

Artical History

Received/ Geliş

Accepted/ Kabul

Available Online/yaymlanma

10.11.2018

1.12.2018

20.12.2018

التأثيرات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي بين التفاعل الإيجابي والآثار السلبية

دراسة وصفية بالتطبيق على عينة من المستخدمين داخل ولاية الخرطوم

**THE SOCIAL IMPACT OF COMMUNICATION
SITES: A DESCRIPTIVE STUDY OF THEIR
POSITIVE AND NEGATIVE EFFECTS- AL
KHARTOUM STATE AS A SAMPLE**

د. مثاني حسن ابشر

Dr . Mathani Hassan Abbasher

جامعة العلوم الحديثة – دبي - دولة الإمارات العربية المتحدة

كلية الإعلام و الإتصال الجماهيري – قسم العلاقات العامة

University of Modern Science– Dubai – United Arab Emirates

College of Mass and Media Communication – Public Relations

Department

Abstract

Social Media has a vital role in the process of social influencing and orientation through its ability to spread information, ideas, values and behaviors that directly shape the characters of individuals. The significance of the current study stems from the importance of the role played by social media platforms and websites and their profound influence on the individual, family and society as a whole. The study at hand, is an attempt to identify the positive as well as the negative effects of social media platforms.

The study is descriptive in nature and it follows the stratified purposeful method of sampling on the Province of Al Khartoum, Sudan.

Findings of the Study:The percentage of social media users is % 91.5.

Social media platforms and websites were found to have helped the development of some social values with a percentage of %69.5.

Recommendations of the Study:Special attention should be paid to the idea of distributing a social media content that is capable of fostering social values and acceptable behaviors. Securing individual accounts as against hacking or illegal logging in. Boosting the idea of the existence of parent/ child talk about appropriate and inappropriate social media content. Developing individuals' critical thinking skills for better social media monitoring process.

Keywords: (Valuable, Social interaction, social media, Influence.)

ملخص الدراسة

تعتبر وسائل الإعلام والاتصال من أهم الأدوات التي تلعب دوراً بارزاً في التوجيه والتأثير على المجتمع وذلك لما تقوم به من نشر للمعلومات والمعارف والقيم والأفكار والسلوكيات التي يظهر دورها الواضح في تشكيل شخصية الفرد. وتأتي أهمية الدراسة من أهمية وخطورة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال عموماً والإعلام الجديد ومواقع التواصل

الاجتماعي على وجه الخصوص وتأثيره الواضح والعميق على الفرد والأسرة والمجتمع ككل. ومن أهداف الدراسة، التعرف على التفاعل الإيجابي والاستخدام السليبي لمواقع التواصل الاجتماعي على الفرد والأسرة والمجتمع.

وهي دراسة وصفية ن باختيار العينة الشبكية (العينة المتكاثرة أو المتضاعفة) ومجتمع الدراسة ولاية الخرطوم _ السودان.

ومن أهم نتائج الدراسة:

بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي 91.5%. وتبين أن هذه المواقع تعمل على تنمية بعض القيم الاجتماعية بنسبة 69.5%. ومن أهم التوصيات: يجب مراعاة نشر محتوى ينمي المعلومات والقيم والمعايير وأنماط السلوك المقبولة في المجتمع. وتأمين حساب الفرد على هذه المواقع من الدخول غير المسموح والاختراق، والتأكد من الشخصيات التي نتواصل معها أو نريد لإضافتها، وأن يكون هنالك حوار متبادل بين الآباء والأبناء وخاصة فيما يتعلق بما يشاهدونه أو يتابعونه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تنمية مهارات التفكير الناقد بحيث نخضع كل ما نتعرض له عبر هذه المواقع للتحقق منه ومن مصدره، والتقييم بين ماهو مفيد أو ما هو غير ذلك.

كلمات مفتاحية: (تأثير، مواقع تواصل اجتماعي، تفاعل اجتماعي، قيم)

مقدمة:

تعتبر وسائل الإعلام والاتصال من أهم الأدوات التي تلعب دوراً بارزاً في التوجيه والتأثير على المجتمع وذلك لما تقوم به من نشر للمعلومات والمعارف والقيم والأفكار والسلوكيات التي يظهر دورها الواضح في تشكيل شخصية الفرد. وفي الوقت الراهن شهد ميدان الإعلام ثورة في التطور التقني والتكنولوجي أفرز ما أطلق عليه الإعلام الجديد بتطبيقاته المختلفة والتي أوجدت نوعاً من التأثير والتفاعل بين الجمهور وأصبحت هذه التطبيقات تشكل جزءاً كبيراً من حياته ، مما شكل ذلك تأثيراً حقيقياً على الفرد والمجتمع. ومع انتشار استخدام الإعلام الجديد ونتيجة للقوة التي يتمتع بها وبما له من قدرة على التأثير العميق، كل ذلك أدى إلى دراسة ورصد استخدام الفرد للإعلام الجديد وتطبيقاته الحديثة والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام والتأثيرات الاجتماعية الناتجة عنه.

المحور الأول: الإطار المنهجي

مشكلة الدراسة: هي موضوع أو قضية معينة أو ظاهرة استوقفت الباحث وأثارت اهتمامه بحثاً عن اجابات للعديد من التساؤلات التي تثيرها هذه الظاهرة، أو فكاً لغموضها أو توصيفاً لعناصرها.⁽¹⁾ لذلك تدور مشكلة الدراسة هنا

حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الاجتماعية المترتبة على ذلك على الأفراد والتفاعل الإيجابي والتأثير السلبي لهذا الاستخدام وأثره في تغيير أنماط وافكار وقيم المجتمع.

ولذلك تتلخص مشكلة هذه الدراسة في تساؤل رئيس: ما التأثيرات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على الفرد (سلباً أو إيجاباً)؟

وقد تمت صياغة المشكلة في مجموعة تساؤلات يسعى البحث من خلاله الوصول للإجابة عن هذه التساؤلات.

أهمية الدراسة: تأتي أهمية الدراسة من أهمية وخطورة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال عموماً والإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص وتأثيره الواضح والعميق على الفرد والأسرة والمجتمع ككل. وقد جاءت هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

أهداف الدراسة:

- الوقوف على ماهية الإعلام الجديد وتعريف مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على التفاعل الإيجابي والاستخدام السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على الفرد.
- معرفة تأثير هذه المواقع على عمليات التنشئة الاجتماعية، (باعتبار أن هذه التنشئة كانت تقوم بها في السابق المؤسسات المتمثلة في الأسرة والمدرسة ودور العبادة ومؤسسات المجتمع).
- الوقوف على تأثير هذه المواقع على علاقة الفرد بالأسرة والمجتمع.
- التعرف على بعض الآثار الاجتماعية السلبية والإيجابية للإعلام الجديد على الفرد.
- الخروج بمجموعة من التوصيات من أجل استخدام هذه المواقع الاستخدام الأمثل، وبما يتفق مع تدعيم القيم الاجتماعية.

تساؤلات الدراسة:

ولأهمية الدراسة ولتحقيق هذه الأهداف سعت الباحثة للإجابة عن التساؤلات التالية:

ما متوسط ساعات الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي للفرد؟

أين ومتى يفضل الفرد متابعة هذه المواقع؟

عدد أفراد العينة اللذين يمتلكون حسابات على هذه المواقع، وأكثر المواقع التي تحظى بمتابعة أكثر؟

ما الموضوعات التي يفضل أفراد العينة متابعتها؟ وهل تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تقديم ما يشبع الفرد في مجال إهتمامه؟.

ما المعايير التي يستند إليها أفراد العينة في تكوين علاقاتهم واختيار أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

هل زادت مواقع التواصل الاجتماعي من معارف الفرد واكتسابه لقواعد وقيم اجتماعية؟

هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي (سلباً أو إيجاباً) على علاقة الفرد بالأسرة؟

هل تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على اكتساب سلوكيات وعادات جديدة غير مقبولة اجتماعياً؟.

ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على عمليات التنشئة الاجتماعية؟ .

منهج الدراسة: هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تتعامل مع مجالات وظواهر بحثية يتوافر بشأنها عدداً من المؤشرات التي استخلصتها بحوث سابقة، إلا أن هنالك أبعاد وزوايا جديدة لم يتم تناولها⁽²⁾. وهي تقوم على وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل وكذلك أنماط السلوك المختلفة.⁽³⁾ وذلك لاتساق هذا النوع من الدراسات مع طبيعة المشكلة محل الدراسة حيث تستهدف الدراسة التعرف على مدى التفاعل والتأثيرات الاجتماعية السلبية والإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد .

ولتحقيق التكامل المنهجي وللإجابة على تساؤلات الدراسة ولطبيعة الدراسة وانتمائها إلى الدراسات الوصفية، تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الوصفي الذي يعنى بوصف الظاهرة وتحديداتها وتبرير الظروف والممارسات أو التقييم والمقارنة.⁽⁴⁾ كما يهتم بمجال دراسة الجمهور بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الدوافع والحاجات والاتجاهات والمعايير الثقافية والاجتماعية والأنماط السلوكية ودرجاتها وشدتها ومستويات الاهتمام والتفضيل وهو يعد نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية (المسح بطريقة العينة).⁽⁵⁾

أدوات جمع البيانات: بالنسبة لجمع البيانات فقد اعتمدت الباحثة على مجموعة من الأدوات لجمع المعلومات.

أولاً: الاستبانة لأنها أحد الأساليب التي تستخدم لجمع البيانات الأولية أو الأساسية أو المباشرة من عينة الدراسة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً بهدف التعرف على حقائق معينة من المبحوثين، و اختيار الباحثة للاستبانة فرضته طبيعة الدراسة ، وتم اختيار الاستبانة المغلقة التي تتطلب من أفراد العينة اختيار الاجابات المناسبة من بين مجموعة من البدائل وإعطاء وجهة نظرهم من بين الاجابات المعطاة .⁽⁶⁾ من خلال تطبيق ذلك على عينة مختارة

من بين سكان ولاية الخرطوم (السودان) (عينة الدراسة). كما تم تصميم الاستبانة عن طريق الاستبيان الإلكتروني (Online Questionnaire) وهي وسيلة دقيقة وأكثر سهولة و سرعة في تعبئة الاستبانة وتقييم المعلومات الخاصة بمجتمع الدراسة، وسهولة و سرعة في الحصول على النتيجة. كما يتميز بأن المبحوث يقدم معلومات صادقة ، حيث يتم منح المبحوث الثقة وعدم الكشف عن هويته، كما انها تعد الأداة المناسبة لطبيعة الموضوع وقد أتبعته الباحثة مجموعة من الخطوات المنهجية للوصول بالإستبيان إلى الإطار السليم وذلك من خلال تحديد مجتمع البحث ونوع المعلومات التي تهدف الحصول عليها وعرض الإستبيان على مجموعة من المحكمين والمختصين (*) وبناءً على التعديلات التي تم اقتراحها واستناداً إلى ملاحظات الخبراء تمت إعادة صياغة بعض الأسئلة ، وبعد الإنتهاء من إعداد الاستمارة بصيغتها النهائية تم توزيعها على عينة الدراسة.

