



اتجاه الشباب الجامعي العربي نحو العلاقة بين التعرض لموقع " الفيس بوك " والهوية الثقافية: دراسة مقارنة بين مصر والبحرين

د. عبدالصادق حسن عبدالصادق*

ملخص:

سعت الدراسة إلى تعرف اتجاه الشباب الجامعي العربي نحو العلاقة بين التعرض لموقع " الفيس بوك " والهوية الثقافية لدى طلاب جامعة القاهرة بجمهورية مصر العربية " جامعة حكومية "، والجامعة الأهلية بمملكة البحرين " جامعة خاصة "، وهدفت أيضاً إلى تعرف دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك "، وإيجابياته وسلبياته، ومدى الاستفادة التي يحققها من استخدامه، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا التعرض، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية، قوامها ٣٧٠ مفردة من الشباب الجامعي، واعتمد الباحث على أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وعلى البرنامج الإحصائي SPSS لوصف نتائج الدراسة، ومن أهم هذه النتائج :

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك "، ودوافع هذا التعرض.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي على اختلاف متغيراتهم الديموغرافية، ومعدل تعرضهم لموقع " الفيس بوك ".
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي على

* دكتوراه في الإعلام، جامعة القاهرة، جمهورية مصر العربية، عام ٢٠٠٦م، وأستاذ مساعد، قسم الإعلام والعلاقات العامة، كلية الآداب والعلوم والتربية، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.

اختلاف متغيراتهم الديموغرافية، ودوافع تعرضهم لموقع "الفيس بوك".

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك"، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا التعرض. وتوصي الدراسة بأهمية توعية الشباب الجامعي بأهمية اختيار المجموعات التي تلائمه ثقافياً بما يتناسب مع القيم والأخلاق في المجتمع، والحرص على الاستفادة من هذا الموقع بالحصول على الأخبار والمعلومات المفيدة.

المقدمة:

أصبح العالم اليوم - مع التطور السريع في مجال تكنولوجيا المعلومات - يعيش عصراً جديداً يسمى عصر المعلوماتية؛ حيث أحدثت شبكة "الإنترنت" ثورة من عالم الاتصالات والمعلومات، وأصبح العالم سوقاً مفتوحاً أمام الجميع للحصول على المعلومات وتبادلها ونقل الثقافات، وأصبح الأفراد في جميع دول العالم يحتاجون إلى بعض التحديثات مع عصر التطور حتى يستطيعوا مواكبة كل ما هو جديد من عالم "الإنترنت"؛ فجيل الألفية كان يستمد معطيات ثقافته من إرث اجتماعي وديني وأخلاقي مرتبط بحدود المجتمع الذي يعيش فيه، أما اليوم فلم يعد هناك حدود أو قيود، وخصوصاً مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي (Social Network Sites (SNS).

وقد انتشرت مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً ملحوظاً بين أوساط الشباب في مختلف أنحاء العالم؛ حيث إن هذه المواقع تقدم العديد من الموضوعات التي تساعد على التوعية والتثقيف الجماهيري لديهم، مما يترك أثراً في ثقافتهم وأنماط معيشتهم وأسلوب حياتهم ومعتقداتهم وتوجهاتهم المستقبلية، وقد رافق هذا الانتشار الكثير من القيم الثقافية والفكرية والاجتماعية، بغض النظر عن مدى قبول هذه القيم أو رفضها من قبل الأفراد والجماعات في المجتمعات العربية، إلا أن بعضها بدأ يأخذ طابعاً عالمياً يتجاوز

الحدود الجغرافية والحضارية التي أفرزته، وتعد هذه المواقع أداة للتواصل الثقافي بين الأفراد في جميع أنحاء العالم، ونتاجاً طبيعياً نشأ لاحتياج الأفراد إلى وجود علاقات إنسانية فيما بينهم، وفتح الحوار التفاعلي بشكل متطور وواسع، بما يسهم في تبادل ثقافات مختلفة عبر الزمان والمكان.

وتعد فئة الشباب أكثر فئات المجتمع تعرضاً لهذه الجوانب، وذلك بحكم وضعها الاجتماعي، من حيث كونها فئة تعيش مرحلة انتقالية نحو تغيير وضعها الثقافي والفكري والاجتماعي، والشباب من أكثر الفئات تعرضاً للتغيير، بل إنهم يشكلون أقوى عوامل التغير الثقافي، لما يحملونه من رؤى وتصورات مختلفة.

لقد أصبح الشباب يتعلمون من هذه المواقع كيف يحصلون على المعلومات حول ثقافات الشعوب الأخرى، وتأثيرها على الهوية الثقافية لهذه الشعوب؛ فقد تأثرت المجتمعات العربية بكل التحولات الكبرى، وشهدت هذه المجتمعات - ومنها مصر والبحرين - تغييرات جوهرية في نظامها السياسي والاقتصادي، وأصبح من غير الممكن تجاهل تأثير هذه المواقع على النواحي الثقافية، فيكفي أن نعلم أن مستخدم " الفيس بوك " Facebook يقضون ٧٠٠ مليار دقيقة شهرياً على هذا الموقع، بمتوسط ٥٥ دقيقة يومياً للمستخدم الواحد، وجاءت مصر في المرتبة الأولى عربياً والثالثة والعشرين على مستوى العالم من حيث معدل الدخول على هذا الموقع؛ حيث بلغ عدد المستخدمين له في مصر ٤,٦ ملايين مستخدم في عام ٢٠١٠م (محمد الصديق، ٢٠١٠م، ص١)، وفيما يخص استخدام " الفيس بوك " في مملكة البحرين؛ أشارت جمعية البحرين إلى أن عدد المستخدمين في البحرين للشبكة الاجتماعية «فيس بوك» يقدر بـ ١٣٢ مستخدماً في عام ٢٠٠٩م، وقد زاد هذا العدد في ٢٠١١م إلى ما يقدر بـ ٢٠٠ ألف مستخدم، والإحصاءات تشير إلى أن ٧٠ في المئة منهم من الشباب والمراهقين (www.facebook.com, 2011).

وترجع بداية موقع "الفيس بوك" إلى شاب أمريكي يدعى مارك زوكربيرج Mark Zuckerberg وصديقه موسكوفيتزدستين Dustin Moskovitz؛ حيث قاما بإنشاء موقع Facebook في فبراير ٢٠٠٤م، وهو خريج لجامعة هارفارد Harvard في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتبر الهدف الرئيسي لموقع Facebook - طبقاً لصفحته الرئيسية Home page - مشاركة المعلومات مع الأشخاص الذين تعرفهم، ومعرفة ما يحدث لأصدقائك، والبحث عن صداقات جديدة في المحيط الذي تعيش فيه (Sheldon, 2002, p39).

ومن الملاحظ أن هذا الموقع يوفر لأعضائه وسيلة سهلة ومريحة للاتصال بالأهل والأصدقاء، بالإضافة إلى تلبية احتياجات هؤلاء الأعضاء بصفة مستمرة؛ ففي الماضي كان الأفراد يعتمدون على الاتصال الشخصي، ووسائل الاتصال التقليدية من صحافة وإذاعة وتليفزيون لكي يشبعوا رغباتهم، وفي بعض الحالات كان يتم تأجيل إشباع هذه الرغبات لعوامل تعود إلى عدم تحقق الاتصال المباشر والتفاعل، بالإضافة إلى البرمجة، حيث كان المستخدم يرتبط بجدول البث حتى يشاهد البرامج المحببة لديه، وتختلف - عموماً - مواقع الشبكات الاجتماعية عن هذه الوسائل التقليدية في كونها تمكن الأفراد من أن يؤدوا دوراً نشطاً في التفاعل مع الآخرين، وقد أحدث هذا الدور النشاط تغيراً في النموذج التقليدي لتأثيرات وسائل الاتصال التقليدية، وفي هذا النموذج الجديد يستطيع الأفراد إشباع رغباتهم من خلال الاتصال الاجتماعي مع الآخرين (Dye, 2007).

ومن ثم، فإن موضوع الهوية الثقافية هو جوهر المشكلة من خلال ما يشارك فيه الشباب الجامعي الآخرين من مواد وملفات، والتخوف من أن تحمل هذه المواد قيماً ومعتقدات قد تكون مغايرة لقيمنا العربية، ولكل مجتمع شخصيته التاريخية والثقافية، وهي التي تشمل العادات والتقاليد واللغة والتراث والإنتاج الفكري والفني والأدبي، ولكل مجتمع هويته وذاتيته الثقافية وهو ما

ينبغي الحفاظ عليه (حنان سليم، ٢٠٠٥م، ص ٣)؛ ومن هنا تكمن أهمية الدراسة؛ حيث إن موقع " الفيس بوك " عالم مفتوح لا تحكمه أي ضوابط أو معايير تضبط عمله، فمن الممكن أن يتأثر الشباب بما يعرضه من عادات وقيم قد تؤثر على هويته الثقافية، ومن ثم تسعى الدراسة إلى معرفة اتجاه الشباب الجامعي العربي نحو العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي العربي لـ "موقع الفيس بوك" والهوية الثقافية، بالتطبيق على الشباب الجامعي في مصر والبحرين.

الإطار النظري للدراسة:

١ - مدخل الاستخدامات والإشباعات :

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والإشباعات، وقد نشأ هذا المدخل في فترة سيادة الاعتقاد بالتأثيرات المتوسطة لوسائل الإعلام، ويعتبر هذا المدخل نقطة تحول مهمة في تاريخ الإعلام، حيث تحول التساؤل الرئيس من: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ ويقوم هذا المدخل على مقولة رئيسة، هي: أن الجمهور يختار وسيلة إعلامية معينة، أو رسائل إعلامية معينة لإشباع حاجة معينة لديه (Rizkallah & Razzouk, 2006, p67).

ويعتمد مدخل الاستخدامات والإشباعات على عدة أسس، منها:

١ - أن جمهور وسائل الإعلام جمهور إيجابي نشط تتوافر لديه النية أو القصد مسبقاً؛ فهو يستخدم وسائل الإعلام بناءً على مدى توقعه بأن هذه الوسيلة سوف تشبع ما لديه من احتياجات (ناهد أحمد، ٢٠٠٦، ص ١٠٣).

٢ - يختار الجمهور الوسائل والمضامين التي يتوقع أن تشبع احتياجاته (Roc, 1999, p83).

٣ - يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات، واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع احتياجاته (محمد عبد الحميد، ٢٠٠٠م، ص ٢٢٢).

دوافع التعرض لوسائل الإعلام:

يعتبر تصنيف روبن ووينداهل من أشهر تصنيفات دوافع استخدام وسائل الإعلام؛ حيث صنف هذه الدوافع على النحو الآتي:

١ - **الدوافع النفعية:** ويقصد بها اختيار وسيلة إعلامية مناسبة لإشباع الحاجة إلى المعرفة، واختيار الجمهور لنوع معين من المضمون؛ لإشباع حاجاته من المعلومات والمعرفة.

٢ - **الدوافع الطقوسية:** وتهدف إلى تمضية الوقت، والتنفيس، والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات، وقضاء وقت الفراغ (وليد النجار، ٢٠٠٩م، ص ١٤٣).

ويكون الجمهور - بصفة عامة - أقل نشاطاً في أثناء التعرض لوسائل الإعلام بدوافع طقوسية، فضلاً عن أن لديه أهدافاً أقل في أثناء التعرض، في حين تمثل الدوافع النفعية الاستخدام الهادف للمحتوى المقدم الذي يرتبط بإشباع الحاجة للمعرفة، واكتساب المعلومات، وارتفاع إدراك واقعية المضامين المقدمة (مرفت الطرابيشي، ٢٠٠٦م، ص ٢٥٢).

وقد أضاف بعض الباحثين نوعين من الدوافع يتعلقان بدوافع استخدام الأفراد لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة "الإنترنت"، ومنها موقع "الفيس بوك"، وهي:

١ - **الدوافع الاجتماعية:** وتتمثل في السعي إلى إقامة علاقات جيدة، والحرص على التفاعل الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء، فضلاً عن حرية التعبير عن الرأي في الموضوعات والقضايا المختلفة.

٢ - الدوافع المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام الجديدة: مثل الرغبة في الاختيار والسيطرة على المضمون، التي ترجع إلى خاصية التفاعلية، التي تتميز بها هذه الوسائل (محمود عبد القوي، ٢٠٠٩م، ص ١٥٥٥).

وهناك تقسيم آخر، تبعاً لأنواع الحاجات التي يسعى الأفراد إلى إشباعها عن طريق التعرض لوسائل الإعلام، منها:

١ - احتياجات معرفية: وتتمثل في الحصول على معلومات عن الموضوعات المتنوعة، ومنها البيئة المحيطة.

٢ - احتياجات عاطفية: وتتمثل في تحقيق المنفعة وإشباع الحاجات العاطفية المختلفة، مثل الحاجة إلى الحب والصدقة.

٣ - تحقيق الاندماج الذاتي: وتتمثل في زيادة الاستقرار والثقة في الذات، وتأتي تلك الحاجات من رغبة الفرد في تقدير الذات.

٤ - الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي: وتتمثل في تحسين علاقات الفرد مع أسرته وأصدقائه وزملائه.

٥ - الحاجة إلى إزالة التوتر: وتتمثل في الهروب من المشكلات ونسيانها والرغبة في اللهو (نهى العبد، ٢٠٠٧م، ص ٢٦٣-٢٦٤).

وقد اهتمت الدراسات التي أجريت حول مواقع الشبكات الاجتماعية بتعرف الدوافع التي تجعل الشباب الجامعي يقبل على استخدام هذه المواقع؛ فقد حددها Stafford and Gonier بالرغبة في الحصول على المعلومات، والقدرة على الانخراط أو الولوج في علاقات شخصية واجتماعية عبر هذه المواقع (Stafford & Gonier, 2004, p107-112)، ويرى Leung أن الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية يحقق العديد من الإشباعات، مثل إقامة علاقات اجتماعية جديدة، والحفاظ على العلاقات القائمة، والاندماج مع المجتمع الافتراضي الذي يكونه لنفسه من خلال هذه المواقع، بالإضافة إلى الترفيه والحصول على المعلومات (Leung, 2007).

إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام :

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباعات أن أفراد الجمهور مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها "الإشباعات" (حسن مكايي، ليلي السيد، ١٩٩٨م، ص٢٤٨).

وقد صنفت الدراسات الإشباعات إلى إشباعات الوسيلة التي تنشأ من أداء الوسيلة مثل إنشاء ملف شخصي Profile على مواقع الشبكات الاجتماعية، وتخفف الإحساس بالتوتر والراحة والاسترخاء والتخلص من الملل والعزلة، وإشباعات المضمون مثل إشباعات الحصول على المعلومات، واكتشاف الواقع، والربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من شبكة علاقاته الاجتماعية مثل القدرة على التحدث مع الآخرين (Kayahara & Wellman, 2007).

٢ - مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعتمد هذه الدراسة على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري؛ حيث قدمه De- Fleur & Sandra Rokeach ساندر بول - روكيتش وديفلور عام ١٩٧٦ كنموذج لتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث إنها تتأثر بعوامل عدة، مثل نوعية الموضوعات واهتمامات أفراد الجمهور؛ مما يؤدي إلى تذبذب درجة التأثير بوسائل الاتصال الجماهيرية، فيكون في بعض الأحيان تأثيراً قوياً، وفي أحيان أخرى تأثيراً ضعيفاً (Stafford & Gonier, 2004, p107-112).

ويقوم المنظور الخاص لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام على مفهومين أساسيين، هما :

- أن هناك أهدافاً للأفراد متمثلة في الفهم والتوجيه والتسلية، وهذه الأهداف يستهدف تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أم اجتماعية.
- اعتبار وسائل الإعلام نظاماً للمعلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء

المعلومات، مروراً بعملية الإعداد والترتيب، والتنسيق لهذه المعلومات، ثم نشرها بصورة أخرى (Anderson, 2001).

ويرصد ديفلير وروكيتش مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الفرد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية، هي:

- الآثار المعرفية: وتشتمل على كشف الغموض، وتشكيل الاتجاهات، وترتيب أولويات الاهتمام، واتساع المعتقدات والقيم.
- الآثار الوجدانية: وترتبط بالمشاعر والعواطف، وتحدد في: الفتور العاطفي، أو اللامبالاة، والخوف، والقلق، والافتقار.
- الآثار السلوكية: وتنحصر في سلوكين أساسيين، هما: التنشيط، ويعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة وعكسه الخمول (Leung, 2007).

ويعتمد الباحث في دراسته على نظريتين من نظريات الإعلام؛ وذلك دراسة الاستخدام والتعرض المتزايد من قبل الشباب الجامعي على وسائل الإعلام الحديثة، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع " الفيس بوك " في ضوء سمات اتصالية جديدة تختلف عن موقع آخر من مواقع " الإنترنت "، وذلك من خلال قدرة المستخدمين على التواصل مع الآخرين ومشاركتهم في أنشطة الموقع ومساهماتهم الإيجابية بالموضوعات والأفكار والتعبير الحر عن آرائهم؛ مما خلق دوافع جديدة للتعرض مثل إقامة علاقات اجتماعية جديدة، والحفاظ على العلاقات القائمة، والاندماج مع المجتمع الافتراضي الذي يكونه لنفسه من خلال هذه المواقع، بالإضافة إلى الترفيه والحصول على المعلومات وتبادل الثقافات مع الآخرين، والإشباع التي يحققها الشباب من التعرض لهذا الموقع، بالإضافة إلى تعرف اتجاهات الشباب الجامعي نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع " الفيس بوك "، التي تختلف عن دوافع التعرض وتأثيراته بالنسبة لوسائل الاتصال التقليدية.

الدراسات السابقة :

١ - دراسة Honeycutt & et al, 2010: (١)

سعت الدراسة إلى تعرف دور " الفيس بوك " في الحفاظ على لغات الأقليات وثقافتها بالتطبيق على اللغة الويلزية WELSH LANGUAGE، من خلال تحليل مجموعة من الملفات الشخصية للأعضاء الذين يستخدمون اللغة الويلزية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن موقع " الفيس بوك " استطاع أن يحافظ على اللغة الويلزية بين مستخدميها أمام لغة الأغلبية، من خلال تكوين مجموعات مركزية من الأفراد الذين يستخدمون اللغة الويلزية؛ مما أسهم في الحفاظ على هذه اللغة بين مستخدميها، وأثبتت الدراسة أيضاً أن اللغة الويلزية أصبحت منتشرة بين الناطقين بها بفضل " الفيس بوك "، وأصبح لها وجود قوي في الملفات الشخصية للعديد من مستخدمي " الفيس بوك ".

٢ - دراسة Quan-Haase & et al 2010: (٢)

سعت الدراسة إلى المقارنة بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك "، وخدمة التراسل الفوري مع الأهل والأصدقاء عبر شبكة " الإنترنت "، وإلى تحديد أوجه تفضيل الشباب الجامعي لوسيلة على أخرى في التواصل مع الآخرين، والإشباع التي تحققها كل وسيلة؛ مما يجعله يقبل على استخدامها. واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على البيانات بالتطبيق على عينة قوامها ٧٧ مفردة من الشباب الجامعي، وتوصلت إلى العديد من النتائج، من أهمها : جاءت دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " متمثلة في التسلية، تعرف الأزياء، النواحي العاطفية، مشاركة الآخرين في مشكلاتهم، المؤانسة، الحصول على المعلومات عن المجتمع، وجاءت دوافع

(١) Honeycutt, Courtenay, Cunliffe, Daniel. (2010), The use of the welsh language on facebook, Information, Communication & Society 13 (2), Mar.

(٢) Quan-Haase, Anabel; Young, Alyson L. (2010), Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging, Bulletin of Science, Technology & Society, 30 (5), Oct.

التسلية ومعرفة المعلومات عن الأنشطة الاجتماعية التي تحدث في المجتمع في مقدمة دوافع الشباب الجامعي لاستخدامه موقع " الفيس بوك "، في حين جاءت دوافع استخدام الشباب الجامعي لخدمة التراسل الفوري في الحفاظ على العلاقات القائمة مع الأهل والأصدقاء وتنميتها في المرتبة الأخيرة.

