوف على دوافع استخدامات الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي
- معرفة الإشباعات المطلوبة التي يسعى الشباب في الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- بيان الصلة بين دور المتغيرات (الجنس، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) وطبيعة الاستخدامات والاشباعات.
- الخروج بنتائج وتوصيات حول هذا الموضوع.

د. أهمية الدراسة:

يمكن تحديد أهمية هذه الدراسة في ضوء الاعتبارات التالية:

الأهمية النظرية:

1. يستمد هذا الموضوع أهميته من أهمية فئة الشباب الجامعي داخل المجتمع ودوره، فهذه الفئة تعدّ طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والحفاظة عليها لتأمين مستقبلها ومستقبل المجتمع.
2. الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، لدى فئة الشباب الجامعي في الأردن ودرجة واشباعاتها لحاجاتهم.

3. تمهيد الطريق أمام إجراء عدد من الدراسات التي تتناول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها بصورة علمية وشاملة، بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي، وإثراء المكتبة العربية بدراسة حديثة من هذا النوع .

الأهمية العملية:

- التعرف على استخدامات الشباب في الجامعات الأردنية على مواقع التواصل الاجتماعي، ومحاولة توضيح الاستخدامات الأمثل لهذه المواقع لإحداث التنمية في أوساط الشباب.
- التعرف على دوافع استخدام الشباب في الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المطلوبة التي يسعون إلى تلبيتها من خلال هذه الاستخدامات .
- يتوقع أن يستفيد من نتائج هذه الدراسة الشباب في الجامعات الأردنية بشكل عام حول الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي.

هـ. تعريف المصطلحات:

الاستخدام: يعرفه⁽³⁾ بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام .

الإشباع: الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما، فالإشباع في نظرية التحليل النفسي تعني خفض التنبيه والتخلص من التوتر، ووفق نظرية الاستخدام و الإشباع فان الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة، يطلق عليها الإشباع⁽⁴⁾ .

مواقع التواصل الاجتماعي:

هي تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة - Node)، بحيث يتم إصال 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⁽⁵⁾.

الجامعات الأردنية: ويقصد بها عينة الدراسة من الجامعات الاردنية(جامعة اليرموك الحكومية وجامعة البترا الاهلية).

و. حدود الدراسة:

الحدود المكانية: (جامعة اليرموك الحكومية في محافظة اربد وجامعة البترا الاهلية في عمان) في المملكة الأردنية الهاشمية.

الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الثاني للفترة من 23 شباط 2014 - 23 حزيران 2014.

الحدود البشرية: الشباب الجامعي في كل من جامعة اليرموك الحكومية وجامعة البترا الاهلية.

ح.محددات الدراسة:

✓ تتحدد هذه الدراسة بمجموعة من المحددات على النحو الآتي:

✓ تقتصر نتائج الدراسة على إجابات أفراد العينة على الاستبانة التي سيتم تصميمها وتوزيعها على طلبة جامعتي اليرموك الحكومية والبترا الاهلية الأردنيتين.ولذلك لايمكن تعميم نتائجها على غير طلبة الجامعتين مجتمع الدراسة.

✓ قلة الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة وخاصة في البيئة الأردنية.

ط. الدراسات السابقة: وتم ترتيبها من الاحدث الى الاقدم.

❖ دراسة الدليمي (2011) وعنوانها الفيس بوك والتغير في تونس ومصر.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب الأحداث في تونس ومصر، ودور الفيس بوك فيها، باستخدام المنهج الوصفي. وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في إنجاح ثورتي تونس ومصر، لأنها سهّلت من عملية التواصل بين الناس واختصرت المسافات بينهم، وأن هذه الوسائل عملت على إثارة وعي الجمهور وتوجيهه نحو سلوكيات معينة، بزيادة المعلومات المرسلّة للتأثير على القطاعات المستهدفة من الجمهور.

❖ دراسة حافظ (2011) وعنوانها تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدوافع الحقيقية للتواصل بين الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية. وأكدت الدراسة أن تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية يعد ظاهرة اجتماعية أكثر منها ضرورة أحدثتها التكنولوجيا الحديثة. وأظهرت أن إدمان الفئة الشبابية على الاستخدام المفرط للشبكات الاجتماعية، أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة لإقامة علاقات اجتماعية في البيئة المجتمعية الواقعية، وتراجع الاتصال الشخصي في مقابل التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، الأمر الذي يؤدي إلى جنوح الشباب نحو الاغتراب الاجتماعي.

❖ دراسة (الدماري، 2010) بعنوان الطلاب والشبكات الاجتماعية مع التطبيق على عينة من طلبة كلية الفنون والإعلام بجامعة الفاتح في ليبيا لمستخدمين للفيس بوك كشبكة بهدف البحث في الإشباع المتحققة من جراء استخدامه.

وتوصلت الدراسة إلى إن الفيس بوك كشبكة اجتماعية يستخدم من معظم الطلبة وهم من يجربون بعض عنه، وان السبب الرئيسي لاستخدامه هو اكتساب معارف وتعمق أكثر بالعالم والتواصل مع أناس ذا اهتمام مشترك.

كما اجمع كل الطلبة إن الاستخدام المفرط للفيس بوك يؤدي إلى الانشغال عن القراءة ويؤدي إلى الكسل والتراخي.