ثانياً : أعمدت الباحثة على مصادر مكتوبة لجمع المادة النظرية للدراسة وتتمثل في الكتب المنشورة والدوريات والتقارير والقواميس ودوائر المعارف والرسائل الجامعية..... الخ وذلك من خلال تدوين وتنظيم البيانات الخاصة بموضوع الدراسة

ثالثاً: عن طريق الملاحظة.

مجتمع الدراسة: يشير معنى مجتمع الدراسة إلى المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث الى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة. (7) وفي هذه الدراسة يمثل مجتمع البحث سكان ولاية الخرطوم (السودان)

عينة الدراسة: هي فئة تمثل مجتمع الدراسة أو جمهور البحث أو عدد محدد من المفردات يتعامل معها الباحث منهجياً (8) ويشترط أن تمثل المجتمع الأصلي في الخصائص والسمات . وفي هذه الدراسة تم اختيار العينة الشبكية أو ما يطلق عليها العينة المتكاثرة أو المتضاعفة (Snow Balling) وهي العينة التي تبدأ بمفردة ذات خصائص معينة تتولى كل منها الاتصال بعدد آخر من نفس الفئة أو الخصائص الفئوية على أن يصل الباحث إلى العدد المستهدف. (9) . أما بالنسبة لعينة الدراسة فقد تم اختيار عينة قوامها (400) مفردة من الذكور والإناث فوق سن 15عام.

الإطار المكاني للدراسة: - يقصد بالإطار المكاني للدراسة المنطقة الجغرافية أو المكان الذي يتم فيه إجراء الدراسة وعليه فقد تم اختيار ولاية الخرطوم بمدنها الثلاث الخرطوم، أم درمان، الخرطوم بحري لإجراء هذه الدراسة، وقد وقع الاختيار على ولاية الخرطوم لسهولة الحصول والوصول إلى العينة المطلوبة للبحث. كما إن سكان ولاية الخرطوم مزيج يمثل كافة السحنات والقبائل والطوائف الموجودة داخل السودان ككل، وبذلك يمكن ان تمثل العينة كل سكان السودان.

الإطار الزمني للدراسة: - حددت الباحثة هذه الفترة من يوليو - أغسطس 2018م.

المفاهيم والمصطلحات:

التأثير: هو ما يمكن أن تحدثه الرسالة الإعلامية أياً كانت من تبديل أو تحويل أو تعديل أو تغيير أو حتى تثبيت في آراء الجمهور أو مواقفه أو سلوكياته على المدى القصير أو المتوسط أو البعيد.⁽¹⁰⁾

القيم: القيم أو القيمة تعني المبادئ والصفات التي يؤمن بها الإنسان، وهي مشتقة من الدين ويعني ذلك أن القيم ثابتة وأزلية وليست متقلبة تخضع لتغير الظروف والعادات والتقاليد.⁽¹¹⁾ وتعتبر نظرية الحتمية القيمية في الإعلام أن الأصل في القيمة المعتقد (أى الدين) فالإنسان ليس مصدر القيمة وإنما أداة تجسيد تلك القيمة، ويدل مفهوم القيمة في اللغة العربية على (الاستقامة) أي الطريق المستقيم.⁽¹²⁾ والقيم بمفهوم المعايير تعني المعايير الاجتماعية المتفق عليها والخاصة بطريقة الحياة في مجتمع ما ومن هنا يمكن القول أن لكل مجتمع قيمة وأن كل قيمة اجتماعية صالحة في هذا المجتمع. (الحرية، الأمانة، التسامح، المساواة... الخ)⁽¹³⁾

المجتمع: عبارة عن نسق اجتماعي مكثف بذاته، ومستمر في البقاء بفعل قواه الخاصة، ويضم أعضاء من الجنسين ومن جميع الأعمار.⁽¹⁴⁾ والنسق الاجتماعي يشير إلى مجموعة من الأشخاص الذين يعيشون معاً ويشتركون في واحد أو أكثر من الأنشطة المشتركة وتتميز العلاقات المتبادلة بينهم بقدر من الثبات والاستمرار، (الأمّة نسق اجتماعي والأسرة نسق والمجتمع نسق..... الخ)⁽¹⁵⁾

التفاعل: وهو سلسلة مستمرة ومتبادلة من الاتصالات بين الأفراد أو بين الجماعات.⁽¹⁶⁾

التفاعل الاجتماعي: هو العملية التي يرتبط بها أعضاء الجماعة بعضهم مع بعض عقلياً ودافعياً وفي الحاجات والرغبات والوسائل والغايات والمعارف وما شابه ذلك. ومن أهم مظاهر التفاعل الاجتماعي، تقييم الذات والآخرين، والتقييم المستمر، ولا بد من المشاركة في القيم والميول والاهتمامات والاتجاهات. ومن أشكال التفاعل الاجتماعي التعاون والتنافس والتوافق والصراع.⁽¹⁷⁾

الاتصال: هو العملية التي يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع، وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم.⁽¹⁸⁾ وهذا التبادل قد يتم عن طريق الرموز. وينظر علماء الاجتماع للاتصال باعتباره ظاهرة اجتماعية وقوة لها دورها في تماسك المجتمع وبناء العلاقات الاجتماعية وأن المجتمع الانساني يقوم على مجموعة من العلاقات قوامها الاتصال وهو ضرورة من ضرورات الحياة الاجتماعية.⁽¹⁹⁾

الإعلام: يعني تقديم الأخبار والمعلومات الصحيحة للناس، والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور. (20)

الاتصال التفاعلي: يتم فيه تبادل الأدوار الاتصالية. ويعني حالة المساواة بين المشاركين في الاتصال والتماثل في القوى الاتصالية أي انه يؤدي إلى الاتصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للآراء دون تدخل أو تأثير من مصادر وقوى خارجية أخرى. يتم استخدام مصطلح الاتصال التفاعلي بديلاً لمصطلح الاتصال الجماعي من خلال الإنترنت. (21)

المحور الثاني: الإطار النظري للدراسة:

نظرية المسؤولية الاجتماعية: تقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بجرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، ومن الضروري أن تتحمل الصحافة قدرًا من المسؤولية في ممارسة العمل الإعلامي. (22) واستناداً لمفهوم ومبدأ المسؤولية الاجتماعية نرى ضرورة نشر رسائل هادفة تخاطب المتلقي وتحتوي على معلومات تنمي القيم والمعايير وأنماط السلوك المقبولة اجتماعياً وفي نفس الوقت تبعد عن الأفكار الهدامة والسلوك المنحرف. مع وضع مجموعة من الضوابط والقواعد والتشريعات التي تمنع ترويج الرسائل التي تحتوي على محتوى متديني. ونشر مفاهيم الرقابة الذاتية وتنمية المسؤولية الذاتية عن طريق الأنشطة والتفاعل مع الآخرين بحيث يؤدي ذلك إلى زيادة الثقة بالنفس واحترام الذات.

نظرية الاستخدامات والإشباع: يعتمد منظور الاستخدامات والإشباع على الفروض التالية:

إن جمهور وسائل الإعلام ليس سلبياً، فهو يقوم بدور إيجابي في إنتقاء المضامين الإعلامية التي تنشرها وسائل الإعلام. و يبني الفرد اختياراته الإعلامية على أساس أهتماماته واحتياجاته وقيمه واتجاهاته الشخصية التي تتشكل في إطار علاقاته الاجتماعية. و يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط. (23)

البنائية الوظيفية:

في هذه النظرية ينظر للمؤسسات الإعلامية بأنها تهتم أساساً بإنتاج وتوزيع المعرفة في شكل معلومات وأفكار وذلك تلبية للحاجات الاجتماعية التي تشكل في مجموعها حاجات الأفراد.

وتنظر البنائية إلى القيم الاجتماعية على أنها إحدى مكونات وجوانب النسق الاجتماعي التي تتفاعل مع باقي عنصر النسق بما يساعد على توازن المجتمع واستقراره، وبالتالي يحقق التوازن الاجتماعي للجماعة ككل. وان أي تغيير يطرأ على أحد الأجزاء لابد ان ينعكس على بقية الأجزاء وبالتالي يحدث مايسمى بعملية التغير الاجتماعي.⁽²⁴⁾

وبتطبيق هذه الافتراضات نلاحظ أن الإعلام ووسائله من المكونات الأساسية في المجتمع التي تساهم في التوتر الاجتماعي للمجتمع، وبالتالي يمكن أن تكون إحدى عوامل الخلل الوظيفي للمجتمع حين تساهم في التنافر وعدم الانسجام.

ماهية الإعلام الجديد:

هو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل.⁽²⁵⁾ وهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال من بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة.⁽²⁶⁾ وتعرف موسوعة ويب أو يديا الإعلام الجديد بأنه: "مصطلح يشير إلى العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي.⁽²⁷⁾

وهو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين في أي مكان.⁽²⁸⁾

خصائص الإعلام الجديد: التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي - التفاعلية - تفتيت الاتصال - اللاتزامنية - الحركية و قابلية التحويل - قابلية التوصيل والتحويل - الشبوع والانتشار - كسر الحواجز المكانية والزمانية واللغوية - النفسية والسياسية و الثقافية - التنوع والسهولة - فورية التناول.⁽²⁹⁾

شبكات التواصل الاجتماعي: تتكون من من شقين:

- الشبكة. وهي نظام المعلومات العالمي الذي يتصل بعضه ببعض بواسطة عناوين متفردة ومعتمدة على بروتوكول الإنترنت أو توابعه الفرعية.