٣ - دراسة DeAndrea & et al, 2010: (١)

سعت الدراسة إلى تعرف تأثير الثقافة على التعبير الذاتي للشباب الجامعي على موقع " الفيس بوك " باعتباره من أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها تأثيراً على الشباب الجامعي، وقد أجرى الباحث دراسته لوصف تأثير موقع " الفيس بوك " على التعبير الذاتي للشباب الجامعي من خلال دراسة الملفات الشخصية Profiles للأعضاء من القوقاز الأمريكيين، والأفارقة الأمريكيين، والآسيويين الأمريكيين، الدارسين في جامعة Midwestern الأمريكية، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج، من أهمها: أن الثقافة تؤدي دوراً بارزاً في التأثير على السمات النفسية والمعلومات الشخصية المكتسبة من الثقافات المختلفة، ودرجة التعبير الذاتي للشباب الجامعي، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن الأفارقة الأمريكيين كانوا أكثر تعبيراً عن آرائهم بحرية على صفحات " الفيس بوك "، وأكثر جرأة في مناقشة جميع الموضوعات مقارنة بنظرائهم من الطلبة القوقاز الأمريكيين والآسيويين الأمريكيين.

٤ - دراسة Madge & et al, 2009: (٢)

سعت الدراسة إلى تعرف استخدام الطلبة الجدد في إحدى الجامعات البريطانية لموقع " الفيس بوك "، وهدفت إلى تعرف كيفية استخدامهم للموقع

(١) DeAndrea, David C.; Shaw, Allison S.; Levine, Timothy R. (2010), Online Language: The Role of Culture in Self-Expression and Self-Construal on Facebook, Journal of Language & Social Psychology, 29 (4), Dec.

(٢) Madge, Clare; Meek, Julia; Wellens, Jane; Hooley, Tristram. (2009), Facebook, social integration and informal learning at university: 'It is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work, Learning, Media & Technology, 34 (2), Jun.

بغرض الاندماج الاجتماعي مع نظرائهم في محيط الجامعة التي التحقوا بها. أجرى الباحث دراسته باستخدام الاستبانة الإلكترونية وسيلة لجمع البيانات، وقد بلغ عدد المستجيبين ٢١٣؛ أي نحو ٧٪ من عدد الطلاب المسجلين في السنة الأولى، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن نسبة ٩٧٪ من الطلبة الجدد يستخدمون موقع "الفيس بوك"، مقابل نسبة ٣٪ لا يستخدمونه، وأفادت نسبة ٤٧٪ من الطلاب بأنهم يستخدمون موقع "الفيس بوك" لمعرفة زملاء جدد في محيط الجامعة التي التحقوا بها، ونسبة ١١٪ لأغراض تعليمية، ونسبة ٤٢٪ لأغراض شخصية، كما أفادت نسبة ٦٨٪ من الطلاب بأنهم لم يستخدموا "الفيس بوك" بغرض تعرف ملفات أعضاء هيئة التدريس، ونسبة ٩١٪ بأنهم لم يقوموا بالاتصال بأعضاء هيئة التدريس، موضحين أن "الفيس بوك" شبكة اجتماعية، وليست شبكة تعليمية.

٥ - دراسة Tanja, 2009: (١)

سعت هذه الدراسة إلى تعرف استخدام الشباب الجامعي في جامعة University of Cape Town (UCT) في جمهورية جنوب إفريقيا لـ "الفيس بوك"، ودوافع استخدامهم للموقع في الأغراض التعليمية، ومقارنة هذه الدوافع بالدوافع الاتصالية التقليدية، وقد أجرى الباحث دراسته على عينة عمدية، قوامها ٢٠٠ مفردة ممن يستخدمون موقع "الفيس بوك"، بالإضافة إلى إجراء مقابلة شخصية مع ٥٠ مفردة؛ وذلك لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع، العنصر، السنة الدراسية) في معدلات

(١) Bosch, Tanja E. (2009), Using online social networking for teaching and learning: Facebook use at the University of Cape Town, Communicatio: - South African Journal for Communication Theory & Research, 35 (2), Nov.

تعرضهم لـ " الفيس بوك "، ويرجع ذلك إلى أن كل الطلبة لديهم الفرصة متساوية للدخول على شبكة "الإنترنت" من معامل الجامعة، ومن أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " بغرض الاتصالات بوجه عام، مشاركة الآخرين للمعلومات عن الأحداث التي تحدث في المجتمع، ومشاركة ملفات الصور والفيديو مع الأصدقاء، والبقاء على اتصال مع الزملاء خلال فترة الإجازة.

٦ - دراسة Valenzuela & et al 2009: (١)

سعت الدراسة إلى تعرف تأثير موقع " الفيس بوك " على اتجاهات الشباب الجامعي وسلوكهم نحو الاندماج في الواقع المحسوس الذي يعيشون فيه، وتأثيره على كم الصداقات التي يكتسبونها، وقد أجرى الباحث دراسته في خريف ٢٠٠٧ على عينة عشوائية، قوامها ٢٦٠٣ من الشباب الجامعي الذين تراوح أعمارهم بين ١٨-٢٩ سنة في جامعتين حكوميتين بولاية تكساس بالولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام موقع " الفيس بوك " ودرجة رضا الطلبة وثقتهم في الجامعة التي يدرسون فيها، ولم تدعم نتائج الدراسة نتائج الدراسات السابقة القائلة إن كثافة استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " يزيد من عزله ووحدته، وقللت نتائج الدراسة من أن " الفيس بوك " له آثار سلبية على الشباب الجامعي عينة الدراسة، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي لـ " الفيس بوك "، واندماجهم في محيط الجامعة التي يدرسون فيها.

(١) Valenzuela, Sebastin, Park, Namsu, Kee, Kerk F. (2009), Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation, Journal of Computer-Mediated Communication, 14 (4), Jul.

٧ - دراسة Vitak& et al, 2009: (١)

سعت الدراسة إلى تعرف دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " في الانتخابات الأمريكية ٢٠٠٨م، وتعرف تأثير استخدامهم للموقع على المشاركة السياسية في الانتخابات الأمريكية، وذلك بالتطبيق على عينة، قوامها ٦٨٣ مفردة من جامعة Midwestern الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: تمثلت أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " في: المشاركة في تطوير المجتمع الذي أعيش فيه بمتوسط حسابي ٤,٠٤، متابعة الموضوعات والشؤون السياسية بمتوسط ٣,٠٧، الرغبة في معرفة الكثير عن خلفيات وخبرات الشخصيات السياسية بمتوسط ٤,٢٣، وتمثلت أهم أنواع مشاركة الشباب الجامعي السياسية على موقع " الفيس بوك " في وضع تعليق بنسبة ٢٠,٤٪، المشاركة في مجموعة المرشح السياسي على الموقع بنسبة ١٣,٨٪، تحديث بعض الموضوعات السياسية بنسبة ١٨,٤٪، إبراز بعض المواقف الخاصة بالمرشح بنسبة ١٣,٨٪.

٨ - دراسة أشرف جلال ٢٠٠٩م: (٢)

سعت هذه الدراسة إلى تعرف طبيعة وحدود التأثير الذي أحدثته وسائل الإعلام الحديثة (الفضائيات والمواقع الاجتماعية والمدونات) على طبيعة وشكل العلاقات الاجتماعية والاتصالية داخل الأسرة المصرية مقارنة بالأسرة القطرية،

(١) Vitak, Jessica, Smock, Andrew, Zube, Paul, Carr, Caleb, Ellison, Nicole, - Lampe, Cliff. (2009), "Poking" People to Participate: Facebook and Political Participation in the 2008 Election, Conference Papers, International Communication Association, Annual Meeting, Available at: www. Classmates.com, September 14, 2010.-

(٢) أشرف جلال حسن، (٢٠٠٩م)، تقرير دراسة أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بـ " الإنترنت " ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرتين المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٥ - ١٧ فبراير.

وقد اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية متعددة المراحل، قوامها ٦٠٠ مفردة وزعت بين مصر وقطر، وبين الشباب والكبار، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: يرى جميع أفراد العينة من الجمهور المصري أن موقعهم الاجتماعي المفضل لديهم هو " الفيس بوك "، وجميعهم لديهم حساب على هذا الموقع، أما في قطر فجاء " الفيس بوك " في المركز الأول للذكور، وفي المركز الثاني للإناث بعد " اليوتيوب "، ومتساوياً مع الهاي فايف، واختلفت الأسباب بين الذكور والإناث وبين مصر وقطر، وقد أكد الذكور في مصر أن من أهم الأسباب: الرغبة في التعرف وتكوين صداقات أو علاقات وتبادل ملفات مهمة، أما الإناث فأسبابهم: تجربة كل ما هو جديد، وتعرف ثقافة الآخرين، وتكوين مجموعات لأغراض معينة، منها دينية أو على الأقل المشاركة فيها، وفي قطر كانت أسباب الذكور التسلية وتبادل الملفات والألعاب والصور والنفقات، أما الإناث فكانت دوافعهن إيجاد متنفس للحكايات، وتبادل الألعاب والرسائل، وقضاء الوقت والترفيه، وتكوين علاقات حميمة مع الأصدقاء المقربين.

٩ - دراسة نرمين خضر ٢٠٠٩م: (١)

سعت الدراسة إلى تعرف الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، بالتطبيق على موقع Facebook، وتعرف دوافع استخدام الشباب المصري - عينة الدراسة - لموقع Facebook، ورصد أهم الأنشطة التي يمارسها الشباب على الموقع، وذلك بالتطبيق على عينة متاحة، قوامها ١٣٦ مفردة من مستخدمي موقع Facebook من الشباب الجامعي؛ في جامعة القاهرة بواقع ٦٨ مفردة، والجامعة البريطانية بواقع ٦٨ مفردة، واعتمدت الباحثة على أداة الاستبانة وأداة مجموعات المناقشة المركزية

(١) نرمين زكريا خضر، (٢٠٠٩م)، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي موقع Facebook، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، ١٥-١٧ فبراير.

لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها: أن نسبة ٥٠٪ من المبحوثين مشتركون في موقع Facebook منذ ٦ شهور فأكثر، ونسبة ٢٧,٩٪ من ٣ - ٦ شهور، ١١,٨٪ من شهر إلى شهرين، ونسبة ١٠,٣٪ لأقل من شهر، وتمثلت أهم دوافع استخدام موقع Facebook في التسلية والترفيه بنسبة ٧٥٪، وخلق صداقات جديدة بنسبة ٤٨,٥٪، والتنفيس عن الذات بنسبة ١٩,١٪، والتواصل مع الآخرين بنسبة ٤٢,٦٪، وتمثلت الآثار النفسية لاستخدام موقع Facebook في: لا أشعر بالوحدة، التعبير عما بداخلي بحرية، الشعور بالقلق والاكتئاب، وتمثلت الآثار الاجتماعية في: التخلص من ضغوط الحياة، الانفتاح على أخبار الآخرين، الشعور بالملل.

١٠ - دراسة Tufekci, 2008: (١)

سعت الدراسة إلى تعرف تبني الشباب الجامعي لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بالتطبيق على شبكتي "الفايس بوك" و "الماي سبيس"، وقد أجرى الباحث دراسته على عينة، قوامها ٧١٣ مفردة، واستخدم أداة مجموعات المناقشة المركزة على مجموعتين: الأولى تستخدم مواقع "الفايس بوك" و "الماي سبيس" بنسبة ٨٥,٤٪، والثانية لا تستخدمها بنسبة ١٦,٤٪، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: يبدي غير مستخدمي المواقع الاجتماعية اتجاهات إيجابية تجاه استخدام هذه المواقع في المحادثات القصيرة، وعدم استخدامها في الدردشة المطولة مع الآخرين، وكشفت الدراسة أن هناك علاقة طردية بين استخدام "الإنترنت" ومواقع الشبكات الاجتماعية موضع الدراسة؛ بمعنى أنه كلما زاد استخدام الشباب الجامعي للإنترنت زاد استخدامهم للشبكات الاجتماعية، وجاء دافع إرسال رسائل أو استقبالها من الأصدقاء في المرتبة الأولى لدوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع "الفايس

(١) Tufekci, Zeynep. (2008), grooming, gossip, facebook and myspace, Information, Communication & Society, 11(4), Aug.

بوك " و "الماي سبيس"؛ بمتوسط حسابي ٣,٨٠٥، يليه دافع قضاء الوقت والتسلية بمتوسط حسابي ٣,٦٣٢، ودافع إرسال رسالة قصيرة أو استقبالها بمتوسط حسابي ٣,٣٩١، ودافع الحصول على معلومات عن الأحداث الجارية بمتوسط ٣,٠٧٩، ودافع الحصول على معلومات عن الكلية أو الجامعة التي أنتمي إليها في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي ٢,٨٩٠.

١١ - دراسة Ellison & et al, 2007^(١)

سعت الدراسة إلى تعرف استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " في تشكيل العلاقات الاجتماعية والمحافظة عليها في كل من المجتمع الافتراضي الذي يعيشون فيه على الموقع، وواقعهم المحسوس، وقد استخدم الباحثون أداة الاستبانة الإلكترونية على عينة، بلغ قوامها ٨٠٠ مفردة من جامعة Michigan State University الأمريكية، وبلغت نسبة المستجيبين للاستبانة - ٢٦٨ - (٣٥,٨٪) من إجمالي حجم العينة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها: أن نسبة ٩٤٪ من إجمالي الشباب الجامعي لديهم حساب خاص بهم على موقع " الفيس بوك "، وأنهم يقضون بين ١٠ دقائق و ٣٠ دقيقة في المتوسط يومياً أمام الموقع، وأن لديهم بين ١٥٠ و ٢٠٠ صديق في المتوسط في هذا الموقع، وكشفت الدراسة عن أن دوافع استخدام الشباب الجامعي - عينة الدراسة لموقع " الفيس بوك " في الواقع المحسوس الذي يعيشون فيه - تمثلت في: البحث عن صديق سابق، تعرف معلومات جديدة عن الزملاء في الدراسة، تعرف معلومات جديدة عن جيراني، أكون على اتصال مع زملاء الدراسة القدامى، أما دوافع الاستخدام في الواقع الافتراضي فقد تمثلت في البحث عن أصدقاء جدد، كما كشفت الدراسة عن أن الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي - عينة الدراسة لموقع " الفيس بوك " - تمثلت في: أشعر بأهميتي في المجتمع الذي أعيش فيه، أشعر

(١) Ellison, N. B., Steinfeld, C., & Lampe, C. (2007), The benefits of Facebook "Friends": Social capital and college students' use of online social network sites, Journal of Computer Mediated Communication, 12(4).

بأنني أمتلك مواهب وقدرات كثيرة، أشعر بأنني أفعل أشياء يفعلها الآخرون، أتخذ موقفاً إيجابياً تجاه نفسي، أشعر بالرضا عن الجامعة التي أدرس فيها.

١٢ - دراسة Stern & al, 2007^(١)

سعت الدراسة إلى تعرف استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك "، وقد أجريت على عينة، قوامها ٥٣٢ مفردة من الشباب الجامعي من جامعة Midwestern بالولايات المتحدة الأمريكية (٣٥٪ من الذكور، ٥٧٪ من الإناث، ٧٪ غير محدد)، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها: بلغت نسبة مستخدمي " الفيس بوك " ٣٧٪ من الذكور، ٥٨٪ من الإناث، ٥٪ لم تحدد الجنس الخاص بها، يقضي نسبة ٤٩٪ من الشباب الجامعي أقل من ١٠ دقائق على الموقع يومياً، ونسبة ٢١٪ بين ١٠-٣٠ دقيقة يومياً، ونسبة ١٥٪ بين ٣٠-٦٠ دقيقة يومياً، ونسبة ١١٪ بين ١ و٢ ساعة يومياً، ونسبة ٣٪ يقضون أكثر من ٣ ساعات يومياً، وتمثلت دوافع استخدام " الفيس بوك " في: إقامة علاقات غرامية، إرسال رسائل للأصدقاء، البقاء على اتصال مع الزملاء القدامى، رؤية صور الأصدقاء والأعضاء، البحث عن زملاء الدراسة، الاستفسار عن المقررات الدراسية (المقررات الدراسية، والواجبات الدراسية)، البحث عن صديق أو صديق جديد، البحث عن صديق أو صديقة سابقة.

١٣ - دراسة Catlett, 2007^(٢)

سعت الدراسة إلى تعرف تعبيرات الشباب الجامعي عن هويتهم الدينية عبر الملف الشخصي الخاص بهم Profile على موقع " الفيس بوك "، واعتمدت

(١) Stern, Lesa A.; Taylor, Kim. (2007), Social Networking on Facebook, Journal of the Communication, Speech & Theatre Association of North Dakota, Vol. 20.

(٢) Catlett, Jenna. (2007), An Analysis of Female University Students' Communicative Management of Privacy Online via Facebook, Conference Papers, National Communication Association, Available at: <http://web.ebscohost.com/ehost/resultsadvanced?hid>

المقابلة كأداة لجمع البيانات مع عينة من خمسة طلاب (ثلاث طالبات وطالبين) من القوقازيين الذين تراوح أعمارهم بين ٢١ و ٢٣ سنة من مستخدمي موقع " الفيس بوك " الذين يحضرون قداس الأحد في الكنائس، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : لا يقدم الشباب الجامعيون أنفسهم في الملف الخاص بهم على موقع " الفيس بوك " على أنهم مسيحيو الديانة، بل يقدمون أنفسهم على أنهم مستخدمون عاديون لـ " الفيس بوك "، وتتضح هويتهم الدينية من خلال المحادثات والعلاقات التي يقيمونها مع الآخرين، وكشفت الدراسة أن الشباب الجامعي يقوم بتقديم نفسه من خلال اهتمامات شاملة، مثل حب الموسيقى والسفر والرحلات، والقراءة، والاهتمام بالشؤون السياسية والثقافية وغيرها.

التعقيب على الدراسات السابقة :

١ - يخلص الباحث بعد عرض الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية، إلى أن هناك اهتماماً من قبل الدراسات الأجنبية التي تناولت موقع " الفيس بوك " بتعرف دوافع استخدام الشباب الجامعي للموقع ؛ على اعتبار أنهم من أكثر الفئات تعرضاً واستخداماً لهذا الموقع، وفي المقابل لاحظ الباحث قلة الدراسات العربية التي تناولت هذا الموضوع واقتصرت على جمهورية مصر العربية، ولم توجد أية دراسة عنه في مملكة البحرين، ولهذا تركز هذه الدراسة على العلاقة بين تعرض كل من الشباب الجامعي المصري والبحريني لموقع " الفيس بوك " والهوية الثقافية.

٢ - اعتمدت معظم الدراسات السابقة على منهج المسح الإعلامي، ولاحظ الباحث تنوعاً في استخدام العينات، وذلك بما يتفق ومنهج كل دراسة على حدة؛ حيث استخدمت هذه الدراسات العينات الاحتمالية، مثل العينة العشوائية البسيطة والطبقية، والعينات غير الاحتمالية مثل العينة المتاحة والعديدية والحصصية، واستخدمت معظم الدراسات الاستبانة أداة لجمع البيانات، واعتمدت قلة من هذه الدراسات على أداة مجموعات المناقشة

المركزة في الحصول على البيانات، وكذلك اختلفت مجتمعات الدراسات بين المجتمعات العربية والأمريكية والآسيوية والإفريقية، مع اختلاف المضمون والدوافع والإشباعات بحسب طبيعة كل دراسة ومجتمع من هذه المجتمعات.

٣ - أتاحت الدراسات السابقة قاعدة معرفية حول علاقة الشباب الجامعي بموقع "الفييس بوك"، التي تشير إلى إقبال متزايد من هذه الفئة هذا الموقع، وهو ما استفاد منه الباحث في اختيار طلاب الجامعات المصرية والبحرينية كعينة ممثلة للشباب الذي يستخدم موقع "الفييس بوك"، ويعتمد عليه مصدراً للحصول على المعلومات وتبادلها مع الآخرين.