❖ وفي دراسة لشركة كيتشوم بلون (2011): "الفيس بوك وحماية الخصوصية الفردية"، أجريت هذه الدراسة في ألمانيا على (الفيس بوك)، وأظهرت نتائج مثيرة للاهتمام على الصعيد العالمي، لأهمية الشبكة الاجتماعية (الفيس بوك)، التي وصل عدد مستخدميها نحو (800) مليون مستخدم، وإن (20) مليون منهم يأتي من ألمانيا وحدها، وبينت الدراسة إن (9) من عشرة من مستخدمي الشبكة الاجتماعية (فيس بوك) لديهم قلق حول سوء استخدام المعلومات الشخصية الخاصة بهم على موقع التواصل المشهور، وإن (6%) فقط من المستطلعين هم مع حماية خصوصياتهم على شبكة الإنترنت، وقال (80%) إنهم لا يسمحون للجميع بالوصول إلى الصور الخاصة بهم، وإن (12%) لديهم تحفظات، ولكن (8%) فقط عملوا ما يلزم لتأمين صورهم وتبادلها مع الأصدقاء والمعارف، وإن (50%) ينشر صورهم بلا قيود على الإنترنت.

وقد أجريت الدراسة على (1000) شخص تبدأ أعمارهم من سن 14 فما فوق، وعلى حد قول الشركة (كيتشوم بلون) إنها أجرت الدراسة لحماية العملاء في تطوير استراتيجيات وسائل الإعلام الاجتماعية.

❖ وفي دراسة موقع بيت.كوم (2011): "غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للدردشة"، أظهرت دراسة حديثة إن غالبية مستخدمي الإنترنت في الدول العربية يلجئون إلى الشبكة الإلكترونية للدردشة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، مقارنة بمستخدمي الإنترنت لأغراض أخرى، مثل التعلم عبر الإنترنت أو التسوق الإلكتروني أو البحث عن وظيفة. وذكرت الدراسة المتخصصة التي أجراها موقع "بيت.كوم" أحد أكبر مواقع التوظيف في الشرق الأوسط، إن السبب الرئيسي لاستخدام الإنترنت في المنطقة العربية، يعود إلى المشاركة في النشاطات الاجتماعية على الشبكة الإلكترونية، بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصفة يومية.

❖ دراسة (أرين كاربنسكي 2010) بعنوان : أثر موقع " فيس بوك " على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات، وقد طبقت الدراسة على (219) طالبًا جامعيًا، حيث أظهرت النتائج أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الانترنت وتصفح موقع " فيس بوك " أكبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات.

❖ دراسة فانسون ميشيل (Meshel, 2010) وهدفت الى التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامه (1600) شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، وقد أظهرت النتائج أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي قد أشاروا بأنهم يقضون وقتًا أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.

وكانت دراسة (خضر، 2009) حول الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيس بوك، وسعت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب المصري لموقع الفيس بوك، والكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية والصدقات التي يكونها الشباب المصري وألوية تفضيلهم لها عند التعامل مع أصحابها، والتعرف على طريقة تعبير عينة الدراسة عن حالتهم النفسية والاجتماعية من خلال استخدامهم موقع الفيس بوك.

وتوصلت دراسة أجرتها جامعة تكساس الأمريكية (2009)، إلى أن الناس يقبلون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع (فيس بوك) بهدف التعبير عن حقيقة شخصياتهم، بدلا من رسم صور مثالية

عنها، حيث إنها تشبع لدى معظم المستخدمين حاجتهم الأساسية لتعريف الآخرين بأنفسهم .

كما بينت دراسة العتيبي (2008) التي هدفت للتعرف على تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية، أن نسبة انتشار استخدام (الفيس بوك) بين طلاب الجامعات السعودية وطالباتها بلغت (77٪) وأن دور الأهل والأصدقاء وتأثيرهم في التعرف عليه بدافع تمضية الوقت، كعامل رئيس لاستخدامه، حيث جاء هذا العامل في المرتبة الأولى في الإشاعات المتحققة من استخدامه، وخلصت العينة إلى أن (الفيس بوك) حقق ما لم تحققه الوسائل الإعلامية الأخرى، وأن استخدام الفيس بوك كان له تأثيره على الشخصية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى .

الإطار النظري

اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، الذي من أهم محدداتها الأساسية الجمهور النشط، الذي تتلخص أبعاده في:

- ✓ الانتقائية.
- ✓ تحقيق المنفعة.
- ✓ العمدية في الاستخدام.
- ✓ مقاومة التأثيرات غير المرغوبة.
- ✓ المشاركة.

وتظهر المشاركة في أجلي صورها في أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يتبادلون المعلومات ومضامين (Mult Media) و أنهم صانعو ومنتجو المحتوى الإعلامي المقدم من خلال المواقع إرفاقا وتعليقا على المواد مع غيرهم من مستخدمي آخرين. ويتمثل تطوير نظرية الاستخدامات والإشباع في دراسات الإعلام الجديد في عدة أمور، منها تحديد دوافع وإشباع خاصة بالإعلام

الجديد، مثل استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي، والتفاعل، والحضور الافتراضي⁽⁵⁾.

وتطبيقاً على نظرية الاستخدامات والاشباعات تتضح الإشباعات التالية التي يرغب الجمهور في تلبيتها عبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي⁽⁶⁾:

1- كبديل عن الاتصال الشخصي. 2- الإدراك الذاتي عن الجماعات المختلفة من الناس. 3- تعلم السلوكيات المناسبة. 4- كبديل أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى. 5- المساندة المتبادلة مع الآخرين. 6- التعلم الذاتي. 7- التسلية والأمان والصحة.