-**الاجتماع**. وهي كلمة عكس الانفراد والاجتماع يعني تقارب أجسام من بعضها هو اللقاء للحوار وهو الإلتزام بين أفراد (الأسرة مثلاً) وأصل الكلمة من جمع والاجتماع له أماكن مختلفة وله صور حديثة مثل الاجتماع الافتراضي عبر قنوات الإعلام المختلفة مع تباعد الأجسام واختلاف الأفكار.⁽³⁰⁾

التواصل الاجتماعي: هو عملية تواصل بين عدد من الأفراد عن طريق المواقع والخدمات الإلكترونية التي توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع وهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتفاعل وتتزامن معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات وبذلك تكون أسلوباً لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الإنترنت.⁽³¹⁾

مواقع التواصل الاجتماعي: وهي عبارة عن تطبيقات أو مواقع حديثة تعتمد على الويب من أجل التواصل والتفاعل بين البشر عن طريق الرسائل الصوتية المسموعة، والرسائل المكتوبة، والرسائل المرئية، ومنصة لتسهيل تبادل المعلومات تتيح التواصل بين كافة افراد المجتمع في أي وقت وأي مكان، وتعمل هذه الوسائل على بناء وتفعيل المجتمعات في بقاع العالم، إذ يقوم البشر بمشاركة اهتماماتهم وأنشطتهم بواسطة هذه التطبيقات.⁽³²⁾

مواقع التواصل الاجتماعي بين السلبيات والإيجابيات:

أولاً - السلبيات: تفتقد إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية والقيم المهنية التي تحكم طبيعة العمل، وخاصة المصادقية والموضوعية. النصب والاحتيال في المعلوماتية وظهور مصالح تجارية خبيثة وعمليات إجرامية. التدوين المزيف الذي يروج للشائعات والأخبار الكاذبة، والذي أسهم في تشكيل المواقف الخاطئة وصناعتها تحت مظلة المواطن الصحفي.⁽³³⁾ . انتحال الشخصية. الذم والتحقير والإهانة عبر هذه المواقع . انتهاك البيانات الشخصية الإلكترونية. التحرش والمضايقة . وجرائم الاختراق. نشر المواد الإباحية والمشاهد غير الأخلاقية. نشر الأفكار الهدامة. الترويج للشائعات والمعلومات الكاذبة (الدينية والطبية) . ضياع الأعمار والأوقات. الإدمان والعزلة عن المجتمع. التفكك الأسري والتأثير في الأخلاق والسلوك. تشجيع الكذب والنفاق، من خلال ظاهرة الأسماء المستعارة، والشخصيات الوهمية، ولا سيما في خدمات المحادثات بأشكالها المتعددة، حيث يتعامل أصحابها بشخصيات متعددة وبأوجه كثيرة، يتم في معظمها التضحية بالقيم والأخلاق والثوابت على حساب نزعات الهوى، والعبث بمشاعر الناس .

ثانياً - الإيجابيات: لا تتطلب تكاليف مادية كبيرة (جهاز كمبيوتر، وخط إنترنت). مساعدة الأفراد الذين يفتقرون إلى الثقة في بناء العلاقات الاجتماعية المباشرة. التضامن بين الجماعات وأصحاب القضايا المشتركة. ساعد القوى وحركات التحرر على التواصل واستخدمه كمنصة إخبارية في البلدان السلطوية. تمكن أي فرد من إنشاء المحتوى الخاص به ومشاركته مع الآخرين بسهولة وأعطت الناس فرصة للتعبير عن أنفسهم. (حرية الاعلام الجديد).⁽³⁴⁾ المساعدة في العلم

وسرعة البحث. وسيلة للدعوة إلى الله. المساهمة في التسويق والتجارة الإلكترونية. سرعة تداول الأخبار. تنمية وتطوير الذات، وذلك من خلال اكتساب مهارات التواصل النشط وآلياته. وتحقيق الإبداع في مجالات متعددة في الحياة من خلال تبادل الخبرات. تقوية العلاقات الاجتماعية، مع أصدقاء متجددين عبرها من خلال المحادثات الفردية أو الجماعية. توفير جهد وتكلفة التواصل مع أصدقاء أو أقارب بعيدين جغرافياً. تلاقى أصحاب الهوايات، وتعرفهم على هوايات بعضهم البعض، وتعزيزها باستمرار. صقل شخصية الفرد من خلال سعة ثقافته واندماجه مع المحيط الثقافي إلكترونياً. تسهم في النقد الموجه والبناء، وتؤثر على متخذي القرار، بما يتفق والمصلحة العامة. (35).

هوية الفرد في شبكات التواصل الاجتماعي:

شغل موضوع الهوية الباحثين في هذه الوسائل، والمعلوم أن الكثير من رواد مواقع التواصل الاجتماعي لا يستخدمون أسماءهم أو هوياتهم الحقيقية أثناء التواصل مع الآخرين وفي هذا الصدد فقد خلق ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية مشكلة في هوية الفرد في وسائل التواصل الاجتماعي أو في عالم الإنترنت. نظراً لأن هذه المواقع اجتماعية، فهي تربط شخص ما مع الآخرين في الشبكة. ولذلك يبدو أن هناك نوع جديد من الهوية موجود في عالم الإنترنت وتبعاً لذلك فقد تم تقسيم هوية الفرد إلى نوعين. هوية الفرد على شبكة الانترنت وهوية الفرد خارج الشبكة أو الهوية الحقيقية بمعنى أن هنالك مجتمعات يتخفى فيها الأشخاص عن هوياتهم الحقيقية وأخرى يظهر فيها الأفراد بهوياتهم الحقيقية ويقال أنه مع انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، يصبح الخط الفاصل بين الهويتين أكثر ضبابية. (36) وتكمن ميزة الهوية الافتراضية في أن الشخص قادر على تحويلها وتغييرها كما يشاء ويعمل الأفراد في الانترنت على تغيير هوياتهم ويقومون بلعب أدوار مختلفة وتقمص شخصيات عديدة، وبالتالي فإن هناك فرق بين الصورة التي يقدمها الأفراد عن شخصيتهم وأنفسهم وبين الهوية الحقيقية في الواقع، فهم يستخدمون هويات تتغير من وضعية لأخرى ومن شخص لآخر وتعتبر الانترنت بصفة عامة الفضاء الذي يوفر إمكانية التقمص. (37) وتوجد في الأساس ثلاثة أنواع من إدارة الهوية في مجتمعات الإنترنت: الهوية مجهولة الهوية أو مستعارة أو نصف مجهولة أو الهوية الحقيقية. (38)

الدراسات السابقة:

كي يكتسب البحث أهميته فإنه ينبغي علي الباحث مراجعة ما كتب عن الموضوع وحوله، وذلك لأنه إما أن يضيف لما كُتب أو يُحْت أو يصبوب الأخطاء فيه، أو يجيب عن التساؤلات التي إثارتها الدراسات السابقة ولم تجب عليها وإيماناً منا بان هذه الخطوة تساعد في تعديل مسار الدراسة، فقد اطلعت على عدد من الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث

وذلك بهدف الوقوف على ما كتب والاستفادة منه. ونستعرض فيما يلي بعض هذه الدراسات وما أسفرت عنه من نتائج.

أولاً: دراسات عربية:

1- هدفت دراسة الزبون وعودة، (2014)، الكشف عن الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن.. أتت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الاستبانة. أظهرت نتائج الدراسة أن أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة توسيع العلاقات الاجتماعية من خلال متابعة أخبار الآخرين على الشبكة ومجاملتهم وتعزيز وتوثيق الصداقات القائمة. (39)

2- تسعى دراسة مها أحمد، (2015) إلى توصيف استخدامات الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة منها، وهي دراسة وصفية وتعتمد على استبانة المقابلة لجمع المعلومات، من نتائجها: أن الألعاب، والصور والرسوم، الفديوهات، الأناشيد من أكثر المواد تبادلاً بين الأطفال في مواقع التواصل الاجتماعي. شكلت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتواصل الثقافي والعلمي والترفيهي للطفل السعودي⁽⁴⁰⁾.

3- سعت دراسة الرواس وآخرون، (2015)، إلى تشخيص محتوى التنشئة الاجتماعية وطبيعتها لدى الأطفال نتيجة تعرضهم لوسائل الإعلام الجديد، اعتمدت الدراسة على الأسلوب الوصفي التحليلي عن طريق المسح بالعينة ومن أبرز نتائجها: وجود تأثيرات واضحة للإعلام الجديد في عملية تنشئة الأطفال بمختلف جوانبها كما أوضحت الدراسة انتقال أدوار التنشئة الاجتماعية من من الوسائل التقليدية إلى الإعلام الجديد. (41)

4- تحدثت دراسة دعاء عمر (2015)، عن وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة من الناحية الفقهية وتطرق إلى أهم الضوابط التي يجب الالتزام بها عند استخدام هذه الوسائل والأحكام الفقهية المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. استخدمت الباحثة المنهج الإستقرائي والوصفي والتحليلي. ومن أبرز نتائج الدراسة: تعددت وجهات النظر الفقهية الإسلامية في الحكم على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ولكنه أجمع علماء الفقه الإسلامي إن كانت الغاية بعيدة عن المساس في جوانب العقيدة الإسلامية فلا بأس. وأن الصداقة بين الجنسين وإفشاء الأسرار الزوجية عبر وسائل التواصل حرام شرعاً وذلك بأدلة من الكتاب والسنة. (42)

5- تهدف دراسة، عبد الله الوزان (2015)، على التعرف على مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي، ومدى وعي هؤلاء الشباب بمفهوم المصداقية للمحتوى المنشور فيها، تعتمد هذه الدراسة

علي منهج المسح وهي دراسة وصفية ، من النتائج:نسبة معدل الثقة للشباب في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعة بالنسبة ، أما الفيس بوك واليوتيوب فمعدل الثقة فيهما منخفضاً خاصة اليوتيوب.⁽⁴³⁾

6- تناولت دراسة سحر جابر، (2015) ، الآثار الاجتماعية على شباب الجامعات المصرية نتيجة التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال التعرف على العلاقات الاجتماعية وسماتها سواء في العالم الواقعي أو العالم الافتراضي، وجاءت نتائج البحث لتؤكد على أن مواقع الشبكات الاجتماعية ساعدت الشباب في التفاعل المباشر مع أصدقائهم ومعارفهم. وأن الوقت الذي يقضيه الشباب في تلك المواقع وصل بهم إلى درجة الإدمان مما كان له من تأثيرات سلبية على سلوكهم العام تجاه الأسرة والمجتمع.⁽⁴⁴⁾