٤ - جاءت الدراسات السابقة متنوعة من حيث الهدف واختيار العينة والمنهج والأدوات المستخدمة؛ مما أفاد الباحث في تحديد المشكلة البحثية التي تقوم على أساس العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي العربي لموقع "الفييس بوك" وعلاقته بالهوية الثقافية؛ حيث اهتمت الدراسات السابقة التي أجريت حول موقع "الفييس بوك" بتعرف عادات التعرض وأنماطه ودوافعه والإشباعات المترتبة على التعرض، دون أن تتطرق إلى علاقة موقع "الفييس بوك" بالهوية الثقافية، كما أفادت الدراسات السابقة في صياغة فروض الدراسة في محاولة لتفسير العلاقات المتوقعة بين متغيرات الدراسة، ووضع العبارات التي تقيس الاتجاهات المتعلقة بالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع "الفييس بوك"، ودوافع التعرض وإشباعاته، كما أفاد تنوع الدراسات السابقة في مناقشة نتائج الدراسة ومقارنتها بنتائج تلك الدراسات، ومحاولة تفسير النتائج في ضوء خصوصية مجتمع الدراسة.

أهمية الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة في ضوء المحددات الآتية :

١ - جدة الموضوع: تهتم الدراسة برصد استخدامات الشباب الجامعي في

الجامعات المصرية والبحرينية (جامعة القاهرة - الجامعة الأهلية)، وعلى الرغم من كثرة الدراسات الأجنبية التي تناولت انتشار " الفيس بوك " بين الشباب الجامعي، فإن هناك ندرة في الدراسات التي تناولت انتشار " الفيس بوك " في مملكة البحرين، وقلة في الدراسات التي تناولته في مصر؛ مما يلقي الأهمية على هذه الدراسة في ضوء تطبيقها على عينة جديدة واستطلاع اتجاهاتها حول التأثيرات المختلفة لموقع " الفيس بوك ".

٢ - الأهمية: ويحظى بها موقع " الفيس بوك " على مستوى العالم بصفة عامة، والمجتمعات العربية بصفة خاصة، وأصبح استخدام موقع " الفيس بوك " محور اهتمام الشباب الجامعي؛ فقد وصل عدد مستخدميه إلى ٥٠٠ مليون عضو على مستوى العالم في عام ٢٠١٠م، بعد أن كان عدد المستخدمين ١٠ ملايين في ٢٠٠٧م، ويمثل الشباب الجامعي ٨٠٪ من عدد مستخدميه على مستوى العالم (Strategic Communication Management, 2010, p9)؛ مما يلقي الأهمية على دراسة هذا القطاع العريض من الجمهور.

٣ - التفاعلية: تمثل مواقع الشبكات الاجتماعية مجالاً عاماً وحيزاً كبيراً من التفاعلية؛ مما يجعلها وسيلة مناسبة للتواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعي، ومناقشة جميع القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية؛ مما يجعل هذه المواقع الاجتماعية، ومنها موقع " الفيس بوك " على درجة من الأهمية والتأثير على الهوية الثقافية لديهم.

٤ - القدرة على حشد الشباب: تكتسب الدراسة أهميتها أيضاً من قدرة موقع " الفيس بوك " على حشد الشباب نحو فكرة أو موضوع أو ثقافة معينة، وحثهم على تبني تلك الأفكار أو الثقافات.

مشكلة الدراسة :

أفرزت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وسائل إعلامية جديدة، تمثلت في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث اختلفت طبيعة هذه المواقع عن وسائل الاتصال التقليدية في الانتشار السريع للمعلومات عبر مختلف أنحاء العالم، وعدم وجود

رقابة على المحتوى الذي تقدمه في الوقت نفسه؛ حيث تلاشت الفواصل التقليدية بين المرسل والمستقبل، وقادت إلى نمط اتصالي جديد يقوم على الاتصال التفاعلي وتبادل أنوار الاتصال بين الطرفين وحرية المستقبل في الاختيار؛ مما نتج عنه نتائج وتغيرات في أوجه الحياة، وخاصة الجانب الثقافي؛ ومن ثم أدى إلى وجود العديد من القيم الثقافية الوافدة التي يتأثر بها الشباب، ويرى فيها بديلاً لثقافته الوطنية التي تختلف عن هذه الثقافات؛ حيث إن زيادة التبادل بين الشباب من مختلف الثقافات تعمل على توفير مصادر معرفية متعددة وآراء ووجهات نظر متباينة؛ مما يكون له أثره المباشر على هويته الثقافية.

ومن ثم تنبع مشكلة الدراسة من بروز "موقف مشكل"، يتمثل في غياب المعلومات عن طبيعة وعادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي العربي لموقع "الفيس بوك" وعلاقته بهويته الثقافية؛ حيث تشير العديد من الدراسات إلى تزايد تعرض الشباب الجامعيين لموقع "الفيس بوك"، وتزايد التواصل الثقافي عن طريق طرح الأفكار والآراء وتبادلها فيما بينهم؛ حيث ارتفع معدل تعرضهم من ٨٪ عام ٢٠٠٥م إلى ٤٧٪ عام ٢٠١١م، ويمتلك ٢٩٪ منهم أكثر من صفحة شخصية في موقعين من مواقع التواصل الاجتماعي (عمرو أسعد، ٢٠١١م، ص ٤)، وذلك دون توضيح لطبيعة التعرض ودوره في نشر بعض الأفكار والمفاهيم الثقافية، ومدى قبول الأفكار والثقافات التي يشارك فيها الآخرون على هذا الموقع، التي تكمن في اتجاهاته نحو العلاقة بين التعرض لموقع "الفيس بوك" والهوية الثقافية، واتجاهاته نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لهذا الموقع.

وتكمن الخطورة في أن الشباب لا يزالون في مرحلة التكوين الفكري والثقافي، ولهم خبرات ثقافية محدودة؛ مما يجعلهم مؤهلين لسيطرة هذا الموقع وما يبث من خلاله، حيث سيصبح هذا الموقع هو المصدر الرئيس للثقافة والمؤثر الأول على هويتهم الثقافية بما يمدهم به من معلومات، قد تؤثر على النواحي المعرفية والوجدانية والسلوكية لديهم، وهي تتمثل في تبني تلك الثقافات. ومن ثم يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما عادات وأنماط تعرض

اتجاه الشباب الجامعي العربي نحو العلاقة بين التعرض لموقع " الفيس بوك " والهوية الثقافية.....

الشباب الجامعي العربي لموقع " الفيس بوك "، وما دوافع هذا الاستخدام وإشباعاته، والاتجاهات نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لهذا الموقع؟

متغيرات الدراسة :

تعد استخدامات الشباب الجامعي المتغير المستقل، وتعد الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام، والهوية الثقافية المتغير التابع، كما تعد المتغيرات الديموغرافية (النوع - نوع الجامعة - التخصص العلمي - السنة الدراسية - السن) المتغير المستقل، على نحو ما يوضح الجدول التالي :

الجدول (١)
متغيرات الدراسة

المتغير المستقل	المتغيرات الوسيطة	المتغير التابع
تعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك "	- النوع	- الإشباعات المتحققة من استخدام موقع " الفيس بوك " - الهوية الثقافية - التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية
	ذكور	
	إناث	
	- نوع الجامعة	
	القاهرة	
	الأهلية	
	- نوع التخصص	
	نظري	
	عملي	
	- السنة الدراسية	
	الأولى	
	الثانية	
	الثالثة	
	الرابعة	
	- السن	
	أقل من ١٨ سنة	
	١٨ - أقل من ٢٠ سنة	
	٢٠ - أقل من ٢٢ سنة	
	٢٢ سنة فأكثر	

مفاهيم الدراسة :

التعرض :

ويعني به الباحث استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " من حيث مدى الاستخدام ومعدل الاستخدام اليومي له، ويقصد الباحث بالدوافع في هذه الدراسة المحفزات والأسباب التي تدفع الشباب الجامعي لاستخدام هذا الموقع والتعرض له، وذلك لإشباع حاجاته وتلبية رغباته.

الشباب الجامعي:

هم تلك الفئة من المجتمع الذين يتابعون تحصيلهم العلمي بعد حصولهم على الثانوية العامة في الجامعات الحكومية والخاصة في جمهورية مصر العربية ومملكة البحرين، الذين تراوح أعمارهم بين أقل من ١٨ وأكثر من ٢٢ سنة.

" الفيس بوك " :

يعرف موقع " الفيس بوك " بأنه أحد مواقع التواصل الاجتماعي، التي تعتمد على شبكة " الإنترنت " في إنشائها، ومن خلاله يقوم العضو بإنشاء ملف خاص به يحتوي على بعض المعلومات الشخصية عنه مثل هواياته واهتماماته المختلفة، ويقوم العضو أيضاً بوضع الصور الخاصة به، وصور عائلته في بعض الأحيان؛ بغرض مشاركة الآخرين الموجودين على هذا الموقع (Ellision & Lamps, 2007, p 215).

الهوية الثقافية:

تعرف الهوية الثقافية بأنها " القدر الثابت والجوهري والمشارك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات التي تجعل للشخصية الوطنية أو القومية طابعاً يتميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية الأخرى " (عبدالعزیز التويجري، ١٩٩٧م، ص ١٥).

ويرى الباحث أن الهوية الثقافية هي كل ما يميز أي أمة عن الأمم الأخرى بكل ما تحمله من قيم وعادات وسلوكيات.

تساؤلات الدراسة:

- ١ - ما عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لشبكة " الإنترنت " ؟
- ٢ - ما عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " ؟
- ٣ - ما دوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " ؟
- ٤ - ما الإيجابيات والسلبيات التي يراها الشباب الجامعي في موقع " الفيس بوك " ؟.
- ٥ - ما أوجه استفادة الشباب الجامعي من موقع " الفيس بوك " ؟
- ٦ - ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع " الفيس بوك " ؟
- ٧ - ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو مدى تأثير استخدام موقع " الفيس بوك " على هويته الثقافية ؟

أهداف الدراسة :

- ١ - تعرف عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لشبكة " الإنترنت " .
- ٢ - تعرف عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " .
- ٣ - تعرف دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " .
- ٤ - تعرف الإيجابيات والسلبيات التي يراها الشباب الجامعي في موقع " الفيس بوك " .
- ٥ - تعرف أوجه استفادة الشباب الجامعي من موقع " الفيس بوك " .
- ٦ - تعرف اتجاهات الشباب الجامعي نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع " الفيس بوك " .
- ٧ - تعرف اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير استخدام موقع " الفيس بوك " على الهوية الثقافية لديه.

فروض الدراسة:

- ١ - توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " ، ودوافع تعرضهم له.

- ٢ - توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفييس بوك"، والإشباع المتحققة من هذا التعرض.
- ٣ - توجد فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة واتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير الثقافة الغربية على الهوية الثقافية لديهم.
- ٤ - توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفييس بوك"، والإشباع المتحققة من هذا التعرض.
- ٥ - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة واتجاهاتهم نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع "الفييس بوك".

نوع الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية **Descriptive Studies** التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة (محمد عبدالحميد، ٢٠٠٤م، ص ١٣)، وتهدف الدراسة جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة معينة وهي استخدام الشباب الجامعي لموقع "الفييس بوك"، وعلاقته بالهوية الثقافية، في محاولة لتفسير هذه الحقائق تفسيراً علمياً دقيقاً.

منهج الدراسة :

تستخدم الدراسة المنهجين التاليين :

١ - منهج المسح Survey Method:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح **Survey Method** الذي يعتبر من أكثر المناهج البحثية استخداماً في الدراسات الإعلامية، ويمكن استخدامه في تحقيق أهداف عديدة قد تكون وصفية أو تفسيرية أو استكشافية، ويعتبر منهج المسح جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع الدراسة (سامي طايح، ٢٠٠١م، ص ١٦٧)، وتستخدم هذه

الدراسة منهج مسح الجمهور من الشباب الجامعي لتعرف استخداماته لموقع " الفيس بوك "، وعلاقته بالهوية الثقافية لديه.

٢ - المنهج المقارن Comparative Method:

وذلك للمقارنة بين الشباب الجامعي في مصر والبحرين على متغيرات الدراسة؛ وذلك بغرض إجراء مقارنات بين مجتمع الدراسة من الشباب الجامعي في جامعة القاهرة والجامعة الأهلية سواء من حيث المتغيرات الديموغرافية (نوع الجامعة - الجنس - التخصص العلمي - السنة الدراسية)، والهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي.

مجتمع الدراسة :

يشمل مجتمع الدراسة الشباب الجامعي الذين يدرسون في الجامعات الحكومية والخاصة بجمهورية مصر العربية ومملكة البحرين.

عينة الدراسة :

إن عملية المعاينة هي اختيار عدد من المفردات من مجتمع الدراسة بأسلوب يجعل الجزء يمثل مواصفات الكل (محمد عبد الحميد، ٢٠٠٠م، ص ١٥٩)؛ ففي ضوء أهداف الدراسة وما تسعى إلى تحقيقه من فروض، والإجابة عن تساؤلاتها، اعتمد الباحث على عينة عمدية في كل من جامعة القاهرة والجامعة الأهلية، قوامها ٤٠٠ مفردة ممن يستخدمون موقع " الفيس بوك "، بواقع ٢٠٠ مفردة من جامعة القاهرة، و ٢٠٠ مفردة من الجامعة الأهلية، وقد استبعدت ٢٣ استمارة من الاستمارات التي وزعت على الطلاب في جامعة القاهرة، و ٧ استمارات من طلاب الجامعة الأهلية لعدم دقتها، وبذلك وصل العدد الإجمالي للعينة إلى ٣٧٠ مفردة، وقد وقع اختيار الباحث على فئة الشباب الجامعي؛ نظراً لارتفاع المستوى الثقافي لديهم وكثرة استخدامهم لموقع " الفيس بوك "، وقد لجأ الباحث إلى العينة العمدية حتى يتمكن من توفير بعض السمات الخاصة في أفراد العينة من الشباب الجامعي؛ حيث اقتضت عينة

الدراسة على الشباب الجامعي الذين يتعرضون لموقع " الفيس بوك " (سامي طابع، ٢٠٠١م، ص ٣٠٥).

أداة جمع البيانات :

اعتمد الباحث على صحيفة الاستبانة، وقام هو بتصميمها لتستخدم في جمع بيانات الدراسة الميدانية، وذلك انطلاقاً من الإطار النظري للدراسة المتمثل في مدخل الاستخدامات والإشباعات ومدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، وبناء على فروض الدراسة والمتغيرات التي ينبغي قياسها، مع مراعاة الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج؛ حيث تعد الاستبانة أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة، أو من جميع مفردات مجتمع الدراسة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مسبقاً، التي تغطي أهداف الدراسة وتساعد على قياس فروضها، وقد كونت هذه الاستمارة من المحاور التالية:

- التعرض لشبكة " الإنترنت " .
- التعرض لموقع " الفيس بوك " .
- دوافع التعرض لموقع " الفيس بوك " .
- الإشباعات المتحققة من التعرض لموقع " الفيس بوك " .
- اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير الثقافة الغربية على الهوية الثقافية.
- اتجاهات الشباب الجامعي نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع " الفيس بوك " .
- بالإضافة إلى البيانات الأولية للمبحوثين، كاسم الجامعة التي يدرس فيها، والنوع، والتخصص الذي يدرسه، والسنة الدراسية، والسن.

اختبار الصدق والثبات:

وللتأكد من صحة استمارة الاستبانة وصلاحياتها للتطبيق، ومدى تمثيلها لأغراض الدراسة، تم عرضها على عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال

الإعلام^(١)، وفي ضوء توجيهاتهم تم إجراء التعديلات اللازمة، وتعديل صياغة بعض الأسئلة، وإضافة البعض الآخر، إلى جانب قيام الباحث بإجراء اختبار قبلي على عينة ١٠٪ من المبحوثين، ترتب عليه إعادة صياغة عدد من العبارات لتكون أكثر ملاءمة للمبحوثين، وبذلك تحقق الصدق الظاهري للبيانات.

وللتأكد من ثبات البيانات استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار Test-Re-Test؛ حيث قام الباحث بإعادة تطبيق ٤٠ استمارة، بواقع ٢٠ استمارة لطلاب جامعة القاهرة و ٢٠ استمارة لطلاب الجامعة الأهلية بما يعادل ١٠٪ من حجم العينة الأصلي، وبلغت نسبة استمارات الاستبانة المتعلقة بطلاب جامعة القاهرة ٩٧٪، وبلغت نسبة استمارات الاستبانة المتعلقة بطلاب الجامعة الأهلية ٩٥٪، ومن ثم فقد بلغ معامل الثبات الكلي ٩٦٪ للاستمارة، وهي نسبة تدل على وضوحها، والثقة في صلاحيتها للتطبيق النهائي، وقد تم تطبيق هذه الاستمارة خلال شهري يناير، فبراير ٢٠١١م.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم معالجة البيانات إحصائياً باستخدام الحاسب الآلي من خلال برنامج التحليل الإحصائي في العلوم الاجتماعية SPSS، وطبقت المعاملات الإحصائية التالية :

- ١ - التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 - ٢ - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
 - ٣ - الوزن المئوي الذي يحسب من المعادلة الآتية :
- $$\text{الوزن المئوي} = \frac{\text{المتوسط الحسابي} \times 100}{\text{الدرجة العظمى للعبارة}}.$$

(١) المحكمون هم:

- ١ - أ. د همت حسن عبد المجيد أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة الأهلية.
- ٢ - أ. د سامية رزق أستاذ الإعلام بالجامعة الأهلية.
- ٣ - د. زهير حسين ضيف أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الأهلية.

٤ - اختبار T- Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة
Interval Or Ratio.

٥ - معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficien لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى الفئة أو النسبة
Interval Or Ratio.

٦ - اختبارا Z-test لدراسة معنوية الفرق بين نسبتيين مؤبتيين.

نتائج الدراسة الميدانية:

يستعرض الباحث في هذا الجزء نتائج الدراسة الميدانية الخاصة باستخدام الشباب الجامعي لموقع "الفييس بوك"، وعلاقته بالهوية الثقافية، وذلك على النحو التالي:

١ - مدى تعرض الشباب الجامعي للإنترنت:

يوضح الجدول التالي (٢) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى تعرضهم للإنترنت:

الجدول (٢)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى تعرضهم لـ "الإنترنت"

مدى التعرض		جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
ك	%	ك	%	ك	%		ك	%
٨٥	٤٨,١	١٤٥	٧٥,٣	٢,٤٤	٢٣٠	٦٢,٢		
٧٨	٤٤,١	٣٢	١٦,٥	٢,٠٤	١١٠	٢٩,٧		
١٤	٧,٨	١٦	٨,٢	١,٧١	٣٠	٨,١		
١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠	٣٧٠	١٠٠			

تدل بيانات الجدول السابق (٢) على عدة نتائج، منها: أن جميع الشباب الجامعي يتعرضون لشبكة "الإنترنت"، حيث إن العينة سحبت عمدياً من

مستخدمي شبكة " الإنترنت "، ويتوزع مدى تعرض الشباب الجامعي لشبكة " الإنترنت " على النحو الآتي: التعرض دائماً ٦٢,٢٪، التعرض أحياناً ٢٩,٧٪، التعرض نادراً ٨,١٪، وتشير النتائج السابقة إلى كثافة استخدام " الإنترنت " من قبل الشباب الجامعي عينة الدراسة، حيث يستخدمه أكثر من نصف عينة الدراسة بصفة دائمة.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى تعرضهم للإنترنت، لصالح جامعة القاهرة في فئة أحياناً، وذلك بنسبة ٤٤,١٪، مقابل ١٦,٥٪ للجامعة الأهلية، وأظهرت النتائج التفصيلية أيضاً وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى تعرضهم للإنترنت، لصالح الجامعة الأهلية في فئة دائماً، وذلك بنسبة ٧٥,٣٪، مقابل ٤٨,١٪ لجامعة القاهرة؛ حيث كانت قيم Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٢ - عدد الساعات التي يتعرض فيها الشباب الجامعي للإنترنت في أثناء الدراسة:

يوضح الجدول التالي (٣) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في عدد الساعات التي يتعرضون فيها للإنترنت في أثناء الدراسة.

