

المخلص

تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دوراً فعالاً في إمداد الإنسان بكثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات، الأمر الذي يسهم في تشكيل وعيه وبإعداده ليكون أكثر قدرة على التأثير بالآخرين واستمالتهم.

تساعد تأثير الشبكات الرقمية على المشتركين ولاسيما فئة الشباب التي تعد الأكثر تفاعلاً مع هذه الشبكات إلى الحد الذي أصبحت تنافس فيه وسائل الإعلام التقليدية في تشكيل آرائهم حول العديد من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، واستطاعت إبراز الأحداث الجارية في العالم بصورة أكثر فاعلية من وسائل الإعلام التقليدية المتمثلة بالإذاعة والتلفزيون وغيرها.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج ملموسة تسهم في تنظيم هذه السوق التي تتجاذب فيها شبكات التواصل الاجتماعي المشتركين بوضع قوانين تحكم عملية التواصل، ففي ظل الانفتاح الإعلامي الذي يشهده عالم العولمة الاتصالي أصبحت الرقابة أمراً لا معنى له؛ بل يجب توعية الشباب للرسائل المضللة والإشاعات الهدامة التي تستهدفهم وتؤثر على مسار حياتهم.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، العولمة الإعلامية، الشباب.

ABSTRACT

Youth Attitudes Toward Social Networking Model Petra Students

Social networks play a key role in supplying much of human information, attitudes and trends, which contributes to the formation of consciousness and being prepared to be more able to influence others and to co-opt. The increasing influence of digital networks to the participants, especially young people, which is the most interaction with these networks to the extent that it became a competition in which the traditional media in shaping their views on many issues of political, economic, social, and was able to highlight the events in the world more effectively than traditional media of radio, television and others.

Theres earch found concrete results contribute to the or ganization of this market, which attract each other in social net works of participants to draw up laws governing the process of communication, in the light of openness to the media witnessed by the world of globalization, communication has become the control order does not make sense; but must educate young people for messages mis information and rumors destructive argeted and affect the course of their lives.

Key Words: Social Networking, Globalization, Media, Youth

المقدمة

دفعت الشبكات الاجتماعية إلى ولوج الملايين من البشر إلى تفاعلاتها وحاول الباحثون ابتكار منهجيات علمية في دراساتنا. وهناك حقيقة تستوقف المتأمل في دراسة الشبكات الاجتماعية، مؤداها أن الواقع يسير على نحو سريع لم تتواكب مع سرعته النظريات والمنهجيات العلمية التي تشغل بدراسة الشبكات الاجتماعية.

يقف الوطن العربي أمام ثورة إعلامية لا سابق لها في أساليبها، وهي ثورة إعلامية رقمية جسدتها شبكات التواصل الاجتماعي، فغيرت من مفاهيمنا وعاداتنا وأنماط حياتنا وما كان لها أن تنتشر بسرعة هائلة لولا شبكة الانترنت.

أصبح الإعلام السلاح الأشد فتكاً والأكثر دعماً لردود التغيير السياسي والأكثر قدرة على إنتاج الوعي الاجتماعي والسياسي.

قامت شبكات التواصل الاجتماعي بدور يصعب تخيله في الثورات السياسية المعاصرة في تونس ومصر وليبيا وسوريا واليمن إلى حد يجوز القول فيه إن الذي أسهم في إسقاط الأنظمة السياسية في هذه الدول هو هذا النوع من الإعلام.

هناك عوامل اجتماعية واقتصادية وسياسية عديدة في هذه المجتمعات أسهمت بتفجر الثورات فيها، غير أنه كان يصعب نجاح هذه الثورات لولا الحشود الكبيرة التي قام به الإعلام خلال فترات قصيرة لمناصرة المحتجين ودعمهم ومساندتهم.

الوطن العربي أمام ثورة إعلامية بكل المقاييس. ثورة قلبت مفاهيمنا عن الإعلام وأدواره ووظائفه في مجتمعات ما بعد الحداثة، فالإعلام الجديد هو نتاج للواقع الجديد الذي تمخض عن التقدم المذهل في تكنولوجيا الاتصال في مجتمعات ما بعد الحداثة في الغرب .

اليوم يشهد العالم لأول مرة في تاريخ التواصل الاجتماعي شكلاً جديداً من الإعلام هو الإعلام الشعبي أو صحافة الشعب، ونوعاً جديداً من الصحفيين هو : "المواطن الصحفي" بحيث تحول عضو الشبكة الاجتماعية إلى مراسل صحفي ينقل الأحداث التي يراها، بصرف النظر عن مكان وجوده على شكل أخبار عاجلة مرفقة بالصور . ولعل هذا النوع من الإعلام أحدث شكلاً من أشكال العولمة الإعلامية في المجتمعات المعاصرة.

إن سمة الفورية التي يتسم بها هذا النوع من الإعلام هي من سمات الإعلام في مرحلة ما بعد الحداثة، فما يوفره من معلومات وأخبار، يجعله سلاحاً فتاكاً في الحروب المقبلة، وفقاً للنظرية

الإعلامية الجديدة التي ذكرها "جون أركيلا" و"روزفلت" في كتابهما الصادر العام ١٩٩٩، والموسوم بـ "انبثاق سياسة المعرفة" حيث أشار هذان المؤلفان إلى ما يسمى بـ "الحروب المعرفية الافتراضية" كأحد أشكال الحروب في المستقبل وقبلها كان عالم الاجتماع الفرنسي المعروف "جان بودريار" قد قال الشيء نفسه عن القوة التي لعبها الإعلام في حرب الخليج الأولى، فكتب مقالاً العام ١٩٩٩ عن الأسلحة الإعلامية والحرب الافتراضية المستخدمة في تلك الحرب .

هذا النوع من الإعلام يؤكد أن العالم أمام حقيقة إعلامية تفرض نفسها على المجتمع لدراستها وتحليلها وتبيان ما أحدثته من تغيرات ليس في المجال الصحفي وحسب، بل في أنماط التفكير والعادات والمفاهيم ، ولاسيما أن هذا الإعلام تحول إلى "فيروس الكتروني" يتسرب عبر الحدود من دون رقابة .

ويرتبط انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الأردن مع مؤشرات عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن، وتشير إحصائيات الاتحاد الدولي للاتصالات الصادرة نهاية عام ٢٠١١ بارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن إلى ١.٩٨٧.٤٠٠ مستخدم ونسبة ٣٠.٠٥% من عدد السكان، وقد بلغ عدد مشتركى الفيس بوك ١.٩٨٧.٤٠٠ وجاء مساوياً لعدد مستخدمي الإنترنت للمدة ذاتها، وهو مؤشر على ارتفاع نسبة استخدام الأردنيين لشبكات التواصل الاجتماعي^(١).

وكشفت دراسة استطلاعية أجراها مركز أبحاث بيو الأمريكي Pew Research Center في نهاية عام ٢٠١١ بعنوان Global Digital Communication: Texting, Social Networking Popular Worldwide أن نسبة الشباب الأردنيين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي هم الأكثر، فقد جاءت المرحلة العمرية من ١٨-٢٩ بالمرتبة الأولى واحتلت بنسبة ٣٣% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، واحتلت المرحلة العمرية من ٣٠-٤٩ المرتبة الثانية، بنسبة ٣١% بينما احتلت المرحلة العمرية ٥٠ فأكثر المرتبة الثالثة، بنسبة ١٦%، وبينت الدراسة أن هناك فجوة بين الفئات العمرية الكبرى والصغرى بمقدار - ١٧ في معدلات استخدام الإنترنت، والشبكات الاجتماعية^(٢)

مشكلة الدراسة:

أصبح الشباب في ظل وفرة المعلومات الهائلة التي قدمتها شبكة الانترنت وما نتج عنها من تطور أساليب نشر المعلومات، وابتكار ما سمي بشبكات التواصل الاجتماعي؛ أمام طريقة حياة مختلفة في تلقي المعلومات والتفاعل معها، فهم يستهلكون جل أوقاتهم في التعرض لها، فهي بذلك أصبحت عنصراً أساسياً في حياتهم بوصفها ظاهرة عامة تنتشر بينهم، وهي الفئة الأكثر تعاطياً

مع التكنولوجيا الحديثة والتأثر بها، وهي التي تبحث عن أماكن يتاح لها فيها إبداء آرائها بحرية بعيداً عن الرقابة، مما يستدعي دراسة هذا الأمر ومعرفة تداعياته على الشباب.
أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في أنها من الدراسات التي تتناول اتجاهات الشباب نحو شبكات التواصل الاجتماعي ولاسيما طلبة الجامعات، وتبحث في تأثيرها على استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وتقود إلى نتائج يمكن أن تتبها السلطات الأردنية المعنية حتى تسعى لمضاعفة جهودها الإعلامية في جعل فئة الشباب عنصراً يسهم في مساندة التوجهات التنموية في الأردن.
أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة مواطن التأثير الإيجابي والسلبي على الشباب سواء في سلوكهم أو أفكارهم عند التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي، ودراسة كيفية تلقيهم للمعلومات وقدرتهم على المقارنة بينها ومعرفة جوانب الصواب والخطأ فيها.
تحاول الدراسة الإجابة عن التساؤل: ما هدف الشباب من التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي؟ وكذلك معرفة مدى إدراك الشباب لأهمية هذه المواقع وخطورتها على من يتعرض لها دون وعي.
أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- أ. هل شبكات التواصل الاجتماعي قادرة على منافسة وسائل الإعلام التقليدية في تعبئة الشباب للمشاركة في المناسبات والنشاطات المختلفة؟
- ب. ما مدى الحرية التي يشعر بها الطلبة في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي بغية طرح آرائهم وأفكارهم.
- ج. ما هي إيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وسلبياتها من قبل الشباب؟

الإطار النظري

المواقع الاجتماعية

تعريفها:

هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. تصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للشبكة (ويب

٢٠٠)، وسميت اجتماعية لأنها جاءت من مفهوم "بناء مجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الإنترنت والتعرف إلى المزيد من المواقع في المجالات التي تهتم، وأخيراً مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه^(٣). انتشرت هذه المواقع الاجتماعية بشكل كبير في أنحاء العالم مما أدى لكسر الحدود الجغرافية له وجعله يبدو قرية صغيرة تربط أبناءه بعضهم ببعض. تطورت هذه المواقع لتصبح الأشهر استخداماً بين مرتادي الإنترنت وذاع صيت هذه المواقع بسرعة بين أوساط الشباب.