7- تتركز أهداف دراسة مخلوف، (2016)، في مقارنة وسائط الإعلام الجديدة والإمكانيات التواصلية والإعلامية التي تتيحها، و محاولة فهم ديناميتها وسيورتها، و تتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، و خلصت الدراسة إلى أنه و بموجب نظام الاعلام يمكن لوسائل الاعلام ان تقدم لكل شخص ما يريد في الوقت الذي يريد، وتزداد اهمية ثقافة المجموعات الصغيرة التي تجد الفرصة للتعبير عن نفسها وسماع صوتها بما يمكنها من التفاعل مع الثقافات الاخرى.⁽⁴⁵⁾

8- سعت دراسة موسى (2016)، لتعزيز وإبراز الصورة الإيجابية عن التكنولوجيا المتمثلة في شبكة الإنترنت والتعرف على الإعلام الجديد والاستفادة منه في نشر ثقافة المجتمع السوداني على المجتمعات الخارجية، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ومن نتائجها: أن الهاتف من أكثر الوسائل المستخدمة للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، كما أثبتت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تعارف وتواصل الناس مع بعضهم البعض ومناقشة مختلف القضايا.⁽⁴⁶⁾

9- تهدف دراسة رهام أبو رومي (2017)، إلى التعرف على وسائل التواصل الإلكتروني ومدى تأثيرها على الضبط الأسري، وهي دراسة وصفية تحليلية، ومن أهم نتائج الدراسة: أن مواقع التواصل الإلكتروني تعمل على ربط الاصدقاء والأقارب عبر المسافات، لكنها أحدثت فجوة عميقة في علاقات الأفراد، وقللت من فرص فرض الرقابة والمتابعة.⁽⁴⁷⁾

10- هدفت دراسة الزبون، وآخرون، (2017) إلى الكشف عن درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية للعينة كانت متوسطة. و أن القيم الجمالية جاءت في المرتبة الأولى، تلتها القيم الاقتصادية، ثم القيم الاجتماعية، بينما جاءت القيم الأخلاقية في المرتبة الأخيرة.⁽⁴⁸⁾

11- ناقشت دراسة إيمان متولي، (2018)، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيمة "الثقافة" لدى الشباب، وقدرتها على تشكيل وعيه الثقافي، وهي دراسة استكشافية وصفية. وقد أكدت نتائج الدراسة على زيادة وسائل التواصل الاجتماعي من وعي الشباب بالعالم الخارجي وتعرفه على السياسات المحلية والعالمية، كما أكدت على أن وسائل التواصل الاجتماعي قدمت الإشباع المعرفي الاجتماعي والترفيهي للشباب. (49)

ثانياً دراسات أجنبية:

1- تسعى دراسة Zekiri, Jusuf (2016) إلى تحديد العلاقة بين استخدام الطلاب للشبكات الاجتماعية والزمن الذي يقضونه في متابعة هذه الوسائل وعلاقتها بمستواهم الأكاديمي. و الأسباب التي تجعل الطلاب يستخدمون شبكات التواصل. تستخدم الدراسة منهج المسح وصحيفة الاستبيان. أظهرت نتائج الدراسة أن عدداً كبيراً من الطلاب يدركون مزايا وعيوب شبكات التواصل الاجتماعي. و يتأثر أداء الطلاب الأكاديمي سلباً نتيجة زيادة الوقت الذي يقضيه الطالب في متابعتها ومعظم اهتمامهم يتركز على الدردشة والموسيقى. (50)

2- الهدف من دراسة Akbarov, Azamat (2016) معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على اللغة الأم؟ و تتطرق الدراسة إلى مفهوم القواعد السليمة للغة المستخدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد خلصت الدراسة إلى الآتي: أثرت التعبيرات واللغات المتنوعة التي يتم استخدامها في الوسائط الاجتماعية على اللغة الأصلية التي نستخدمها، لذلك فإن بعض المفردات العامية المستخدمة اليوم تدخل القواميس ببطء عن طريق الكلمة المكتوبة، وبالتالي بدأت تؤثر على الكلمة المنطوقة وإن اللغة العامية هي اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي. (51)

3- حاولت دراسة Jain, Shivan (2016)، التعرف على كيفية استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية للتواصل مع الآخرين. وما تأثيرها على الحفاظ على الهوية واحترام الذات؟. وأوضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تمكن الأشخاص من التعبير عن آرائهم ووجهة نظرهم الخاصة، وذلك من خلال إعطاء فرص مختلفة ومتساوية لتقديم تلك الآراء والأفكار، وأن الأفراد لا يفكرون في الوقت الذي يقضونه في متابعة هذه المواقع مما يقتطع من وقته المخصص لعائلته، وأصدقائه، وتعليمه، وعلى الحياة والعمل. (52)

4- هدفت دراسة Ali Aljabry, Ali Mohammad and others (2017)، إلى تحديد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي للطلاب وعلاقتهم الاجتماعية، وكذلك العوامل المرتبطة باستخدام هذه الوسائل وكيفية ونمط استخدامها، وأظهرت النتائج أن أكثر المواقع استخداماً شيوعاً كانت فيس بوك، أثر كل من عدد الساعات واستخدام الوسائط الاجتماعية أثناء المحاضرات على مستوى الدراسة وعلى الأداء الأكاديمي للطلاب

بشكل سلبي، أيضاً أدت إلى إدمان هذه المواقع كما أظهرت الدراسة أن للوسائط الاجتماعية تأثير إيجابي على العلاقات الاجتماعية.⁽⁵³⁾

5- أشارت دراسة Alammary, jafrah (2017) إلى النمو في الشبكات الاجتماعية في البلدان العربية والدور الحاسم في التعبئة وتشكيل الرأي والتأثير ، تم اعتماد طريقة البحث الكمي. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك حاجة لاتخاذ إجراء من قبل صناع القرار في الدول العربية تجاه شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت في الأساس سلاحاً للإقناع الجماعي. ويمكن استخدام هذا السلاح من قبل أفراد غير مهتمين وغير مؤهلين لتغيير المجتمع اجتماعياً أو سياسياً أو اقتصادياً.⁽⁵⁴⁾

التعليق على الدراسات السابقة:

من حيث الموضوع: لقد ركزت معظم الدراسات السابقة على الاهتمام بالإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعية وتأثيراتها على الأفراد وهذا يدل على مدى اهتمام الباحثين بهذا الموضوع والاهتمام بتأثير الإعلام الجديد وتقنياته وتطبيقاته المختلفة كما تناولت بعض الدراسات إشكالية النظام والفوضى للإعلام الجديد (عبد الله الحيدري). واهتمت دراسة (فوزية آل علي) بالآثار النفسية للأنترنت على الشباب. وأشارت دراسة (Alammary, jafrah) ، إلى النمو في الشبكات الاجتماعية في البلدان العربية والدور الحاسم في التعبئة وتشكيل الرأي والتأثير، بينما هدفت دراسة Ali Aljabry, Ali Mohammad and others ، إلى تحديد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي للطلاب وعلاقتهم الاجتماعية، وسعت دراسة (أنور محمد الرواس و آخرون) ، إلى تشخيص محتوى التنشئة الاجتماعية وطبيعتها لدى الأطفال نتيجة تعرضهم لوسائل الإعلام الجديد.

من حيث المنهج: باستعراض المناهج التي استخدمتها الدراسات السابقة لوحظ أن معظم الدراسات اتخذت المنهج الوصفي المسحي والمنهج الوصفي التحليلي منهجاً للدراسات.

من حيث الأدوات والعينات: اعتمدت الدراسات السابقة على مجموعة من الأدوات منها صحيفة الإستبيان وإجراء بعض المقابلات الشخصية لجمع المعلومات، وقد ركزت بعض الدراسات على فئة الشباب وطلاب الجامعات من الجنسين بينما ركزت أخرى على فئة الأطفال كعينة للدراسة.

تناولت الدراسات السابقة موضوع التأثيرات الاجتماعية والثقافية والنفسية والأكاديمية بصورة أوسع وأشمل في الوطن العربي وبعض الدول الأجنبية (الجزائر- مصر-البحرين-السعودية - مصر — الإمارات... الخ) بينما تناولت الدراسة

الحالية موضوع التأثيرات الاجتماعية للإعلام الجديد وتطبيقه على أفراد عينة داخل المجتمع السوداني (باختيار ولاية الخرطوم كإطار مكاني للدراسة)

واستعراض نتائج الدراسات السابقة ساعد الباحثة على صياغة مشكلة الدراسة الحالية كما استفادت الباحثة من هذه الدراسات في التعرف على المنهج المناسب للدراسة والأدوات التي تخدم أهداف الدراسة والعينة المناسبة وكيفية اختيار مجتمع الدراسة.

المحور الثالث: تحليل وتفسير البيانات:

شملت الدراسة كل الفئات داخل المجتمع وقد جاءت نسبة الذكور أعلى من الإناث وذلك كالاتي 54% من الذكور بينما بلغت نسبة الإناث 46 % من العينة. أن معرفة تركيبة الأعمار في أي مجتمع من أهم العوامل التي تفيد في تحديد نوع الرسائل الإعلامية الموجهة لهذه الفئات ،ومن نتائج الدراسة نجد أن الفئة العمرية أكثر من (39عام) تمثل أعلى نسبة في العينة بحوالي 37.5 % تلتها مباشرة فئة العمر من (33 - 38 عاماً) بنسبة 18% وتقاربت منها الفئة العمرية من (21-26 عام) بنسبة 17 % وسجلت فئة (27-32) عاماً حوالي 14.5 % أما فئة العمر من (15-20) عاماً فقد جاءت في نهاية القائمة بنسبة 13% .إذا ومن نتيجة وتكرارات الجدول رقم (2) نجد أن العينة يغلب عليها فئة الأعمار الأكثر من 39 عام .

بما أن غالبية أفراد العينة من الفئة التي تتراوح ما بين (27 إلى أكثر من 39) فان ذلك ينعكس تماماً على المستوى التعليمي لأفراد العينة أو يتناسب تماماً مع الفئة العمرية بحيث نجد أن التعليم الجامعي قد حاز على أعلى نسبة بما يساوي 60% بينما قلت نسبة التعليم دون الثانوي إلى 3.5% والثانوي 13% أما التعليم فوق الجامعي فقد جاء بنسبة 23.5% .

كما هو معلوم فان ارتفاع المستويات التعليمية يلعب دوراً هاماً وبارزاً في أنماط تفكير الفرد أو سلوكه أو تصرفاته أو تعامله تجاه الآخر. وعندما ترتفع نسبة التعليم في أي مجتمع يصبح هذا المجتمع مؤهلاً لاكتساب الكثير من الخبرات والتجارب والسلوكيات . ومن اجابات أفراد العينة تبين أن من أفراد العينة ممن يستخدمون أو يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي ويمثلون نسبة (91.5%) وهذا يؤكد الدور الذي تقوم به هذه المواقع من تبادل للآراء والنقاش وتبادل الأفكار وتوسيع مدارك الفرد .أما من يستخدمونها أحياناً فقد كانوا بنسبة (8%) ونادراً بنسبة (0.5%) بينما يمثل من أفراد العينة ممن لا يستخدم هذه المواقع حوالي (0%). وهذا يعني أن من لا يستخدم أبداً وسائل التواصل الاجتماعي لا يوجد ضمن أفراد العينة .