الجدول (٣)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في عدد الساعات التي يتعرضون فيها لـ " الإنترنت " في أثناء الدراسة

عدد الساعات	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
	ك	٪	ك	٪		ك	٪
أقل من ساعة	٢٤	١٣,٥	٣٨	١٩,٧	,٧٧	٦٢	١٦,٨
من ساعة إلى أقل من ساعتين	٥٤	٣٠,٦	٧٢	٣٧,٤	١,٣٣	١٢٦	٣٤,١

تابع / الجدول (٣)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في عدد الساعات التي يتعرضون فيها لـ "الإنترنت" في أثناء الدراسة

عدد الساعات	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	٣٣	١٨,٦	٣٥	١٨,٢	٦٨	١٨,٤
من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات	٢٥	١٤,٢	٣٧	١٩,١	٦٢	١٦,٨
أربع ساعات فأكثر	٤١	٢٣,١	١١	٥,٦	٥٢	١٤,١
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠	٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (٣) على عدة نتائج، منها: أن أكثر أفراد الشباب الجامعي يتعرضون لشبكة "الإنترنت" من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة ٣٤,١٪، مقابل نسبة من يتعرضون إليه من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات ١٨,٤٪، وتساوت نسبة من يتعرضون للإنترنت لأقل من ساعة مع من يتعرضون إليه من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات بنسبة ١٦,٨٪، واحتل من يتعرضون للإنترنت لأربع ساعات فأكثر المرتبة الأخيرة بنسبة ١٤,١٪، وتعكس هذه النتائج المتوسط اليومي للتعرض للإنترنت، خاصة أن هذه النتائج تبقى تقريبية، بحسب رأي الباحثين.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في عدد الساعات التي يتعرضون فيها للإنترنت في أثناء الدراسة لصالح جامعة القاهرة في فئة أربع ساعات فأكثر، وذلك بنسبة ٢٣,١٪، مقابل ٥,٦٪ للجامعة الأهلية؛ حيث كانت قيم Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٣ - عدد الساعات التي يتعرض فيها الشباب الجامعي للإنترنت في أثناء الإجازة :

يوضح الجدول التالي (٤) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في عدد الساعات التي يتعرضون فيها للإنترنت في أثناء الإجازة.

الجدول (٤)
توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى تعرضهم لـ " الإنترنت " في أثناء الإجازة

عدد الساعات	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%		ك	%
أقل من ساعة	٨	٤,٦	١٢	٦,٢	١,٣٢	٢٠	٥,٤
من ساعة إلى أقل من ساعتين	٢٤	١٣,٥	٢٠	١٠,٤	١,٨٤	٤٤	١١,٩
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	٣٤	١٩,٣	٥٠	٢٥,٩	٤٨.	٨٤	٢٢,٧
من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات	٥١	٢٨,٨	٦٥	٣٣,٧	١,٥٣	١١٦	٣١,٤
أربع ساعات فأكثر	٦٠	٣٣,٨	٤٦	٢٣,٨	١,٧٦	١٠٦	٢٨,٦
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠		٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (٤) على عدة نتائج، منها: أن أكثر أفراد الشباب الجامعي - عينة الدراسة - يتعرضون لشبكة " الإنترنت " من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات بنسبة ٣١,٤٪، مقابل نسبة من يتعرضون لها أربع ساعات فأكثر بنسبة ٢٨٪، تليهما نسبة من يتعرضون للإنترنت من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة ٢٢,٧٪، وبلغت نسبة من يتعرضون للإنترنت من ساعة إلى أقل من ساعتين ١١,٩٪، وجاء في المرتبة الأخيرة من يتعرضون للإنترنت لأقل من ساعة بنسبة ٥,٤٪.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في عدد الساعات التي يتعرضون فيها للإنترنت في أثناء الإجازة؛ حيث كانت قيم Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪، وتشير النتائج السابقة إلى تشابه تعرض الشباب الجامعي للإنترنت في كل من جامعة القاهرة والجامعة الأهلية، حيث يعتبر التعرض للإنترنت هو الوسيلة الرئيسة التي يقضي الشباب معظم وقته أمامه.

٤ - مدى استخدام الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك" :

يوضح الجدول التالي (٥) توزع الشباب الجامعي طبقاً لمدى استخدامهم لموقع "الفيس بوك".

الجدول (٥)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى استخدامهم لموقع "الفيس بوك"

مدى الاستخدام		جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
ك	٪	ك	٪	ك	٪		ك	٪
دائماً ٧-٥ أيام أسبوعياً	٥٩	٣٣,٣	١٠١	٥٢,٤	٢,٠٧		١٦٠	٤٣,٢
أحياناً من ١-٤ أيام في الأسبوع	٧٧	٤٣,٥	٤٧	٢٤,٣	٢,٥١		١٢٤	٣٣,٥
نادراً "بحسب الظروف"	٤١	٢٣,٢	٤٥	٢٣,٣	١,٣٤		٨٦	٢٣,٢
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠			٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (٥) على عدة نتائج، منها: أن جميع الشباب الجامعي يتعرضون لموقع "الفيس بوك"، ويتوزع مدى استخدام الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك" على النحو الآتي: الاستخدام دائماً بنسبة ٤٣,٢٪، الاستخدام أحياناً بنسبة ٣٣,٥٪، الاستخدام نادراً بنسبة ٢٣,٢٪،

وتشير النتائج السابقة إلى أن النسبة الغالبة من هؤلاء الشباب يتعرضون لموقع " الفيس بوك " يومياً، في حين مثلت نسبة التعرض أحياناً في بعض الأيام نحو ثلث العينة، وفي المقابل مثلت نسبة من يتعرضون لموقع " الفيس بوك " نادراً للحصول على بعض المعلومات التي تهتمه حول قضية معينة نحو ربع العينة.

وتختلف نتائج هذه الدراسة - جزئياً - مع نتائج دراسة (Pavica 2008, p39)، التي أوضحت أن الشباب الجامعي في الولايات المتحدة الأمريكية يستخدم موقع " الفيس بوك " بكثافة عالية؛ إذ بلغ نسبة من يستخدمونه بصفة دائمة ٩٣٪، في حين بلغت نسبة من يستخدمونه أحياناً ٧٪ فقط.

وتختلف نتائج هذه الدراسة أيضاً مع نتائج دراسة (Bernhard & al 2009, p83) التي أشارت إلى أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون موقع " الفيس بوك " بصفة دائمة تبلغ ٢٣٪، غالباً ١٥٪، أحياناً ٢٥٪، نادراً ٣٧٪.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى استخدامهم لموقع " الفيس بوك " لصالح جامعة القاهرة في فئة: أحياناً بنسبة ٤٣,٥٪ مقابل ٢٤,٣٪ للجامعة الأهلية، وأظهرت النتائج التفصيلية أيضاً وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى استخدامهم لموقع " الفيس بوك " لصالح الجامعة الأهلية في فئة: دائماً بنسبة ٥٢,٤٪ مقابل ٣٣,٣٪ حيث كانت قيم Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٥ - مدة اشتراك الشباب الجامعي في موقع " الفيس بوك " :

يوضح الجدول التالي (٦) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدة اشتراكهم في موقع " الفيس بوك " .

الجدول (٦)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدة اشتراكهم في موقع " الفيس بوك "

مدة الاشتراك	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%		ك	%
أقل من ٣ شهور	١١	٦,٢	٢٣	١١,٨	٢,٠٤	٣٤	٩,٢
من ٣ شهور لأقل من ٦ شهور	٣٣	١٨,٦	٤٤	٢٢,٦	١,٥٦	٧٦	٢٠,٥
من ٦ شهور لأقل من سنة	٧٦	٤٢,٩	٣٦	١٨,٥	٢,٤٢	١١٢	٣٠,٣
سنة فأكثر	٥٧	٣٢,٣	٩١	٤٧,١	٢,٤٣	١٤٨	٤٠
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠		٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (٦) على عدة نتائج، منها: أن أكثر من ثلث الشباب الجامعي يستخدمون موقع " الفيس بوك " لمدة سنة فأكثر، وذلك بنسبة ٤٠٪، ويدل ذلك على مدى انتشار موقع " الفيس بوك " في أوساط الشباب الجامعي، يليه مدة من ٦ شهور لأقل من سنة بنسبة ٣٠,٣٪، من ٣ شهور لأقل من ٦ شهور بنسبة ٢٠,٥٪، وجاء في المرتبة الأخيرة مدة أقل من ٣ شهور بنسبة ٩,٢٪.

وتتشابه نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Sheldon 2008, p39)، التي أشارت إلى أن النسبة الغالبة من عينة الدراسة اشتركت في موقع " الفيس بوك " منذ ١٨ شهراً " عام ونصف " فأكثر.

وتتشابه نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Bernhard & al 2009, p83)، التي أوضحت أن ٥٠٪ من عينة الدراسة لديها حساب على موقع " الفيس بوك " منذ سنتين فأكثر.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب

الجامعي طبقاً لمدة اشتراكهم في موقع " الفيس بوك "، لصالح جامعة القاهرة في فئة: من ٦ شهور لأقل من سنة بنسبة ٤٢,٩٪ مقابل ١٨,٥٪ للجامعة الأهلية، وأظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي طبقاً لمدة اشتراكهم في موقع " الفيس بوك "، لصالح الجامعة الأهلية في فئة: أقل من ٣ شهور بنسبة ١١,٨٪ مقابل ٦,٢٪ لجامعة القاهرة، وفئة: سنة فأكثر بنسبة ٤٧,١٪ مقابل ٣٢,٣٪ لجامعة القاهرة، حيث كانت قيم Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٦ - الوقت الذي يقضيه الشباب الجامعي على موقع " الفيس بوك " :
يوضح الجدول التالي (٧) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في الوقت الذي يقضيه هؤلاء الشباب على موقع " الفيس بوك ".

الجدول (٧)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في الوقت الذي يقضيه هؤلاء الشباب على موقع " الفيس بوك "

الوقت	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
	ك	٪	ك	٪		ك	٪
أقل من ساعة	١٢	٦,٨	٢٢	١١,٤	٢,٠٥	٣٤	٩,٢
من ساعة لأقل من ساعتين	٣٣	١٨,٦	٢٣	١١,٩	١,٥٣	٥٦	١٥,١
من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات	١٠٢	٥٧,٧	٧٦	٣٩,٣	٢,١٨	١٧٨	٤٨,١
أكثر من ثلاث ساعات	٣٠	١٦,٩	٧٢	٣٧,٤	٢,١٩	١٠٢	٢٧,٦
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠		٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (٧) على عدة نتائج، منها: أن أكثر الشباب الجامعي يستخدمون موقع " الفيس بوك " من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات

بنسبة ٤٨٪، يليها مدة أكثر من ثلاث ساعات بنسبة ٢٧,٦٪، ومدة من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة ١٥,١٪، وجاء في المرتبة الأخيرة مدة أقل من ساعة بنسبة ٩,٢٪.

وتتشابه نتائج هذه الدراسة - جزئياً - مع نتائج دراسة (Seldon 2008, p67)، التي أشارت إلى أن معظم أفراد العينة يستخدمون موقع "الفييس بوك" يومياً، ويقضون في المتوسط ٤٩ دقيقة على الموقع يومياً.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في الوقت الذي يقضيه هؤلاء الشباب الجامعي على موقع "الفييس بوك" لصالح جامعة القاهرة في فئة من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات بنسبة ٥٧,٧٪ مقابل ٣٩,٣٪ للجامعة الأهلية، وأظهرت النتائج التفصيلية أيضاً وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في الوقت الذي يقضيه هؤلاء الشباب على موقع "الفييس بوك" لصالح الجامعة الأهلية في فئة: أقل من ساعة بنسبة ١١,٤٪ مقابل ٦,٨٪ لجامعة القاهرة، وفئة: أكثر من ثلاث ساعات بنسبة ٣٧,٤٪ مقابل ١٦,٩٪ لجامعة القاهرة، حيث كانت قيم Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٧ - فترات الاستخدام المفضلة لدى الشباب الجامعي لموقع "الفييس بوك" :

يوضح الجدول التالي (٨) توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في فترات الاستخدام المفضلة لديهم لموقع "الفييس بوك" :

الجدول (٨)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في فترات الاستخدام المفضلة لديهم لموقع " الفيس بوك "

فترات الاستخدام المفضلة	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
في الصباح	١٣	٧,٢	٥٣	٢٧,٤	٦٦	١٧,٨
في الظهيرة	١٧	٩,٦	١٩	٩,٨	٣٦	٩,٨
في المساء	١٠٨	٦١,١	٧٠	٣٦,٣	١٧٨	٤٨,١
في السهرة	٣٩	٢٢,١	٥١	٢٦,٥	٩٠	٢٤,٣
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠	٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (٨) على عدة نتائج، منها: أن أهم فترات استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " هي: الفترة المسائية بنسبة ٤٨,٢٪، فترة السهرة بنسبة ٢٤,٣٪، الفترة الصباحية بنسبة ١٧,٨٪، وفترة الظهيرة بنسبة ٩,٨٪، وتعد هذه النتيجة طبيعية؛ حيث تعد فترتا المساء والسهرة فترتي ما بعد انقضاء اليوم الدراسي بالجامعة، وجاء الاستخدام قليلاً خلال فترة وجود الشباب الجامعي في الجامعة خلال فترتي الصباح والظهيرة، وهو السبب نفسه الذي سبقت الإشارة إليه بالنسبة إلى فترات استخدام الشباب الجامعي للإنترنت.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في فترات الاستخدام المفضلة لديهم لموقع " الفيس بوك "، لصالح جامعة القاهرة في فئة الفترة المسائية بنسبة ٦١,١٪ مقابل ٣٦,٣٪ للجامعة الأهلية، وأظهرت النتائج التفصيلية أيضاً وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في فترات الاستخدام المفضلة لديهم لموقع " الفيس بوك "، لصالح الجامعة الأهلية في فئة: الفترة الصباحية بنسبة ٢٧,٤٪ مقابل ٧,٢٪ لجامعة القاهرة، حيث كانت قيم Z

المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٨ - كيفية تعرف الشباب الجامعي موقع " الفيس بوك " :

يوضح الجدول التالي (٩) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في كيفية تعرفهم بموقع " الفيس بوك " .

الجدول (٩)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في كيفية تعرفهم موقع " الفيس بوك "

معرفة موقع " الفيس بوك "	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
	ك	٪	ك	٪		ك	٪
الأهل والأصدقاء	١٣	٧,٢	٥٣	٢٧,٤	٢,٥٢	٥٢	٢٨,١
زملاء الدراسة	١٧	٩,٦	١٩	٩,٨	١,٧٤	٧٢	٣٨,٩
وسائل الإعلام	١٠٨	٦١,١	٧٠	٣٦,٣	٢,٠٦	٢٥	١٣,٥
تصفح " الإنترنت "	٣٩	٢٢,١	٥١	٢٦,٥	١,٥٩	٣٦	١٩,٥
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠		٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (٩) على عدة نتائج، منها: جاء زملاء الدراسة في مقدمة الوسائل التي يتعرف بها الشباب الجامعي موقع " الفيس بوك " بنسبة ٣٨,٩٪؛ وربما يرجع ذلك إلى أن الشباب الجامعي يكون أكثر ارتباطاً بزملائه في الجامعة، وهذا ما يتسق مع طبيعة نشأة واستخدام الشباب الجامعي لهذا الموقع، يليه الأهل والأصدقاء بنسبة ٢٨,١٪، وهي المجموعة التي تلي زملاء الدراسة في التأثير على الشباب الجامعي، يليه تصفح شبكة " الإنترنت " بنسبة ١٩,٥٪، وجاءت وسائل الإعلام في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٣,٥٪.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في كيفية تعرفهم بموقع " الفيس بوك "، لصالح جامعة القاهرة في فئة الفترة المسائية بنسبة ٦١,١٪ مقابل ٣٦,٣٪ للجامعة

الأهلية، وأظهرت النتائج التفصيلية أيضاً وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في كيفية تعرفهم بموقع " الفيس بوك " لصالح الجامعة الأهلية في فئة: الفترة الصباحية بنسبة ٢٧,٤٪ مقابل ٧,٢٪ لجامعة القاهرة؛ حيث كانت قيم Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٩ - طبيعة العلاقات التي يقيمها الشباب الجامعي على موقع " الفيس بوك " :

يوضح الجدول التالي (١٠) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في طبيعة العلاقات التي يقيمها هؤلاء الشباب على موقع " الفيس بوك " :

الجدول (١٠)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في طبيعة العلاقات التي يقيمها هؤلاء الشباب على موقع " الفيس بوك "

طبيعة العلاقات	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
	ك	٪	ك	٪		ك	٪
الصداقة	١١٤	٦٤,٥	١٢٦	٦٥,٣	,٥٦	٢٤٠	٦٤,٩
العلاقات العاطفية	٤٣	٢٤,٣	٤١	٢١,٣	١,٦٤	٨٤	٢٢,٧
الدراسة والبحث العلمي	٢٠	١١,٢	٢٦	١٣,٤	,٩١	٤٦	١٢,٤
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠		٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (١٠) على عدة نتائج، منها: أن نحو ثلثي الشباب الجامعي يفضل إقامة علاقات الصداقة مع الآخرين، وذلك بنسبة ٦٤,٩٪؛ يليه العلاقات العاطفية بنسبة ٢٢,٧٪؛ وأخيراً الدراسة والبحث العلمي بنسبة ١٢,٤٪؛ وربما يرجع انخفاض النسبة الأخيرة إلى أن الشباب الجامعي يفضل التواصل المباشر مع أساتذتهم في مناقشة الدروس والأمور الجامعية في محيط الجامعة التي يدرسون فيها في إطار من الرسمية، وفي حدود قواعد الجامعة.

وتتشابه نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Malcon, 2010)، التي كشفت أن العلاقات العاطفية تستحوذ على نسبة ١٠٪ من إجمالي العلاقات التي يقيمها الشباب الجامعي، واستحوذت علاقات الصداقة مع الآخرين على نسبة ٦٦,٥٪، في حين استحوذت العلاقات بغرض الدراسة والبحث العلمي على نسبة ٢٣,٥٪.

– أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في طبيعة العلاقات التي يقيمها هؤلاء الشباب على موقع "الفيس بوك" في الفئات الموضحة في الجدول السابق؛ حيث كانت قيم Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

١٠ – كيفية اشتراك الشباب الجامعي في موقع "الفيس بوك" :

يوضح الجدول التالي (١١) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في كيفية اشتراكهم في موقع "الفيس بوك".

الجدول (١١)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في كيفية اشتراكهم

في موقع "الفيس بوك"

المجموع الكلي		Z	الجامعة الأهلية		جامعة القاهرة		كيفية الاشتراك
ك	٪		ك	٪	ك	٪	
٢٠٤	٥٥,١	١,٥٤	١٠٦	٥٤,٩	٩٨	٥٥,٣	استخدام الاسم الحقيقي
١٦٦	٤٤,٩	١,٢٤	٨٧	٤٥,١	٧٩	٤٤,٧	استخدام اسم مستعار
٣٧٠	١٠٠		١٩٣	١٠٠	١٧٧	١٠٠	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق (١١) على عدة نتائج، منها: أن أكثر من نصف الشباب الجامعي يفضل الاشتراك باسمه الحقيقي، وذلك بنسبة ٥٥,١٪، وربما يرجع ذلك إلى أن الشباب الجامعي يستخدم هذا الموقع كأداة للتواصل الاجتماعي مع أصدقائهم وزملائهم في الواقع المحسوس الذي يعيشون فيه،

مقابل ٤٤,٩٪ يستخدمون اسماً مستعاراً عند تواصلهم مع الآخرين؛ خاصة الذين يفضلون إقامة علاقات عاطفية أو إباحية معهم.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في كيفية اشتراكهم في موقع " الفيس بوك " في الفئات الموضحة في الجدول السابق؛ حيث كانت قيم Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

١١ - مدى حرص الشباب الجامعي على إعطاء معلومات صحيحة عن شخصياتهم للآخرين:

يوضح الجدول التالي (١٢) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى حرص هؤلاء الشباب على إعطاء معلومات صحيحة عن شخصياتهم للآخرين.