نشأتها :

كان أول ظهور للمواقع الاجتماعية في أواخر القرن العشرين حيث ظهر موقع Classmates.com عام ١٩٩٥ ثم تلاه موقع SixDegrees.com. اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء لكنه تم إغلاقها لأنها لم تأت بأرباح لمالكها.

انتشرت بعد عدة سنوات العديد من المواقع انتشاراً واسعاً في العالم وجمعت الملايين من المستخدمين، وقد أحدثت تغييراً لافتاً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات. وتلك الشبكات الاجتماعية جمعت الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي. تعددت أنواع الشبكات الاجتماعية فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً فيس بوك وماي سبيس وتوتير ولايف بوون وهاي فايف وأوركنت وغيرها^(٤).

أنواعها:

النوع الأساسي : هذا النوع يعتمد على فتح ملف شخصي لكل مستخدم يوفر له خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة مستخدميه هذه المواقع فيما بينهم العديد الصور والملفات المرئية والروابط مثل موقع الفيس بوك الشهير.

النوع المرتبط بالعمل : هو الموقع الذي يربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال والشركات ببعضهم بعضاً، كما يعطي هذا النوع من الشبكات ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وخبرتهم بالإضافة إلى الدراسات التي قاموا بها خلال حياتهم المهنية.

الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية:

تشارك أغلب الشبكات الاجتماعية فيما بينها بالعديد من الخدمات التي تقدمها للمستخدمين ولكنها تختلف ببعض المميزات التي يختص بها كل موقع عن الآخر ومن أبرز هذه الخدمات^(٥)

الملفات الشخصية: وهي صفحة خاصة بكل مشترك تحتوي على معلومات أساسية عنه مثل (العمر، مكان الميلاد، أبرز الهوايات). من خلال زيارة هذه الصفحة يمكن مشاهدة نشاطات الشخص وأيضا التعرف على قائمة أصدقائه.

الأصدقاء: هم الأشخاص الذين يقوم المستخدم بالتعرف عليهم وإضافتهم لقائمه لغرض معين. تختلف تسمية الأصدقاء من موقع لآخر فهناك بعض المواقع تطلق على الصديق (اتصال/ علاقة).

المجموعات: هي عبارة عن مجموعة مسمى محدد تنشأ لغرض معين يكون لأعضائها نفس الاهتمامات، توفر هذه المجموعات منتدى لحوار مصغر بين أعضاء هذه المجموعة، يستطيع منظمها تنسيق اجتماعات عن طريق الأحداث Events، وكما أنهم يستطيعون دعوة أعضاء آخرين للانضمام لمجموعتهم.

ويوجد العديد من الخدمات الأخرى مثل البومات الصور والرسائل الفورية التي تكتب على جدار الأعضاء والصفحات الإعلانية التي تستخدم تجارياً لعرض المنتجات والفعاليات^(٦).

الشبكات الاجتماعية.. رؤية للمفهوم:

ازداد الاهتمام الأكاديمي بقضايا شبكات التواصل الاجتماعي والمجتمع الافتراضي منذ أن أصبح الانترنت بتفاعلاته جزءاً من الحياة اليومية للملايين من البشر. ويعد مصطلح "المجتمع الافتراضي" من المفاهيم الشائعة الانتشار، ليس على مستوى التحليلات العلمية فحسب، وإنما عند العديد من مستخدمي شبكة الإنترنت. ويرجع المفهوم إلى هاوارد رينجولد الذي وضع الكتاب الرائد في هذا السياق بعنوان المجتمع الافتراضي. Virtual Community والذي عرّفه بأنه تجمعات اجتماعية تشكلت من أفراد في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني. يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات، ولكن عن بُعد من خلال الإنترنت^(٧)

يشكل المجتمع الافتراضي مجالاً لنمو الشبكات الاجتماعية، ويشكل الفضاء المعلوماتي (Cyber Space) الحيز والإطار الذي يتم في سياقاته تجميع خيوط الشبكات الاجتماعية. فقد عرّفه نبيل علي أنه "فضاء جديد تقطنه الجماعات، تمارس فيه الصفقات وتقام فيه المؤسسات والمتاحف، تنتقل فيه المعلومات بسرعة فائقة، ليس هناك سلطة مركزية تحكمه أو جهة رقابية تراجعها، بل مجرد لجان أو مجموعات غير حكومية"^(٨)

نجح الإنترنت في تسهيل التفاعلات الاجتماعية، ليس على مستوى الإفادة فحسب، ولكن على مستوى الشبكات الاجتماعية. ولقد عُرِفَت الشبكات الاجتماعية بأنها مجموعة من المواقع على

شبكة الإنترنت. ظهرت مع الجيل الثاني للويب Web 2 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة... الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الإطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء عرفتهم من خلال سياقات افتراضية^(٩) تتعدد الخدمات التي تبثها الشبكات الاجتماعية، ومن أبرزها:

١. **الملفات الشخصية أو صفحات الويب:** وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية، مثل الاسم، والسن، وتاريخ الميلاد، والبلد، والاهتمامات، والصور الشخصية، ويعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إلى عالم الشخص.
٢. **الأصدقاء أو العلاقات:** وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع، أو الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي. وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه، ولكن تتيح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعرف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.
٣. **إرسال الرسائل:** تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل، سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة.
٤. **البومات الصور:** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات، ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للإطلاع عليها وتحويلها أيضاً.
٥. **المجموعات:** تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات بهدف معين أو لأهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهدي حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات، ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين.
٦. **الصفحات:** ابتدع هذه الفكرة موقع Face Book وتم استخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع، أو المنتجات للفئات التي يحددها. ويقوم موقع الفيس بوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم^(١٠).

مراحل النشأة من التأسيس العالمي إلى المردود المحلي

عند الحديث عن مراحل تطور الشبكات الاجتماعية في الفضاء المعلوماتي، تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

المرحلة الأولى: ويمكن وصفها بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للشبكة Web 1. ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع Sixdegrees.com الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم. وقد أضحى هذا الموقع عام ٢٠٠٠. ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضاً موقع Classmates.com الذي ظهر في منتصف التسعينيات، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة.

شهدت هذه المرحلة أيضاً إنشاء مواقع شهيرة أخرى، مثل موقع lie journal ، وموقع Cy world 1999 الذي أنشئ في كوريا، وموقع Ryze الذي كان يهدف إلى تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية. وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء. وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحاً على مؤسسيها، ولم يكتب لكثير منها البقاء^(١).

المرحلة الثانية: يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها الموجة الثانية للشبكة Web 2 ، وقد ارتبطت بتطور خدمات الشبكة، وتعد مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية. ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع My space ، وهو موقع أمريكي مشهور، ثم موقع الفيس بوك. وتتسم المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية بالإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية. ويتناسب ذلك الإقبال مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

جذبت الموجة الثانية للشبكات الاجتماعية العديد من المتفاعلين على مستوى العالم، فهي وسيلة للتواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية. فالتفاعلات تتم على خلفية السياق العالمي، وتتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي، وذلك عبر عدة متغيرات يمكن الوقوف عليها في النواحي التالية:

١. **المتغيرات الاجتماعية:** تتلخص المتغيرات الاجتماعية للشبكات في محورين، يتمثل المحور الأول في تكوين صداقات، بينما يتمثل المحور الثاني في عضوية الجماعات، ويمكن طرحهما من خلال السياق التالي:

أ. **تكوين الصداقات:** سهلت الشبكات الاجتماعية من تكوين الصداقات، حيث تجمع الشبكات بين الصداقات الواقعية، والصداقات الافتراضية. والفرضية السياسية التي تقوم عليها هذه الصداقات هي مشاركة الاهتمامات، والجمع بين أصحابها عبر الفضاء المعلوماتي.