أشارت نتائج الدراسة على أن من أفراد العينة ممن يتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي من (4- 6 أعوام) في أعلى القائمة وذلك بنسبة (42%) . تلتها أكثر من (9 أعوام) بنسبة 23% بينما كانت الفترة من (7-9 أعوام) نسبتها (17.5%) ومن (عام 3- أعوام) بنسبة (15.5%) و (2%) فقط من العينة ذكروا أنهم يتعرضون لهذه المواقع منذ فترة تعتبر فترة قصيرة نسبياً وهي أقل من عام.

من اجابات عينة الدراسة ، يتضح لنا أن متوسط ساعات الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة تراوحت ما بين (ساعة إلى 9 ساعات) وكانت تفاصيل ذلك كالآتي: نسبة من يقضي من (3- 4 ساعات) يومياً حوالي (43.5%) بينما كانت نسبة متوسط ساعات الاستخدام من (1- 2 ساعة) بلغت (29.5%) ، كما أن نسبة متوسط ساعات الاستخدام من (5-6 ساعة) حوالي (16.5%) ونسبة من (7-8 ساعات) حوالي (5.5%) وتقاربت معها أكثر من (9 ساعات) بنسبة (5%) ويتضح من هذه النتيجة أن متوسط ساعات الاستخدام اليومي لأفراد العينة كانت معتدلة إلى حد ما أي ليست بالكثافة العالية .

وبسؤال العينة عن أفضل الأوقات لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي ، أشارت النتائج أن من يفضل متابعة هذه المواقع في المساء جاءت أولاً بنسبة (41%) و جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (36%) من يفضل المتابعة طول اليوم ، أما اللذين يتابعون في الصباح أو بعد الظهر فقد تقاربت نسبهم من (10%) و (9%) بالترتيب ، بينما كان من يتابع هذه المواقع في وقت متأخر من الليل كانت نسبتهم قليلة لا تتعدى ال (4%) .

أظهرت اجابات عينة الدراسة أن الغالبية العظمى من العينة تمتلك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (94.5%) ، وهذا يعتبر أمر طبيعي في ظل الثورة والتطور في مجال الاتصال والإعلام وانتشار الأجهزة الذكية وإمكانية امتلاكها ، بالإضافة للمستوى التعليمي للغالبية من أفراد العينة حيث بلغت نسبة التعليم الجامعي وما فوق الجامعي مجتمعة حوالي (83.5%) .

و بالرجوع للنسب التي أظهرتها نتائج الدراسة، وعلى المستوى الإجمالي نجد أن أفضل مكان لمتابعة واستخدام مواقع التواصل حسب رأي العينة في المنزل حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (92.5%) ويليه مباشرة في العمل بنسبة لا تتعدى (4.5%) وعلى الرغم من أنها نسبة قليلة مقارنة بغيرها إلا أن متابعة هذه المواقع أثناء العمل قد يؤدي إلى عدم التركيز أثناء تأدية العمل مما يضعف المردود ويؤثر على الاقتصاد القومي وتقاربت منها مقاهي الإنترنت حيث جاءت في أدنى القائمة بنسبة (3%) فقط . وهذه النتيجة طبيعية لأن (37%) من العينة كانت أعمارهم أكثر من

(39 عام) إضافة إلى ذلك أن من العينة حوالي (46%) إناث وهذا يدل على إن العادات والتقاليد السائدة في المجتمع تحد من ذهاب المرأة إلى مقاهي الإنترنت .

بسؤال أفراد العينة عن الوسيلة التي يفضلون استخدامها ، فقد استحوذ الهاتف المتحرك (المحمول) على المركز الأول بنسبة (90%) وجهاز الحاسوب (9.5%) أما جهاز الآيباد فقد كان استخدامه بنتيجة لا تذكر حوالي (0.5%) . وقد يعزى ذلك إلى سهولة إمتلاك جهاز الهاتف المحمول مقارنة بالحاسوب أو الآيباد مما يجعله في متناول الجميع، إضافة إلى سهولة حمله وسهولة استخدامه علاوة على توفير خدمات الإنترنت عبر الهاتف وبأسعار زهيدة.

دلت نتائج الدراسة على إن أكثر أشكال الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل فردي حيث بلغت (84%) بينما كان نمط الاستخدام الجماعي بنسبة (16%) ونستنتج مما سبق أن معظم أفراد العينة تستخدم هذه المواقع بشكل فردي ، ربما يعود ذلك إلى نوع من الحرية في الاستخدام، أو يعود إلى ما تتصف به استخدامات هذه المواقع من تفاعلية مبنية على الفردية والخصوصية . ولكن قد يمثل أحياناً خطورة على علاقة أفراد الأسرة والعلاقات والترابط بين أفرادها واللجوء إلى العلاقات الافتراضية بما يؤدي إلى التقليل من العلاقات الحقيقية بين أفراد الأسرة الواحدة ويؤدي إلى الاحساس بالوحدة

أظهرت النتائج كما يوضحها الجدول رقم (1) أن أكثر المواقع التي يفضل أفراد العينة متابعتها بالترتيب واتس أب بنسبة (85.5%) . يليه فيس بوك بنسبة (78%) أما يوتيوب فقد كان بنسبة (49.5%) وتلتها الصحف الإلكترونية (28.5%)، وتقاربت معها في النتيجة موقع تويتر بنسبة (27%)، أما إنستغرام فقد جاء بعد تويتر بنسبة (25.5%) ، ومواقع أخرى متفرقة بنسبة (7%) وكان سناب شات بنسبة (6%) ، أما ماي سبيس لم يكن يتابعه أحد من العينة بنسبة (صفر) . وقد يرجع السبب لقلة استخدام سناب شات وماي سبيس من قبل عينة الدراسة أن هذه المواقع شبه مغلقة ولا يمكن استخدامها إلا بواسطة برامج إختراق الشفرة التي تتيح فتح المواقع المحظورة. وإجمالاً يمكننا القول إن مواقع التواصل الاجتماعي كثيرة ولكن يأتي موقع واتس أب وفيس بوك ويوتيوب كأبرز تلك المواقع تفضيلاً واستخداماً لعينة الدراسة الإقبال عليهما بشكل كبير وذلك لما تتمتع به هذه المواقع من مميزات بالنسبة لمستخدميها.

الإجابة	ك	%
فيس بوك	312	78%

تويتر	108	%27
يوتيوب	198	%49.5
ماي سبيس	0	%0
واتس أب	342	%85.5
انستغرام	102	%25.5
سناب شات	24	%6
صحف إلكترونية	114	%28.5
مواقع أخرى	28	%7

جدول رقم (1) يوضح أكثر المواقع التي يفضل استخدامها ومتابعتها (يمكن اختيار أكثر من إجابة).

تشير بيانات (الجدول 2) إلى تنوع المواضيع التي يفضلها أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت المواضيع الاجتماعية في الترتيب الأول وذلك بنسبة (61%) تليها في الترتيب المواضيع الثقافية بنسبة (56%) وفي الترتيب الثالث المواضيع الترفيهية وجاءت بنسبة (54%) وللأغراض التعليمية (51%) وتقاربت منها المواضيع الدينية حيث حققت (50%) أما ما يرتبط بالمواضيع السياسية فقد كانت نسبتها (41%) والرياضية (37.5%) وفي الترتيب الأخير مجال العمل بنسبة (34.5%). نستنتج من ذلك أن نسبة مقدرة من العينة تفضل متابعة المواضيع الاجتماعية والثقافية وربما يعود ذلك أيضاً إلى إرتفاع نسب التعليم الجامعي وما فوق الجامعي في العينة. كذلك إرتفاع تقضيل المواضيع الترفيهية ربما يشير إلى قلة أماكن التسلية والترفيه في المجتمع ولكن يجب الانتباه إلى أن كثرة متابعة برامج التسلية والترفيه (الفردي) قد يؤدي إلى الإدمان والبعد عن التفاعل الاجتماعي.

الإجابة	ك	%
رياضية	150	%37.5
اجتماعية	244	%61
سياسية	164	%41

ثقافية	224	56%
تعليمية	204	51%
فنية	110	27.5%
ترفيهية	216	54%
دينية	202	50.5%
بمجال العمل	138	34.5%

جدول رقم (2) يوضح المواضيع التي يفضل متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (يمكن اختيار أكثر من اجابة)

بسؤال أفراد العينة عن أسباب متابعة هذه المواقع ، فقد أظهرت بيانات (الجدول 3) إلى أن ذلك يعود لعدة أسباب أهمها: التواصل مع الآخرين حيث جاء في أعلى القائمة بنسبة بنسبة (76.5%) ، تليها التعرف على الآراء والأفكار (73.55) وذلك من خلال ما توفره هذه المواقع من الحرية المطلقة في التعبير والنشر دون القيود الزمانية والمكانية ، أما التسلية وتمضية أوقات الفراغ جاءت بنسبة (55.5%)، وهناك خاصية توفرها مواقع التواصل الاجتماعي وهي خاصية اللعب التفاعلي التي تقوم على المشاركة في ألعاب الفيديو وألعاب الكمبيوتر المختلفة وأجهزة الواقع الافتراضي وما يميز هذه الخاصية هو التفاعل بين المشاركين، وأنها تركز على الإستمتاع عن طريق عملية المشاركة والأداء،⁽⁵⁵⁾ بينما حققت الدراسة (47%) حيث وفرت هذه المواقع قواعد للبيانات والمعلومات التي يمكن للدارس الاستفادة منها كما وفرت إمكانية التعليم عن بعد ، والحصول على فرص عمل بنسبة (14%) وبالنسبة للمشاكل الأسرية فقد كانت في آخر القائمة وذلك بنسبة (6.5%) .