التوقع والإشباع في مواقع التواصل الاجتماعي:

كما سبق يتضح أن هذه النظرية تشير إلى أن الرغبات التي يسعى الجمهور إلى إشباعها عن طريق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي (الحاجات الترفيهية والعاطفية والمعرفية وتحقيق التواصل الاجتماعي.. الخ)، من خلال الاندماج في المضمون الإعلامي. لذا يمكن القول إن نظرية الاستخدامات والاشباعات تعدّ من ملائمة لدراسة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها.

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي

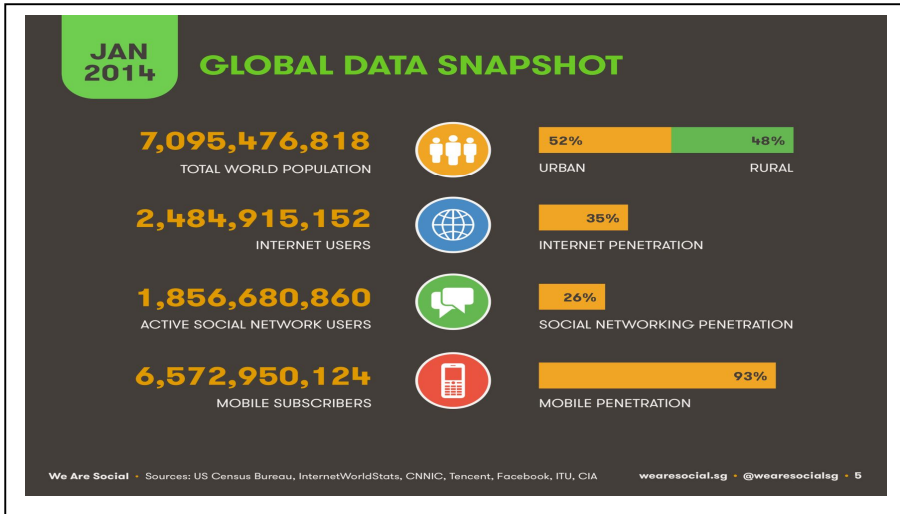
تشكل التكنولوجيا الحديثة في أهم جوانبها حصيلة مهمة من المعارف المنظمة التي تتصل بالمليادين والاكتشافات والاختراعات وخاصة في حقول الاتصال ووسائله المختلفة والتي تعبر بشكل واضح عن الأسلوب الذي اختارته المجتمعات في التعامل مع محيطها للاستمرار في الحياة وبلوغ التقدم المنشود⁽⁷⁾.

و تظهر الإحصاءات العالمية تزايد الإقبال على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في جميع أرجاء العالم والمنطقة، مع تنوع غير مسبوق في مضامينها العامة والخاصة، وأضحى استخدامها واضحاً بين فئات الجمهور بشكل

عام وجهور الشباب بشكل خاص لا سيما مع الانخفاض المستمر في كلفة الاشتراك بشبكة الانترنت.

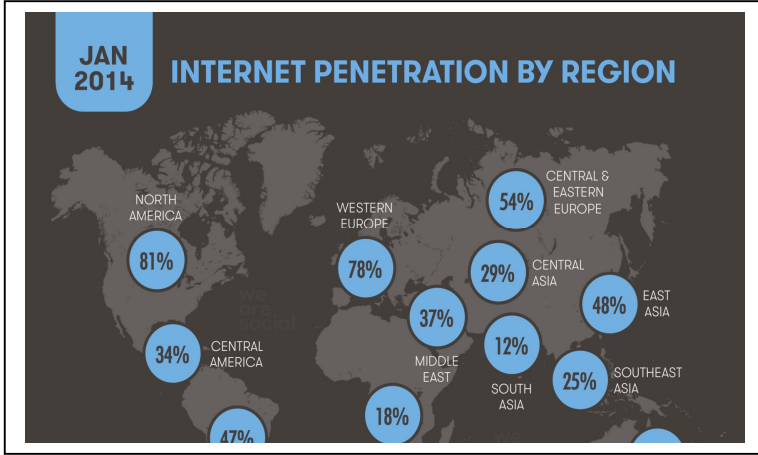
وفي الوقت الذي يشهد فيه الأردن تحديات سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية أصبحت تلك الشبكات تسيطر على أوقات وأفكار الشباب بشكل خاص ، فأصبحوا يقضون اغلب أوقاتهم وراء شاشات الكمبيوتر باستخدام هذه المواقع لأغراض تختلف باختلاف احتياجاتهم في حياتهم اليومية لترسم بتردداتها إيقاع يومهم، وبهذا فهي أصبحت شديدة الالتصاق بهم أو بالتعبير الأدق أصبح الشباب شديداً الالتصاق بها والتماهي مع وسائلها المتعددة⁽⁸⁾.

إرتفع عدد مستخدمي الإنترنت في كل مناطق العالم بشكل إجمالي، حيث يقدر اليوم وجود نحو 2.5 مليار مستخدم وهو ما يقارب نسبة 35 بالمئة من سكان العالم.