الجدول (١٢)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى حرصهم على إعطاء معلومات صحيحة عن شخصياتهم للآخرين

مدى الحرص	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
	ك	٪	ك	٪		ك	٪
دائماً	٢٣	١٢,٩	٥٩	٣٠,٦	٢,٢٩	٨٢	٢٢,٢
أحياناً	٣٧	٢٠,٩	١٣	٦,٧	١,٩٩	٥٠	١٣,٥
نادراً	٥٧	٣٢,٤	٤٩	٢٥,٤	١,٤٣	١٠٦	٢٨,٦
لا	٦٠	٣٣,٨	٧٢	٣٧,٣	١,٠١	١٣٢	٣٥,٧
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠		٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (١٢) على عدة نتائج، منها: أن النسبة الكبرى من الشباب الجامعي تحرص على عدم إعطاء معلومات صحيحة عن شخصياتهم للآخرين، وذلك بنسبة ٣٥,٧٪، يليها الحرص نادراً بنسبة ٢٨,٦٪، والحرص

دائماً بنسبة ٢٢,٢٪، وجاء في المرتبة الأخيرة الحرص أحياناً ١٣,٥٪، وتفسر النتائج السابقة حرص الشباب الجامعي على إقامة علاقات افتراضية مع الآخرين، تتعلق بالجوانب العاطفية والإباحية معهم؛ الأمر الذي يتنافى مع حرصهم على إعطاء معلومات صحيحة عن شخصياتهم للآخرين.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى حرص هؤلاء الشباب على إعطاء معلومات صحيحة عن شخصياتهم للآخرين، لصالح جامعة القاهرة في فئة أحياناً بنسبة ٢٠,٩٪ مقابل ٦,٧٪ للجامعة الأهلية، وأظهرت النتائج التفصيلية أيضاً وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى حرص هؤلاء الشباب على إعطاء معلومات صحيحة عن شخصياتهم للآخرين، لصالح الجامعة الأهلية في فئة: دائماً بنسبة ٣٠,٦٪ مقابل ١٢,٩٪ لجامعة القاهرة؛ حيث كانت قيم Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

١٢ - طريقة عرض الشباب الجامعي للصورة التعريفية الخاصة بهم على موقع "الفيس بوك" :

يوضح الجدول التالي (١٣) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في طريقة عرض هؤلاء الشباب للصورة التعريفية الخاصة بهم على موقع "الفيس بوك" :

الجدول (١٣)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لطريقة عرضهم للصورة التعريفية الخاصة بهم على موقع "الفيس بوك"

طريقة عرض الصور		جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
ك	٪	ك	٪	ك	٪		ك	٪
٧٨	٤٤,٢	١٠٨	٥٥,٩	١٨٦	٥٠,٣	١,٥٥	١٨٦	٥٠,٣
٤٢	٢٣,٧	١٨	٩,٣	٦٠	١٦,٢	٢,٤٢	٦٠	١٦,٢
لصورة أخرى								

تابع / الجدول (١٣)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لطريقة عرضهم للصورة التعريفية الخاصة بهم على موقع " الفيس بوك "

طريقة عرض الصور	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%		ك	%
ترك مكان الصورة فارغاً	١٣	٧,٣	٢٩	١٥,١	١,٩٨	٤٢	١١,٤
وضع رسم تعبيرى	٤٤	٢٤,٨	٣٨	١٩,٦	١,١٠	٨٢	٢٢,٢
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠		٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (١٣) على عدة نتائج، منها: أن نسبة ٥٠,٣٪ من الشباب الجامعي تفضل وضع الصورة الحقيقية لها على موقع " الفيس بوك "، مقابل تفضيل نسبة ٢٢,٢٪ وضع رسم تعبيرى، ١٦,٢٪ عرض صورة مستعارة لصورة أخرى، ١١,٤٪ ترك مكان الصورة فارغاً.

وتتفق نتائج هذه الدراسة جزئياً مع دراسة (نرمين خضر ٢٠٠٩م، ص ٩٧٧)، التي أشارت إلى أن ٦٢,٥٪ من الشباب الجامعي تفضل وضع صورهم الشخصية، ويفضل ٢٩,٤٪ ترك مكان الصورة فارغاً، ٨,١٪ تستخدم صوراً لآخرين.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Clark & et al, 2009)، التي أشارت إلى أن ٥٥٪ من الشباب الجامعي يضعون صوراً شخصية خاصة بهم على موقع " الفيس بوك "، ويضع نسبة ٥٤٪ منهم صوراً رومانسية أو طبيعية تعبر عن الطبيعة أو الصفة التي يحبون أن يظهروا بها على موقع " الفيس بوك "، في حين أفادت نسبة ١٪ من العينة أنهم يفضلون ترك مكان الصورة التعريفية خالياً.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في طريقة عرض هؤلاء الشباب للصورة التعريفية الخاصة بهم على موقع " الفيس بوك "، لصالح جامعة القاهرة في فئة أحياناً عرض صورة مستعارة لصورة أخرى بنسبة ٢٣,٧٪ مقابل ٩,٣٪ للجامعة

الأهلية، وأظهرت النتائج التفصيلية أيضاً وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في طريقة عرض هؤلاء الشباب للصورة التعريفية الخاصة بهم على موقع "الفيس بوك" لصالح الجامعة الأهلية في فئة: ترك مكان الصورة فارغاً بنسبة ١٥,١٪ مقابل ٧,٣٪ لجامعة القاهرة؛ حيث كانت قيم Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

١٣ - مدى مناقشة الشباب الجامعي للموضوعات المتعلقة بالعلومة الثقافية مع الآخرين على موقع "الفيس بوك" :

يوضح الجدول التالي (١٤) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى مناقشة هؤلاء الشباب للموضوعات المتعلقة بالعلومة الثقافية مع الآخرين على موقع "الفيس بوك".

الجدول (١٤)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى مناقشتهم للموضوعات المتعلقة بالعلومة الثقافية مع الآخرين على موقع "الفيس بوك"

مدى المناقشة	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
	ك	٪	ك	٪		ك	٪
دائماً	٧١	٤٠,٢	٥٩	٣٠,٦	١,٩٦	١٣٠	٣٥,١
أحياناً	٦٧	٣٧,٨	٤٧	٢٤,٤	٢,٠٢	١١٤	٣٠,٨
نادراً	٢٩	١٦,٤	٣٩	٢٠,٢	١,٦٤	٦٨	١٨,٤
لا	١٠	٥,٦	٤٨	٢٤,٨	٢,١٦	٥٨	١٥,٧
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠		٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (١٤) على عدة نتائج، منها: أن الشباب الجامعي يناقشون دائماً مع الآخرين الموضوعات المتعلقة بالعلومة الثقافية بنسبة ٣٤,١٪، مقابل ٣٠,٨٪ للمناقشة أحياناً، في حين تقاربت نسبة من يناقشون هذه الموضوعات نادراً، ومن لا يناقشونها بنسبة ١٨,٤٪، ١٥,٧٪ على الترتيب.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى مناقشة هؤلاء الشباب للموضوعات المتعلقة بالعلومة الثقافية مع الآخرين على موقع " الفيس بوك "، لصالح جامعة القاهرة في فئة أحياناً بنسبة ٣٧,٨٪ مقابل ٢٤,٤٪ للجامعة الأهلية، وأظهرت النتائج التفصيلية أيضاً وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في مدى مناقشة هؤلاء الشباب للموضوعات المتعلقة بالعلومة الثقافية مع الآخرين على موقع " الفيس بوك "، لصالح الجامعة الأهلية في فئة: لا بنسبة ٢٤,٨٪ مقابل ٥,٦٪ لجامعة القاهرة؛ حيث كانت قيم Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

١٤ - حجم إفادة الشباب الجامعي من استخدام موقع " الفيس بوك " في التواصل الثقافي مع الآخرين من جنسيات مختلفة :

يوضح الجدول التالي (١٥) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في حجم إفادتهم من استخدام موقع " الفيس بوك " في التواصل الثقافي مع الآخرين من جنسيات مختلفة.

الجدول (١٥)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في حجم إفادتهم من استخدام موقع " الفيس بوك " في التواصل الثقافي مع الآخرين من جنسيات مختلفة

المجموع الكلي		Z	الجامعة الأهلية		جامعة القاهرة		حجم الإفادة
ك	٪		ك	٪	ك	٪	
٢١٠	٥٦,٨	٩٧	١٠٩	٥٦,٥	١٠١	٥٧,١	إفادة كاملة ودائمة
١١٤	٣٠,٨	٣٢	٥٩	٣٠,٦	٥٥	٣١,١	إفادة جزئية على فترات
٤٦	١٢,٤	١,٠٦	٢٥	١٢,٩	٢١	١١,٨	لا يوجد إفادة أبداً
٣٧٠	١٠٠		١٩٣	١٠٠	١٧٧	١٠٠	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق (١٥) على عدة نتائج، منها: أن الشباب الجامعي يفيدون إفادة كاملة ودائمة من موقع " الفيس بوك " في التواصل

الثقافي مع الآخرين من جنسيات مختلفة بنسبة ٥٦,٨٪ في الحرص على الانضمام لمجموعات ثقافية يشارك فيها العديد من الشباب من جنسيات مختلفة، ويتم من خلالها تبادل وجهات النظر حول مختلف القضايا الثقافية المطروحة على الساحة المحلية أو العالمية، مقابل ٣٠,٨٪ يفيدون منه إفادة جزئية على فترات، وذلك حينما تثار إحدى القضايا الثقافية، ويرغب هؤلاء الشباب في مشاركة نظرائهم حول هذه القضايا، في حين احتلت نسبة من لا يفيدون من موقع "الفيس بوك" ١٢,٤٪؛ مما يشير إلى مدى إفادة الشباب الجامعي من موقع "الفيس بوك" في التواصل الثقافي.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في حجم إفادتهم من استخدام موقع "الفيس بوك" في التواصل الثقافي مع الآخرين من جنسيات مختلفة، حيث كانت قيم Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

١٥ - طبيعة الموقف الذي ينطبق على الشباب الجامعي في أثناء استخدامهم لموقع "الفيس بوك" :

يوضح الجدول التالي (١٦) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في طبيعة الموقف الذي ينطبق عليهم في أثناء استخدامهم لموقع "الفيس بوك".

الجدول (١٦)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في طبيعة الموقف الذي ينطبق عليهم في أثناء استخدامهم لموقع "الفيس بوك"

الموقف	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
	ك	٪	ك	٪		ك	٪
أتصفح الموقع فقط	٤٢	٢٣,٨	٨٨	٤٥,٦	٢,١٨	١٣٠	٣٥,١
أقوم بالتحدث وتبادل ملفات الصور والموسيقى والأفلام مع الآخرين	١٠٤	٥٨,٧	٤٤	٢٢,٨	٢,٥٦	١٤٨	٤٠

تابع / الجدول (١٦)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في طبيعة الموقف الذي ينطبق عليهم في أثناء استخدامهم لموقع " الفيس بوك "

الموقف	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقوم بالانضمام لمجموعات تتناسب مع ميولي الثقافية	٣١	١٧,٥	٦١	٣١,٦	٩٢	٢٤,٩
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠	٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (١٦) على عدة نتائج، منها: أن أكثر الشباب الجامعي يستخدمون موقع " الفيس بوك " في التحدث وتبادل ملفات الصور والموسيقى والأفلام مع الآخرين بنسبة ٤٠٪، مقابل ٣٥,١٪ يتصفحون الموقع فقط، وجاء الانضمام لمجموعات تتناسب مع ميول هؤلاء الشباب بنسبة ٢٤,٩٪، وتدل هذه النتائج على قلة اهتمامهم بالموضوعات المتعلقة بالعلومة الثقافية.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في طبيعة الموقف الذي ينطبق عليهم في أثناء استخدامهم لموقع " الفيس بوك " لصالح جامعة القاهرة في فئة أقوم بالتحدث وتبادل ملفات الصور والموسيقى والأفلام مع الآخرين بنسبة ٥٨,٧٪ مقابل ٢٢,٨٪ للجامعة الأهلية، وأظهرت النتائج التفصيلية أيضاً وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في طبيعة الموقف الذي ينطبق عليهم في أثناء استخدامهم لموقع " الفيس بوك " لصالح الجامعة الأهلية في فئة: أتصفح الموقع فقط بنسبة ٤٥,٦٪ مقابل ٢٣,٨٪ لجامعة القاهرة، وفئة أقوم بالانضمام لمجموعات تتناسب مع ميولي الثقافية بنسبة ٣١,٦٪ مقابل

١٧,٥٪، حيث كانت قيم Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

١٦ - المجموعات التي ينتمي إليها الشباب الجامعي على موقع " الفيس بوك " :

يوضح الجدول التالي (١٧) توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في المجموعات التي ينتمون إليها على موقع " الفيس بوك " .

الجدول (١٧)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في المجموعات التي ينتمون إليها على موقع " الفيس بوك "

المجموعات	جامعة القاهرة		الجامعة الأهلية		Z	المجموع الكلي	
	ك	٪	ك	٪		ك	٪
السياسية	٤٠	٢٢,٥	٥٠	٢٥,٩	١,٨٢	٩٠	٢٤,٣
الاقتصادية	١٣	٧,٣	٥	٢,٦	٢,١٩	١٨	٤,٨
الثقافية	١١	٦,٢	٥٥	٢٨,٦	٢,٣٣	٦٦	١٧,٨
الرياضية	٣٤	١٩,٣	٤٢	٢١,٨	١,٢٧	٧٦	٢٠,٥
الدينية	٢٣	١٢,٩	١١	٥,٧	٢,٠٤	٣٤	٩,١
الترفيهية	٣٩	٢٢,١	٢١	١٠,٨	٢,١٥	٦٠	١٦,٣
الاستهلاكية	١٧	٩,٧	٩	٤,٦	١,٩٢	٢٦	٧,٢
المجموع	١٧٧	١٠٠	١٩٣	١٠٠		٣٧٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (١٧) على عدة نتائج، منها: أن أكثر المواقع التي يشترك فيها الشباب الجامعي هي المجموعات الرياضية، وذلك بنسبة ٢٠,٥٪، في حين تقاربت نسبة من يشتركون في مجموعات سياسية ١٨,٩٪، مع من يشتركون في مجموعات ترفيهية ١٦,٢٪، وتلا ذلك من يشتركون في مجموعات ثقافية ١٥,١٪، ومجموعات استهلاكية ٧٪، وجاء في المرتبة الأخيرة المجموعات الاقتصادية بنسبة ٤,٩٪.

- أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في المجموعات التي ينتمي إليها هؤلاء الشباب على موقع " الفيس بوك " لصالح جامعة القاهرة في فئة المجموعات الاقتصادية بنسبة ٧,٣٪ مقابل ٢,٦٪ للجامعة الأهلية، المجموعات الدينية بنسبة ١٢,٩٪ مقابل ٥,٧٪ للجامعة الأهلية، والمجموعات الترفيهية بنسبة ٢٢,١٪ مقابل ١٠,٨٪، وأظهرت النتائج التفصيلية أيضاً وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة في المجموعات التي ينتمون إليها على موقع " الفيس بوك " لصالح الجامعة الأهلية في فئة المجموعات الثقافية بنسبة ٢٨,٦٪ مقابل ٦,٢٪ لجامعة القاهرة؛ حيث كانت قيم Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥٪.

١٧ - أسباب استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " :

يوضح الجدول التالي (١٨) أسباب استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " :

الجدول (١٨)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لأسباب استخدامهم لموقع " الفيس بوك "

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الوزني الحسابي المعياري	المتوزع
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
١- تعرف ثقافات الشعوب الأخرى	٦٠	١٦,٢	٦٤	١٧,٣	٢٤٦	٦٦,٥	٢,٥٠	٨٣,٣
٢- معرفة الأحداث التي تحدث في المجتمع الذي أعيش فيه	١٢٨	٣٤,٦	٩٨	٢٦,٥	١٤٤	٣٨,٩	٢,٣٥	٧٨,٣
٣- متابعة جميع الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها الجامعة	١٢٤	٣٣,٥	٧٤	٢٠	١٧٢	٤٦,٥	٢,١٣	٧١

تابع / الجدول (١٨)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لأسباب استخدامهم لموقع " الفيس بوك "

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	الوزن
	ك	%	ك	%	ك	%		
٤- ملء وقت الفراغ	١٣٦	٣٦,٨	٥٦	١٥,١	١٧٨	٤٨,١	٢,١١	٩١٧. ٧٠,٣
٥- معرفة العديد من المعلومات عن الدول التي أتوي السفر إليه	١١٠	٢٩,٧	١٣٦	٣٦,٨	١٢٤	٣٣,٥	٢,٠٤	٧٩٧. ٦٨
٦- لتحسين مستوي في اللغات الأجنبية	٦٢	١٦,٨	٢٤٠	٦٤,٩	٦٨	١٨,٤	٢,٠٢	٥٩٤. ٦٧,٣
٧- الاسترخاء	١٦٢	٤٣,٨	٧٤	٢٠	١٣٤	٣٦,٢	١,٩٩	٩٣٢. ٦٦,٣
٨- مناقشة المقررات مع أعضاء هيئة التدريس	١٥٤	٤١,٦	٨٤	٢٢,٧	١٣٢	٣٥,٧	١,٩٤	٨٨٠. ٦٤,٦
٩- تعرف معلومات عن موضوعات جديدة	١٦٨	٤٥,٤	٧٢	١٩,٥	١٣٠	٣٥,١	١,٩٠	٨٩٤. ٦٣,٣
١٠- التعود على استخدام هذا الموقع	١٦٢	٤٣,٨	١١٤	٣٠,٨	٩٤	٢٥,٤	١,٨٢	٨١٣. ٦٠,٦
١١- لمعرفة كيف يحل الآخرون مشكلاتهم	١٦٨	٤٥,٤	١٠٠	٢٧	١٠٢	٢٧,٦	١,٨٢	٨٣٨. ٦٠,٦
١٢- نسيان المشكلات والهموم التي أتعرض لها	٢٠٠	٥٤,١	٤٠	١٠,٨	١٣٠	٣٥,١	١,٨١	٩٢٨. ٦٠,٣
١٣- تعرف أصدقاء جدد	١٦٨	٤٥,٤	١١٢	٣٠,٣	٩٠	٢٤,٣	١,٧٩	٨١٠. ٥٩,٦
١٤- التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الجامعة بعد التخرج	١٦٠	٤٣,٢	١٢٦	٣٤,١	٨٤	٢٢,٧	١,٧٩	٧٨٨. ٥٩,٦
١٥- المؤانسة والتخلص من الوحدة	٢٠٠	٥٤,١	٥٠	١٣,٥	١٢٠	٣٢,٤	١,٧٨	٩٠٧. ٥٩,٣
١٦- تبادل الملفات والألعاب والصور والنفقات مع الآخرين	١٩٠	٥١,٤	٧٠	١٨,٩	١١٠	٢٩,٧	١,٧٨	٨٧٦. ٥٩,٣

تابع / الجدول (١٨)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لأسباب استخدامهم لموقع " الفيس بوك "

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الوزن	
	ك	%	ك	%	ك	%	الحسابي المعياري	النوعي
١٧- تعرف موضوعات تصلح للنقاش	١٨٤	٤٩,٧	٨٨	٢٣,٨	٩٨	٢٦,٥	١,٧٧	٨٤٤,٠
١٨- ينسبني مشكلاتي	٢١٨	٥٨,٩	٧٦	٢٠,٥	٧٦	٢٠,٥	١,٦٢	٨٠٧,٠
١٩- زاد قدرتي على نقاش الموضوعات الثقافية	٢٢٤	٦٠,٥	٨٤	٢٢,٧	٦٢	١٦,٨	١,٥٦	٧٦٤,٠
٢٠- معرفة واقع مختلف عن الواقع الملموس الذي أعيش فيه	٢٥٨	٦٩,٧	١١٠	٢٩,٧	٢	٠,٥	١,٣١	٤٧٥,٠

تدل بيانات الجدول السابق (١٨) على عدة نتائج، منها: جاءت عبارة "تعرف ثقافات الشعوب الأخرى" في مقدمة العبارات حول أسباب استخدام الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " بوزن مؤوي ٨٣,٣٪، تلتها عبارة "معرفة الأحداث التي تحدث في المجتمع الذي أعيش فيه" بوزن مؤوي ٧٨,٣٪، وعبارة "متابعة جميع الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها الجامعة" بوزن مؤوي ٧١٪، وعبارة "ملء وقت الفراغ" بوزن مؤوي ٧٠,٣٪، وعبارة "معرفة العديد من المعلومات عن الدول التي أنوي السفر إليها" بوزن مؤوي ٦٨٪، وعبارة "لتحسين مستواي في اللغات الأجنبية" بوزن مؤوي ٦٧,٣٪، وعبارة "الاسترخاء" بوزن مؤوي ٦٦,٣٪، وعبارة "مناقشة المقررات مع أعضاء هيئة التدريس" بوزن مؤوي ٦٤,٦٪، وعبارة "تعرف معلومات عن موضوعات جديدة" بوزن مؤوي ٦٣,٣٪، وتساوت عبارة "التعود على استخدام هذا الموقع"، وعبارة "لمعرفة كيف يحل الآخرون مشكلاتهم" بوزن مؤوي ٦٠,٦٪ لكل منهما، وعبارة "نسيان المشكلات والهموم التي أتعرض لها" بوزن مؤوي ٦٠,٣٪، وتساوت كذلك عبارة "تعرف أصدقاء جدد"، وعبارة "التواصل

مع الزملاء والأصدقاء في الجامعة بعد التخرج" بوزن مئوي ٥٩,٦٪ لكل منهما، وتساوت أيضاً عبارة "المؤانسة والتخلص من الوحدة"، وعبارة "تبادل الملفات والألعاب والصور والنفقات مع الآخرين" بوزن مئوي ٥٩,٣٪ لكل منهما، وعبارة "تعرف موضوعات تصلح للنقاش" بوزن مئوي ٥٩٪، وعبارة "ينسيني مشكلاتي" بوزن مئوي ٥٤٪، وعبارة "زاد قدرتي على نقاش الموضوعات الثقافية" بوزن مئوي ٥٢٪، وعبارة "معرفة واقع مختلف عن الواقع الملموس الذي أعيش فيه" بوزن مئوي ٤٣,٦٪.