ب. **عضوية الجماعات:** سمحت الشبكات الاجتماعية بأن تجمع في طياتها الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة، ويمكن أن تؤسس هذه الجماعات بين أفراد المجتمع المحلي، أو يتم الاشتراك فيها على الصعيد العالمي. والمتابع لواقع الفيس بوك وانتشاره في مصر - على سبيل المثال - يدرك انتشار الجماعات المحلية، فهناك جماعات لمعظم المحافظات، وهناك مدارس أسست جماعات في معظم المحافظات، بل هناك مدارس أسست جماعات على الفيس بوك، كما أن هناك جماعات مرتبطة بالجامعات، وجماعات للكليات المختلفة، وجماعات لأصحاب الاهتمامات وغيرها. فنشأة الشبكات الاجتماعية عالمي، ومردوده الاجتماعي محلي، حيث تقع هذه الجماعات على متصل العالمية والمحلية.

٢. **المتغيرات السياسية:** يعد الشأن السياسي متغيراً أساسياً بالنسبة للشبكات الاجتماعية، التي أسهمت في دمج التفاعلات السياسية بين عالمين، الأول هو العالم الواقعي، والثاني هو العالم المتمثل في الشبكات الاجتماعية المنتشرة عبر الفضاء الافتراضي، ويتجلى المردود البارز للشبكات الاجتماعية بوضوح في النواحي السياسية، ويمكن التذليل على ذلك في ثلاثة محاور، يتمثل الأول في تعبئة الرأي العام، أما الثاني في ممارسة قضايا المواطنة، والثالث في تفعيل دور المجتمع المدني.

أ. **تعبئة الرأي العام:** تسهم الجماعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية. فعلى سبيل المثال، أضحت الشبكات الاجتماعية مجالاً للاحتجاجات والتشجيع على الإضرابات، والدليل على ذلك حركة شباب ٦ إبريل في مصر، استغلت الفضاء الافتراضي في التحريض على الإضراب والتحول من السياق الافتراضي إلى السياق الواقعي. من ناحية أخرى، فتحت الشبكات الاجتماعية مجالاً جديداً للدعايات الانتخابية وطرح البرامج الانتخابية، حيث تكونت جماعات عبر شبكة الفيس بوك على المستوى المحلي في عدة دول لنشر البرامج الانتخابية، وجمع التأييد الشعبي، وبذلك أضحت الشبكات الاجتماعية منطلقاً للممارسة السياسية.

ب. **ظهور المواطنة الافتراضية:** وهي الظاهرة التي أُطلق عليها المواطنة الافتراضية Virtual Citizenship في ظل التوترات التي تعانيها الدولة القومية، وتقلص الحقوق السياسية، وعدم مصداقيتها - إلى حد ما - في السياقات الواقعية للمجتمعات العربية، يصبح المجتمع الافتراضي مجال ممارسة لحقوق المواطنة، والمطالبة بالحقوق السياسية^(١٢)

ج. **تفعيل دور المجتمع المدني:** تُسهم الشبكات الاجتماعية وتناميها في السياقات العالمية وتعمل محلياً على زيادة تفعيل دور المجتمع المدني، حيث إن هناك العديد من منظمات المجتمع المدني قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية، إذ تستغل بعض النقابات والجمعيات الأهلية الشبكة في زيادة التواصل بين أفرادها، ودعوة المستفيدين إلى برامجها، ومشروعاتها.

نظرية الشبكات الاجتماعية.. "المقولات الرئيسية":

تشكل الشبكات الاجتماعية واقعاً اجتماعياً له مردود على الكيانات السياسية، والاجتماعية، ولذلك، فإن الوقوف على إطار نظري تحليلي أصبح أمراً مهماً لتفسير هذا الواقع. وُلدت فكرة التنظير للشبكات الاجتماعية من رحم علم الاجتماع، فلقد تبنى التنظير الاجتماعي على أطرٍ تحليلية، أبرزها التحليلات المرتبطة برأس المال الاجتماعية لدراسة فاعلية الشبكات الاجتماعية. وقد برزت دعوة مؤداهها ضرورة الاستفادة من الفرضيات النظرية المطروحة في علم الاجتماع في تفسير واقع الشبكات الاجتماعية، مع الأخذ في الاعتبار تأثيراتها على واقع الحياة السياسية. ويتم عرض المقولات الأساسية المتعلقة بالشبكات الاجتماعية على مستوى التنظير الاجتماعي.

١. **مقولة البناء الشبكي:** تنطلق هذه المقولة من أن البناء الشبكي يمثل الرابط بين مجموعة من الحزم الاجتماعية التي تتمثل في الأفراد أو الجماعات، أو كيانات مثل الشركات والمؤسسات. وعلى عكس الفرضيات المرتبطة بالبناء الاجتماعي في التنظير التقليدي، فالتفاعلات المتبادلة التي تتم داخل البنية الشبكية لا يشترط أن تسري في الكيان الشبكي كآلة. فقد يتم التفاعل الاجتماعي في مستواه الافتراضي بين الأفراد بعضهم بعضاً، أو الجماعات والأفراد، وقد يهمل الأفراد أو الجماعات تفاعلات مع أفراد آخرين داخل الشبكة. وقد يصل الأمر إلى غياب التفاعل لدى بعض الأفراد داخل الشبكة^(١٣).

يعتمد البناء الشبكي على دعامتين أساسيتين، تتمثل الدعامة الأولى في قوة الروابط، التي تعني أن الشبكات الاجتماعية والبناء الشبكي يستمد طاقته التي تسبب ذبوع انتشار الشبكة على قوة الروابط بين الأفراد أو الجماعات، والتي تمخض عنها متانة البناء والدعامة الثانية تتمثل في خواص الروابط التي تتنوع بتنوع مجالات الاهتمام، والتي تتعدد بدورها داخل البناء الشبكي^(١٤). يتمحور البناء الشبكي في مجالين، يتمثل الأول في البناء الشبكي العالمي المتمثل في بنية تفاعلية عالمية تتصل بموضوعات لا تخص جماعة أثنية أو أقلية معينة، ولكن تتصهر كل الأقليات والتباينات الثقافية داخل بوتقة التفاعل العالمي للشبكة. والثاني يتمثل في البناء المحلي للشبكات الاجتماعية. ويظهر في هذا الجانب دور الجماعات المحلية التي عملت لنفسها وحدات داخل التفاعلات العالمية، والتي يتمحور التركيز فيها على الموضوعات والسياسات المحلية، أو التي تخص جماعات بذاتها في إطار اهتمام داخلي. وتخضع البنية الشبكية في هذا المحتوى إلى التجانس الثقافي إلى حد كبير^(١٥).

مقولة الاعتماد المتبادل: يمثل الاعتماد المتبادل مقولة أساسية مرتبطة بتحليلات الشبكات الاجتماعية، وهذه مقولة تختلف باختلاف أدبيات العلوم الإنسانية. فإذا كان الاهتمام في أدبيات علم النفس النظرية تركز على المحور السلوكي في تفسير مرجعية الاعتماد المتبادل، فإن أدبيات العلوم السياسية تركز على فكرة نقل المعلومات، باعتبار أن لها دوراً في تحليل الشبكات الاجتماعية من ناحية، ولها مؤثراتها السياسية من ناحية أخرى. بينما تركز أدبيات علم الاجتماع على تفسير الاعتماد المتبادل في سياقاته الاجتماعية^(١٦).

والفرضية الأساسية للمقولة تتحدد بأن " الاعتماد المتبادل يؤدي دوراً أساسياً في تبادل المعلومات بما يؤثر على المعتقدات والقرارات الشخصية والجماعية والمنافع وحتى الاحتجاجات والإضرابات"، مع الأخذ في الاعتبار أن تشكّل الاعتماد المتبادل يكون بحسب قوة الروابط بين الأفراد والجماعات. وتفاوت قوة الروابط بالدوافع المختلفة لاستخدام الشبكات الاجتماعية، فالدوافع الترفيهية تختلف عن الدوافع الاجتماعية التي تختلف بدورها عن الدوافع السياسية، مع ملاحظة دينامية العلاقات عبر الشبكات الاجتماعية. فهي يمكن أن تضعف لأنها مرتبطة باهتمامات الأفراد التي ربما تضعف قوتها بما يؤثر على فاعلية الاعتماد المتبادل.

الشبكات الاجتماعية منشأها الأصلي يخضع للاعتبارات الأيديولوجية. فمؤسسو الشبكة، سواء كانوا أفراداً أو جماعات، يتبنون أفكاراً معينة، وتتشأ بناء على هذه الأفكار الشبكة^(١٧) هذا لا يعني أن هناك تعقيداً في البناء الشبكي، فقد تتغير التوجهات الفكرية لمؤسسي الشبكة. وتعد

شبكة الفيس بوك مثالا على ذلك، حيث أسس الموقع Mark Zuckerberg وهو طالب في جامعة هارفارد الأمريكية، خوفاً من إدمانه للإنترنت قد يجعله يفقد أصدقائه بعد الانتهاء من الدراسة الجامعية، فأسس موقع Face Book ، ثم توسع الموقع ليضم، إضافة لطلبة جامعة هارفارد، طلاب مدارس وجامعات أخرى، ثم واصل الموقع اتساعه إلى أن أصبح يمثل أكبر مواقع الشبكات العالمية^(١٨).