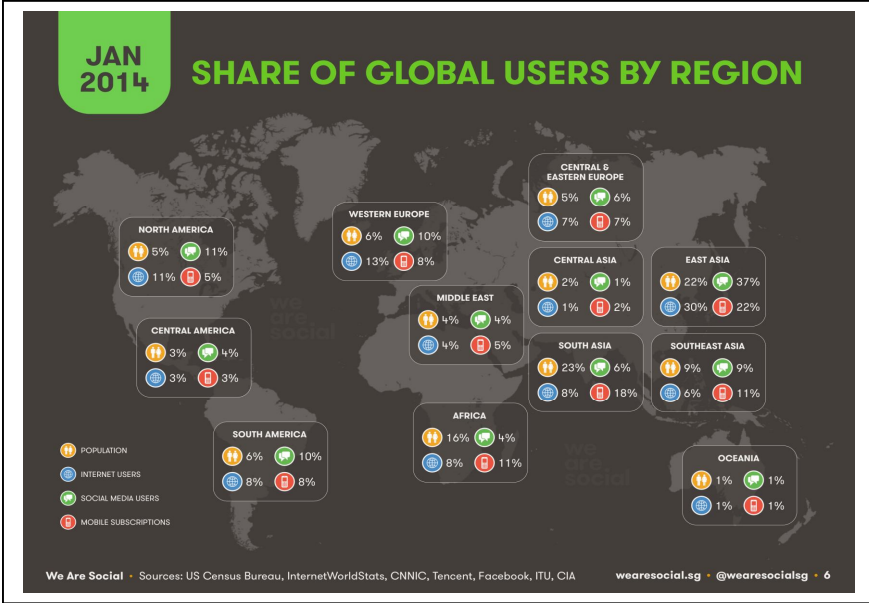


وعلى الرغم من أن البيانات المدرجة أعلاه تمثل وجود زيادة سنوية بـ150 مليون مستخدم مقارنة بمستخدمي العام 2013، إلا أن أرقام العام الحالي

تبقى غير مكتملة، وهذا في الوقت الذي تشير فيه تقديرات الإتحاد الدولي للإتصالات (ICU) إلى أن هناك 3 مليار مستخدم للإنترنت على الأرجح.



زيادة على هذا، تبقى نسب المستخدمين غير موزعة بالتساوي بين أجزاء العالم المختلفة، ففي الوقت الذي تكافح فيه بعض المناطق للوصول إلى نسبة استخدام مقبولة خصوصاً في إفريقيا ووسط وجنوب آسيا، فإن مناطق تصل فيها نسب استخدام الإنترنت إلى مستويات قياسية تتخطى حاجز 80 بالمائة كما هو الحال مع منطقة أمريكا الشمالية. والسبب هنا يعود إلى المساهمة الكبيرة التي تحدثها عملية استخدام الإنترنت عبر الموبايل.

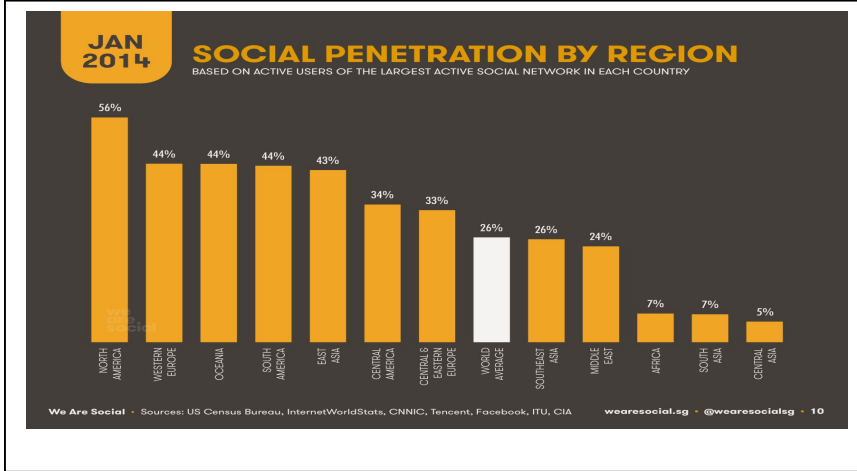


ويبدو واضحاً من البيانات أيضاً أن الإتصالات المتنقلة (Mobile Connections) ستلعب دوراً هاماً في إحداث الفارق في نسب استخدام الإنترنت بين مختلف مناطق العالم، كما أن تجاوز نسبة اشتراكات الموبايل لمجموع عدد السكان في بعض البلدان، وزيادة انتشار الهواتف الذكية على الصعيد العالمي يسهم في القول أن معظم سكان العالم أصبح لديهم الآن فرصة حقيقية للوصول للإنترنت.

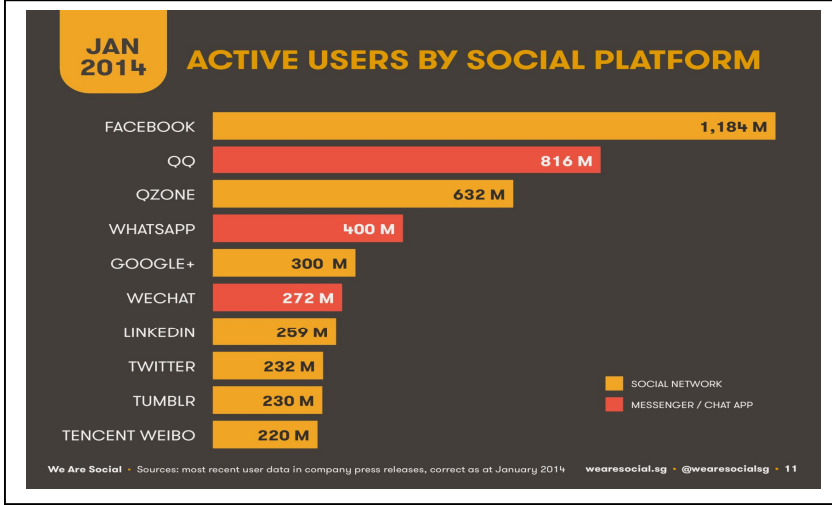
وتتعزيز هذه الفرصة اليوم مع التطور الكبير في جيل شبكات المحمول، زيادة على المنافسة الكبيرة بين المشغلين، والتي اسهمت بشكل كبير إلى انخفاض تكاليف البيانات المتنقلة، وبالتالي فإنه من المحتمل جداً أن يتزايد اهتمام الناس بخدمات الإنترنت خصوصاً في الدول النامية.