الإجابة	ك	%
التعرف على الآراء والأفكار	294	73.5%
التسلية وتمضية أوقات الفراغ	222	55.5%
التواصل مع الآخرين	206	76.5%
الدراسة	126	47%

المشاكل الأسرية	26	6.5%
الحصول على فرص عمل	56	14%

جدول رقم (3) يوضح الأسباب التي تدفع إلى متابعة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (يمكن اختيار أكثر من اجابة)

ورداً على سؤال عينة الدراسة عن السؤال (هل كونت صداقات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟) الاجابة على هذا السؤال كانت ما يلي: جاءت الاجابة (نعم) أولاً بنسبة (73.5%) . أما من أجاب ب (لا) فقد كانت نسبتهم (26.5%) وقد يعود ذلك إلى عدم الاقتناع بتكوين صداقات عبر الواقع الافتراضي والإكتفاء بالصداقات على أرض الواقع .

و (للفئة التي أجابت بنعم وكان عددهم 294) فقد تم توجيه سؤال لها عن كيفية اختيار الأصدقاء . وأوضحنا النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعية هي مواقع يتواصل من خلالها الأشخاص الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة وقدرات متكافئة حيث حققت نسبة (46.5%) ولكن يجب أن نحذر هذه الاهتمامات والتي قد تجنح أحياناً عن الطريق السليم وترتبط هذه الاهتمامات بمواضيع قد تسبب خلل في الأفكار أو القيم الاجتماعية أو في العقيدة أو في وتشجيع العنف والتطرف وزعزعة الأمن القومي. إضافة إلى أن البعض يتواصل ويتشارك مع الآخراصور والفيديوهات الشخصية والأسرية دون الانتباه إلى أن هذه الصور والفيديوهات يمكن أن تتخطى كل الحواجز إلى العالم . وجاءت نسبة الاحترام المتبادل بين الأصدقاء ونتيجة الإعجاب بما يكتبونه متقاربة وذلك على التوالي (23.5%) و (22.5%) وما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من ظهور لمصطلح المواطن الصحفي أو صحافة المواطن قد أعطت الفرصة لكل فرد في المجتمع أن يكتب وينشر دون قيود السلطة أوقيود المؤسسات الإعلامية وأن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر. أما المصالح المشتركة فقد تزيلت الجدول بنسبة (7.5%) فقط .

مواقع التواصل الاجتماعي متاحة للجميع وتسمح لكل متابع أو مستخدم بنشرصورأو معلومات أو فيديوهات أو أخبار ، ولا توجد رقابة أو أخلاقيات توجه عملية النشر، ويمكن لكل متصفح أو زائر نشر هذه الصور أو المعلومات الخاصة بآخر دون موافقته أو إستئذانه ، ما يسمى باختراق الحسابات الشخصية للمستخدم أوالتجسس عليه من قبل جهات أخرى ، وعلى الرغم من كل ذلك فقد أجاب حوالي (75%) من العينة بأنهم يستخدمون أسمائهم الحقيقية عبر تواصلهم مع الآخرين بينما أجاب (16.5%) بأنهم أحياناً يستخدمون أسمائهم الحقيقية ، أما من قال أنه لا يستخدم أسمه الحقيقي مطلقاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانوا بنسبة (8.5%) فقط ، وقد اختلفت الأسباب في ذلك

فمنهم من يجيب لأسباب شخصية بنسبة (44.1%) ومن يذكر بأنه لا يثق فيمن يتواصل معهم كانوا بنسبة (32.4%) و أسباب أخرى لا يريد ذكرها (23.5%). كل هذه الأسباب تعود لطبيعة الإعلام الجديد الذي يستطيع من خلاله الفرد أن يحصل على ما يريد بسهولة ويسر، مما يشكل خطراً حقيقياً خاصة عند ظهور ما يسمى بالتممر الإلكتروني وهو استغلال الإنترنت والتقنيات المتعلقة به بهدف إيذاء أشخاص آخرين بطريقة متعمدة ومتكررة وعدائية.⁽⁵⁶⁾ و قد أصبحت شائعة في المجتمع خاصة بين فئة الشباب وصغار السن، أيضاً هنالك التتبع عبر مواقع التواصل الاجتماعي إذ يميل بعض مستخدمي هذه المواقع إلى تتبع مستخدمين آخرين لمجرد وجود اهتمام عاطفي تجاههم، ولذلك قد يلجأ بعض الأفراد إلى إخفاء هوياتهم من أجل ممارسة التمر على الآخرين أو من أجل أن لا يتعرف علي هوياتهم أحد ويصبحوا ضحية لتمر أو تتبع الآخرين عليهم، أو عرضة لأطماع وشهوات وإغراءات أفراد أ وجماعات أو حتى القرصنة الإلكترونية . وبسؤال عينة الدراسة عن مدى معرفتهم بشخصية من يتواصل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد كان (87%) من إجمالي عينة الدراسة على علم بمن يتواصل معهم، بينما كانت نسبة من لا يتعرف على شخصية من يتواصل معه بنسبة قليلة إذ لا تتعدى (13%).

تشير اجابات عينة الدراسة إلى أن (77.5%) من العينة تفضل التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي (كتابة أو مكالمة أو مكالمة فيديو... الخ) وذلك لأنها قليلة التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم، إلا أن من يفضل التواصل عبر مكالمات الهاتف المتحرك من أفراد العينة فقد كانوا بنسبة (15%)، وهنالك فئة ثالثة تفضل الاتصال مع الآخرين عبر الاتصال المباشر وكانت بنسبة (7.5%).

وبسؤال عينة الدراسة إلى أى مدى يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقة مع الأسرة ؟ وقد أجمع (51%) من أفراد العينة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى إدمان استخدام هذه المواقع ، أما العزلة عن أفراد الأسرة فقد جاءت بنسبة (40%) ، وقد جاءت نسبة الميل إلى العمل الفردي بنسبة (7%) .

من نتائج الدراسة يتضح لنا أن الموافقة من قبل الوالدين على استخدام الأبناء لمواقع التواصل الاجتماعي كانت بنسبة (40%) أما الفئة الثانية فقد وافقت ولكن بتحفظ وذلك بنسبة (54.5%) ومن يرفض متابعة أبنائه لهذه المواقع فقد كانوا بنسبة لا تتعدى (5.5%).

هل يتابع الآباء أبنائهم فيما يتعرضون له عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟ هذا السؤال طرح على الفئة التي أجابت ب (نعم) أو ب (تحفظ) على متابعة الأبناء لمواقع التواصل الاجتماعي ، وقد جاءت الاجابة (نعم) بأنهم يتابعون الأبناء فيما يتعرضون له عبر هذه المواقع بنسبة (60.8%) وأحياناً بنسبة (30.4%) أما من لا يتابع الأبناء فقد كانوا بنسبة

(8.8%). وذلك لأن هنالك بعض الفئات تلجأ لإستخدام هذه المواقع بشكل أفرز الكثير من السلبيات أو ما يسمى بالجرائم الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت والتي شاعت وانتشرت في الآونة الأخيرة بدايةً من سرقة البيانات إلى بيع صور الأطفال علي المواقع الإباحية مروراً بصناعة ونشر الفيروسات والإختراقات وتعطيل الأجهزة و إنتحال الشخصية و الدم والتحقير والإهانة عبر هذه المواقع والنصب والإحتيال و التحرش والمضايقة عبر برامج المحادثات إلى غيرها من الجرائم الأخلاقية الأخرى . كل ذلك يستدعي من الآباء متابعة الأبناء فيما يتابعونه عبر هذه المواقع .

أشارت النتائج إلى أن (57%) من المواضيع التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي يعمل على اكتساب عادات وتقاليد وافدة ، بينما جاءت نسبة تأثير هذه المواقع على تغيير الأفكار والمعتقدات بنسبة (47%) ، و اكتساب أنماط حياتية جديدة وفقدان الهوية بنسبة (42%) ، وغرس أفكار وسلوك منافية للآداب بنسبة (36.5%) ، و تهميش العادات والتقاليد الاجتماعية بنسبة (32.5%) ، أما التأثير على اللغة فقد كانت نسبته (29.5%) .

و من اجابات أفراد العينة يتضح لنا التأثير القوي لمواقع التواصل الاجتماعي والذي قد يفوق أحياناً تأثير الاسرة والمدرسة. فقد كانت الاجابة ب (نعم) في أعلى القائمة بنسبة (61.5%) أما (أحياناً) كانت نسبتها (31.5%) وجاءت الاجابة (لا) بنسبة (7%) فقط . ومن النتائج يظهر جلياً أن تنمية العلاقات الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد جاءت أولاً بنسبة (69.5%) وحققت احترام آراء الآخرنسبة (60.5%) والتسامح مع الآخرنسبة (31.5%) فقد ساعدت هذه المواقع على انتشار وجهات النظر المختلفة واحترامها بين الناس. أما التعرف على القيم والعادات الأخرى كانت بنسبة (58.5%) معرفة قيم وعادات الشعوب من الإيجابيات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لزيادة المعرفة ولكن يجب أن ننتبه إلى أن نشر مثل هذه القيم والتقاليد الاجتماعية ليس القصد من وراءه القضاء أو محو القيم السائدة في مجتمعاتنا وغرس وترسيخ القيم والتقاليد الوافدة والتي قد لا تتناسب مع ديننا ومعتقداتنا وقيمنا الاجتماعية ، وقد حقق الالتزام بالعادات والقيم الاجتماعية نسبة (40.5%) و حققت تعلم آداب ومهارات الحديث والحوار نسبة (38%) . أما العمل بروح الفريق فقد كانت نسبتها (35.5%) والتعاون بنسبة (27%) وكانت اكتساب الثقة بنسبة (21.5%) فقد جعلت مواقع التواصل الاجتماعي الناس أكثر ثقة خصوصاً الأفراد الذين لا يستطيعون بناء العلاقات الاجتماعية المباشرة سواء بسبب الخجل أم بسبب الخوف أو عدم الثقة في أنفسهم . أما الإنتماء فقد كانت نسبتها (15.5%) ، وقد جاء عدم التحيز في آخرالقائمة بنسبة (12.5%).

و بسؤال أفراد العينة عن ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي(من وجهة نظرهم) فقد كانت الاجابات على النحو التالي : التواصل والتفاعل مع الأصدقاء بنسبة (80%) ، جاءت بعدها الحصول على المعلومات بنسبة (79.5%) ، أما التسلية والترفيه كانت نسبتها (60%) ، وتقاربت منها في النتيجة إستخدامها كبديل لوسائل الإعلام يمكن

متابعته من أي مكان وبسهولة بنسبة (59.5%) وأخيراً الحصول على برامج دون تكلفة مادية عالية بنسبة (51%)

اتضح من خلال الدراسة أن معظم أفراد عينة الدراسة لا يمكنهم الإستغناء عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (72.5%) وهذا أمر طبيعي خاصة مع إنتشار هذه المواقع واستخدامها في الكثير من المجالات. أما الفئة التي أجابت ب (نعم) فقد كانت حوالي (27.5%) وهي أيضاً نسبة مقدره وهذا يشير إلى أن هذه الفئة أدركت فقط سلبيات هذه المواقع بما فيها من ضياع وإهدار للوقت دون فائدة تذكر أو قد يكون سبباً للعزلة والتفكك الأسري و اتساع الفجوة بين أفراد الأسرة والإدمان لهذه المواقع .

الخاتمة : مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة جديدة بالاهتمام ، تمتاز بسرعة الانتشار والوصول لأكثر عدد من الأفراد على مستوى العالم ووفرت قدرة تفاعلية إفتراضية عالية قادرة على الإحتراق و متخطية حواجز الزمان والمكان والثقافة... الخ، و اتضح مما سبق أن هذه المواقع لها العديد من الايجابيات والفوائد التي تعود على الفرد والمجتمع في عدة جوانب وفي كافة المجالات الثقافية والتعليمية والترفيهية بشرط أن يتم استخدامها بشكل عقلائي ، أما إن كان استخدامها بشكل سلبي وغير منظم، فسوف تكون آثارها عكسية على الفرد والمجتمع. وقد خلصت هذه الدراسة بعدد من النتائج والتوصيات نوردها فيما يلي:

النتائج:

- 1- أظهرت نتائج الدراسة أن 54% من أفراد العينة من الذكور و46% من الإناث وأن 60% منهم في المستوى التعليمي الجامعي و23.5% فوق الجامعي.
- 2- بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة اللذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي 91.5% ، أما نسبة من يستخدمها أحياناً فقد بلغت 8% ، و نادراً 0.5% . كما دلت النتائج على أن 42% من عينة الدراسة يستخدم هذه المواقع منذ 4-6 أعوام ، بينما 23% من العينة يستخدمها منذ أكثر من 9 أعوام .
- 3- أما عن الوقت الذي يقضيه المستخدم في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي فقد كانت نتيجة الدراسة كالاتي : 43.5% يقضون من 3-4 ساعات يومياً في متابعة هذه المواقع ، بينما كان حوالي 29.5% يقضي ما بين 1-2 ساعة فقط في المتابعة لهذه المواقع ، أما أكثر من 9 ساعات فقد كانت بنسبة 5% فقط.

4- 94.5% من إجمالي أفراد عينة الدراسة يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ، وأن 41% منهم يفضل متابعة هذه المواقع مساءً بينما كان 36% من أفراد عينة الدراسة يتابعون هذه المواقع طول اليوم. وأن 92.5% من العينة يفضلون متابعة مواقع التواصل الاجتماعي من المنزل ، و3% فقط يفضلون مقاهي الإنترنت .

5- 90% من جملة عينة الدراسة يفضل متابعة مواقع التواصل الاجتماعي عبر الهاتف المتحرك، بينما كان من يفضل الحاسوب حوالي 9.5% من العينة . أما بالنسبة لمتابعة هذه المواقع فقد كان 84% من أفراد عينة الدراسة يفضل المتابعة بشكل فردي . كما كشفت الدراسة أن 77.5% من العينة يفضلون التواصل مع الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي (كتابة أو مكالمات الخ) أما الاتصال المباشر فقد كان يفضلته حوالي 7.5% من العينة.

6- أكدت نتائج الدراسة أن واتس أب من أكثر المواقع متابعة من قبل أفراد عينة الدراسة وكان ذلك بنسبة 85.5% ، وحقق موقع فيس بوك نسبة 78% و يوتيوب نسبة 49% وموقع تويتر نسبة 27% وإنستغرام بنسبة 25.5% .

7- تبين من الدراسة أن 61% من أفراد عينة الدراسة يفضلون متابعة المواضيع الاجتماعية تليها المواضيع الثقافية بنسبة 56% وفي المرتبة الثالثة المواضيع الترفيهية بنسبة 54% وتقاربت في النتيجة كل من المواضيع التعليمية 51% والدينية 50.5% .

8- تكشف نتائج الدراسة أن التفاعل والتواصل مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الأسباب التي تدفع أفراد عينة الدراسة لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي وكان ذلك بنسبة 76.5% ، تليها التعرف على الآراء والأفكار بنسبة 73.5% ، زمنية أوقات الفراغ بنسبة 55.5% ، والدراسة بنسبة 47% ، في حين أن المشاكل الأسرية فقد تزيلت النتائج بنسبة 6.5% .

9- 73.5 من عينة الدراسة استطاعت تكوين علاقات صداقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقد كانت اختياراتهم للأصدقاء نتيجة للإهتمامات المشتركة بنسبة 46.5% ولكن كان 44.1% منهم لا يستخدمون أسماءهم الحقيقية عبر هذه المواقع وذلك لأسباب شخصية بنسبة 44.1% أو لعدم توفر الثقة في من يتعامل معهم بنسبة 32.4% .

10- أظهرت النتائج أن 51% من العينة يروا أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى الإدمان ، كما يؤدي إلى العزلة عن الأسرة بنسبة 40% . كما دلت النتائج أيضاً على أن 54.5% من إجمالي العينة يوافقون على استخدام الأبناء لهذ المواقع ولكن بتحفظ ، وأن 60.8% من عينة الدراسة يتابعون أبنائهم فيما يتعرضون له عبر هذه المواقع .

11-أوضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على إكتساب عادات وتقاليد وافدة بنسبة 57% ، كما تعمل على تغيير الأفكار بنسبة 47% ، وأن تأثير هذه المواقع على الجيل الجديد يفوق تأثير الأسرة والمدرسة وذلك بنسبة 61.5% للإجابة نعم و31.5% للإجابة أحياناً.

12- ودلت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تنمية بعض القيم الاجتماعية بنسبة 69.5% ، واحترام الرأي الآخر بنسبة 60% .

13- وبسؤال عينة الدراسة عن إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي جاءت التفاعل والتواصل مع الأصدقاء في الترتيب الأول بنسبة 80% وتقاربت منها الحصول على المعلومات بنسبة 79.5% والتسلية والترفيه بنسبة 60% .

التوصيات:

1- يجب تحديد زمن أوساعات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تأخذ الكثير من زمن وعمر الفرد دون أن يشعر بذلك. و أهمية تحديد زمن للأبناء خاصة للمتابعة حتى لا يؤثر ذلك على تحصيلهم الدراسي وعلاقاتهم الاجتماعية وملء أوقات فراغهم بما هو مفيد .

2- تفتقد مواقع التواصل الاجتماعي إلى الالتزام بالقانون والأخلاقيات المهنية أو السياسة الإعلامية ،لذلك يجب مراعاة نشر محتوى ينمي المعلومات والقيم والمعايير وأنماط السلوك المقبولة في المجتمع . و تأمين حساب الفرد على هذه المواقع من الدخول غير المسموح والاختراق، والتأكد من الشخصيات التي تتواصل معها أو نريد لإضافتها .

3- يؤدي الاستخدام المتزايد لهذه المواقع إلى التأثير في العلاقات الاجتماعية وفي البناء الاجتماعي كما يؤدي إلى العزلة والغربة بين أفراد الأسرة الواحدة مما يقود إلى غياب التفاعل الأسري ، لذلك يجب أن يكون هنالك نوع من الحوارات المتبادلة بين الآباء والأبناء وخاصة فيما يتعلق بما يشاهدونه أو يتابعونه عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتوضيح ما هو إيجابي صحيح وما هو سلبي وخطأ . و أرشادهم إلى ما يجب أن يتابعوه من مواضيع وبرامج .

4- يجب تعليم انفسنا وأبنائنا التربية الإعلامية السليمة والتي تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم للرسائل التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، والطريقة التي تمكن الفرد من اكتساب المهارات في استخدام هذه المواقع وطرق التفاعل مع الآخر . والقدرة على الاختيار الواعي للرسائل. ونشر مفاهيم الرقابة الذاتية.

5- مراقبة ومتابعة أولياء الأمور بين فترة وأخرى لهواتف وحواسيب الأبناء ومعرفة ما يتابعونه وما يشاهدونه من مواقع خاصة من هم دون سن الرشد ، وذلك للحرص على عدم تعرضهم لمواقع أو برامج يمكن أن تكون مخالفة للعادات

والتقاليد والأدب والدين أو تدعوهم لتبني أفكار أو سلوك منحرف أو يمكن أن تحدث أي تأثير سلبي عليه (التخويف والتنمر أو الابتزاز) والتنبيه بعدم وضع الصور والمشاركات الخاصة على أي موقع لأن بعض المواقع مفتوحة للجميع .

6- إستغلال المجموعات التي يتم إنشائها عبر هذه المواقع في الأنشطة المختلفة مثل حملات التبرع أو التكافل الاجتماعي أو التطوع والتعاون والمساعدة في الأعمال الخيرية وغيره من العمل الجماعي الذي يهدف لخدمة المجتمع . واكتساب الخبرات والحصول على المعلومات والتفاعل واحترام رأي الآخرين مما يؤدي إلى زيادة الثقة بالنفس .

7- تنمية مهارات التفكير الناقد بحيث نخضع كل ما نتعرض له عبر هذه المواقع للتحقق منه ومن مصدره ، وإمكانية التقييم بين ماهو مفيد أو ما هو غير ذلك ، وما يتفق مع القيم والمعايير وما يختلف معها . وتنمية الوعي الإعلامي وذلك بحسن الاختيار ، واتخاذ قرار التعرض الانتقائي الهادف و الناجح سواء للوسيلة أو المضمون .

8- ضرورة المواجهة وذلك بقيام المؤسسات التربوية و الإعلامية (في مجتمعاتنا) بإنشاء مواقع خاصة وإنتاج رسائل ، تتسم بالجودة حيث تستطيع أن تنافس الرسائل الوافدة والتي تعمل على غرس قيم وعادات وأمنيات حياتية لا تتفق مع المجتمع و العقيدة قام بانتاجها أفراد أو جماعات لهم أفكارهم وعقائدهم يحاولون نشرها عبر هذه المواقع ، أذ أننا نفتقر للمحتوى الجيد و المنتج محلياً مقارنة بحجم التعرض وحجم الطلب عليه .

9- إقامة ندوات و محاضرات تتعلق بتوضيح الآثار الايجابية والاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي وما تقدمه من إمكانية الحصول على المعلومات وتسهيل عملية التواصل والتفاعل مع الآخر ووسيلة للترفيه و التسلية الهادفة وليست فقط مجرد إضاعة وإهدار للوقت. و أيضاً تبيان الآثار السلبية لهذه المواقع من الناحية الاجتماعية والنفسية والصحية للفرد .

10- القدوة الحسنة وذلك بتربية أنفسنا وتقوم ممارساتنا حتى نعلم أبناءنا على ذلك .

المراجع السابقة:

1-اللبان، شريف درويش، عطية، هشام، (2012)، "مقدمة في مناهج البحث الإعلامي"، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ط2، ص40.

2-المرجع السابق، ص، 76

3- عبد الحميد، محمد، (2015)، "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، القاهرة: عالم الكتب، ط5، ص، 15 .

4- قنديلجي، عامرا براهيم.(2015). " البحث العلمي في الصحافة والإعلام "، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط 1 ، ص،103.

5- عبد الحميد، محمد. مرجع سابق،ص،234 .

6—Proctor ,Tony,(2005). “Essentials of Marketing Research” ,Prentice Hall,third edition, p,187.

7- البدواوي ،نزار عبد الحميد، وآخرون،(2010). "البحث العلمي مفاهيم- أساليب- تطبيقات" ،الوراق للنشر والتوزيع،ط1 ، ص،254.

8-درار، خالد عبدالله أحمد،(2012)، "البحث العلمي في الاتصال الجماهيري"،الخرطوم : شركة مطابع السودان ، ط1،ص،57.

9-Proctor ,Tony, op.cit, P102.

10- عزي، عبد الرحمن ، (2010)،"علم الاجتماع الإعلامي، دعوة إلى فهم"، تونس،: الدار المتوسطة للنشر ، ص، 68
D9%85%D8%A7%D8%B9%.

11-- الدليمي ،عبد الرازق،(2012)،" مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد"، عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1 ،ص، 207.

12- عزي، عبد الرحمن،(2013)،" منهجية الحتمية القيمة في الإعلام ومقياس (ع. س.ن) للإعلام والقيم"، تونس : الدار المتوسطة للنشر، ط1 ، ص 68.

13- المرجع السابق ، ص، 79.

14- الجوهري، محمد محمود،(2015)،" المدخل إلى علم الاجتماع"، عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط 3 ، ص،41.

15- الجوهري ، محمد محمود،(2012)، " أسس البحث الاجتماعي"، عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، ص،32.

16- afaksocio.ahlamontada.com/t95-topic.

- 17- قاسم، أمجد، (2016)، "نظريات التفاعل والاندماج الاجتماعي وأهميته وأنواعه"، التربية الثقافية العامة، سبتمبر، <http://al3loom.com/?p=17806>
- 18- الدليمي، عبد الرزاق، مرجع سابق، ص، 25.
- 19- أبو شنب، جمال محمد، (2015)، "نظريات الاتصال والإعلام _ المفاهيم - المدخل - النظرية للقضايا"، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، ص، 11.
- 20- موسى، عصام سليمان. (2012). "المدخل في الاتصال الجماهيري"، عمان: إثراء للنشر والتوزيع، ط 7، ص، 29.
- 21- أبو شنب، حسين، (2012)، "الإعلام التفاعلي"، مدونة النشر الصحفي والاعلامى، الاعلامية العامة و المتخصصه، ص، 29.
- 22- موسى، عصام سليمان. مرجع سابق، ص، 115.
- 23- نصر، حسني محمد. (2015). "نظريات الإعلام"، العين: دار الكتاب الجامعي، ط 1، ص، 265.
- 24- أبو شنب، جمال، مرجع سابق، ص 72.
- 25- الشمايلة، ماهر عودة وآخرون، (2015)، "الإعلام الرقمي الجديد"، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ص، 19.
- 26- عبد الحميد، محمد، "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"، القاهرة: عالم الكتب، ط 4، 2015، ص 108.
- 27- شفيق، حسنين، (2013)، "علم نفس الإعلام الجديد"، القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر، ط 1، ص، 131.
- 28- مصطفى، حسن، (2016)، "مدخل إلى الإعلام الجديد - تطابقات وتطبيقات"، الإمارات العربية: مكتبة الآفاق المشرقة، ص 49.
- 29- <http://nashre3lamy.blogspot.com/2013/01/interactive-media.html>
- 30- شمس الدين، فتحي، (2013)، "شبكات التواصل الاجتماعي"، القاهرة: دار النهضة العربية، ص، 42.
- 31- يوسف، خالد غسان، (2013)، "ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها"، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، ص، 24.

32- Lucas Braun,(2012),” Social Media and Public Opinion” ,Master Thesis, Vniversitat, Valencia. PP. <http://mural.uv.es/lubraun/Social-76Thesis>, **Media-and-Public-Opinion_LucasBraun**.

33- اللبان، شريف درويش ، (2014)، " الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد "،مجلة رؤى استراتيجية،ص،117.

34- ساق الله،مها فالح ، (2013)، " ماهية الإعلام الجديد"،ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجستير الصحافة ، الجامعة الإسلامية- غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، http://mahasaqallah.blogspot.com.eg/2013/10/blog-post_3286.html

35- <https://mawdoo3.com/>

36- Soraj, Hongladarom, (2011),” Personal Identity and the Self in the Online and Offline”. *Minds & Machines*.21(4):533-543. <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11023-011-9255-x#citeas>.

37-<http://www.heshamwords.blogspot.com/2008/10/blog-.2011/01/13> .

38- Lucas, Braun, (2012),” Social Media and Public Opinion”, Master Thesis, Vniversitat, Valencia. PP.54 -55 . <http://mural.uv.es/lubraun/Social-Media-and-Public-Opinion-LucasBraun>

39- الزبون،محمد سليم وضيف الله عودة ،(2014) ، "الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن" . *Jordan Journal of Social Sciences*. 2014, Vol. 7 Issue 2, p225-251. 27p

40- عبد العظيم،مها أحمد ، (2015) ،"استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والاشاعات المتحققة منها، دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة الرياض"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ، دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة ،العدد السابع أبريل /يونيو 2015م.

- 41- الرواس ،أنور محمد و آخرون،(2015) ،"استخدام الطفل العماني بمحافظة مسقط لمواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على التنشئة الاجتماعية" ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، جامعة القاهرة العدد ال50 يناير - مارس 2015.
- 42- عمر ،دعاء ،(2015) ، " وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة - دراسة فقهية" دراسة لنيل درجة الماجستير في الفقه والتشريع ، جامعة النجاح الوطنية ، كلية الدراسات العليا ، فلسطين.
- 43- الوزان، عبد الله عبد الله محمد ،(2015) ، "مصادقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي، دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ، دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد السابع أبريل/ يونيو 2015
- 44- جابر ، سحر ، (2015) ، " الآثار الاجتماعية والمجتمعية لتعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الإلكتروني : دراسة مقارنة بين الذكور والإناث في الوجه القبلي والبحري والقاهرة "، (دكتوراة) - جامعة عين شمس . معهد الدراسات والبحوث البيئية . قسم العلوم الانسانية البيئية .
- 45- مخلوف ،ناجح ،(2016)،"مقاربة إبستمولوجية لمفهوم الإعلام الجديد ودينامياته"، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة - الجزائر، المؤتمر الدولي الحادي عشر، مركز جيل البحث العلمي حول التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية والذي نظمه الاتحاد العالمي للمؤسسات العلمية بالتعاون مع جامعة تيبازة ، لبنان ، جيل البحث العلمي، ص، 219- Jilrc.com/wp-content/uploads
- 46- دفع الله ،موسى ، (2016) ، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي وإنعكاساتها على ثقافة الشباب ، (دراسة تطبيقية) "، رسالة ماجستير ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، قسم صحافة ونشر.
- 47- جميل ،رهام ، (2017)، "أدوات التواصل الإلكتروني والضبط الأسري (دراسة ميدانية)"، كلية الآداب، جامعة الزيتونة الخاصة، الأردن (2) P 12-11. *Dirasat: Human & Social Sciences, Vol. 44 Issue 2, p1-12.P 12*.
- 48- الزبون ،وآخرون ، (2017) ، "درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية"، جامعة البلقاء التطبيقية، *Jordan Journal of Social Sciences 7, Vol. 10 Issue 3, p331-357 P27*
- 49- متولي ،إيمان ، (2018) ، " وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيمة "الثقافة" لدى الشباب وفقا للتراث الإبستمولوجي لنظرية الحتمية القيمية لعبد الرحمن عزي"، جامعة طيبة - المملكة العربية السعودية ، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية المجلد 3 العدد 1 ، أكتوبر، 2018

50- Zekiri, Jusuf,(2016),” The Impact of Social Networks on Students’ Performance”, Academic Journal of Business, Administration, Law & Social Sciences. Nov2016, Vol. 2 Issue 3, p182-193. 12p.

51- Akbarov, Azamat,(2016),” impact of social networks and technology o 295ahrain language learners”, journal of Linguistic Intercultural Education. 2016, Vol. 9 Issue 3, p7-28. 21p

52- Jain, Shivan,(2016),” Psychological impact of social networking sites”, indian Journal of Health & Wellbeing. 2016, Vol. 7 Issue 1, p169-171. 3p

53- Aljabry, Ali, and others,(2017) ,”Effect of Social Media Network on Social Relations and Academic Achievement Among Medical Students”, Egyptian Journal of Hospital Medicine. 2017, Vol. 69 Issue 7, p2910-2917. 8p.

54- Alammary, jafлах,(2017),” the impact of social networks on individual’s behavioral change in kingdom of 295ahrain”, Journal of Theoretical & Applied Information Technology; 11/30/2017, Vol. 95 Issue 22, p6225-6235, 11p.

55- ناجح مخلوف ، مرجع سابق ،ص،226.

56-<https://ar.wikipedia.org/wiki/>

* محكمي الإستبانة:

د. حسن أحمد الحسن : استاذ دكتور - جامعة أم درمان الإسلامية - كلية الإعلام - السودان

د. غادة محمد عثمان : استاذ مشارك الإذاعة والتلفاز - جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية - السودان

د. سعيد صقر آل صقر : أستاذ مساعد الصحافة والنشر - جامعة العلوم الحديثة - دبي

د. سعيد حامد: أستاذ مساعد الإعلام الجديد - جامعة العلوم الحديثة - دبي

د. مهند أحمد الأمين: أستاذ مساعد العلاقات العامة - جامعة العلوم الحديثة - دبي

عبد السلام النعيم: محلل إحصائي - وحدة الفعالية المؤسسية وضمان الجودة - جامعة العلوم الحديثة - دبي.