تتميز الشبكات الاجتماعية بإمكانية الدخول والخروج إليها، وذلك تبعاً للتغيرات التي تطرأ على معتقدات أو أفكار الفرد. إذ إن هناك قدراً كبيراً من الحرية في الدخول والخروج من الشبكة^(١٩).

دراسات سابقة :

تتسم الدراسات المتعلقة بتنامي تأثير شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما في الأردن بمحدوديتها، وتبدو قلة الدراسات المسحية أكثر وضوحاً في مجال تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على الشباب، وترجع أسباب ذلك لأن بروز شبكات التواصل الاجتماعي يتسم بالحدثة نسبياً، إلا أن هناك دراسات وبحوث تقترب في موضوعاتها من موضوع البحث ومنها:

الدراسات العربية:

أ. دراسة د. عبد الكريم الدبيسي ود. زهير الطاهات (دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية) ٢٠١٣م. استخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق القيام بمسح الرأي العام في الجامعات الأردنية، بهدف التعرف إلى الآراء والأفكار لدى الطلبة بهدف جمع حقائق ومعلومات عن موضوع الدراسة، واستخدم الباحثان الاستبانة أداة للحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، واشتملت على محاور رئيسية تتناول الجوانب المتعلقة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات. وخلصت الدراسة إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلاب الجامعات الأردنية له عدة سلبيات لعل أبرزها إنها هدر للوقت والجهد إذ احتلت هذه السلبية المرتبة الأولى، وبلغ عدد تكراراتها ١١٧ وبنسبة ٤٠.٢٠%، أما تشويه وتحريف الحقائق فقد احتلت المرتبة الثانية، وبلغ عدد تكراراتها ١١٢ وبنسبة ٣٨.٤٨% ، بينما احتلت ترويج الشائعات المرتبة الثالثة، إذ بلغ عدد تكراراتها ٨٨ وبنسبة ٣٠.٢٤% ، وبين جدول رقم ٥ سلبيات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي^(٢٠).

ب. دراسة الدكتور كامل خورشيد مراد (دور الإعلام في تشييط الحراك السياسي العربي، شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا) ٢٠١١ وقد تناول فيها كيفية توظيف الحراك السياسي

العربي أو ما يعرف بربيع الثورات العربية، ومواقع التواصل الاجتماعي تحديداً، في توجيه الثورات وإدامتها وتعبئة شبابها، وكيف تحولت شبكات التواصل الحديثة إلى سلاح بما تمتلكه الشعوب من إمكانيات وجدت في الإعلام الجديد منابر حقيقية للتعبير عن آرائها وترجمة الرأي العام إلى أفعال ملموسة على صعيد الواقع^(٢١).

ج. دراسة الدكتور عبده محمد حافظ (تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية ظاهرة اجتماعية أم ضرورة تقنية؟) ٢٠١١ التي ركزت على آثار شبكات التواصل الاجتماعي الاجتماعية والنفسية على الشباب الجامعي، وخلصت الدراسة إلى أنّ إيمان فئة الشباب على الاستخدام المفرط للشبكات الاجتماعية قد أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة لإقامة علاقات اجتماعية في البيئة المجتمعية الحقيقية والواقعية^(٢٢).

د. دراسة محمد بن هلال (الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية) ٢٠١٠ يتناول فيها الاستخدام المتزايد لتكنولوجيا الإعلام الجديد في الميدان السياسي من قبل الكائنات السياسية لخدمة أجندتها وتطبيق برامجها. وأفادت الدراسة أنه ومع الإقرار بدور التكنولوجيا الحديثة في زيادة قدرات الناشطين وممارستهم لأنشطتهم السياسية فلا ينبغي المبالغة كثيراً في الوقت الحالي بأنها ستعوض عن الممارسة السياسية التقليدية^(٢٣).

الدراسات الأجنبية:

هـ. دراسة (Amir Hatem Ali) أمير حاتم علي قوة شبكات التواصل الاجتماعي في البلدان النامية ٢٠١١، كلية الحقوق بجامعة هارفارد، تناول فيها تأثير الإعلام الاجتماعي في أحداث مصر التي أطاحت بالرئيس حسني مبارك، ودور شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك في إحداث التطورات في الدول^(٢٤).

و. دراسة (Sabine Trepth) زابينه تريبتيه وليونارد راينكه (٢٠١٠) من كلية هامبورغ ميديا في ألمانيا بعنوان "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت يجعل المستخدم أكثر انفتاحاً وصراحة". وأفادت الدراسة التي تم الإعلان عنها في المؤتمر الأوروبي للتواصل بهامبورغ أن من يذكر الكثير من بياناته الشخصية على أحد مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع فيسبوك 'تصبح لديه بعد عام قدرة نفسية أكبر على المصارحة الذاتية، وتعتبر الدراسة أن استعداد الإنسان للبوح بالمزيد من المعلومات الشخصية يتكون لدى مثل البشر المتعاملين مع الشبكات الاجتماعية مع مرور الوقت، أي أن هم يتغيرون فيما يتعلق بمدى الاستعداد بالبوح بمعلومات عن أنفسهم عبر الانترنت'. وتؤكد الدراسة أن الأشخاص الذين يدلون بالمزيد من

المعلومات عن أنفسهم في صفحات التواصل الاجتماعي يجمعون أصدقاء أكثر خلال نصف عام، غير أنه تبين من خلال الدراسة أيضاً أن هذه الصداقات قلما تكونت منها صداقات حميمة أما الصداقات الحقيقية فلا تزال تتم وتستمر بعيداً عن الإنترنت^(٢٥).

ز. دراسة Turkle Sherry (شيرلي تركل) (٢٠٠٩) أستاذة علم الاجتماع الأمريكي في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا، خلصت في دراستها حول "الآثار النفسية لعلاقة البشر بالتكنولوجيا" إلى وجود تأثير لشبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على حياة المتعاملين مع هذه التقنية وأن الطريقة المحمومة للناس في التواصل عبر الإنترنت من خلال شبكات التواصل الاجتماعي مثل "التويتر"، و"الفايسبوك"، و"يوتيوب" وتأثرهم بها؛ تعد شكلاً جديداً من أشكال الجنون الحديثة، وتقول تركل إن هذا السلوك الذي بات مقبولاً ونموذجياً يعبر عن مشكلة نفسية - اجتماعية؛ لها تأثير طويل المدى على الناس حيث إنه يغير من سلوكياتهم وأفكارهم أكثر من أي وسيلة أخرى^(٢٦).

مكانة الدراسة بين الدراسات السابقة:

تتميز الدراسة بحدائتها خاصة أن الموضوع من الموضوعات الجديدة فلم تأخذ شبكات التواصل الاجتماعي هذه الأهمية في حياة الناس إلا حديثاً وتكمن أهميتها في التعرف على توجهات الشباب من عمر ١٨ - ٢٥ عاماً وتفصي آرائهم في الشبكات الاجتماعية وقياس مدى تأثيرها عليهم حتى يتم تقديم إسهام علمي ومعرفي في هذا الجانب.

المصطلحات:

المواقع الاجتماعية: هي منظومة من الشبكات الإلكترونية تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.

المدونة: هي المصطلح أو التعريب الأكثر قبولا لكلمة Blog الإنجليزية التي تحتوي على كلمتين Web log بمعنى سجل الشبكة وهي نوع من أنواع المواقع، وعادة ما تكون لفرد بحيث يقوم بإدخال تعليقات، أو يصف حدث معين، أو غيرها من المواد مثل الرسومات أو الفيديو. المدخلات تكون مرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً.

الصحافة الإلكترونية: نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني - الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى - تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تتناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو

وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآتية وغير الآتية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة.

الإعلام الإلكتروني: Electronic media هو إعلام يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت، يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية. وتعد التسجيلات الصوتية المرئية والوسائط المتعددة الأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث.

الوسائط المتعددة Multimedia: وهو مصطلح واسع الانتشار في عالم الحاسوب يرمز إلى استعمال عدة أجهزة إعلام مختلفة لحمل المعلومات مثل (النص، الصوت، الرسومات، الصور المتحركة، الفيديو، والتطبيقات التفاعلية).

الإنترنت: وهي نظام ووسيلة اتصال من الشبكات الحاسوبية يصل ما بين حواسيب حول العالم ببروتوكول موحد هو بروتوكول إنترنت تربط الإنترنت ما بين ملايين الشبكات الخاصة والعامة في المؤسسات الأكاديمية والحكومية ومؤسسات الأعمال وتتباين في نطاقها ما بين المحلي والعالمي وتتصل بتقنيات مختلفة.

البريد الإلكتروني: هو مصطلح يطلق على إرسال رسائل نصية إلكترونية بين مجموعات في طريقة مناظرة لإرسال الرسائل والمفكرات قبل ظهور الإنترنت. حتى في وقتنا الحاضر، من المهم التفريق بين بريد الإنترنت الإلكتروني وبين البريد الإلكتروني الداخلي.

العولمة الإعلامية: إنشاء مؤسسات إعلامية دولية ضخمة لها قاعدة أساسية في بلد وتتطلق منه إلى كثير من البلدان، ولها تأثيرها الفاعل في الإعلام المحلي لتلك البلدان^(٢٧).

الشباب: - مجموعة من جمهور المشاركين من الجنسين الذكور والإناث الذين تتراوح أعمارهم بين (١٧-٤٠) سنة^(٢٨).

الإجراءات المنهجية للدراسة

منهج الدراسة، وأداتها:

استخدم الباحث المنهج الوصفي لمعرفة رأي الطلبة في جامعة البترا، بهدف التعرف إلى آرائهم وأفكارهم وجمع حقائق ومعلومات عن موضوع الدراسة، واستخدم الاستبانة أداة للحصول

على المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، واشتملت على محاور رئيسية تتناول الجوانب المتعلقة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تأثيرها على اتجاهات الشباب.

عينة الدراسة:

لمعرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب، أعد الباحث استبانة وزعت على عينة عشوائية من طلاب وطالبات جامعة البترا وذلك في دراسة استطلاعية بهدف التعرف على مستوى تعامل هذه العينة مع شبكات التواصل الاجتماعي.

تضمنت الاستبانة ٢٢ سؤالاً عدا سؤال يتعلق بالعمر وأخر بالمهنة، ووجهت للذكور وللإناث من طلاب جامعة البترا، وتضمنت أسئلة متنوعة توضح إذا ما كان الطلاب والطالبات يستخدمون هذه المواقع، وما هي دوافعهم للتسجيل بها، إضافة إلى عدد الساعات التي يقضونها في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي، ورأيهم في المشاركة بهذه المواقع.

وقد وزعت على عينة عشوائية من ستمائة طالب وطالبة حيث أعيد منها ٥٣٣ استبانة، وتم استبعاد ٣٣ استبانة نظراً لعدم استكمالها للبيانات المطلوبة، وأظهرت الدراسة مشاركة 50.6% من الإناث 49.4% من الذكور.

حدود الدراسة:

حدود مكانية: اعتمد الباحث جامعة البترا لتنفيذ الدراسة، واختار العينة العشوائية وهي من أكثر العينات استخداماً، بهدف الوصول إلى نتائج تعزز الجانب النظري.

حدود بشرية: يتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة البترا وقد اختار الباحث عينة عددها ٦٠٠ طالب وطالبة، وتمت استعادة ٥٣٣ استبانة، واستبعد الباحث ٣٣ استبانة لأنها غير مستوفية لشروط البحث نظراً لعدم اكتمال البيانات الواردة فيها، وبذلك يكون حجم العينة ٥٠٠ بلغ عدد الذكور ٢٤٧ طالباً والإناث ٢٥٣ طالبة وهم من الفئة العمرية من ١٨ إلى ٢٥ عاماً.

حدود زمنية: أجري البحث خلال شهري كانون الثاني وشباط ٢٠١٣.

صدق الأداة وثباتها:

تم عرض استبانة البحث على خمسة أساتذة إعلام في الجامعات الأردنية، للاستئناس بأرائهم، بهدف الحكم على شموليتها، ودقة المعلومات المستخدمة فيها. وأخذت ملاحظاتهم بعين الاعتبار، وقد تم اختبارها على عينة مكونة من (٥٠) فرداً. ومُنح المبحوثين وقتاً للإجابة عن أسئلتها، وكانت ردودهم إيجابية، وتدلل على فهم الاستبانة وعدم وجود غموض فيها. وعند تحليل النتائج وجد أنها كافية لاختبار ثبات أداة البحث.

النتائج العامة للدراسة

أجريت الدراسة على عينة عشوائية من قطاع الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ - ٢٥ عاماً وهذه الفئة هي الأكثر إقبالا على التعرض للشبكات الاجتماعية والتعامل معها؛ وقد وضعت الاستبانة بناءً على المعلومات المتوفرة، وتم استطلاع آراء الشباب فيما يخص الشبكات الاجتماعية وجرى تحليل البيانات ووضع النتائج لها وكانت على الشكل النحو :

١. العينة من حيث الجنس

كانت مشاركة الجنسين فيها متساوية تقريباً، فقد بلغت نسبة الإناث المشاركات في الاستبانة ٥٠.٦% في حين كانت نسبة الذكور ٤٩.٤% ، وقد بلغ حجم العينة ٥٠٠ طالب وطالبة توزعت بين ٢٥٣ من الإناث و٢٤٧ من الذكور.

٢. شبكات التواصل الاجتماعي التي تشترك بها العينة:

فقد أبرزت نتائج الدراسة أن نسبة المشاركة في موقع facebook.com "بالمرتبة الأولى بنسبة وصلت لـ ٧٤.٨% ثم جاء "غير ذلك" من الشبكات في المرتبة الثانية بنسبة 11.6% وحل موقع "you tube.com" في المرتبة الثالثة بنسبة ١٠.٢% ثم موقع "twitter.com" في المرتبة الرابعة بنسبة 3.4% ولم ينل موقع "flicl.com" أية مشاركة من قبل العينة المستجيبة .

٣. الوقت الذي يتم قضاؤه بتصفح شبكات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد من قبل أفراد

العينة:

تباينت الأوقات التي يقضيها المستجيبون في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي فقد أجاب ٣٤% من العينة بأنهم يقضون ساعة واحدة في اليوم فقط في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أجاب ٢٦% من المستجيبين بأنهم يقضون ساعتين يومياً في التصفح ، وأجاب ٤٠% منهم بأنهم يقضون أكثر من ساعتين يومياً في تصفح هذه الشبكات وهذا النتيجة تؤشر على استحواد هذه الشبكات جانباً كبيراً من أوقات أفراد العينة .

٤. الهدف من تصفح شبكات التواصل الاجتماعي:

كان الهدف الاجتماعي من التصفح هو الأبرز في إجابات العينة وحصل على نسبة ٤٤% وحل الترفيه ثانياً بنسبة ٢٣% ثم جاء الثقافي بـ 14.8 ثم السياسي رابعاً بـ ١٣.٦، وأخيراً التجاري بنسبة ٤.٦%.

٥. تأثير الشبكات الاجتماعية على حياة الشباب:

وحول تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في حياة المشاركين بالعينة سواء كان إيجابياً أو سلبياً فقد جاءت الإجابة بـ"إيجابي" بنسبة وصلت ٩١% في حين أجاب ٩% فقط بأنهم يعتقدون أن تأثيرها كان "سلبياً" في حياتهم. أما باقي الأسئلة فكانت نتائجها على النحو التالي:

جدول رقم (١)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تعد شبكات التواصل الاجتماعي أحد مصادر معلومات الأخبار لدى الشباب	٨٥	٢٨٢	١٠٤	٢٣	٦
	% ١٧	% ٥٦.٤	% ٢٠.٨	% ٤.٦	% ١.٢

يشير الجدول إلى أن مصادر الأخبار الأساسية لعينة الدراسة هي شبكات التواصل الاجتماعي وتمثل مصدراً مهماً في الحصول على الأخبار بما نسبته أكثر من ثلثي العينة حيث كانت إجاباتهم أوافق وأوافق بشدة بما مجموعه ٧٣.٤% فالذين أجابوا موافق بلغت نسبتهم ٥٦.٤% والذين أجابوا موافق بشدة كانت نسبتهم ١٧%، في حين أن العنصر المحايد في العينة مثل ما نسبته ١/٥ العينة تقريباً، وكانت إجابات لا أوافق ولا أوافق بشدة قليلة نسبياً.

جدول رقم (٢)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تعد شبكات التواصل الاجتماعي بيئة مناسبة للإشاعة	١٣٨	٢٢٥	٨٥	٤٠	١٢
	% ٢٧.٦	% ٤٥	% ١٧	% ٨	% ٢٠.٤

يؤكد الجدول أن شبكات التواصل الاجتماعي بيئة لنشر الإشاعات وهذا يؤثر على مخاطر حقيقية تجاه المتعاملين معها لأن الإشاعة أهدافها خبيثة على البيئات التي تنتشر فيها، فنسبة العينة التي أكدت أنها بيئة مناسبة للإشاعة بالإجابة بموافق وموافق بشدة تصل إلى ٨٢.٦% وهذه نسبة عالية حيث إن الذين أجابوا أوافق كانت نسبتهم ٤٥% وأوافق بشدة بلغت ٢٧.٦% وكان الرأي المحايد في هذا الجانب يمثل ١٧% في حين كان مجموع الذين أجابوا بـ لا أوافق ولا أوافق بشدة أكثر من ١٠% بقليل.

جدول رقم (٣)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تعزز شبكات التواصل الاجتماعي مناخ حرية التعبير	١٠٥	٢٤٠	١٠٩	٣٥	١١
	% ٢١	% ٤٨	% ٢١.٨	% ٧	% ٢.٢

يوضح الجدول أن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز مناخ حرية التعبير كانت تصل إلى أكثر من ثلثي العينة حيث إن الذين أجابوا بـ «أوافق» و«أوافق بشدة» كانت ٤٨% و ٢١% على التوالي وهو ما مجموعه ٦٩%، في حين شكّل الذين كانت آراؤهم محايدة نسبة تصل إلى ٥/١ العينة تقريباً، وكان من أبدى بـ «لا أوافق» و«لا أوافق بشدة» أقل من ١٠% وهذا يؤكد أن شبكات التواصل الاجتماعي أتاحت مناخاً من حرية التعبير لم يكن متاحاً من قبل لدى جمهور العينة.

جدول رقم (٤)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تتيح شبكات التواصل الاجتماعي فرصة الاطلاع على مواضيع لا يمكن مناقشتها أو التعرض لها في وسائل الإعلام الأخرى	١٣٠	٢٢٥	٨٥	٤٨	١٢
	%٢٦	%٤٥	%١٧	%٩.٦	%٢.٤

تعطي معلومات الجدول مؤشراً أن شبكات التواصل تعد متنفساً لما يقارب نصف أفراد العينة في مناقشة مواضيع لا يمكن لهم مناقشتها من خلال وسائل الإعلام التقليدية فنسبة ٤٥% أجابت بالموافقة والتي وافقت بشدة مثلت نسبة مقدارها ٢٦% أي أن ٧١% من أفراد العينة تشعر أن شبكات التواصل الاجتماعي ميدان يمكن أن يخوضوا فيه أي موضوعات ويناقشوا أية مسائل، أما المحايدون من أفراد العينة فكانت نسبتها أقل من ٥/١ حجم العينة، في حين أن الفئة التي لم توافق من أفراد العينة كانت نسبتها ٩.٦% والتي لم توافق بشدة ٢.٤% مما يدل على أن الرأي الأغلب يرى بهذه الشبكات فرصة لبحث الموضوعات الحساسة.

جدول رقم (٥)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير في تغيير الآراء والأفكار تجاه القضايا المختلفة	٦٩	٢٢٠	١٣٨	٦٠	١٣
	%١٣.٨	%٤٤	%٢٧.٦	%١٢	%٢.٦

تدل المعلومات الواردة في الجدول أن ما يقارب نصف أفراد العينة أجابوا بموافق، وأن ١٣.٨% أجابوا موافق بشدة أي أن أقل من ثلثي أفراد العينة بقليل يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي عامل مهم في تغيير الآراء والأفكار حيال مختلف القضايا، أما المحايدون من أفراد العينة فكانت نسبتهم أكثر من ربع العينة، في حين أن أفراد العينة التي أجابت بـ «لا أوافق» و«لا أوافق بشدة» كانت نسبتها ١٢% و ٢.٦% على التوالي.

جدول رقم (٦)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تسهل الوسائط المتعددة (فيديو؛ صوت، صورة) في إيصال المعلومات بشكل أكبر على شبكات التواصل الاجتماعي	١٩٥ %٣٩	٢٢٤ %٤٤.٨	٦٩ %١٣.٨	١٢ %٢.٤	- صفر

استعمال وسائط إعلامية متعددة لحمل المعلومات مثل (النص، الصوت، الرسومات، الصور المتحركة، الفيديو، والتطبيقات التفاعلية كان له دوره في إيصال المعلومات للمتفاعلين مع شبكات التواصل الاجتماعي حيث إن من أدلوا بإجابات موافق وفقاً للجدول (٦) كانت نسبتهم ٤٤.٨ % ومن أجابوا بـ أوافق بشدة كانت نسبتهم ٣٩ % أي كان مجموعهم ٨٣.٨ % وهذه نسبة عالية من عينة الدراسة، في حين أن المحايدون كانت نسبتهم ١٣.٨ % والذين أجابوا لا أوافق كانت نسبتهم ضعيفة جداً ولم يدل أحد منهم بلا أوافق بشدة، وهذا يؤكد بصورة لا تدع مجالاً للشك أن الوسائط المتعددة دورها محوري في إيصال المعلومات بشكل لا يدركه الشك .

جدول رقم (٧)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
يوجد إشكاليات كبيرة في مسألة الخصوصية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي	١٠٠ %٢٠	١٩٠ %٣٨	١٢٠ %٢٤	٧٥ %١٥	١٥ %٣

المعلومات الواردة في الجدول (٧) حول وجود إشكالية في مسألة الخصوصية لمستخدمي الشبكة تكشف عن وجود إشكالية في الخصوصية حسب رأي العينة، وتمثل نسبة ليست قليلة حيث أجاب ٣٨ % بأوافق و ٢٠ أوافق بشدة ، أما الفئة المحايدة فقد مثلت ربع حجم العينة تقريباً، في حين الذين أبدوا عدم الموافقة كانت نسبتهم ١٥ % والذين لم يوافقوا بشدة كانت نسبتهم ضعيفة تمثلت ٣ % .

جدول رقم (٨)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
ينبغي وضع ضوابط قانونية تحد من تجاوزات متصفح شبكات التواصل الاجتماعي	١٦٥ %٣٣	٢٠٧ %٤١.٤	٧٥ %١٥	٣٠ %٦	٢٣ %٤.٦

تفيد معلومات الجدول أعلاه أن الذين أبدوا اهتماماً بالضوابط القانونية هم أصحاب النسبة الغالبة فقد أجاب ٤١.٤ % بـ أوافق في حين وافق بشدة ٣٣ حيث إن ٧٤.٤ % كانوا مع وضع

صوابط قانونية تحكم عمل شبكات التواصل الاجتماعي وهذا يعكس رغبتهم في أن تكون هذه الشبكات آمنة خلال التعامل معها فهم يبحثون عن الأمان في لمعلوماتهم، أما المحايدون فكانت نسبتهم ١٥ % في حين أن من أجاب بلا أوافق ٦ % ولا أوافق بشدة ٤.٦ % وهذه تعد نسب قليلة نسبياً.

جدول رقم (٩)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تحفز الصفحات الخاصة بالمناسبات والمهرجانات والندوات والحوارات المختلفة الأشخاص على المشاركة بها بشكل أكبر	١٢٧ %٢٥.٤	٢٧٥ %٥٥	٦٩ %١٣.٨	٢٣ %٤.٦	٦ %١.٢

تبدي الأرقام الواردة في الجدول (٩) تفاوتاً بأن الصفحات المتخصصة بالمناسبات المختلفة تحفز الأشخاص المشاركين على التفاعل بشكل كبير وهذا ما تمثله إجابات العينة التي قالت أوافق بنسبة ٥٥% في حين أن ما أجابوا بـ أوافق بشدة تمثل ٢٥.٤ % وهذه الفئة من العينة نسبتها ٨٠.٤ % أما المحايدون من أفراد العينة فكانت نسبتهم ١٣.٨ % والذين ابدوا بلا أوافق ولا أوافق بشدة فكانت نسبته ٤.٦ % و ١.٢ % على التوالي مما يشعر بأن الغلبة في الرأي تشير إلى أن الصفحات الخاصة بالمناسبات والمهرجانات وغيرها محفزة للمشاركين على التفاعل معها بشكل أكبر

جدول رقم (١٠)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
يسهم (التصميم) الخارجي لشبكة التواصل الاجتماعي في زيادة الإقبال عليها	١٧٤ %٣٤.٨	١٦٥ %٣٣	١٣٢ %٢٦.٤	٢٣ %٤.٦	٦ %١.٢

يبين الجدول (١٠) أن جودة التصميم تؤدي دوراً مهماً في زيادة الإقبال على شبكات التواصل الاجتماعي حيث إن المظهر الخارجي وجمالية الشكل لشبكات التواصل تسهم في جذب المتصفحين على التعامل معها، وقد أكد ذلك نتائج العينة حيث إن ٣٣ % أجابوا موافق و ٣٤.٨ % أجابوا بموافق بشدة إذ إن ما يشكل ٦٧.٨ % من أفراد العينة أبدوا موافقتهم على جودة تصميم الموقع في جذب المشاركين، أما المحايدون فكانت نسبتهم تزيد على ربع أفراد العينة بقليل في حين أن الذين لم يبدوا موافقتهم على ذلك تمثلت نسبتهم بـ ٤.٦ % والذين لم يوافقوا بشدة كانت نسبتهم ١.٢ %.

جدول رقم (١١)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تزيد خيارات التفاعل المتاحة في شبكات التواصل الاجتماعي من الإقبال عليها	١٤٤ %٢٨.٨	٢٦٥ %٥٣	٨٥ %١٧	٦ %١.٢	- صفر

تؤكد نتائج الجدول (١١) أن الخيارات التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي تزيد من إقبال متصفحى الشبكات على متابعة فعاليتها حيث إن الذين أجابوا بالموافقة كانت نسبتهم ٥٣ % والذين وافقوا بشدة ٢٨.٨% وقد بلغ مجموع هؤلاء ٨١.٨ % ، أما المحايدون فبلغت نسبتهم ١٧ % في حين أن غير الموافقين كانت نسبتهم ضعيفة جداً تمثلت بـ ١.٢ % ويستدل من أرقام المحايدين وغير الموافقين وغير الموافقين بشدة أن الرأي الراجح يشير إلى أن هذه الشبكات تزيد من خيارات التفاعل المتاحة للمشاركين.

جدول رقم (١٢)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
يسهم مشاركة أصدقاء في شبكات التواصل الاجتماعي من مختلف دول العالم بأبداء الرأي بحرية في مختلف المواضيع	١٦٧ %٣٣.٤	٢٢٤ %٤٤.٨	٨٥ %١٧	١٣ %٢.٦	١١ %٢.٢

تعزز الأرقام الواردة في الجدول (١٢) والمتعلقة بمشاركة الأصدقاء في شبكات التواصل الاجتماعي من مختلف دول العالم بأبداء الآراء بحرية في مختلف المواضيع لأن التعامل بوضوح مع الأصدقاء يسمح بإيجاد صداقات تستمر طويلاً حيث إن من أجابوا بـ أوافق كانت نسبتهم ٤٤.٨ % والذين أجابوا بـ أوافق بشدة كانت نسبتهم ٣٣.٤ % وهؤلاء يشكلون ما نسبته ٧٨.٢% من مجموع العينة، أما المحايدون فشكلت نسبتهم ١٧ % في حين الذين لم يوافقوا كانت نسبتهم ٢.٦% وكذلك كانت نسبة الذين لم يوافقوا بشدة ٢.٢%، مما يشير إلى أن الحرية تعزز جانب الصراحة في إبداء الآراء.

جدول رقم (١٣)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في ملء وقت الفراغ عند الشباب	١٤٤ %٢٨.٨	١٨٥ %٣٧	١٠٠ %٢٠	٥٩ %١١.٨	١٢ %٢.٤

تشير الأرقام الواردة في الجدول رقم (١٣) إلى أن ثلثي العينة تقريباً ترى أن شبكات التواصل تسهم في ملء فراغ الشباب حيث إن الذين أجابوا بالموافقة كانت نسبتهم ٣٧% والذين وافقوا بشدة مثلوا ما نسبته ٢٨.٨% بما يشكل ما مجموعه ٦٥.٨%. أما أصحاب الرأي المحايد فبلغت نسبتهم ٢٠% وهذا يمثل ٥/١ العينة في حين الذين أجابوا بلا أوافق كانت نسبتهم ١١.٨% والذين أجابوا بلا أوافق بشدة كانت نسبتهم ٢.٤%.

جدول رقم (١٤)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تنطوي الأخبار والمعلومات التي يتم تداولها على شبكات التواصل الاجتماعي على نوع من المبالغة والتوهيل	١٢٢ %٢٤.٤	١٦٥ %٣٣	١١٠ %٢٢	٨٦ %١٧.٢	١٧ %٣.٤

تدل النتائج الواردة في الجدول رقم (١٤) أن ٥٧.٤% من أفراد العينة يرون أن الأخبار والمعلومات التي يتم تداولها على شبكات التواصل الاجتماعي تنطوي على نوع من المبالغة والتوهيل وهذه نسبة تتجاوز نصف حجم العينة مما يؤكد عدم ثقة قطاع كبير من المتعاملين مع شبكات التواصل الاجتماعي بما ينشر من أخبار ومعلومات على هذه الشبكات، أما المحايدون فكانت نسبتهم ٢٢% وهي نسبة تتجاوز ٥/١ أفراد العينة، في حين أن الذين أجابوا بلا أوافق كانت نسبتهم ١٧.٢% والذين أجابوا بلا أوافق بشدة كانت نسبتهم ٣.٤% بما مجموعه ٢٠.٦% بما يشكل أكثر من ٥/١ حجم العينة.

جدول رقم (١٥)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الترفيه هو أكثر ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي	١١٠ %٢٢	١١٥ %٢٣	١٨٤ %٣٦.٨	٧٤ %١٤.٨	١٧ %٣.٤

تفيد نتائج الجدول رقم (١٥) أن الذين أجابوا بالموافقة بأن الترفيه هو أكثر ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي كانت نسبتهم ٢٣% من العينة والذين وافقوا بشدة شكلوا ما نسبته ٢٢% بما يشكل ما مجموعه ٤٥% وهذه النسبة ليست بسيطة إذ إنها تشكل أقل من نصف العينة، أما المحايدون فنسبتهم تجاوزت الثلث وهي نسبة لافتة لأنهم قد يميلون في أي وقت من الأوقات لأي من جهتي الموافقة أو عدمها، في حين أن الذين أجابوا بلا أوافق بلغت نسبتهم ١٤.٨% والذين لم يوافقوا بشدة بلغت نسبتهم ٣.٤%.

جدول رقم (١٦)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية السلوك العدواني لدى الشباب	٧٠	٩٠	١٥٠	١٦٠	٣٠
	%١٤	%١٨	%٣٠	%٣٢	%٦

أبدى أفراد العينة بحسب الجدول (١٦) أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على تنمية السلوك العدواني لدى الشباب بنسبة ٣٢ % وهو ما يعادل ٣/١ حجم العينة تقريباً وحجم الثلث في مجتمع شاب يعد مؤشراً غير مرغوب فيه لأنه يشكل خطورة على هذه الفئة من الناس لأن هذه الفئة في الأساس يجب أن تكون أكثر إنجازاً، وعطاءً، فالذين أجابوا بموافق بلغت نسبتهم ١٨ % والذين أجابوا بموافق بشدة بلغت ١٤ %، أما الفئة المحايدة فقد مثلت ٣٠ % من حجم العينة وهذه الفئة ربما تكون قابلة للتأرجح مستقبلاً بالموافقة أو الرفض، في حين كانت نسبة الذين لم يوافقوا ٣٢ % والذين لم يوافقوا بشدة ٦ %.

جدول رقم (١٧)

السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
التعامل "غير المسؤول" مع شبكات التواصل الاجتماعي ينطوي على مخاطر على المجتمعات	١٠٣	٢١٥	١٢٧	٤٨	٧
	%٢٠.٦	%٤٣	%٢٥.٤	%٩.٦	%١.٤

تؤكد نتائج الجدول (١٧) أن التعامل غير المسؤول مع شبكات التواصل الاجتماعي ينطوي على مخاطر على المجتمعات وذلك لأن معظم المتعاملين مع هذه الشبكات هم من فئة الشباب وقد توافق هذا الأمر مع ما جاء في السؤال بمن أجابوا بموافق حيث بلغت نسبتهم ٤٣ % والذين أجابوا بموافق بشدة كانت نسبتهم ٢٠.٦ % وقد بلغ مجموعهم ٦٣.٦ % وهذه النسبة تمثل ثلثي حجم العينة، أما المحايدون فقد بلغت نسبتهم ٢٥.٤ % وهي نسبة تزيد على ربع العينة، في حين بلغت نسبة الذين أجابوا لا أوافق ٩.٦ % والذين لم يوافقوا بشدة كانت نسبتهم ١.٤ % فمخاطر التعامل غير المسؤول تؤكد عينة الدراسة مما يشير إلى أن المتعاملين مع الشبكات الاجتماعية تتجه رغبتهم إلى التعامل المسؤول مع هذه الشبكات.

مناقشة نتائج الدراسة

لقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

- تعتمد العينة بشكل كبير على التواصل عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وأصبحت هذه الشبكات تؤثر على الشباب في مختلف مناحي حياتهم، وكلما زاد تطورها زاد تأثيرها بصورة مضطربة.
- تطور دور شبكات التواصل من مصدر للمعلومات والتسويق لتصبح مرآة لحياة المستخدمين الذين يقومون بتحديث صفحاتهم باستمرار لنقل أحوالهم وتغطية مجريات حياتهم اليومية من خلال استخدام الوسائط المتعددة بتحميل الصور وأفلام الفيديو وكتابة الآراء والتعليقات.
- تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام حول القضايا المختلفة بسرعة كبيرة جداً بما تتيحه من خيارات تفاعل لمتصفحها.
- تمثل شبكات التواصل الاجتماعي متفصلاً للشباب ليعبروا عن آرائهم بحرية بعيداً عن الرقابة.
- يعتبر البعض شبكات التواصل الاجتماعي "مقهى" للحديث الإلكتروني يتبادلون من خلاله آراءهم وأفكارهم بدافع التسلية والترفيه وقضاء أوقات الفراغ .
- ضرورة وضع قوانين وتشريعات تحمي الأشخاص المتواصلين على الشبكات الاجتماعية؛ دون أن تقيد حرياتهم .
- العالم أصبح قرية صغيرة في ظل شبكات التواصل الاجتماعي، فما يحدث في بيوت البشر يصل إلى العالم ؛ فكيف بالأحداث العالمية.
- يقضي الشباب أوقات فراغهم اليومي في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي، ولذلك على الحكومات أن تفتح ميدان التواصل معهم والتفاعل مع قضاياهم من خلال هذه الوسيلة لأنها الأمثل لإيصال ما تريد من رسائل.
- أصبح شبكات التواصل الاجتماعي منابر إعلامية لنقل الأخبار المتعلقة بالمناسبات المختلفة وعدم اقتنصار الأمر على ما تنشره وسائل الإعلام التقليدية؛ وذلك بهدف إيصال رسائل إعلامية إلى الفئة الأكبر في المجتمعات والمتمثلة بـ "الشباب".