المنصات والشبكات الإجتماعية

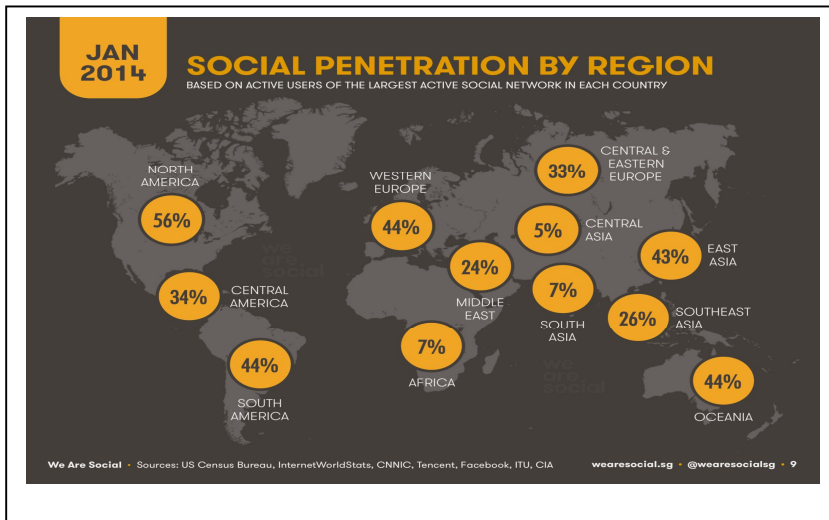
تواصل المنصات والشبكات الإجتماعية تحقيق معدلات نمو كبيرة من حيث نسبة الإستخدام، حيث تمكنت أعلى تلك الشبكات من إضافة أكثر من 135 مليون مستخدم جديد خلال العام 2013.



كما يظهر من خلال البيانات أيضاً إلى أن المناطق التي تستحوذ على أكبر نسب مستخدمي الإنترنت هي نفسها التي تمتلك أعلى نسب انتشار لمستخدمي الشبكات الإجتماعية النشطين، حيث تأتي منطقة أمريكا الشمالية في المرتبة الأولى بنسبة 56 بالمئة تليها أوروبا الغربية بـ44 بالمئة، بينما تحتل منطقة الشرق الأوسط المركز التاسع بـ24 بالمئة.



هذا ويعتبر الفيس بوك اليوم أشهر المنصات الإجتماعية وأكثرها شعبية، حيث يلاحظ من خلال البيانات احتلاله للمركز الأول من حيث عدد المستخدمين النشطين والذي وصل حالياً إلى 1184 مليون مستخدم. كما يأتي تطبيق الواتس آب (WhatsApp) في المركز الرابع متخطياً بذلك شبكة قوقل الإجتماعية (+Google) من حيث عدد المستخدمين النشطين والذي وصل إلى 400 مليون مستخدم.



من جانب مقابل تعكس كل من البيانات الخاصة بمستخدمي الإنترنت من جهة ونسبة انتشار المنصات الإجتماعية حسب المنطقة من جهة أخرى التوجه العام لإستخدام الإنترنت، والذي يتجسد بشكل عام حول استخدامها بهدف التواصل مع الأصدقاء عبر منصات وقنوات التواصل الإجتماعي بالدرجة الأولى. في الأخير فإن الهواتف المحمولة ستلعب ادوراً أساسياً في تعزيز مشهد استخدام شبكات التواصل، فما يقارب ثلاثة أرباع من مستخدمي الفيس بوك اليوم يستطيعون الوصول إلى الشبكة من خلال الهاتف فقط، بينما تعتمد خدمة Wechat وواتس آب وانستجرام اعتماداً كلياً على نظام التشغيل الخاص بالهواتف الذكية.

إستخدام الانترنت في الدول العربية في القارة الافريقية

عدد مستخدمي الانترنت في الدولة العربية في قارة افريقيا
مصر
المغرب
الجزائر
السودان
تونس
ليبيا

إستخدام الانترنت في الدول العربية في القارة الاسيوية

عدد مستخدمي الانترنت	الدول العربية في قارة آسيا
9.800.000	السعودية
3.935.000	سورية
3.777.900	الامارات
1.741.900	الاردن
1.236.000	عمان
1.100.000	الكويت
1.000.000	لبنان
649.300	البحرين
325.000	العراق

بعض الخصائص المشتركة لمواقع التواصل الاجتماعي

أهم هذه الخصائص ما يلي⁽⁹⁾:

أ- الملفات الشخصية ب- الأصدقاء / إقامة العلاقات ج- خاصية إرسال الرسائل د- ألبومات الصور هـ- المجموعات أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشاراً⁽¹⁰⁾.

موقع فيس بوك:

▪ موقع twitter:

▪ موقع يوتيوب: you tube:

▪ موقع ماي سبيس: my space:

▪ موقع فريند إيستر: friend ester:

الطريقة والإجراءات :

أولاً: منهج الدراسة

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، وسعى الباحث من خلال هذا المنهج أن يوضح ويفسر ويقيم نتائج الدراسة.

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة جامعتي اليرموك والبالغ عددهم (40000 طالب وطالبة)، وجامعة البترا والبالغ عددهم (7465 طالب وطالبة) وفق إحصائيات⁽¹¹⁾.

عينة الدراسة

قام الباحث باستخدام العينة العشوائية وفي هذا النوع من العينات يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع نفس الفرصة للاختيار والظهور في العينة، وقد تم توزيع

(425) استبانة على عينة الدراسة وقد تمكن الباحث من استرداد (412) استبانة من عينة الدراسة تمثل ما نسبته (96٪) من مجموع العينة التي تم توزيعها.

مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً مناقشة النتائج:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها عليهم ، وفيما يلي أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: هناك (87.6٪) من الطلبة يتابعون موقع (Face Book) ويتابعون وموقع تويتر بنسبة بلغت (5.8٪) وهذا يدل على توجه كبير من الشباب في الجامعات الأردنية نحو استخدام موقع الفيس بوك. كما اتضح أن (44.9٪) من الطلبة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي عبر هواتفهم المحمولة، و(30.6٪) منهم يتصفحونها عبر أجهزتهم المحمولة (Laptop) و(12.9٪) من الطلبة يتصفحونها عبر الكمبيوتر المكتبي، و(11.7٪) منهم يتصفحونها عبر الآي باد (I pad).

1. ما دوافع استخدامات الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

في المرتبة الأولى كان دافع استخدام الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل وحاز على نسبة (89.174٪)، تلاها دافع الترفيه والتسلية بنسبة وصلت إلى (87.038٪). ومن بعد ذلك دافع الاستخدام لأغراض دراسية بنسبة وصلت إلى (79.80٪)، ومن ثم دافع البحث عن أصدقاء الطفولة بنسبة بلغت (78.59٪)، تلاها دافع معرفة الأخبار السياسية بنسبة (74.51)، ومن ثم دافع معرفة الأخبار الفنية (73.93٪)، ومن ثم تلاه دافع إقامة علاقات اجتماعية جديدة بنسبة بلغت (73.39٪)، وأتى بعد ذلك دافع نقل الصورة الحقيقية للأوضاع في المملكة بنسبة وصلت إلى (73.15٪)، أما دافع معرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية فكانت نسبته (72.86٪)، بينما كان

دافع معرفة أخبار الرياضة بنسبة (72.71)، وجاء بعد ذلك دافع معرفة أخبار الاقتصاد بنسبة وصلت إلى (69.80٪)، أما الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لغايات التسوق فكانت نسبتهم (67.71٪)، تلاها دافع التعبير عن الآراء السياسية بحرية بنسبة (65.53٪)، ومن ثم جاء دافع الترويج والإعلان عن الأعمال التجارية الخاصة بنسبة (61.31٪)

2. ما الإشباعات المطلوبة التي يسعى الشباب في الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

يرى (86.21٪) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباع اجتماعي من خلال خلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء، ويرى (81.06٪) منهم أنها تحقق إشباع معرفي من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة، بينما يرى (80.72٪) أنها تشبعهم معرفياً أيضاً من خلال تزودهم بمعلومات عن العالم، كما يعتقد (80.48٪) منهم أنها تشبع رغبة حب الاستطلاع لديهم،، بينما يرى (77.81٪) أنها تشبع حاجتهم المعرفية في المواضيع من خارج تخصصهم.

كما إن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً نفسياً وذلك من خلال تجاوز الخجل لدى المنطويين نفسياً من الطلبة، ما تحقق إشباعاً روحياً لدى (74.70٪) من الطلبة من عينة الدراسة. كما تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الإشباع النفسي وذلك عبر تقييم الطالب لذاته في عيون الآخرين لدى (73.39٪) من الطلبة، كما تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الإشباع العلمي وذلك عبر مناقشة الطلبة بعضهم البعض في المحتوى الدراسي. بينما يعتقد قرابة الـ(70.19٪) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تحقق إشباع اقتصادي إذ إنها تساعد في البحث عن فرص عمل أفضل.

أما (69.75٪) من أفراد العينة فيعتقدون إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تقلل الشعور بالنقص لدى بعض الطلبة لأن الناس أمام شاشات الحواسيب متساوون، بينما يرى ما نسبته (67.81٪) من أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق الاتزان النفسي لديهم، وعلى جانب آخر يرى

(67.57%) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تطوير المهارات التقنية لهم مما يحقق لهم الإشباع الاقتصادي، وكانت أقل الإشباع تحقياً من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إنها تحقق الإشباع العاطفي.

3. ما علاقة متغير الجنس بدوافع استخدامات الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

بينت نتائج الدراسة إنه لم تكون هناك فروق بين الطلاب والطالبات في الإشباع التي يرغبون في تلبيتها باختلاف متغير الجنس وكانت الإشباع متقاربة ومتنوعة ما بين الإشباع المعرفية والنفسية والعاطفية والاجتماعية والاقتصادية. ولكن اتضح إن هناك اختلاف بين الذكور والإناث من طلبة الشباب في الجامعات الأردنية (عينة البحث) في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي. حيث كان هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية وكانت الفروق لصالح الذكور وهذا يعود إلى اهتمام الذكور أكثر بالقضايا السياسية والاقتصادية والرياضية.

وعلى جانب آخر كانت هناك فروق في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الفنية وكانت الفروق لصالح الطالبات الإناث، وهذا يعود إلى زيادة اهتمام الطالبات بالأخبار الفنية. كما كان هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن أصدقاء الطفولة وكانت الفروق لصالح الإناث، كما كانت هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لغايات التسوق وكانت الفروق تعزى للطالبات الإناث، وهذا يعود إلى رغبة حب التسوق التي تتميز بها المرأة عن الرجل على وجه العموم.

كما كان هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في شؤون الدراسة الجامعية للأغراض الدراسية وكانت الفروق لصالح الطالبات

الإناث، كما تبين إن هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الترفيه والتسلية وكانت الفروق لصالح الطالبات، كما اتضح إن هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية وكانت الفروق تعزى للطالبات الإناث. وهذا يعود إلى طبيعة اهتمام الإناث باستخدام مواقع التواصل للأغراض الدراسية والأنشطة الاجتماعية وأخيراً بهدف التسلية والترفيه.

4. ما علاقة متغير المرحلة الدراسية بدوافع استخدامات الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

بينت النتائج إنه لا توجد فروق في استخدامات الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغير المرحلة الدراسية، حيث يستخدمها الطلبة في مرحلة البكالوريوس والماجستير للتواصل الاجتماعي ومعرفة الأخبار المتنوعة وللتسلية والترفيه، وللأغراض الدراسية.

بينما كان هناك اختلاف بين المراحل الدراسية المختلفة للشباب في الجامعات الأردنية في الإشباع التي يسعون لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث تشبع مواقع التواصل الاجتماعي طلبة البكالوريوس معرفياً وتزودهم بمعلومات عن العالم أكثر من غيرهم من طلبة الماجستير. كما تخلق مواقع التواصل الاجتماعي جواً اجتماعياً وتواصلًا بين الزملاء في درجة البكالوريوس أكثر من طلبة الماجستير.

بالإضافة إلى ذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً علمياً عبر مناقشة الطلبة بعضهم في المحتوى الدراسي لدى طلبة البكالوريوس أكثر من غيرهم من طلبة الماجستير. إلى جانب أن مواقع التواصل الاجتماعي تشبع حاجات طلبة البكالوريوس المعرفية في خارج تخصصهم أكثر من طلبة الماجستير. كما تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير مهارات طلبة البكالوريوس التقنية وبالتالي تحقق إشباعاً اقتصادياً في توفير فرص عمل أفضل لدى طلبة البكالوريوس أكثر من طلبة الماجستير. بالإضافة إلى ذلك فإن مواقع التواصل

الاجتماعي تحقق الاتزان النفسي و تقلل الشعور بالنقص لدى طلبة البكالوريوس بدرجة أعلى من طلبة الماجستير.

5. ما علاقة متغير العمر بدوافع استخدامات الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

بينت النتائج إنه لا توجد فروق في الإشباع التي يسعى الشباب في الجامعات الأردنية لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغير العمر. ومن ناحية أخرى اتضح إن هناك اختلاف بين الفئات العمرية المختلفة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كان هناك اختلاف حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار السياسية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أكثر من 31 سنة). كما اتضح وجود اختلاف في استجابات الشباب في الجامعات الأردنية باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الرياضية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من 21 إلى 25 سنة).

وتبين إن هناك اختلاف في استجابات الشباب في الجامعات الأردنية باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الفنية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من 20 سنة). واتضح إن هناك اختلاف في استجابات الشباب في الجامعات الأردنية باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغايات التسوق وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من 21 إلى 25 سنة). كما كان هناك اختلاف في استجابات الشباب في الجامعات الأردنية باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج والإعلان عن التجارة الخاصة وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من 21 إلى 25 سنة).

كما وُجد اختلاف في استجابات الشباب في الجامعات الأردنية باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في شؤون الدراسة الجامعية

لأغراض دراسية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من 21 إلى 25 سنة). وتبين وجود اختلاف في استجابات الشباب في الجامعات الأردنية باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الترفيه والتسلية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من 20 سنة). وكان هناك اختلاف في استجابات الشباب في الجامعات الأردنية باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من 20 سنة).

6. ما علاقة متغير التخصص بدوافع استخدامات الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أشارت النتائج إلى فروق في الإشباع التي يسعى الشباب في الجامعات الأردنية لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغير التخصص. حيث كان هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تحقيق الإشباع النفسي وتجاوز الخجل لدى المنطويين نفسياً وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. وكانت هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تحقيق الإشباع العاطفي وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. وكانت هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تحقيق الاتزان النفسي لدى الطلبة، وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية.

وكانت هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تقليل الشعور بالنقص لدى بعض الطلبة، وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية.

كما لاحظ الباحث وجود اختلاف بين التخصصات المختلفة من الشباب في الجامعات الأردنية في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي. حيث اتضح وجود اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات

العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإقامة علاقات اجتماعية جديدة وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية.

وتبين وجود اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الفنية وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. ووجدت اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع في المجتمع وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. ولُوحظ وجود اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية.

ثانياً التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يلي:

1. ضرورة قيام الجامعات باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الإشباع النفسية والاجتماعية والمعرفية لدى الشباب في الجامعات الأردنية من خلال إثرائهم بالمعارف من خارج تخصصاتهم وعبر توجيههم نحو الأنشطة الاجتماعية المفيدة لهم ولمجتمعهم المحلي.
2. ضرورة أن تقوم مراكز البحوث في الجامعات بإجراء دراسات علمية للمضامين المتاحة على الشبكات الاجتماعية و واقع استخدامات الأفراد لها، بحيث تحقق الإشباع المطلوبة من قبل الطلبة.
3. ضرورة تحصين الشباب في الجامعات الأردنية من مضار الاستخدامات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال الوعظ والإرشاد، وعقد الندوات التوعوية في مختلف وسائل الإعلان لبيان سلبيات الاستخدام السيئة لهذه المواقع على سلوكيات المستخدمين. مع التوعية بطرق الاستخدام

الأمثل لمثل هذه المواقع، والفوائد المترتبة على هذا الاستخدام، وبما ينعكس إيجاباً على الطلبة.

1. ضرورة تعيين خبراء في الإعلام وعلم الاجتماع لإدارة مواقع التواصل الاجتماعي الجامعية لتحقيق اشباعات الشباب في الجامعات الأردنية بما يفيدهم في حياتهم داخل الجامعات وخارجها.

2. ضرورة إجراء دراسات مشابهة لهذه الدراسة، على شرائح المجتمع المختلفة، وبيان الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدامات هذه الشرائح لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

❖ هوامش البحث

- (1) كرم، سمر : وسائل الإعلام الحديثة: وسيلة نفاهم أم عقبة أمام حوار جاد. مكتبة النور، الرياض، 2008.
- (2) البلوشي حسين: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العزلة الاجتماعية لدى طلبة الكويت المغتربين في جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة 6 أكتوبر، مصر، 2011.
- (3) Le Coadic, 2001, Yves-François,(2001), use and users of information, ABS Paris. p65.
- (4) بومعيزة، السعيد: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية لمنطقة البلدية، (أطروحة دكتوراه)، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 61 .
- (5) الدليمي، عبد الرزاق: الاعلام الاسلامي، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن، 2013.
- (6) الراوي، بشرى، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مدخل نظري، مؤتمر فيلادلفيا الدولي السابع عشر، ثقافة التغيير، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، 2013.
- (7) الدليمي، عبد الرزاق: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2011.
- (8) الرعود، عبدالله: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الاوسط، عمان، الأردن، 2012.
- (9) الدرّاب، 2011.

(10) الدليمي، عبد الرزاق،(2011)، الصحافة الإلكترونية والثورة الرقمية ، دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن.

❖ المراجع والمصادر العربية والاجنبية

(1) البلوشي، حسين،(2011)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العزلة الاجتماعية لدى طلبة الكويت المغتربين في جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة 6 أكتوبر، مصر.

(2) بومعيزة، السعيد،(2006)، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية منطقة البليدة، (أطروحة دكتوراه)، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

(3) التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية،(2008)، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان.

(4) حافظ، عبده (2011)، تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي - وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، كلية الإعلام، جامعة البتراء، عمان.

(5) حسن، همّت. (2010)، دراسات في نظريات الإعلام، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

(6) الحيدري، عبد الله زين، الإعلام الجديد: النظام والفوضى، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م، ص128.

(7) الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية:دراسة على مستخدمي الفيس بوك. بحث مقدم للمؤتمر العلمي الاول بعنوان: الاسرة وتحديات العصر15-17 فراير.جامعة القاهرة، كلية الاعلام

(8) الدليمي، عبد الرزاق (2011)، الفايسبوك والتغير في تونس ومصر، المؤتمر العلمي، دور وسائل الاعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي، مجلة الاتصال والتنمية

- (9) الدليمي، عبد الرزاق، (2012)، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، دار المسيرة، عمان، الاردن.
- (10) الدليمي، عبد الرزاق، (2011)، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- (11) الدليمي، عبد الرزاق، (2011)، الصحافة الإلكترونية والثورة الرقمية ، دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن.
- (12) الدليمي، عبد الرزاق، (2013)، الاعلام الاسلامي، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن.
- (13) راضي، زاهر، (2003) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 15 ، جامعة عمان الأهلية، عمان.
- (14) الراوي، بشرى، (2013) دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مدخل نظري، مؤتمر فيلادلفيا الدولي السابع عشر، ثقافة التغيير، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن.
- (15) الرعود، عبدالله (2012) "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الاوسط، عمان، الأردن.
- (16) صادق ، عباس مصطفى ، (2011)، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.
- (17) عبد الجليل، موسى آدم (2011) كيف ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إضعاف العادات والتقاليد وتقليص العلاقات الاجتماعية، مؤتمر الدوحة التاسع لحوار الأديان 245-26 أكتوبر ، الدوحة، قطر.
- (18) العتيبي، جارح، (2008) ، تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية، رسالة ماجستير غير منشوره ، الرياض : كلية الآداب ، جامعة الملك سعود.
- (19) العياضي، نصر الدين، (2009)، ألرهانات الاستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي/ نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، أبحاث المؤتمر الدولي،

الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م، ص18.

(20) الكحكي، عزة مصطفى، (2009)، استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م، من ص 269 الى ص 272.

(21) كرم ، سمر (2008)، وسائل الإعلام الحديثة: وسيلة تفاهم أم عقبة أمام حوار جاد. مكتبة النور، الرياض.

(22) مكاوي، حسن عماد. والسيد، ليلي حسين. (2010). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط2، الدار المصرية اللبنانية/ القاهرة، مصر.

(23) الموسوي، محمد (2004) النظرية الإعلامية، جامعة البحرين، كلية التربية.

(24) هارتلي، جون (2007)، الصناعات الإبداعية، ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، عالم المعرفة، الكويت.

(25) Aren, Karbiniski.(2010) Facebook and the technology revolution, N,Y Spectrum Publications.

(26) Katz, et al.,” Utilization of Mass Media by Individuals”. In Blumler and Katz (ed.),(1974) The uses of Mass Communication. London, Faber2 Faber

(27) Le Coadic, Yves-François,(2001), use and users of information, ABS Paris.

(28) Meshel,Vansoon.,(2010) Facebook and the invasion of technological communities , N.Y, New York.

(29) Muise, Amy, Christofides, Emily & Desmarais, Serge. (2009). More Information than you Ever Wanted: Does Facebook Bring out the Green-Eyed

Monster of Jealousy?, *Cyberpsychology & Behavior*. Vol. 12, No. 4, 2009, pp. 441-444.