وجاءت أسباب التعرض لموقع "الفيس بوك" في مجملها متوافقة مع العديد من الدراسات؛ فقد كشفت دراسة (Bebatim 2009, p83) أن أسباب استخدام موقع "الفيس بوك" تتركز في: بحكم العادة بنسبة ٤٧٪، لتعرف بعض الأحداث والموضوعات في المجتمع بنسبة ٣٨٪، ونسبة ٨٣٪ للاتصال بالآخرين، ودراسة (Park, 2009) التي أشارت إلى أن سبب التواصل الاجتماعي مع الآخرين جاء في مقدمة أسباب استخدام موقع "الفيس بوك" بمتوسط حسابي ٧,٠٤، التسلية بمتوسط ١,٦٨، والبحث عن المعلومات بمتوسط ١,٠١، ودراسة (Carlynel L, 2010)، التي كشفت أن أسباب استخدام عينة الدراسة لموقع "الفيس بوك" تتركز في: الحفاظ على العلاقات مع الأصدقاء بنسبة ٧٥٪، وتعرف أصدقاء جدد بنسبة ٨٠٪.

١٨ - إيجابيات استخدام موقع "الفيس بوك":

يوضح الجدول التالي (١٩) اتجاهات الشباب الجامعي نحو إيجابيات استخدام "الفيس بوك".

اتجاه الشباب الجامعي العربي نحو العلاقة بين التعرض لموقع " الفيس بوك " والهوية الثقافية.....

الجدول (١٩)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو إيجابيات استخدام " الفيس بوك "

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	الوزن
	ك	%	ك	%	ك	%		
١- تعرف الثقافات المختلفة لمختلف الشعوب في العالم	١٦٨	٤٥,٤	٨٤	٢٢,٧	١١٨	٣١,٩	١,٩١	٩٢٥, ٦٣,٦
٢- يوجد في الموقع العديد من الشخصيات العامة والمعروفة يمكن التواصل معهم ومعرفة آرائهم في مختلف القضايا	١٥٨	٤٢,٧	١٠٨	٢٩,٢	١٠٤	٢٨,١	١,٨٧	٦٦٣, ٦٢,٣
٣- إمكانية إنشاء صفحة تعريفية للعضو تتضمن معلومات عنه	١٧٨	٤٨,١	٦٦	١٧,٨	١٢٦	٣٤,١	١,٨٦	٨٩٨, ٦٢
٤- يوفر الموقع الحماية للمعلومات الشخصية للعضو	١٦٢	٤٣,٨	٩٨	٢٦,٥	١١٠	٢٩,٧	١,٨٦	٨٤٨, ٦٢
٥- إرسال رسائل جماعية للعديد من الإعضاء من مختلف الاتجاهات	١١٦	٣١,٤	١٩٢	٥١,٩	٦٢	١٦,٨	١,٨٥	٦٨٠, ٦١,٦
٦- يشجع استخدام " الفيس بوك " على الشعور بالثقة بالنفس وعدم الشعور بالانطواء	١٥٤	٤١,٦	١٢٢	٣٣	٩٤	٢٥,٤	١,٨٤	٨٠٥, ٦١,٣
٧- سهولة التواصل المباشر بين الأعضاء على الموقع	١٧٧	٤٧,٨	١١٢	٣٠,٩	٨١	٢١,٣	١,٨٠	٨١٣, ٦٠
٨- إنشاء مجموعات متنوعة منها السياسية والاجتماعية والثقافية والإخبارية والتسلية	١٦٢	٤٣,٨	١٢٨	٣٤,٦	٨٠	٢١,٦	١,٧٨	٧٨٠, ٥٩,٣
٩- يتيح استخدام موقع " الفيس بوك " حرية التعبير عن مختلف القضايا في المجتمع	١٩٢	٥١,٩	٧٢	١٩,٥	١٠٦	٢٨,٦	١,٧٧	٨٦٩, ٥٩
١٠- سهولة إرسال مقاطع فيديو أو روابط مفيدة والصور والملفات	٢٩٠	٧٨,٤	٥٢	١٤,١	٢٨	٧,٦	١,٢٩	٦٠٠, ٤٣

تدل بيانات الجدول السابق (١٩) على عدة نتائج، منها: جاءت عبارة "تعرف الثقافات المختلفة لمختلف الشعوب في العالم" في مقدمة العبارات حول اتجاهات استخدام الشباب الجامعي نحو إيجابيات استخدام "الفيس بوك" بوزن مؤوي ٦٣,٣٪، تلتها عبارة "يوجد في الموقع العديد من الشخصيات العامة والمعروفة يمكن التواصل معهم ومعرفة آرائهم في مختلف القضايا" بوزن مؤوي ٦٢,٣٪، وتساوت عبارة "تؤدي الثقافة الغربية إلى زيادة استخدام اللغات الأجنبية في وسائل الإعلام والاتصال" مع عبارة "يوفر الموقع الحماية للمعلومات الشخصية للعضو" بوزن مؤوي ٦٢٪ لكل منهما على حدة، تلتها عبارة "إرسال رسائل جماعية للعديد من الأعضاء من مختلف الاتجاهات" بوزن مؤوي ٦١,٦٪، وعبارة "يشجع استخدام "الفيس بوك" على الشعور بالثقة بالنفس وعدم الشعور بالانطواء" بوزن مؤوي ٦١,٣٪، وعبارة "سهولة التواصل المباشر بين الأعضاء على الموقع" بوزن مؤوي ٦٠٪، وعبارة "يشجع استخدام "الفيس بوك" على الشعور بالثقة بالنفس وعدم الشعور بالانطواء" بوزن مؤوي ٦١,٣٪، وعبارة "سهولة التواصل المباشر بين الأعضاء على الموقع" بوزن مؤوي ٦٠٪، وعبارة "إنشاء مجموعات متنوعة منها السياسية والاجتماعية والثقافية والإخبارية والتسلية" بوزن مؤوي ٥٩,٣٪، وعبارة "يتيح استخدام موقع "الفيس بوك" حرية التعبير عن مختلف القضايا في المجتمع" بوزن مؤوي ٥٩٪، وجاء في المرتبة الأخيرة عبارة "سهولة إرسال مقاطع فيديو أو روابط مفيدة والصور والملفات" بوزن مؤوي ٤٣٪.

١٩ - سلبيات استخدام موقع "الفيس بوك" :

يوضح الجدول التالي (٢٠) اتجاهات الشباب الجامعي نحو سلبيات استخدام "الفيس بوك".

الجدول (٢٠)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو سلبيات استخدام " الفيس بوك "

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الوزني الحسابي المعياري	الوزن
	ك	%	ك	%	ك	%		
١- الشعور بالانطواء والاكتئاب	١٤٤	٣٨,٩	١٣٤	٣٦,٢	٩٢	٢٤,٩	١,٨٦	٧٨٨ . ٦٢
٢- محاولة الشباب تقليد الغرب	١٦٠	٤٣,٢	١٤٦	٣٩,٥	٦٤	١٧,٣	١,٧٤	٧٣٦ . ٥٨
٣- قلل من اندماجي مع أسرتي	١٨٨	٥٠,٨	٩٦	٢٥,٩	٨٦	٢٣,٢	١,٧٢	٨١٧ . ٥٧,٣
٤- ينقل أفكاراً منحرفة في بعض الأحيان	١٢٠	٣٢,٤	٢٣٦	٦٣,٨	١٤	٣,٨	١,٧١	٥٣١ . ٥٧
٥- إضاعة الوقت	١٧٤	٤٧	١٤٤	٣٨,٩	٥٢	١٤,١	١,٦٧	٧١١ . ٥٥,٦
٦- قللت من اتصالي مع أصدقائي الذين أعيش معهم في الواقع الملموس	١٩٨	٥٣,٥	١٠٨	٢٩,٢	٦٤	١٧,٣	١,٦٤	٧٦٢ . ٥٤,٦
٧- يشغلني عن تحصيلي الدراسي	٢٠٢	٥٤,٦	١١٦	٣١,٤	٥٢	١٤,١	١,٥٩	٧٢٥ . ٥٣
٨- يقدم أشياء خارجة عن عادات المجتمعات العربية وتقاليدها	٢٣٤	٦٣,٢	٨٠	٢١,٦	٥٦	١٥,١	١,٥٢	٧٤٥ . ٥٠,٦
٩- عدم دقة المعلومات التي أحصل عليها من هذا الموقع	٢٥٦	٦٩,٢	٥٢	١٤,١	٦٢	١٦,٨	١,٤٨	٧٦٧ . ٤٩,٣
١٠- يؤدي إلى الاهتمام بموضوعات هامشية	٢٢٤	٦٠,٥	١٢٨	٣٤,٦	١٨	٤,٩	١,٤٤	٥٨٨ . ٤٨

تدل بيانات الجدول السابق (٢٠) على عدة نتائج، منها: جاءت عبارة "الشعور بالانطواء والاكتئاب" في مقدمة العبارات حول اتجاهات الشباب الجامعي نحو سلبيات " الفيس بوك " بوزن مؤوي ٦٢٪، يليها عبارة "محاولة الشباب تقليد الغرب" بوزن مؤوي ٥٨٪، وعبارة "قلل من اندماجي مع أسرتي"

بوزن مئوي ٥٧,٣٪، وعبرة "ينقل أفكاراً منحرفة في بعض الأحيان" بوزن مئوي ٥٧٪، وعبرة "إضاعة الوقت" بوزن مئوي ٥٥,٦٪، وعبرة "قللت من اتصالي مع أصدقائي الذين أعيش معهم في الواقع الملموس" بوزن مئوي ٥٤,٦٪، وعبرة "يشغلني عن تحصيلي الدراسي" بوزن مئوي ٥٣٪، وعبرة "يقدم أشياء خارجة عن عادات المجتمعات العربية وتقاليدها" بوزن مئوي ٥٠,٦٪، وعبرة "عدم دقة المعلومات التي أحصل عليها من هذا الموقع" بوزن مئوي ٤٩,٣٪، وعبرة "يؤدي إلى الاهتمام بموضوعات هامشية" بوزن مئوي ٤٨٪.

٢٠ - الإشباعات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك" :

يوضح الجدول التالي (٢١) اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإشباعات المترتبة على استخدامهم لموقع "الفيس بوك".

الجدول (٢١)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو الإشباعات المترتبة على استخدام هؤلاء الشباب لموقع "الفيس بوك"

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الوزني الحسابي المعياري المئوي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
١- أستطيع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الجامعة بعد التخرج	١١٨	٣١,٩	١٠٨	٢٩,٢	١٤٤	٣٨,٩	٢,٠٧
٢- أستطيع معرفة ما يدور في الجامعة التي أنتمي إليها	١٤٠	٣٧,٨	٧٤	٢٠	١٥٦	٤٢,٢	٢,٠٤
٣- يسليني ويشعرنني بالسعادة	١٢٨	٣٤,٦	١٢٢	٣٣	١٢٠	٣٢,٤	١,٩٨
٤- أستطيع التواصل مع أناس جدد في كل الأوقات	١٤٠	٣٧,٨	١١٤	٣٠,٨	١١٦	٣١,٤	١,٩٤

تابع / الجدول (٢١)
توزع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو الإشباعات المترتبة على
استخدام هؤلاء الشباب لموقع " الفيس بوك "

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الوزني	
	ك	%	ك	%	ك	%	الحسابي	المعياري
٥- قليل إحساسي بالوحدة	١٥٠	٤٠,٥	٩٦	٢٥,٩	١٢٤	٣٣,٥	١,٩٣	٠,٨٦٠
٦- ساعدني على عدم الشعور بالوحدة	١٠٦	٢٨,٦	١٨٨	٥٠,٨	٧٦	٢٠,٥	١,٩٢	٠,٦٩٩
٧- أستطيع تجربة تكنولوجيا جديدة	١٥٤	٤١,٦	١١٦	٣١,٤	١٠٠	٢٧	١,٨٥	٠,٨١٨
٨- عرفت معلومات كثيرة لم أكن أعرفها	١٢٢	٣٣	١٨٢	٤٩,٢	٦٦	١٧,٨	١,٨٥	٠,٦٩٨
٩- زاد قدرتي على النقاش	١٧٦	٤٧,٦	٧٦	٢٠,٥	١١٨	٣١,٩	١,٨٤	٠,٨٨٠
١٠- أرشدني إلى كيفية حل المشكلات	١٦٤	٤٤,٣	١٠٤	٢٨,١	١٠٢	٢٧,٦	١,٨٣	٠,٨٣٣
١١- ينسيني مشكلاتي	١٥٠	٤٠,٥	١٤٢	٣٨,٤	٧٨	٢١,١	١,٨١	٠,٧٦٣
١٢- أستطيع أن أتفاعل مع أساتذتي ومناقشتهم في الموضوعات الدراسية	١٨٤	٤٩,٧	٨٦	٢٣,٢	١٠٠	٢٧	١,٧٧	٠,٨٤٨
١٣- حسن مستوى إتقاني للغات الأجنبية	٢١٢	٥٧,٣	٤٦	١٢,٤	١١٢	٣٠,٣	١,٧٣	٠,٨٩٨
١٤- أشعر بأنني جزء من محيط الجامعة التي أنتمي إليها	٢٢٨	٦١,٦	٦٦	١٧,٨	٧٦	٢٠,٥	١,٥٩	٠,٨١٠
١٥- يجعلني أشعر بأنني جزء من المجتمع الكبير الذي أنتمي إليه	٢٥٦	٦٩,٢	٣٦	٩,٧	٧٨	٢١,١	١,٥٢	٠,٨٢٢

تدل بيانات الجدول السابق (٢١) على عدة نتائج منها: جاءت عبارة "أستطيع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الجامعة بعد التخرج " في مقدمة

العبارات حول اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإشباع المتربة على استخدامهم لموقع " الفيس بوك " بوزن مئوي ٦٩٪، يليها عبارة " أستطيع معرفة ما يدور في الجامعة التي أنتمي إليها " بوزن مئوي ٦٨٪، وعبارة " يسليني ويشعري بالسعادة " بوزن مئوي ٦٦٪، وعبارة " أستطيع التواصل مع أناس جد في كل الأوقات " بوزن مئوي ٦٤،٦٪، وعبارة " قلل إحساسي بالوحدة " بوزن مئوي ٦٤،٣٪، وعبارة " ساعدني على عدم الشعور بالوحدة " بوزن مئوي ٦٤٪، وتساوت عبارة " أستطيع تجربة تكنولوجيا جديدة " مع عبارة " عرفت معلومات كثيرة لم أكن أعرفها " بوزن مئوي ٦١،٦٪ لكل منهما على حدة، تليها عبارة " زاد قدرتي على النقاش " بوزن مئوي ٦١،٣٪، وعبارة " أرشدني إلى كيفية حل المشكلات " بوزن مئوي ٦١٪، وعبارة " ينسني مشكلاتي " بوزن مئوي ٦٠،٣٪، وعبارة " أستطيع أن أفاعل مع أساتذتي ومناقشتهم في الموضوعات الدراسية " بوزن مئوي ٥٩٪، وعبارة " حسن مستوى إتقاني للغات الأجنبية " بوزن مئوي ٥٧،٦٪، وعبارة " أشعر بأنني جزء من محيط الجامعة التي أنتمي إليها " بوزن مئوي ٥٣٪، وجاء في المرتبة الأخيرة عبارة " أشعر بأنني جزء من المجتمع الكبير الذي أنتمي إليه " بوزن مئوي ٥٠،٦٪.