التوصيات:

في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها تم وضع التوصيات التالية :

١. شبكات التواصل الاجتماعي تستوجب جهداً علمياً بإجراء دراسات في مختلف الميادين ولاسيما الجانب الإعلامي، وبحيث تشتمل على مختلف فئات المجتمع وشرائحه بهدف تجلية هذا الأمر والتعريف بمواطن قوته وضعفه.
٢. الدعوة لتأسيس شبكة تواصل اجتماعي عربية - إسلامية من شأنها تعزيز التواصل بين الشباب العربي والمسلم والشباب في العالم، للمساهمة في زيادة فرص تنويع مصادر المعرفة والمعلومات ونشر الثقافة العربية الإسلامية.
٣. أهمية تدريس طلبة الجامعات موضوعات تعنى بتناول معايير وأخلاقيات النشر الإلكتروني بهدف الرقي بمضمون شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، وإيجاد ثقافة ترتكز على المصادقية والموضوعية في الحوار بعيدا عن التطرف أو التحريض.
٤. السعي لحماية الخصوصية للطلبة على مواقع هذه الشبكات من خلال إصدار تشريعات قانونية تحول دون استغلالها ضدهم بأي شكل من الأشكال.
٥. في ظل الانفتاح الإعلامي الذي يشهده عالم العولمة الاتصالي يتضح بصورة جلية أن المنع أو الرقابة أمر لا معنى له في زمن التكنولوجيا؛ بل يجب توعية الشباب لما يمكن أن يصلهم من رسائل مضللة أو إشاعات هدامة تؤثر على مسار حياتهم .
٦. يجب مواصلة إجراء دراسات حول أداء هذه الشبكات نظراً للتغيرات الحاصلة سريعا في طبيعة عملها ومستوى تأثيرها لما تمثله في المجتمعات وذلك سعياً للحفاظ على القيم والخصوصية الشخصية.
٧. على علماء الإعلام وضع مناهج نظرية لدراسة شبكات التواصل الاجتماعي من حيث: أهدافها ووظائفها وتأثيرها ونوع الاتصال، وغيرها.
٨. على الحكومات في الدول التي تصمم مواقع الشبكات الاجتماعي أن تنظم هذه السوق التي تتجاذب فيها هذه المؤسسات العملاقة المشتركين بوضع ضوابط قانونية تحكم عملية التواصل.

الخاتمة:

أثبتت مواقع التواصل الاجتماعي أن لها دوراً في التأثير على حياة الشعوب ومواقفهم ولاسيما فئة الشباب الذين هم أكثر استخداماً لها، مما يشير إلى أن تكنولوجيا الاتصال ليست فقط للترفيه والتسلية وإنما تقوم بدور فاعل وكبير ولاسيما في الجوانب السياسية وتحييد من كانوا يظنون أنهم فوق القانون حتى لو رحلت كل شعوبهم.

وتثبت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي قادرة على منافسة وسائل الإعلام التقليدية في تعبئة الناس للمشاركة في المناسبات والنشاطات المختلفة، وتمثل هذه الشبكات ميداناً يطرح فيها الشباب آراءهم بحرية.

يتضح أن واقع الدراسات والمنهجيات التي تتم في إطار التفاعلات الشبكية على المستوى الافتراضي يدرك أن تطور الشبكات سريع، وأن تطور المنهجيات لا بد أن يتواكب مع هذا التطور. من ناحية أخرى، فإن واقع الشبكات الاجتماعية وتنامي دوائرها واتساع أعمالها يمثل صعوبة في التكهن بمستقبلها، وذلك لاعتبارين هما:

١. سرعة التغيرات التي تطرأ على هذه الشبكات، وارتباط تحولاتها بصناعة البرمجيات التي تتطور في عالمنا بشكل ملحوظ.

٢. كثرة المتفاعلين في سياقات الشبكات الاجتماعية، وكثرة الأفراد الذين ينضمون إليها، الأمر الذي يجعل من إحصاء العام الماضي أو قبل الماضي شيئاً تجاوزه الزمن.

ولكن تزايد الجماعات على الشبكات، سواء في السياقات العالمية أو استغلال هذه الشبكات على خلفية السياقات المحلية، يحفز التفكير المستقبلي حول إمكانية ظهور تنظيمات اجتماعية في شكلها المؤسسي على الشبكات في الفضاء المعلوماتي، وعلى الخصوص منظمات المجتمع المدني. وليس معنى ذلك اختفاء هذه المنظمات من الشبكات الاجتماعية الحالية، ولكن تزايد تفعيل هذه المنظمات بشكل مؤسسي، حيث يشكل المجتمع الافتراضي مدخلاً جديداً للتفاعلات التي تخرج عن إطار المحلية.

هوامش المصادر، والمراجع:

1. <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm>
2. Pew Research Center Global Digital Communication: Texting, Social Networking Popular Worldwide. Survey Report.
3. د. شيماء ذو الفقار زغيب: نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٨٩-٩٣.
4. مرسي مشري: شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي العدد ٣٩٥ السنة الرابعة والثلاثون، كانون الثاني ٢٠١٢، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ص ٢٣-٢٥.
5. أوراق الملتقى العربي الأول للصحافة الرقمية، القاهرة، ٢٩ تشرين الثاني ٢٠١٠
<http://www.daralhayat.com/portalaricledah/208533>
6. د. هاشم الباش: "شبكة التواصل الاجتماعي.. معرفة بشروط جديدة"؛ الأيام البحرينية؛ الاثنين ٢٨ فبراير ٢٠١١، العدد ٧٩٩٤.

7. Garry Robins ،Yoshikashima ،Social Psychology and Social Networks: Individuals and Social Systems ،Asian Journal of Social Psychology ،Vol. 11 ،Black Well Publication ،2008 ،p. 50-6.
٨. نبيل علي، تحديات عصر المعلومات، مكتبة الأسرة، الأعمال العلمية، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٢٥٤.
٩. مصطفى صادق، الصحافة والكمبيوتر، الدار العربية للعلوم، ط١ بيروت، ٢٠٠٥، ص ٥١.
١٠. وليد رشاد، (٢٠٠٩)، المواطنة في المجتمع الافتراضي، تأملات نظرية على مرجعية الواقع المصري، ورقة مقدمة إلى المؤتمر السنوي العاشر للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، الفترة من ١٦-١٩ مايو ٢٠٠٩م.
11. Annica ،Santdstro ،The Performance of Policy networks. The Relation Between Networks Structure and Networks Performance ،The Policy Studies Journal Vol. 36 ،Issue 4 ،Published by Wiley Periodicals ،Oxford ،2008 ،p. 497 ،505.
١٢. وليد رشاد زكي، الشبكات الاجتماعية.. محاولة للفهم، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، السياسة الدولية، العدد ١٨ أبريل ٢٠١٠م، المجلد ٤٥، ص ٢٠.
13. David. Siegel ،Social Networks and Collective Action ،American Journal of Political Science ،Vol. 53 ،Number 1 ،January 2009 ،p. 124-125.
١٤. نيرمين خضر، الآثار الاجتماعية والنفسية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة على موقع الفيس بوك، ورقة مقدمة لمؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، المؤتمر الدولي الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الفترة من ١٠-١٧ فبراير ٢٠٠٩، ص ٢.
15. Van Der Hulst ،Introduction To Network Analyses (Sna) As Investigative Tool ،Springer Science And Business Media ،Published Online: 13 December 2008. - Ebsco host database ،p. 105-105.
١٦. وليد رشاد زكي، الشبكات الاجتماعية.. محاولة للفهم، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، السياسة الدولية، العدد ١٨ غبريل ٢٠١٠م، المجلد ٤٥، ص ٢٠.
17. Patricia Drentea and Jennifer L. Moren-ctross ، Social Capital and Social Support On the Web: The Case of an Internet،Motehr Site، Sociology of Health & Illnes Issn 98890141 Blackwell Publishing Oxford، 2005، pp. 920-943.
18. Perol of Agren ،on The Creation of Social Capital In Virtual Community: Case Study ،www.uofrmetic.nmus.se.
19. Danah M. BNoyd, Nicole B. Ellison, Social Network Sites. Definition, History and Scholarship, Journal of computer Mediated Communication, Vol. 13, Issue 1.
٢٠. د. عبد الكريم الدبيسي ود. زهير الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، المجلد ٤٠، العدد ١ لسنة ٢٠١٣.
٢١. د. كامل خورشيد مراد: دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي لجامعة البترا وسائل الإعلام: أدوات تعبير و تغيير كانون أول ٢٠١١.

٢٢. د. عبده محمد حافظ : تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية ظاهرة اجتماعية أم ضرورة تقنية؟ دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي لجامعة البترا وسائل الإعلام : أدوات تعبير و تغيير كانون أول ٢٠١١.
٢٣. محمد بن هلال: الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية، مجلة المستقبل العربي العدد ٣٩٦ السنة الرابعة والثلاثون، شباط ٢٠١٢، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.

24. Amir Hatem Ali: The Power of Social Media in Developing 2011 (-Harvard Law School , Human Rights Journal of Harvard Law School Vol. 24.
25. **Sabine Trepth**: The use of social net working over the Internet makes the use more open and frank"(٢٠١٠), College 'Hamburg Media' in Germany.
26. **Sherry Turkle** :The psychological effects of the relationship of humans to technology, (٢٠٠٩), Massachusetts Institute of Technology.
27. 14776 ، 7 Dec 2008. جريدة الرياض ، عدد "فايز الشهري: "الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين".
<http://icmc.indiana.edu/vol13issue1/boyd.ellison.html>
28. Susanc. Kinvey ،Problems and Promises In the Study of Virtual Community: A Case Study ،University of Pennsylvania ،School o Social Works Use 2000.
www.isoc.orglinet 2000/cdproceedings/29/29-`htm.
٢٨. أحمد إدريس، مشكلات الشباب بالنسبة إلى البيئة الاجتماعية والمستقبل ، ٢٠٠٩، ص ٣٢.