٢١- اتجاهات الشباب الجامعي نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع " الفيس بوك " :

يوضح الجدول التالي (٢٢) اتجاهات الشباب الجامعي نحوالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع " الفيس بوك " :

الجدول (٢٢)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع " الفيس بوك "

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	الوزن النثوي
	ك	%	ك	%	ك	%		
١- أرفض رقابة الأهل على استخدامي لموقع " الفيس بوك "	١١٠	٢٩,٧	١٠٠	٢٧	١٦٠	٤٣,٢	٢,١٤	٨٤٦, ٧١,٣
٢- أأقارن دائماً بين واقعي الذي أعيش فيه والواقع الذي يعيش فيه الآخرون	٩٦	٢٥,٩	١٤٦	٣٩,٥	١٢٨	٣٤,٦	٢,٠٩	٧٧٥, ٦٩,٦
٣- معرفة معلومات ثقافية جديدة لم أكن أعرفها	١١٠	٢٩,٧	١٦٤	٤٤,٣	٩٦	٢٥,٩	١,٩٦	٧٤٧, ٦٥,٣
٤- زاد استخدامي لموقع " الفيس بوك " من التفاعل مع الثقافة الغربية	١٥٤	٤١,٦	٩٢	٢٤,٩	١٢٤	٣٣,٥	١,٩٢	٨٦٥, ٦٤
٥- مناقشة مختلف القضايا الثقافية مع الأصدقاء	١٧٠	٤٥,٩	١٠٤	٢٨,١	٩٦	٢٥,٩	١,٨٠	٨٢٦, ٦٠
٦- الاشتراك في مجموعات ثقافية على موقع " الفيس بوك "	١٦٨	٤٥,٤	١٠٨	٢٩,٢	٩٤	٢٥,٤	١,٨٠	٨٢٠, ٦٠
٧- أندمج مع أصدقائي وأشعر بأن مشكلاتهم هي مشكلاتي الفعلية	١٧٦	٤٧,٦	١٠٤	٢٨,١	٩٠	٢٤,٣	١,٧٧	٨١٨, ٥٩
٨- تعرفت عدداً كبيراً من الأصدقاء حول العالم	١٥٠	٤٠,٥	١٦٦	٤٤,٩	٥٤	١٤,٦	١,٧٤	٦٩٨, ٥٨
٩- الشعور بالتفاعل مع مشكلات الآخرين	١٤٤	٣٨,٩	١٩٠	٥١,٤	٣٦	٩,٧	١,٧١	٦٣٥, ٥٧
١٠- زاد اطلاعي على الثقافات المختلفة ومعرفة المزيد عنها	١٩٢	٥١,٩	١٠٠	٢٧	٧٨	٢١,١	١,٦٩	٧٩٩, ٥٦,٣

تابع / الجدول (٢٢)
توزع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع " الفيس بوك "

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الوزن	
	ك	%	ك	%	ك	%	الحسابي المعياري	النوعي
١١- المشاركة في مناقشة مختلف القضايا الثقافية مع الآخرين	١٩٢	٥١,٩	١١٠	٢٩,٧	٦٨	١٨,٤	١,٦٦	٥٥,٣ , ٧٧٠
١٢- أشعر بالفخر لانضمامي للمجموعات المختلفة على موقع " الفيس بوك "	٢٠٤	٥٥,١	٩٠	٢٤,٣	٧٦	٢٠,٦	١,٦٥	٥٥ , ٨٠٠
١٣- جعلني أدرك سيطرة الثقافة الغربية على الثقافة العربية	٢١٢	٥٧,٣	٨٢	٢٢,٢	٧٦	٢٠,٥	١,٦٣	٥٤,٣ , ٨٠٤
١٤- مناقشة الفنون الثقافية المختلفة مع الآخرين مثل الأفلام والموسيقى	٢١٨	٥٨,٩	٨٤	٢٢,٧	٦٨	١٨,٤	١,٦١	٥٣,٦ , ٧٨٠
١٥- أشعر بالآلفة مع من أتحدث معهم على موقع " الفيس بوك "	١٨٠	٤٨,٦	١٦٨	٤٥,٤	٢٢	٥,٩	١,٥٧	٥٢,٣ , ٦٠٥
١٦- زاد استخدامي لموقع " الفيس بوك " معارفي العامة	٢١٠	٥٦,٨	١١٢	٣٠,٢	٤٨	١٣	١,٥٦	٥٢ , ٧١٣
١٧- متابعة الفعاليات والندوات الثقافية التي يتم الإعلان عنها على موقع " الفيس بوك "	٢٢٨	٦١,٦	٨٨	٢٣,٨	٥٤	١٤,٦	١,٥٣	٥١ , ٧٣٨
١٨- أشعر بأن استخدامي لموقع " الفيس بوك " ساعدني على الاندماج في الثقافة الغربية	٣٥٤	٦٣,٢	٨٠	٢١,٦	٥٦	١٥,١	١,٥٢	٥٠,٦ , ٧٤٥

تابع / الجدول (٢٢)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع " الفيس بوك "

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الوزن	
	ك	%	ك	%	ك	%	الحسابي المعياري	المؤي
١٩- ألغي خططي للخروج مع أصدقائي أو القيام ببعض الأعمال	٢٤٠	٦٤,٩	١٢٠	٣٢,٤	١٠	٢,٧	١,٣٨	٥٣٩ . ٤٦
٢٠- ساعد في تشكيل آرائي ووجهات نظري حول مختلف القضايا الثقافية	٢٧٠	٧٣	٨٢	٢٢,٢	١٨	٤,٩	١,٣٢	٥٦٢ . ٤٤

تدل بيانات الجدول السابق (٢٢) على عدة نتائج، منها: جاءت عبارة "أرفض رقابة الأهل على استخدامي لموقع " الفيس بوك " " في مقدمة العبارات حول اتجاهات الشباب الجامعي نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للموقع بوزن مؤي ٧١,٣٪، يليها عبارة "أقارن دائماً بين واقعي الذي أعيش فيه والواقع الذي يعيش فيه الآخرون" بوزن مؤي ٦٩,٦٪، وعبارة "معرفة معلومات ثقافية جديدة لم أكن أعرفها" بوزن مؤي ٦٥,٣٪، وعبارة "زاد استخدامي لموقع " الفيس بوك " من التفاعل مع الثقافة الغربية" بوزن مؤي ٦٤٪، وتساوت عبارة "زاد استخدامي لموقع " الفيس بوك " من التفاعل مع الثقافة الغربية" مع عبارة "الاشتراك في مجموعات ثقافية على موقع " الفيس بوك " " بوزن مؤي ٦٠٪ لكل منهما على حدة، يليها عبارة "أندمج مع أصدقائي وأشعر بأن مشكلاتهم هي مشكلاتي الفعلية" بوزن مؤي ٥٩٪، وعبارة "تعرفت عدداً كبيراً من الأصدقاء حول العالم" بوزن مؤي ٥٨٪، وعبارة "الشعور بالتفاعل مع مشكلات الآخرين" بوزن مؤي ٥٧٪، وعبارة "زاد اطلاعي على الثقافات المختلفة ومعرفة المزيد عنها" بوزن مؤي ٥٦,٣٪، وعبارة "المشاركة في مناقشة مختلف القضايا الثقافية مع الآخرين" بوزن

مئوي ٥٥,٣٪، وعبرة "أشعر بالفخر لانضمامي للمجموعات المختلفة على موقع "الفييس بوك" بوزن مئوي ٥٥٪، وعبرة "جعلني أدرك سيطرة الثقافة الغربية على الثقافة العربية" بوزن مئوي ٥٤,٣٪، وعبرة "مناقشة الفنون الثقافية المختلفة مع الآخرين مثل الأفلام والموسيقى" بوزن مئوي ٥٣,٦٪، وعبرة "أشعر بالألفة مع من أتحدث معهم على موقع "الفييس بوك" بوزن مئوي ٥٢,٣٪، وعبرة "زاد استخدامي لموقع "الفييس بوك" معارفي العامة" بوزن مئوي ٥٢٪، وعبرة "متابعة الفعاليات والندوات الثقافية التي يتم الإعلان عنها على موقع "الفييس بوك" بوزن مئوي ٥١٪، وعبرة "أشعر بأن استخدامي لموقع "الفييس بوك" ساعدني على الاندماج في الثقافة الغربية" بوزن مئوي ٥٠,٦٪، وعبرة "ألغي خططي للخروج مع أصدقائي أو القيام ببعض الأعمال" بوزن مئوي ٤٦٪، وجاء في المرتبة الأخيرة عبارة "ساعد في تشكيل آرائي ووجهات نظري حول مختلف القضايا الثقافية" بوزن مئوي ٤٤٪.

٢٢ - اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير الثقافات الغربية على الهوية الثقافية:

يوضح الجدول التالي (٢٣) اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير الثقافات الغربية على الهوية الثقافية لديهم.

الجدول (٢٣)

توزع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو تأثير الثقافات الغربية على الهوية الثقافية لديهم

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الوزن	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	الحسابي المعياري	المئوي
١- تخترق الثقافة الغربية العادات والتقاليد في المجتمعات العربية	١٤٤	٣٨,٩	١١٢	٣٠,٣	١١٤	٣٠,٨	١,٩٢	٨٣٣,٦٤

تابع / الجدول (٢٣)
توزع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو تأثير الثقافات الغربية
على الهوية الثقافية لديهم

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الحسابي المعياري المعياري	الوزن
	ك	%	ك	%	ك	%		
٢- تهدف الثقافة الغربية إلى الترويج للقيم الخاصة بها، والدفاع عنها	٩٨	٢٦,٥	٢١٨	٥٨,٩	٥٤	١٤,٦	١,٨٨	٦٢,٦
٣- الاندماج مع الثقافة الغربية يقلل من الولاء والانتماء للوطن	١٧٤	٤٧	١٠٤	٢٨,١	٩٢	٢٤,٩	١,٧٨	٥٩,٣
٤- يمكن الاستفادة من الثقافات الغربية بأخذ ما يتناسب مع قيمنا وعاداتنا ورفض ما يتعارض معها	١٧٢	٤٦,٥	١١٦	٣١,٤	٨٢	٢٢,٢	١,٧٦	٥٨,٦
٥ يمثل الانفتاح على الثقافات الغربية بداية الذوبان في هذه الثقافات وضياع الهوية الثقافية الوطنية	١٣٦	٣٦,٨	١٩٠	٥١,٤	٤٤	١١,٩	١,٧٥	٥٨,٣
٦- تهدف الثقافات الغربية إلى نشر الوعي بأهمية الاندماج بين الثقافات الغربية	١٧٦	٤٧,٧	١١٨	٣١,٩	٧٦	٢٠,٥	١,٧٣	٥٧,٦
٧- يعتبر النموذج الغربي هو الأمثل لكل المجتمعات في العالم	١٩٦	٥٣	٩٨	٢٦,٥	٧٦	٢٠,٥	١,٦٨	٥٦
٨- تهدف الثقافة الغربية إلى تحطيم القيم والهويات التقليدية للثقافات الوطنية	١٨٦	٥٠,٣	١٢٢	٣٣	٦٢	١٦,٨	١,٦٦	٥٥,٣
٩- تتناقض الثقافة الغربية مع العادات والتقاليد في المجتمع	١٨٢	٤٩,٢	١٤٢	٣٨,٤	٤٦	١٢,٤	١,٦٣	٥٤,٣

تابع / الجدول (٢٣)
توزع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو تأثير الثقافات الغربية
على الهوية الثقافية لديهم

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	الوزن المثوي
	ك	%	ك	%	ك	%		
١٠- تهدف الثقافة الغربية إلى الترويج للسلوك الاستهلاكي لدى الشباب في المجتمع	٢١٢	٥٧,٣	٨٦	٢٣,٢	٧٢	١٩,٥	١,٦٢	٥٤
١١- يساعد الانفتاح على الثقافات الغربية في إلغاء الحدود الثقافية بين الدول والشعوب	٢٠٠	٥٤,١	١١٠	٢٩,٧	٦٠	١٦,٢	١,٦٢	٥٤
١٢- يساهم الانفتاح على الثقافات الغربية في انتشار العديد من المفاهيم التي تؤثر على القيم الثقافية والتخلي عن القيم والمفاهيم التقليدية	٢٢٤	٦٠,٥	٩٢	٢٤,٩	٥٤	١٤,٦	١,٥٤	٥١,٣
١٣- تساعد الثقافات الغربية على خلق حالة من التسبب القيمي تجرد الفرد من ذاتيته الثقافية، وسلب الخصوصية الثقافية للأفراد	٢٠٦	٥٥,٧	١٣٦	٣٦,٨	٢٨	٧,٦	١,٥٢	٥٠,٦
١٤- تؤدي الثقافة الغربية إلى زيادة استخدام اللغات الأجنبية في وسائل الإعلام والاتصال	٢٤٠	٦٤,٩	٨٤	٢٢,٧	٤٦	١٢,٤	١,٤٨	٤٩,٣
١٥- يؤدي الانفتاح على الثقافات الغربية إلى خلخلة نظام القيم لدى الأفراد نتيجة امتزاج الثقافات	٢٤٠	٦٤,٩	١٠٢	٢٧,٦	٢٨	٧,٦	١,٤٣	٤٧,٦

تدل بيانات الجدول السابق (٢٣) على عدة نتائج، منها: جاءت عبارة "تخترق الثقافة الغربية العادات والتقاليد في المجتمعات العربية" في مقدمة العبارات حول اتجاهات استخدام الشباب الجامعي نحو تأثير الثقافات الغربية على الهوية الثقافية لديهم بوزن مؤوي ٦٤،٪، تلتها عبارة "تهدف الثقافة الغربية إلى الترويج للقيم الخاصة بها، والدفاع عنها" بوزن مؤوي ٦٢،٦٪، وعبارة "الاندماج مع الثقافة الغربية يقلل من الولاء والانتماء للوطن" بوزن مؤوي ٥٩،٣٪، وعبارة "يمكن الاستفادة من الثقافات الغربية بأخذ ما يتناسب مع قيمنا وعاداتنا ورفض ما يتعارض معها" بوزن مؤوي ٥٨،٦٪، وعبارة "يمثل الانفتاح على الثقافات الغربية بداية الذوبان في هذه الثقافات وضياع الهوية الثقافية الوطنية" بوزن مؤوي ٥٨،٣٪، وعبارة "تهدف الثقافات الغربية إلى نشر الوعي بأهمية الاندماج بين الثقافات الغربية" بوزن مؤوي ٥٧،٦٪، وعبارة "يعتبر النموذج الغربي هو الأمثل لكل المجتمعات في العالم" بوزن مؤوي ٥٦٪، وعبارة "تهدف الثقافة الغربية إلى تحطيم القيم والهويات التقليدية للثقافات الوطنية" بوزن مؤوي ٥٥،٣٪، وعبارة "تتناقض الثقافة الغربية مع العادات والتقاليد في المجتمع" بوزن مؤوي ٥٤،٣٪ لكل منهما على حدة، وتساوت عبارة "تهدف الثقافة الغربية إلى الترويج للسلوك الاستهلاكي لدى الشباب في المجتمع" مع عبارة "يساعد الانفتاح على الثقافات الغربية في إلغاء الحدود الثقافية بين الدول والشعوب" بوزن مؤوي ٥٤٪، وعبارة "يسهم الانفتاح على الثقافات الغربية في انتشار العديد من المفاهيم التي تؤثر على القيم الثقافية والتخلي عن القيم والمفاهيم التقليدية" بوزن مؤوي ٥١،٣٪، وعبارة "تساعد الثقافات الغربية على خلق حالة من التسيب القيمي تجرد الفرد من ذاتيته الثقافية، وسلب الخصوصية الثقافية للأفراد" بوزن مؤوي ٥٠،٦٪، وعبارة "تؤدي الثقافة الغربية إلى زيادة استخدام اللغات الأجنبية في وسائل الإعلام والاتصال" بوزن مؤوي ٤٩،٣٪، وجاء في المرتبة الأخيرة عبارة

"يؤدي الانفتاح على الثقافات الغربية إلى خلخلة نظام القيم لدى الأفراد نتيجة امتزاج الثقافات" بوزن مئوي ٤٧,٦٪.

اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك"، ودوافع تعرضهم له.

الجدول (٢٤)

معامل بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين معدل تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك" ودوافع تعرضهم له

المعدل		الدوافع
معدل التعرض		معامل بيرسون
٠,٠٠٠		٠,٥٩٤
٣٧٠		٠,٠٠٠

* دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥)

تم استخدام معامل الارتباط لبيرسون لإيجاد العلاقة بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك" ودوافع تعرضهم له، والنتائج مبينة في الجدول (٢٤)، الذي يكشف أن قيمة مستوى الدلالة يساوي ٠,٠٠٠؛ أي أقل من (٠,٠٥)، وهي قيمة دالة إحصائياً؛ مما يدل على قبول الفرض بوجود علاقة بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك" ودوافع تعرضهم له، وهي علاقة ارتباط إيجابية متوسطة القوة؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,٥٩٤.

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك"، والإشباع المتحققة من هذا التعرض.

اتجاه الشباب الجامعي العربي نحو العلاقة بين التعرض لموقع " الفيس بوك " والهوية الثقافية.....

الجدول (٢٥)

معامل بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين معدل تعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك "، والإشباعات المترتبة على التعرض

المعدل	الدوافع	
	معامل بيرسون	مستوى المعنوية(*)
معدل التعرض	٢٤٤,	٠٠٠.
ن	٣٧٠	

* دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

تم استخدام معامل الارتباط لبيرسون لإيجاد العلاقة بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " والإشباعات المترتبة على هذا التعرض، والنتائج مبينة في الجدول (٢٥) الذي يكشف أن قيمة مستوى الدلالة يساوي ٠,٠٠٠؛ أي أقل من (٠,٠٥) وهي قيمة دالة إحصائياً؛ مما يدل على قبول الفرض بوجود علاقة بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك " والإشباعات المترتبة على هذا التعرض، وهي علاقة ارتباط إيجابية ضعيفة القوة؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٢٤٤,.

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة واتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير الثقافة الغربية على الهوية الثقافية لديهم.

الجدول (٢٦)

اختبار " ت " T-test للفروق بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة، واتجاهاتهم نحو تأثير الثقافة الغربية على الهوية الثقافية

الاتجاهات	نوع الجامعة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة " T "	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الاتجاهات نحو تأثير الثقافة الغربية على الهوية الثقافية	جامعة القاهرة	١٧٧	٣,٤٤٣	٩٧٧,	٢,٥٤٠ -	٣٦٨	٠,١٢
	الجامعة الأهلية	١٩٣	٣,٢٥٧	١,٥١٣			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها:

- أظهر استخدام اختبار "ت" T-Test - وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة، واتجاهاتهم نحو تأثير الثقافة الغربية على الهوية الثقافية لصالح جامعة القاهرة بمتوسط حسابي ٣,٤٤٣ مقابل ٣,٢٥٧ للجامعة الأهلية؛ حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,١٢، وهي قيمة دالة إحصائية. وتعني النتائج السابقة قبول الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة والاتجاهات نحو تأثير الثقافة الغربية على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك"، والإشباع المتحققة من هذا التعرض.

الجدول (٢٧)

معامل بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين دوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك" والإشباع المترتبة على التعرض له

المعدل	الدوافع
معدل التعرض	معامل بيرسون
٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٠,٦١٧	٠,٦١٧
٣٧٠	٣٧٠
ن	ن

* دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥)

تم استخدام معامل الارتباط لبيرسون لإيجاد العلاقة بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك"، والإشباع المترتبة على هذا التعرض، والنتائج مبينة في الجدول (٢٧) الذي يكشف أن قيمة مستوى الدلالة يساوي ٠,٠٠٠؛ أي أقل من (٠,٠٥)، وهي قيمة دالة إحصائية؛ مما يدل على قبول الفرض بوجود علاقة بين دوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك"

اتجاه الشباب الجامعي العربي نحو العلاقة بين التعرض لموقع " الفيس بوك " والهوية الثقافية.....

والإشباعات المترتبة على هذا التعرض، وهي علاقة ارتباط إيجابية قوية ؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,٦١٧.

الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة واتجاهاتهم نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع " الفيس بوك " .

الجدول (٢٨)

اختبار " ت " T-test للفروق بين عينة الدراسة طبقاً لنوع الجامعة واتجاهاتهم نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لموقع " الفيس بوك "

الاتجاهات	نوع الجامعة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	درجة الحرية	مستوى المعنوية
المعرفية	جامعة القاهرة	١٧٧	١,٧٣	٠,٧٣١	-٢,٦٤٤	٣٦٨	٠,٠٠٩
	الجامعة الأهلية	١٩٣	١,٧٦	٠,٧١٢			
الوجدانية	جامعة القاهرة	١٧٧	١,٧٠	٠,٦٩٤	-١,١٨٣	٣٦٨	٠,٢٣٨
	الجامعة الأهلية	١٩٣	١,٧٩	٠,٦٩٢			
السلوكية	جامعة القاهرة	١٧٧	١,٧٢	٠,٧٢٤	-٣,٨٨٩	٣٦٨	٠,٠٠٠
	الجامعة الأهلية	١٩٣	١,٩٢	٠,٦٩١			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها :

- أظهر استخدام اختبار " ت " T-Test - النتائج الآتية :
- وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي واتجاهاتهم نحو التأثيرات المعرفية لموقع " الفيس بوك " طبقاً لمتغير نوع الجامعة لصالح الجامعة الأهلية، بمتوسط حسابي ١,٧٦ مقابل ١,٧٣ لجامعة القاهرة؛ حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠٩، وهي قيمة دالة إحصائية.
- وجود فروق غير دالة إحصائية بين الشباب الجامعي واتجاهاتهم نحو

التأثيرات الوجدانية لموقع " الفيس بوك "، طبقاً لمتغير نوع الجامعة؛ حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 238، وهي قيمة ليست دالة إحصائياً.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي واتجاهاتهم نحو التأثيرات السلوكية لموقع " الفيس بوك " طبقاً لمتغير نوع الجامعة لصالح الجامعة الأهلية، بمتوسط حسابي ١,٩٢ مقابل ١,٧٢ لجامعة القاهرة؛ حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠، وهي قيمة دالة إحصائياً.

وتشير النتائج السابقة إلى قبول الفرض - جزئياً - فيما يتعلق بوجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي واتجاهاتهم نحو التأثيرات المعرفية والسلوكية لموقع " الفيس بوك "، ورفضه فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو التأثيرات الوجدانية.

مناقشة نتائج الدراسة:

أولاً - التعرض لشبكة " الإنترنت " :

كشفت نتائج الدراسة عن تزايد تعرض الشباب الجامعي لشبكة " الإنترنت "؛ حيث بلغت نسبة التعرض الدائم ٦٢,٢٪؛ أي ما يمثل نحو ثلثي عينة الدراسة، ويلاحظ الباحث ارتفاع مدى التعرض للإنترنت من قبل طلاب الجامعة الأهلية بنسبة ٧٥,٣٪ مقابل ٤٨,١٪ لطلاب جامعة القاهرة، وهذا ما يفسره زيادة التعرض لشبكة " الإنترنت " في مملكة البحرين مقارنة بمصر؛ حيث تبلغ نسبته في مصر ٧٪، وفي البحرين ٢١٪ من إجمالي عدد السكان (Claire, Badaracco, H., (2008, p23)، مقارنة بالولايات المتحدة الأمريكية حيث تبلغ نسبة التعرض للإنترنت ٥٩٪، يمثل الشباب منها ٨٦٪ (Steve, 244؛ Jones & et al, 2009)، وتتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات الخاصة بتعرض الشباب الجامعي لشبكة " الإنترنت "؛ حيث إن هناك ارتفاعاً ملحوظاً في استخدام شبكة " الإنترنت " خصوصاً بين الفئات العمرية من ٢٠-٣٠ عاماً (Abdulla, 2007, p. 50)، وقد أشارت الدراسات إلى أن الشباب الجامعي يقضي ٤,٢٥ ساعات يومياً في المتوسط أمام شبكة " الإنترنت "، يقضي منها ١,٤٢

دقيقة في البحث عن المعلومات، ونحو الساعة في الاتصال بالآخرين، و٤٤ دقيقة للتسلية، و٣٥ دقيقة كتعرض تلقائي للإنترنت دون هدف، و٩ دقائق للتسوق (Tang, Tang & et al, 2010, p12).

ثانياً – التعرض لموقع " الفيس بوك " :

كشفت نتائج الدراسة عن تزايد تعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك "؛ حيث يتعرض له نسبة ٤٣,٢٪ من هؤلاء الشباب بصفة دائمة، ويأتي ذلك متزامناً مع ارتفاع نسبة تعرض هؤلاء الشباب لموقع " الفيس بوك " من ٨٪ عام ٢٠٠٥م، إلى ٤٧٪ عام ٢٠٠٩م (عمر أسعد، ٢٠١١م، ص ٤)، وتستخدمه نسبة ٩٣٪ بصفة دائمة (Pavica Sheldon, 2008, p39)؛ حيث يقضي هؤلاء الشباب ٤٩ دقيقة في المتوسط يومياً على الموقع (Sheldon, 2008, p67)، ومن الملاحظ أن السمة الغالبة لاستخدامه هي رغبة الشباب الجامعي في تكوين صداقات؛ حيث بلغت ٦٤,٩٪، واتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج الدراسات الأخرى، التي بلغت نسبتها ٦٦,٥٪ (Malcon, 2010, p1)، ويلاحظ زيادة استخدام الشباب الجامعي في الجامعة الأهلية لموقع " الفيس بوك "؛ حيث بلغت نسبته ٥٢,٤٪ مقابل ٣٣,٣٪ للشباب الجامعي بجامعة القاهرة، وربما يرجع ذلك إلى كثرة استخدام الطلاب البحرينيين لـ " الإنترنت "، حيث إن معظم قاعات المحاضرات في الجامعة الأهلية يتوافر فيها " الإنترنت "، بالإضافة إلى انتشار الأجيال الحديثة من الهاتف الخليوي التي تتيح لهم الدخول على موقع " الفيس بوك " بسهولة ويسر مقارنة بطلاب جامعة القاهرة، وهذا ما تفسره النتائج؛ حيث إن نسبة ٣٧,٤٪ من طلاب الجامعة الأهلية يقضون أكثر من ثلاث ساعات يومياً على موقع الفيس في مقابل نسبة ١٦,٩٪ لطلاب جامعة القاهرة.

ثالثاً – اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير الثقافات الغربية على الهوية الثقافية :

كشفت نتائج الدراسة أن الشباب الجامعي يهتم بمناقشة كثير من الموضوعات الثقافية مع أفراد على مستوى العالم، مثل موضوعات الهوية

الثقافية والعولمة وغيرها؛ حيث أظهرت أن نسبة ٦٠,٥٪ تحرص على تبادل الآراء حول هذه الموضوعات، التي تتمثل في مدى اختراق الثقافة الغربية للعادات والتقاليد والترويج للقيم الخاصة بها وتقليل الشعور بالانتماء للوطن والاندماج في الثقافات الغربية، وإلغاء الحدود الثقافية مما يهدد الثقافات القومية. ومن الملاحظ أن الشباب الجامعي يرون أن موقع "الفييس بوك" له تأثير على الهوية الثقافية العربية في ضوء الإعجاب بكل ما هو وافد، سواء اتفق مع القيم والعادات والتقاليد العربية أم لم يتفق معه؛ فمن خلال كثافة تعرض هؤلاء الشباب لهذا الموقع يدركون المخاطر التي تكمن في هذا العالم الافتراضي الذي يفضل نسبة كبيرة منه ٤٥,١٪ الدخول على موقع "الفييس بوك" باسم مستعار، وتفضل نسبة ٣٥,٧٪ إعطاء معلومات غير صحيحة؛ مما قد يشكل تهديداً للثقافة الوطنية وخلق حالة من التسبب القيمي تجرد الفرد من ذاتيته الثقافية، وتؤدي إلى التخلي عن القيم والمفاهيم الثقافية. وقد كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً لنوع الجامعة، واتجاهاتهم نحو تأثير الثقافة الغربية على الهوية الثقافية لصالح طلاب جامعة القاهرة مقارنة بطلاب الجامعة الأهلية.

رابعاً - اختبار فروض الدراسة:

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين معدل تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفييس بوك" ودوافع تعرضهم له، التي تكمن في تعرف ثقافات الشعوب الأخرى ومناقشة الموضوعات الثقافية وتبادل المعلومات الجديدة مع الأصدقاء، ويتفق ذلك مع طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها موقع "الفييس بوك" التي تتمثل في مشاركة الشباب بعضهم بعضاً الاهتمامات والأنشطة والتوجهات نفسها (Danah, 2007, p213)، وكذلك كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية بين معدل تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفييس بوك" والإشباع المترتبة على هذا التعرض، التي تتمثل في التواصل مع الأهل والأصدقاء، والتواصل مع أناس جدد في الوقت نفسه، ومعرفة

معلومات جديدة، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي واتجاهاتهم نحو التأثيرات المعرفية والسلوكية لموقع " الفيس بوك "، لصالح طلاب الجامعة الأهلية مقارنة بطلاب جامعة القاهرة، وعدم وجود فروق طبقاً لاتجاهاتهم نحو التأثيرات الوجدانية لموقع " الفيس بوك ".

توصيات الدراسة:

من خلال استعراض نتائج الدراسة الميدانية، يستخلص الباحث عدداً من التوصيات المتعلقة بتعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك "، وذلك على النحو الآتي:

- ١ - ترشيد تعرض الشباب الجامعي لموقع " الفيس بوك "، وذلك من خلال تخصيص ساعات محددة لتعرضهم له، مع توعيتهم بأهمية اختيار المجموعات التي تلائمهم.
- ٢ - يكون الاستخدام الأمثل لموقع " الفيس بوك " في حضور الآباء، ومع انتشار طرق الدخول على هذه المواقع عبر أجهزة المحمول الحديثة، يجب على الأسرة توجيه النصح لأبنائهم بعدم الإفراط في الدخول عليها.
- ٣ - تشجيع البحوث والدراسات بين فرق مشتركة - على مستوى وطني وقومي وإسلامي - من الباحثين في مجالات التربية وعلم النفس والاجتماع والإعلام؛ لدراسة تأثيرات موقع " الفيس بوك " الإيجابية والسلبية على الشباب الجامعي.
- ٤ - توعية الشباب الجامعي بمخاطر إقامة علاقات غير سوية على موقع " الفيس بوك " مع أشخاص مجهولين، وعدم الثقة في الآخرين على الموقع إلا بعد التحقق من شخصياتهم؛ تجنباً للمشكلات التي ستحدث من تلك العلاقات.
- ٥ - دعم الأجهزة الرسمية وغير الرسمية التي تعمل في مجال المراهقة، للبحوث في المجالات التربوية والاجتماعية والإعلامية والنفسية والطبية؛ لتطوير وضع الشباب الجامعي في المجتمع وتعرف الواقع وتقديم

- الحلول المناسبة للمشكلات من خلال التنسيق بين الجهات الرسمية وغير الرسمية في المجالات والمشروعات التي تخدم الشباب الجامعي، وتوعيتهم بأهمية الاستفادة من وقتهم فيما هو مفيد ونافع.
- ٦ - محور الأمية التكنولوجية للأباء، وخاصة في علوم الكمبيوتر و"الإنترنت"؛ لمواكبة أبنائهم فيما يتعرضون له على موقع "الفايس بوك"، وتعرف أدوات التقنيات الحديثة وأساليبها التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً موقع "الفايس بوك".
- ٧ - ضرورة الاهتمام بالشباب الجامعي، وذلك من خلال تقديم برامج تتناسب مع خصائص هذه المرحلة.
- ٨ - احترام آراء الشباب الجامعي، وعدم السخرية منها أو الاستخفاف بها والتقليل من أهميتها، وتعزيز الحوار الودي بين الآباء والأبناء.
- ٩ - تعرف أصدقاء الأبناء الذين يتخاطبون معهم على موقع "الفايس بوك".
- ١٠ - الرجوع إلى القيم والأخلاق الحميدة للمجتمع، وضرورة الاستفادة من موقع "الفايس بوك" بالحصول على الأخبار والمعلومات المفيدة.

المراجع

أولاً - المراجع باللغة العربية :

- حسن، أشرف جلال، (٢٠٠٩م). تقرير دراسة أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية ب" الإنترنت " ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، ١٥ - ١٧ فبراير.
- البحرين تدرس تقنين استخدام الـ «فيسبوك» على غرار دول عربية، (٢٠١١م). متاح على الموقع الإلكتروني :
<http://www.facebook.com/topic.hph>.
- العتيبي، بدر بن جويعد، (٢٠٠٨م). العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي وقيمهم وسبل المحافظة عليها، المملكة العربية السعودية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، الإدارة العامة لبرامج المنح البحثية.
- مكاي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين، (١٩٩٨م). الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- سليم، حنان أحمد، (٢٠٠٥م). التعرض للقنوات الفضائية وعلاقته بالهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الخامس والعشرون، يوليو - ديسمبر.
- طابع، سامي، (٢٠٠١م). بحوث الإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية.
- التويجري، عبدالعزيز، (١٩٩٧م). الرباط، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو)، منشورات الإيسيسكو .
- أسعد، عمرو محمد، (٢٠١١م). العلاقة بين استخدام الشباب المصري

- لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، دراسة على موقعي "اليوتيوب" و "Youtube" و "الفييس بوك" Facebook، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- سمحة، عمر مصطفى محمد، (٢٠٠٥م). العولمة الثقافية والثقافة السياسية العربية: برامج الإصلاح الديمقراطي والثقافة السياسية التشاركية في الوطن العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا.
- الصديق، محمد، (٢٠١٠م). مستخدمو "الفييس بوك" يقضون ٧٠٠ مليار دقيقة شهرياً، القاهرة، صحيفة الأهرام، السنة ١٣٥، العدد ٤٥٣٠٨، ٢٤ ديسمبر.
- عبد الحميد، محمد، (٢٠٠٤م). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب.
- عبدالحميد، محمد، (٢٠٠٠م). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب.
- عبدالحميد، محمد، (٢٠٠٠م). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب.
- عبدالقوي، محمود حمدي، (٢٠٠٩م). دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، ٧ - ٩ يوليو.
- الطرابيشي، مرفت والسيد، عبدالعزيز، (٢٠٠٦م). نظريات الاتصال، القاهرة: دار النهضة العربية.
- أحمد، ناهد عامر، (٢٠٠٦م). علاقة الصور الإعلامية في الأغاني المصورة في القنوات الفضائية بتحقيق إشباعات المراهقين، رسالة

دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة.

- خضر، نرمين زكريا، (٢٠٠٩م). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي موقع Facebook، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر ١٥ - ١٧ فبراير.
- العبد، نهى عاطف، (٢٠٠٧م). استخدامات الجمهور المسيحي للقنوات الفضائية المسيحية والإشباعات المتحققة: دراسة ميدانية مقارنة على الصفوة والجمهور العام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثامن، العدد الثالث، يوليو - سبتمبر.
- النجار، وليد عبد الفتاح، (٢٠٠٩م). دوافع تعرض الشباب الجامعي للصور الصحفية بالصحف المصرية والإشباعات المتحققة منها، مجلة التربية النوعية، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، العدد الخامس عشر، سبتمبر.

ثانياً - المراجع باللغة الإنجليزية:

- Abdulla, R. A. (2007), *The Internet in the Arab world: Egypt and beyond*. New York: Peter Lang Publishing.
- Anderson, K. (2001), Internet use among college students: An exploratory study, *Journal of American College Health*, 50(1), July. Retrieved December 19, 2010, Available at: <http://heldrefpublications.metapress.com/app/home/contribution.asp>.
- Badaracco, Claire H. (2008), The Internet in the Arab World: Egypt and Beyond, *Communication Research Trends*, 2008, Vol. 27 Issue 1, p23.
- Bebatin Bernhard, Lovejoy Jeennette P, Hom Ann- Kathrin, Hughes, Brittani N. (2009), Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behavior, and unintended consequences, *Journal of Computer - Mediated Communication*, 15 (1).

- Bosch, Tanja E. (2009), Using online social networking for teaching and learning: Facebook use at the University of Cape Town, *Communicatio: -South African Journal for Communication Theory & Research*, 35 (2), Nov.
- Carlyne L. Kujath, B.S. (2010), S , Facebook and Myspace: Complement or substitute for face-to- face interaction, *Cyberpsychology Behavior and social Networks Journal*, 14 (1-2).
- Catlett, Jenna. (2007), An Analysis of Female University Students' Communicative Management of Privacy Online via Facebook, *Conference Papers, National Communication Association*, Available at: <http://web.ebscohost.com/ehost/resultsadvanced?hid >>.
- Clark Naeemah, Lee Shu - Yueh, Boyer Lori. (2009), A place of their own: An Exploratory study of college students,s uses of Facebook, *Internationa Communication Association, Annual meeting*, Retrived at 16 June 2011, Available at : <http:// www. Ebscohst.com>.
- Danah m. Boyd. (2007), Social Network Sites: Definition, History, and Scholarshi, University of California-Berkeley, School of Information, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Nov, 13(1).
- DeAndrea, David C.; Shaw, Allison S.; Levine, Timothy R. (2010), Online Language: The Role of Culture in Self-Expression and Self-Construal on Facebook, *Journal of Language & Social Psychology*, 29 (4), Dec.
- Dye, J. (2007), *Meet Generation C: Creatively connecting through content*, Retrieved deccember. 19. 2010, from EBSCOHost Database, Available at: <http:// www. Ebscohst.com>.
- Ellison, N. B., Steinfeld, C., & Lampe, C. (2007), The benefits of Facebook "Friends": Social capital and college students' use of online social network sites, *Journal of Computer Mediated Communication*, 12(4).
- Facebook celebrates 500 million members. (2010), Strategic Communication Management, 14, Aug/Sep.

- Honeycutt, Courtenay, Cunliffe, Daniel. (2010), The use of the welsh language on facebook, *Information, Communication & Society* 13 (2), Mar.
- Jones, Steve; Johnson-Yale, Camille; Millermaier, Sarah; Pérez, Francisco Seoane. (2009), U.S. College Students' Internet Use: Race, Gender and Digital Divides, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Jan2009, Vol. 14 Issue 2, p244.
- Kayahara, J, Wellman, B. (2007), Searching for culture-high and low. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, (3), article 4., Available at:
<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue3/kayahara.html>.
- Leung, L. (2007), Stressful life events, motives for Internet use, and social support Among Digital Kids, *Cyber Psychology & Behavior Journal*, 10(2), 204-211. Retrieved December19, 2010, Available at:
< <http://www.com.cuhk.edu.hk/cuccr/en/pdf/Digital%20K-ids.pdf> > .
- Madge, Clare; Meek, Julia; Wellens, Jane; Hooley, Tristram. (2009), Facebook, social integration and informal learning at university: 'It is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work, *Learning, Media & Technology*, 34 (2), Jun.
- Park Namsu, Kee Kerk, Valenzuela Sebastain. (2009), Understanding group participation in social Networking Enviroment: Motivations for using Facebook groups and social outcomes , *Internationa Communication Association*, Annual meeting, Retrived at 16 June 2011, Available at :
[http:// www. Ebscohst.com](http://www.Ebscohst.com).
- Parks Malcon. (2010), Who are Facebook friends? Exploring the composition of Facebook friend Networks, *Internationa Communication Association*, Annual meeting, Retrived at 16 June 2011, Available at :
[http:// www.ebscohst](http://www.ebscohst.com) < [http://www.ebscohst](http://www.ebscohst.com) > .com.

- Quan-Haase, Anabel; Young, Alyson L. (2010), Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging, *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30 (5), Oct.
- Rizkallah, Elias G.& Razzouk, Nabil Y. (2006), TV Viewing Motivations of Arab American Households in the US: An Empirical Perspective, *International Business & Economics Research Journal*, 5(1), Available at: < <http://www.cluteinstitute-onlinejournals.com/PDFs/2006221.pdf> > .
- Roc. K. (1999), The Uses and Gratification Approach, *Journal of behavior and social science*, 11(1).
- Sheldon Pavica. (2008) , Student Favorite: Facebook and motives for its use, *Southwestern Mass Communication Journal*, 23(2).
- Sheldon Pavica. (2008), The relationship between unwillingness - to - communicate and student's Facebook use, *Journal of Media Psychology*, 2(1).
- Sheldon, Pavica. (2002), Student favourite: facebook and motives for its use, *Southwestern Mass Communication Journal*, Mar, 23 (2).
- Stafford, T., & Gonier, D. (2004), What Americans like about being online, *Communications of the ACM*, 47, (11).
- Stern, Lesa A.; Taylor, Kim. (2007), Social Networking on Facebook, *Journal of the Communication, Speech & Theatre Association of North Dakota*, Vol. 20.
- Tang, Tang, Bakke, Emil, Cooper, Roger. (2010), Uses, Gratifications, and Structures: A Model of Internet Use, *Conference Papers - International Communication Association*, 2010 Annual Meeting, p12,
- Tufekci, Zeynep. (2008), grooming, gossip, facebook and myspace, *Information, Communication & Society*, 11(4), Aug.
- Urista, Mark A., Qingwen Dong, Day, Kenneth D. (2009), Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory, *Human Communication, Summer*, 12 (2).
- Valenzuela, Sebastin, Park, Namsu, Kee, Kerk F. (2009), Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and Col-

lege Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (4), Jul.

- Vitak, Jessica, Smock, Andrew, Zube, Paul, Carr, Caleb, Ellison, Nicole, Lampe, Cliff. (2009), Poking" People to Participate: Facebook and Political Participation in the 2008 Election, *Conference Papers, International Communication Association, Annual Meeting*,), Available at:

