

أولاً:مجتمع الدراسة (شباب ولاية الخرطوم)

حاجات الانسان هي نفسها في مراحل الطفولة والشباب والكهولة، خصوصاً الحاجات الفسيولوجية وهي تتمثل في الطعام والشراب والكساء والدواء وحاجات نفسية من الحب والتقدير وتحقي الذات والصحة النفسية..وما الي ذلك.

الا ان لكل مرحلة عمرية تطلعات وادراكات تختلف عن غيرها من المراحل، فبالإضافة الي الحاجات المتفق عليها للناس جميعاً، فإن الشباب يواجهون حاجات خاصة بهم، فالشباب هم طلاب المدارس في المراحل الأخيرة ، وطلاب الجامعات، وهم العمال، والموظفون علي كافة إشغالهم، وتزيد احتياجاتهم الي المطالبة والترفيه وتحقيق الذات والعمل والكسب المادي لمواجهة اعباء الحياة..

وتحدد مرحلة الشباب من سن 13 الي سن 40 حيث مراحل الأحداث والمراهقة والنضج والزواج وتكوين الاسرة والدراسة والعمل وغيرها. فلا بد من تحسس مشاكل الشباب وتصميم برامج اذاعية وتلفزيونية محلية ودولية ملائمة لهذه الفئة العمرية سواء كانوا ذكوراً او اناثاً.(خالد - 2008م - ص 191)

هذه المشاكل مثل: قلة فرص العمل والبطالة، ارتفاع تكاليف الزواج والمهور، الادمان علي المشروبات الروحية، تعاطي المخدرات، او الحبوب المهدئة، او المنشطة. التطرف والجنوح في قضايا أساسية قد تكون وطنية محلية او قضايا عالمية. الاغتراب بسبب العمل او الدراسة، انهيار العلاقات الأسرية وتفككها. المعاناة من وقت الفراغ وسوء استخدام الوقت خاصة التعامل مع أوقات الفراغ، افتقاد الشباب الي الوعظ والإرشاد والتوجيه في مراحل سن الشباب، الأمية الثقافية الإفراط في استخدام الانترنت والحاسوب. من هنا يقع علي عاتق الأسر والحكومات والاتفاقيات الدولية والاعلام المحلي والاعلام والدولي بالتدخل لتوجيه

الشباب وارشادهم وحل مشاكلهم عن طريق التنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والمشاركة في المشاريع والعمل مؤتمرات ومعسكرات للشباب وتطوير الاندية والمنتديات ودعم العلاقات الشبابية الدولية وتوجيه الشباب نحو السلوك الافضل. ويمثل الشباب الشريحة الاكبر في المجتمع، حيث تشير الاحصائيات الي ان الشباب يمثلون ما يقارب حوالي 45% من سكان العالم ويقدر حجم الشباب في بلدان العالم الثالث بالنسبة لمجموع السكان حوالي 80% حسب الاحصائيات اليونسكو UNESCO منظمة التربية والتعليم والعلوم الدولية.(الحديدي - 2001م - ص 216).

للشباب دور مهم في بناء المجتمع متمثلاً بحضاراته وانجازاته، وتقدمه وتطوره، والدفاع عنه، فهم عماد الوطن والامة، وهم من ينهضون بالوطن، ومن يساهمون في نجاحه والدفاع عن القضايا العامة فيه، تحصيل الحقوق المختلفة لكافة شرائح المجتمع، وهم من يصنعون القرارات، من خلال مشاركتهم السياسية بالانتخاب وضع القرار، كما انهم يوفرّون الايدي العاملة اللازمة لبناء الامة، والمساهمة في نهضتها وانعاشها، وتقوية دخلها، والمساهمة في المشاريع التعاونية والتطوعية والخدمية وغيرها، اضافة الي المشاركة في نشر الثقافة والتغذية الفكرية والثقافية وتعزيز حب الوطن والتعريف به والمساهمة في تبادل الثقافات والاستفادة من الخبرات والتجارب وتكوين نقاط قوة تدعم التقدم والتطور.

ونظراً لاهمية هذه الشريحة من سكان العالم، قررت الجمعية العامة للأمم المتحدة تسمية عام 1985م العام الدولي للشباب، وذلك بهدف دفع الشباب في العالم للمشاركة في عملية التنمية والسلام الدولي، وتوعية الرأي العام العالمي بالشباب ومشاكلهم، وحل هذه المشاكل، ودفع الشباب للمشاركة في عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مما يضع علي عاتق الاعلام المحلي والاعلام الدولي

مسؤولية كبيرة في تطبيق رسالة الأمم المتحدة نحو الشباب ودورهم الإيجابي، والابتعاد عن السلبيات الضارة بالمجتمع المحلي والمجتمع الدولي، ويشاهد الشباب في معظمهم قنوات العالم التلفزيونية الفضائية، مما يؤثر ذلك على سلوكهم، فالأفلام السنمائية الشاذة وغير الهادفة وأفلام العنف قد تكون ضارة للشباب، بينما برامج المسابقات والإرشاد والوعظ والتوعية قد تكون أكثر من غيرها فائدة لهذه الشريحة من المجتمع. (خالد - 2008م - ص193).

كذلك يكون الشباب قادة المستقبل بقوة آرائهم ونجهم الفكري المقرون بالطاقة والصحة الجسدية السليمة، التي تدفع عجلة التنمية إلى الأمام، فبالعلم يرتقوا ويفكروا وينتجوا ويساهموا بالعطاء الفكري، ليكونوا قادة رأي عام يؤثر في مختلف شرائحه.

وهم عماد أي أمة وسر النهضة فيها، وهم بناء حضارتها وخط دفاعها الأول والأخير، ويشاركون في عمليات التخطيط الهامة، ويتضح أدوار الشباب في التالي:

- 1- المشاركة بعملية الانتخابات حيث تعتبر أصوات الشباب حاسمة، وتشكل جزء كبير لا يتجزأ من الأصوات الشاملة.
- 2- المشاركة بقضايا الرأي العام والمناصرة كقضايا حقوق المرأة والطفل، ومناصرة الفئات المهمشة في الحصول على حقوقها.
- 3- التطوع في مؤسسات المجتمع المحلي، يساهم في إضافة عدد الأيدي العاملة وزيادة الإنتاج والفائدة
- 4- القيام بالأنشطة التعاونية، كالقيام بإنتاج فلم وثائقي يتناول موضوع معين يتعاون على إنتاجه مجموعة من الشباب كل منهم ذو تخصص معين.

- 5- المساعدة في انشاء المشاريع الخدمية، الضغط علي الشركات الكبيرة بإنشاء مشاريع البني التحتية الهامة لسير حياة المجتمع.
- 6- القيام بمؤتمرات علمية وورش عمل ونقاشات من نشأها توسيع المعرفة، وتحفيز العقل، لاستقبال انتاجات فكرية جديدة.
- 7- التخطيط للبيئة المحلية وكيفية الحفاظ عليها، كالرسم المتقن لاماكن المنتزهات العامة، واماكن الترفيه والرياضة والتعليم.
- 8- المساهمة في جمع التمويلات والتبرعات للمؤسسات المحتاجة، والتي ميزانياتها محدودة فتهدد وقف نشاطها.
- 9- تعزيز الجانب الاجتماعي بتبادل الزيارات، كزيارة الجيران والمرضي وتبادل الافراح والاتراح.
- 10- تعزيز الجانب الثقافي بعمل مبادرات للتعريف بالثقافات المتنوعة، وتبادلها وابتعاث الشباب لبلدان اخري.
- 11- المساهمة والعمل في الدفاع عن الوطن وابرار تاريخه، من خلال استدعاء البطولات الماضية وتمثيلها في الحاضر.
- 12- المساهمة والعمل في الدفاع عن الوطن وحمائته، حيث يكون الشباب اول من يقدمون انفسهم فداء للوطن، ويرخصون له كل غالي ونفيس.
- 13- نشر الوعي الصحي من خلال الانشطة والفعاليات التي تعطي معلومات حول الامراض الخطيرة والموسمية واسبابها وكيفية الحماية والوقاية منها مع ارشادات ونصائح توجيهية.
- 14- يؤدي الشباب دور هام في السياسة والعملية السياسية، حيث يختارون نظام الحكم، والرئيس وكل مسؤول باي منطقة، لان صوتهم قوي.
- 15- تقوية الاقتصاد من خلال المعارض التسويقية، فالقيام بعرض المنتجات الوطنية يؤدي الي معرفة الجمهور المحلي بها فيزداد الاقبال عليها مما قد يساعد في حصول اكتفاء ذاتي للدولة.

بعد هذا يضح لنا دور الشباب وكم هم عماد كل مجتمع مهما كانت لغته وديانته وثقافته.

مشاهدات عن واقع الشباب السوداني:

نجد ان الشباب السوداني تخاطفته الاجندات وتعددت به الاتجاهات وضاعت به السبل مما خلق واقعا مؤلما وبائسا فاقدا للهدف والامل ومحبطا وقانعا ومكتوف الايادي فكل مبادراته قفزات في الظلام ونحو المجهول، فاذا ألقيت النظرة لحال الشباب اليوم تلاحظ بوضوح شديد شباب معطل عن العمل باعداد كبيرة وفي كل اطراف السودان ووسطه. والمخدرات كأكبر آفة ضربت بأكنايها شبابنا، وانتشار الزواج العرفي بين الشباب بحثا عن غضاء ديني لعلاقات غير شرعية. والشذوذ الجنسي والتشبه بالنساء في مظاهر التجميل والنعومة وطريقة الكلام، وزيادة المدخنين من الشباب والمدمنين والمتعاطين لمختلف انواع المسكرات والخمور والمنبهات، واتساع رقعة الامراض المنقولة جنسيا وعلي رأسها الايدز. وزيادة الجرائم والسرقات وانتشرت في المجتمع السوداني جرائم الاغتصاب والعنف ضد الاطفال والمرأة وكثرت انواع الاحتيال واصبح معظم الشباب السوداني لو لم يكون كلة يحلم بالهجرة خارج حدود الوطن هروبا من الاغتراب الداخلي للاغتراب الخارجي فأعداد الشباب السوداني في دول المهجر في تزايد بمتوالية هندسية متخذين وسائل متعددة اللجوء والاغتراب واحيانا التهريب ممتطين قوارب الموت لكل بقاع الدنيا حتي اسرائيل.(عبد النبي - 2010م - ص 12)

والنمو المتطرد لظاهرة العنف والتطرف والارهاب في اواسط الشباب بعامل التجنيد العلني لنشر الافكار المنحرفة وترويجها والخطاب الديني القائم علي العاطفة والحماسة مع غياب للرؤية والتفكير والمعرفة، فكثير من الشباب اكتشفوا

الدين فجأة ووجدوا فيه ملاذاً فصبوا كل مشاعرهم نحو النصوص دون الامعان فيها فسلكوا نمط تدين دخيل علي السودانيين. وظهر حفلات الشباب الخليعة والمشبوهة وانواع الحلاقات الغربية ك(المجنون جن) وغيرها من الحلاقات التي تؤكد التأثير والاستلاب الثقافي والقيمي ولبس المحزق والعارى والشفاف وسط الشباب واللامبالاة والتسكع في الطرقات واهدار الوقت....الخ.(خليل - 2010 -
(www.alrakoba.net

هذه الظواهر والمظاهر تعكس وبجلاء عوامل الرفض الشبابي للواقع فهي جزء من رفض قد طوره البعض للتمرد علي المجتمع والوطن واتخذ وسائل خشنة لغيره والبعض الاخر اتخذ رفضا انسحابيا لا القوة المقابلة(الحكومة) اكبر وعاتية، وهذا الرفض تحكمت فيه بشكل كبير التنشئة الاجتماعية والسياق الاجتماعي المحيط بالشباب، وكل هذا الرفض ناجم عن عدم اشباع حاجات الشباب في مقدمته الحرية وكيفية ممارستها لكي تكون مدخلا للابداع والمبادرة والفاعلية ووجود الفرص الجادة لمشاركته وممارسته وتوفير اوضاعه، مما فرض حالة من الانفصال والجفوة والهوة بين الشباب والمجتمع من حولهم، وولد الحيرة والتوهان وفدان الثقة في النفس والشيخوخة المبكرة والانطواء علي الذات بحثا عن الخلاص الفردي بعد الفتور وحماسته، والعزلة وهي لا تقي بأية حال السكون، والجلوس في المنزل وانما الحركة في اطر ومحيطات معزولة والانطواء مما يصعب علي الباحث معرفة ما يجري في عالم الشباب السري هذا الوضع قابل للانفجار السلوكي والسياسي في أي لحظة.(التجاني - 2016م - www.sky
(newsarabia.com

من المسؤول عن وضع الشباب البائس؟ ربما يكون هذا السؤال انقسامي لكنه محوري وضروري هل المسؤولية علي الحكومة ام المجتمع؟ ام الشباب انفسهم؟

من هو المعني بحل مشاكل الشباب؟ هل هي وزارة الشباب والرياضة كجسم هيكلي لتنفيذ السياسات العامة للشباب ام المجتمع المدني ام الشباب؟ ام الدولة؟ (الحكومة) فالوزارة اذا لم يكن لديها ادارة وخطط وبرامج للشباب واضحة فهذا مؤشر لعدم وجود رؤية واضحة للدولة حول الشباب. فالتوهان يؤكد التغير المتكرر لاسم الوزارة والصلاحيات التي تظهر عقب كل تعديل وزارى فجاز لنا ان نعتبرها وزارة للرياضة من خلال الدعم السخي والاهتمام المتعظم للرياضة علي حساب الشباب فاذا لقيت نظرة علي قانون 2003م تدرك استواذ الرياضة علي جل مادة وبنوده فهو قانون مجحف للشباب بكل ما تعني هذه الكلمة من معني، واليك مراكز الشباب ومعاناتهم في استقطاب الدعم لانشطتهم المختلفة، صحيح هنالك محاولات لمعالجة مشاكل البطالة والشباب لبعض الجهات والمؤسسات الحكومية ولكن يقلب عليها التسييس والمحسوبية والشروط التعجيزية والصرف البزخي الاداري مما افقدها دورها لمعالجة المشكلة.(الجب - 2012م - www.alukah.net)

يمكن القول ان هناك قصورا في الاليات الحكومية لمعالجة قضايا الشباب وتمكينهم في مؤسسات الدولة وغياب الرؤية العميقة للشباب وقضاياهم مع وجود كلام معسول ان الشباب هم الخاضر والمستقبل والاعتماد في الفترة القادمة علي الشباب والواقع يجافي ذلك.

ثانياً: الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

يتناول الباحث في هذا المحور الاجراءات الخطوات المنهجية التي اتبعها في الدراسة الميدانية المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها في تحديد الاجندة الثقافية لدي الشباب، وهي دراسة تطبيقية علي مستخدمي تطبيق الفيس بوك والواتساب علي شبكة الانترنت بولاية الخرطوم.

وتجري الدراسة الميدانية للوقوف علي الدور الذي تؤديه وتقوم به شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها اصبحت وسائل جديدة، بكل عناصرها في تحديد الاجندة الثقافية لدي الشباب، وبما ان موقعي الفيس بوك والواتساب يحتويان علي كل هذه العناصر من نصوص وصور وصوت ورسومات وفيديو، جعلت نسبة استخدامها عالية جداً وفي تزايد مطرد في كل يوم. حيث يستخدمهما الكل، الاستاذ والطالب والعالم وجميع طبقات المجتمع، فالكل يستخدمهما ولكن في ماذا يستخدمهما الكل وما الذي يحققه من الاستخدام، وما هي الاشباع المتحققة جراء هذا الاستخدام.

• أولاً: مجتمع الدراسة Study community:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع مفردات او وحدات الظاهرة موضوع الدراسة.
(السماك واخرون - 1989 - ص 150).

ومجتمع البحث مصطلح علمي منهجي يراد به كل ما يمكن ان تعمم عليه نتائج البحث، سواء أكان مجموعة افراد او كتب او مباني مدرسية، وذلك طبقاً للمجال الموضوعي للمشكلة.(عبد القادر - 2009م - ص 25).

وحصر مجتمع البحث يعد ضرورياً لعدة اسباب منها:

1. الاقتصار علي عينة بدلاً من تطبيق البحث علي مجتمع البحث بأكمله.
2. معرفة مدي قابلية نتائج البحث للتعميم.
3. التأكد من تمثيل العينة لمجتمع البحث.

ويمثل مجتمع هذه الدراسة جميع الشباب بولاية الخرطوم المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي علي شبكة الانترنت وهم يمثلون الفئة الاكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي.

* - إعداد صحيفة الاستبانة

استخدم استمارة الإستبيان كأداة رئيسية من ادوات جمع المعلومات وذلك بعد تقسيمها الي عدة محاور لتبية المطالب البحثية المتمثلة في الاجابة علي تساؤلات البحث بعد ان يتم تحكيمها علمياً " ويعرف الاستبيان بأنه تلك الوسيلة التي تستعمل لجمع بيانات اولية وميدانية حول مشكلة او ظاهرة البحث العلمي. ويعني ايضاً مجموعة من الاسئلة المكتوبة يقوم المبحوث بالاجابة عليها، وهي من اكثر الادوات استخداماً للحصول علي البيانات من المبحوثين مباشرة ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم.(عبد الله - 2004م - ص 93). ويمتاز الاستبيان

بعدد من المزايا التي تجعل منه اداة رئيسية لجمع المعلومات للعديد من الدراسات الاجتماعية منها:

1. يقلل فرص التحيز سواء للباحث او المبحوثين.
2. يُمكن من جمع بيانات عينة كبيرة في فترة زمنية قصيرة.(غنيم - 2000م - 95).

وقد تمت مراعاة الجوانب المنهجية والخطوات المتبعة في تصميم الاستبانة حتي يتمكن المبحوثين من الإجابة عليها بسهولة ويسر، واشتمل الإستبيان علي (35) سؤال وذلك لمعرفة حجم المعلومات المتوفرة لدي مجتمع الدراسة والآثار المتبادلة بين الفيس بوك والواتس آب والمستخدمين.

• تصميم إستمارة الاستبيان:

إطلع الباحث علي العدد من كتب مناهج البحث العلمي، والعديد من الاستبيانات ذات الصلة بهذه الدراسة والاستبيانات الاخرى ذات الصلة بموضوعات وعلوم اخرى مختلفة، وبعد التأكد من أن كل الامكانات والشروط الواجب توافرها لإختيار أداة الإستبيان كوسيلة لدراستنا، تم الاستبيان في صورته الاولية حيث اشتمل علي (42) سؤالاً، قام الباحث بعد ذلك بعرضها علي عدد من الخبراء في مجال علوم الاتصال ومناهج البحث العلمي ومن اعضاء هيئة التدريس لتحكيمها واختيار صدقها وثباتها ومدى ملائمة الاسئلة ومدى صلاحيتها لقياس ما يجب قياسه وهم: الدكتور صالح موسي علي والدكتور بشري يوسف والدكتور نهي جعفر والدكتور نهي حسب الرسول، حيث تم الاخذ بملاحظات وتعديلات المحكمين وبعد إجراء

التعديلات المطلوبة اصبحت الاستمارة تتكون في صورتها النهائية (35) سؤالاً، صممت بطريقة متوازنة وواضحة حتي يستطيع قياس ما يجب قياسه وتم عرضها علي المشرف مرة اخري لتفادي أي عيوب في الاستبيان فيما يختص بتصميمه ومن حيث طوال الاسئلة ووضوحها قام الباحث بتجريب الاستبيان علي عدد من الشباب وهم من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، فكان التأكد من أن جميع اسئلة وفقرات الاستبيان واضحة ويمكن الاجابة عليها، ويرى هؤلاء الشباب ان اسئلة الاستبيان تتوافق مع ميولهم وافكارهم واتجاهاتهم وهذا التجريب مفيد للباحث في التأكد من تحقيق أداة الاستبيان لأهداف الدراسة.

ويرى الدكتور عاطف عدلي ان تجريب الاستبيان مفيد من عدة نواحي هي:

1. التعرف علي مدي قياس السؤال للعنصر المطلوب قياسه.
2. يساعد علي التعرف علي الاسئلة العامضة.
3. يساعد علي التعرف علي مشكلات العمل الميداني.
4. يوضح بعض المشكلات المتعلقة بالتصميم والمنهجية.

التعرف علي الزمن المستغرق في ملء الاستمارة الواحدة.(العبد، 2006م، ص 103)

● - اختيار العينة:

يختلف معني مجتمع الدراسة عن معني عينة الدراسة، إذ يشير معني مجتمع الدراسة الي " المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث الي ان يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة. بينما يشير معني

عينة الدراسة الي تلك العينة التي تتوزع فيها خصائص المجتمع بنفس النسب الواردة في المجتمع. (عبد الله - 2004م -78).

وهناك تعريف اخر للعينة هو" العينة هي ذلك الجزء من مفردات الظاهرة موضوع الدراسة، والذي يختاره الباحث وفق شروط وضوابط معينة، ترفع احتمالية تمثيلها للمجتمع تمثيلاً صحيحاً، ويتم استخدامها بهدف التوصل الي استنتاجات سليمة عن المجتمع الاصيل الذي جاءت منه المشكلة.(حجاب - 2000م - ص 29). مما سبق ولصعوبة التطبيق علي جميع مجتمع الدراسة، فإن الباحث قد لجأ الي اختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث، لكبر حجم المجتمع فقد اعتمد الباحث علي العينة العشوائية المنتظمة والعينة العشوائية البسيطة وذلك لأهميتهما الكبيرة وإمكانية الحصول علي عينة تمثل جميع مستخدمين شبكات التواصل الاجتماعي بولاية الخرطوم. وحيث يكون اختيار من خلال محليات الولاية علي اساس تقسيم العدد الكلي للمجتمع علي حجم العينة المطلوبة. لصعوبة الوصول وحصر المستخدمين للفيس بوك والواتساب في هذه الولاية، يقوم الباحث بوضع هذه المحليات في قائمة واحدة ويتم اعطاء فرص متساوية لجميع الوحدات لان تكون ضمن العينة المختارة بشكل عادل ومقبول في البحث العلمي .

هناك عدة شروط وضعها علماء المنهجية حتي تصبح العينة ممثلة تمثيلاً حقيقياً لمجتمع البحث وهي:

1. تجانس الصفات والخصائص بين افراد العينة وافراد مجتمع البحث.
2. تكافؤ الفرص لجميع افراد المجتمع الاصيل للبحث.
3. عدم التحيز في الاختيار، وذلك بتطبيق طريقة اختيار تكفل الموضوعية وعدم التحيز.

• حجم العينة:

من المعروف انه ليس هناك نسبة محددة ومعروفة لحجم العينة، وإنما يتوقف الامر علي اهداف الدراسة ونوع الجمهور والزمن المتاح لاجراء الدراسة ومستواها .

وهناك عدد من النقاط يمكن الاسترشاد بها في تحديد حجم العينة هي:

1. حجم العينة الذي يتراوح بين "30 - 500" مفردة يعتبر ملائماً

لمعظم انواع البحث.

2. عند استخدام العينة الطبقية فان حجم العينة لكل فئة يجب ان لا يقل

عن 30 مفردة.

3. في بعض انواع البحوث التجريبية والتي يكون فيها حجم الضبط

والرقابة عالية، فإن حجم العينة يكون ما بين "10 - 20" مفردة.

(عبد القادر - 2009 - ص 210).

ويري محمد عبد الحميد انه ليس هناك حجم معياري للعينات ولكنها

مستويات يفضلها الخبراء والباحثون، وتتوقف علي عدد من العوامل

والمغيرات التي يدرسها الباحث، ويأتي قرار الباحث في النهاية علي

الاسترشاد بالدراسات السابقة.(عبد الحميد - 2004 - ص 137).

● - أسلوب التحليل الإحصائي المستخدم في الدراسة:

قام الباحث بترميز أسئلة الاستبيان ومن ثمّ تفريغ البيانات التي تمّ جمعها من

خلال الاستبيانات وذلك باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية

(SPSS) "Statistical Package for Social Sciences" ومن ثمّ تحليلها من

خلال مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات ونوع متغيرات

الدراسة، لتحقيق أهداف البحث واختبار اسئلة الدراسة، ولقد تمّ استخدام الأدوات

الإحصائية التالية:

1- إجراء اختبار الثبات (Reliability Test) لعبارات الاستبيان المكونة من جميع البيانات باستخدام " معامل الفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha). وتم استخدامه للتحقق من صدق الأداء .

- أساليب الإحصاء الوصفي: وذلك لوصف خصائص مفردات عينة الدراسة من خلال عمل جداول تكرارية تشمل التكرارات والنسب المئوية والرسومات البيانية لمتغيرات الدراسة ؛ للتعرف على الاتجاه العام لمفردات العينة بالنسبة لكل متغير على حدا.

ثالثاً: عرض وتحليل البيانات:

نتناول في هذا الجانب التطبيقي للدراسة، تم توزيع عدد 200 استمارة استبيان علي المبحوثين، وذلك لمعرفة آراءهم حول شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها في تحديد الأجندة الثقافية لدي الشباب، بالتطبيق علي عينة من مستخدمي تطبيقي الفيس بوك والواتس آب بولاية الخرطوم، وبعد تعبئة الاستبانة بواسطة المبحوثين الذين يمثلون عينة من الشباب بولاية الخرطوم تم جمع 191 استمارة من المبحوثين، 9 استمارة لم يتم ارجاعها من المبحوثين، بعد ذلك تم تفريغ البيانات وتوزيعها وجدولتها، حيث تمت عملية المعالجة الإحصائية بترميز الإجابات وإدخال البيانات علي الحاسب الآلي من خلال برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وهو اختصار لكلمة Statistical Package for Social Science ويوجد هذا البرنامج عادة في جميع البحوث العلمية التي تشتمل علي العديد من البيانات الرقمية، ولهذا البرنامج قدرة هائلة في معالجة البيانات وتوافقها مع معظم البرمجيات المشهورة مما جعل منه أداة فاعلة لتحليل شتى أنواع البحوث العلمية.

وقد استخدم أسلوب عرض الجداول التكرارية والنسب المئوية في عملية تحليل البيانات لجميع محاور الاستبيان.

والعرض التالي يوضح التحليل الإحصائي، علماً بأنه قد تم استخدام الأسلوب الوصفي الإحصائي في تحليل البيانات:

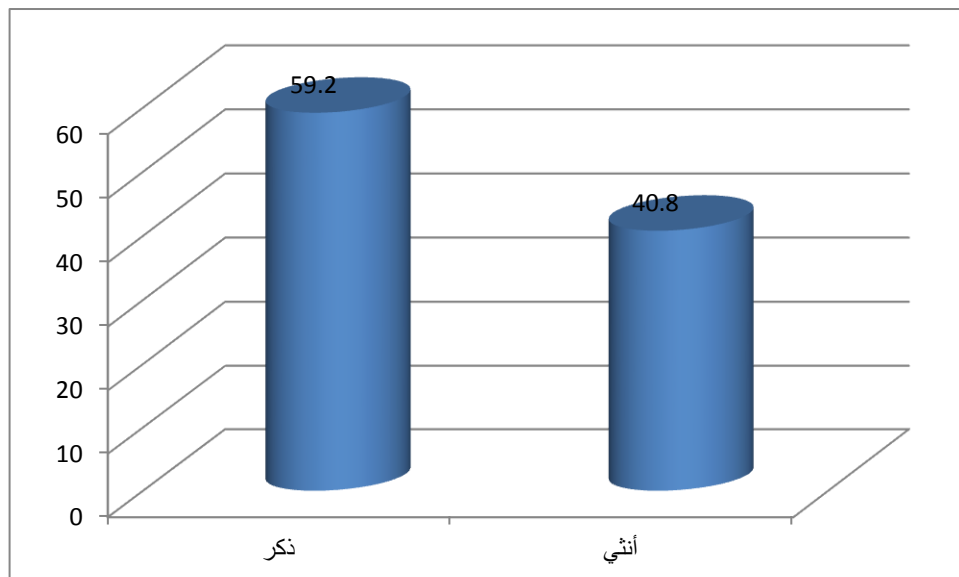
جدول رقم (1) يوضح النوع

العبرة	العدد	النسبة %
ذكر	113	59.2
أنثي	78	40.8
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

من الجدول أعلاه نجد أن 59.2% من أفراد عينة الدراسة هم ذكور و40.8% هم إناث. يتضح من هذا ان فئة الذكور هم الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، اذ بلغت نسبتهم 59.2% من جملة 191 استمارة.

شكل رقم (1) يوضح النوع



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

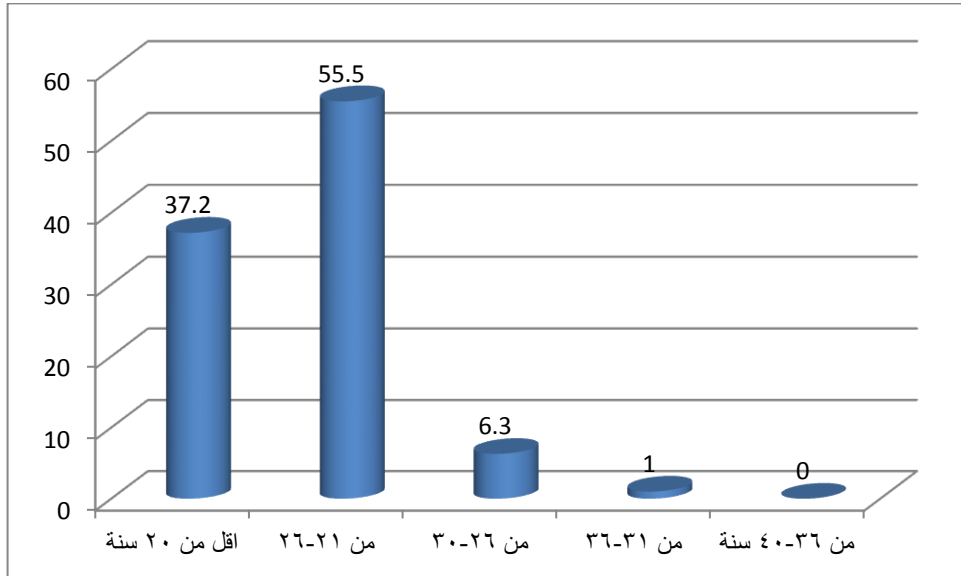
جدول رقم (2) يوضح العمر

العبرة	العدد	النسبة %
اقل من 20 سنة	71	37.2
من 21-26	106	55.5
من 26-30	12	6.3
من 31-36	2	1.0
من 36-40 سنة	0	0
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

الجدول أعلاه نجد أن 37.2% من أفراد عينة الدراسة أعمارهم أقل من 20 سنة و55.5% أعمارهم من 21-26 سنة و6.3% أعمارهم من 26-30 سنة و1.0% من 31-36 سنة. ومن هنا يتبين ان ان شريحة الشباب (21-26) يشكلون 55.5% من افراد العينات وذلك يدل علي أن أكثر المتعاملين مع هذه الشبكات هم من فئة الشباب.

شكل رقم (2) يوضح العمر



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

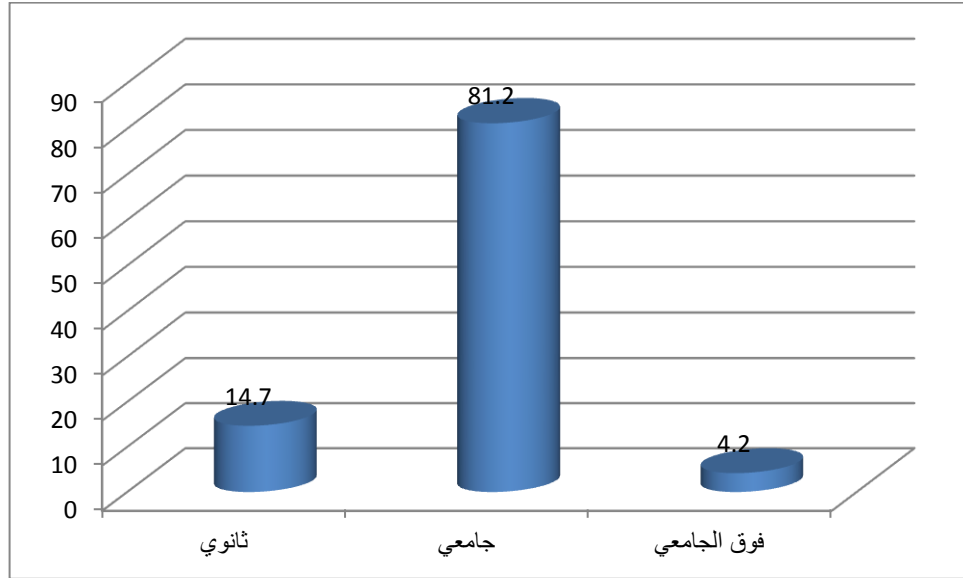
جدول رقم (3) يوضح المستوى التعليمي

العبارة	العدد	النسبة %
ثانوي	28	14.7
جامعي	155	81.2
فوق الجامعي	8	4.2
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

من الجدول أعلاه نجد أن 14.7% من أفراد عينة الدراسة مستواهم التعليمي ثانوي و 81.2% جامعي و 4.2% فوق الجامعي. يتضح من هذا ان نسبة الطلاب الجامعين من افراد العينة تشكل 81.2% وهذا يدل علي ارتفاع المستوى التعليمي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

شكل رقم (3) يوضح المستوى التعليمي



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

ثانياً: البيانات الموضوعية:

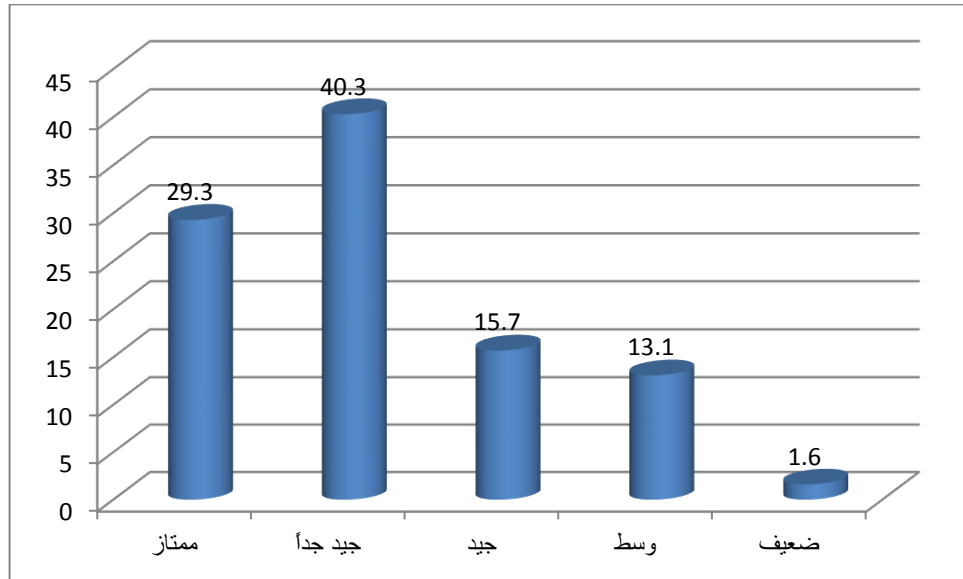
جدول رقم (4) يوضح مدى معرفتك بشبكات التواصل الاجتماعي

العبارة	العدد	النسبة %
ممتاز	56	29.3
جيد جداً	77	40.3
جيد	30	15.7
وسط	25	13.1
ضعيف	3	1.6
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

الجدول أعلاه نجد أن 29.3% من أفراد عينة الدراسة مدى معرفتهم بشبكات التواصل الاجتماعي ممتازة و40.3% جيد جداً و15.7% جيد و13.1% وسط و1.6% ضعيف. وعالية يكون غالبية افراد العينة علي معرفة وعلم بشبكات التواصل الاجتماعي الامر الذي يدعم الوصول الي نتائج جيدة يمكن الاعتماد عليها.

شكل رقم (4) يوضح مدى معرفتك بشبكات التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

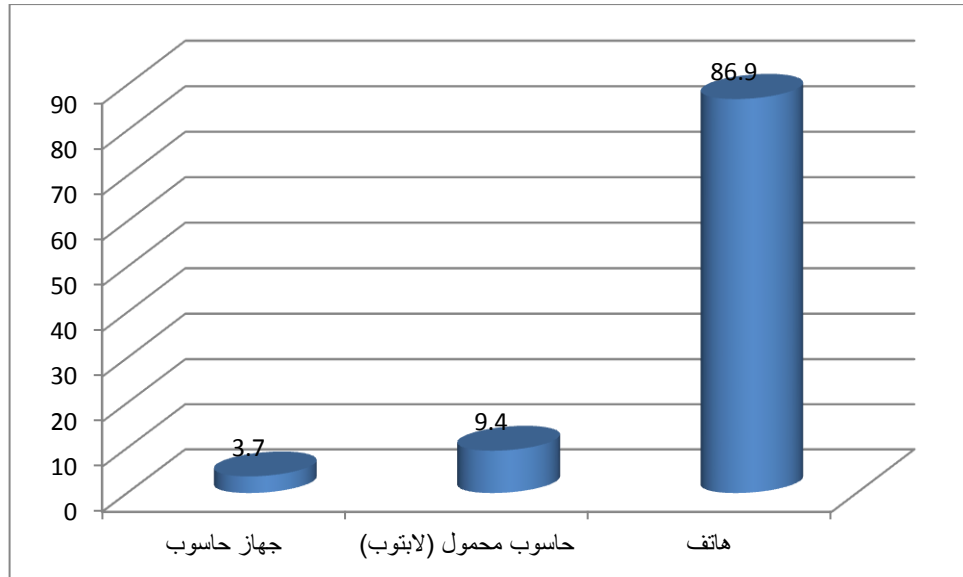
جدول رقم (5) يوضح وسيلة تواصلك مع شبكات التواصل الاجتماعي

العبارة	العدد	النسبة %
جهاز حاسوب (ثابت)	7	3.7
حاسوب محمول (لابتوب)	18	9.4
هاتف	166	86.9
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

من الجدول أعلاه نجد أن 3.7% من أفراد عينة الدراسة وسيلة تواصلهم مع شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق جهاز الحاسوب و 9.4% حاسوب محمول (لابتوب) و 86.9% هاتف. يتضح من هذا غالبية العينة يستخدمون الهاتف في التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي لان الهاتف من اخف هذا الوسائل وسهولة حملة الي مكان عكس الوسائل الاخري، ولكن هذا لايعني عدم استخدام الوسائل الاخري المتاحة.

شكل رقم (5) يوضح وسيلة تواصلك مع شبكات التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

جدول رقم (6) يوضح أهم شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لك

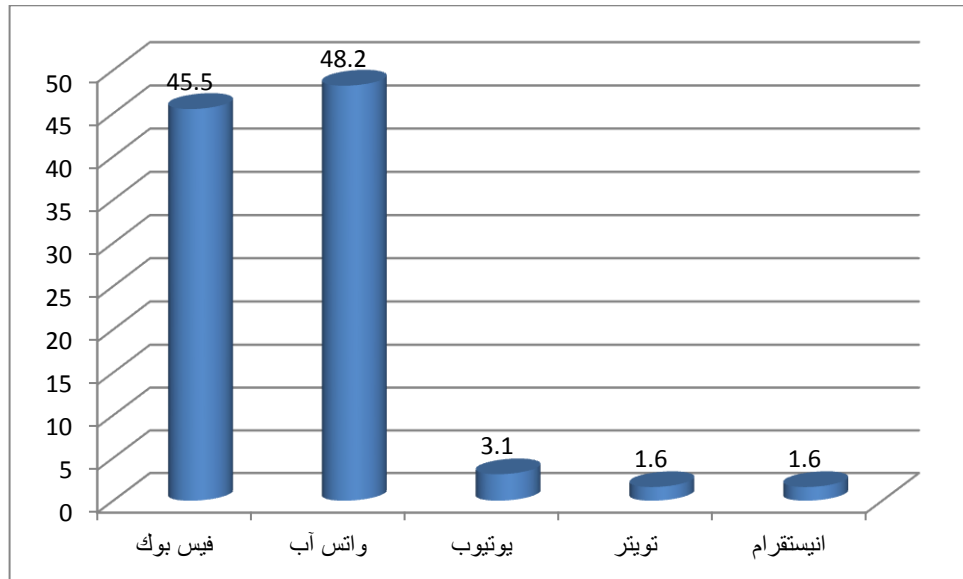
العبارة	العدد	النسبة %
فيس بوك	87	45.5
واتس آب	92	48.2
يوتيوب	6	3.1
تويتر	3	1.6
انيسقرام	3	1.6
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 45.5% من أفراد عينة الدراسة أهم شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم فيس بوك و 48.2% واتس آب و 3.1% يوتيوب و 1.6% تويتر و 1.6% انيسقرام.

يتضح من هذا ان تطبيق الواتس آب من اهم شبكات التواصل الاجتماعي لدي افراد العينة إذ بلغت نسبته 48.2% لان من اسهل هذه التطبيقات استخداماً مع انه من احدها ظهوراً وجاء بعدة الفيس بوك نسبة 45.5% وهذا يدل علي ان الواتس والفيس هما اكثر التطبيقات استخداماً بين افراد العينة.

شكل رقم (6) يوضح أهم شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لك



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

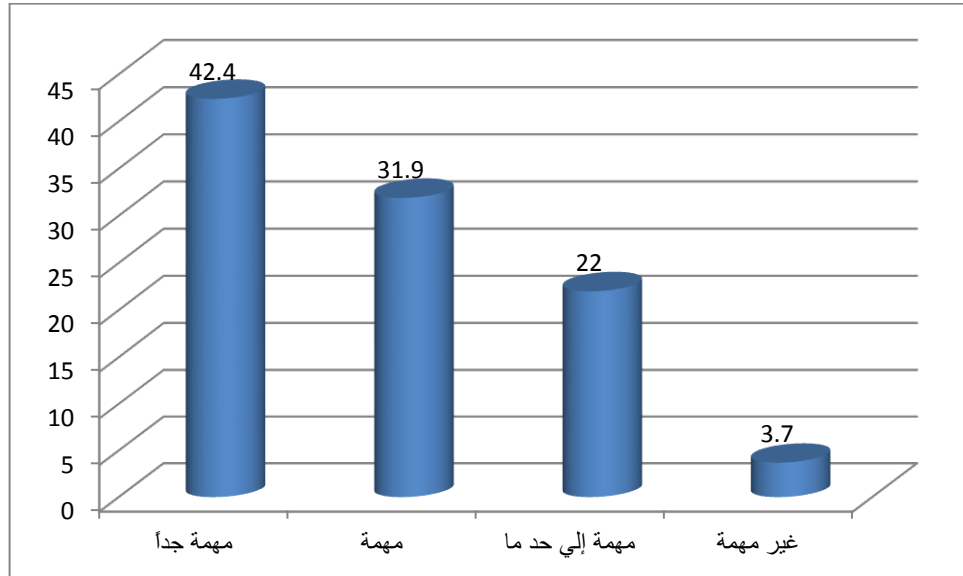
جدول رقم (7) يوضح مدى أهمية شبكات التواصل بالنسبة لك كوسيلة من وسائل
الاطلاع علي الأحداث الثقافية لدي الشباب

النسبة %	العدد	العبرة
42.4	81	مهمة جداً
31.9	61	مهمة
22.0	42	مهمة إلي حد ما
3.7	7	غير مهمة
100.0	191	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 42.4% من أفراد عينة الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي مهمة جداً بالنسبة لهم و 31.9% مهمة و 22.0% مهمة إلي حد ما و 3.7% غير مهمة. يتضح هذا ان شبكات التواصل الاجتماعي لها اهمية كبيرة في نقل الاحداث الثقافية لدي الشباب وتعريف الشباب بالثقافات الاخرى ونقل ثقافتهم الي العالم من حولهم.

شكل رقم (7) يوضح مدى أهمية شبكات التواصل بالنسبة لك كوسيلة من وسائل
الاطلاع علي الأحداث الثقافية لدي الشباب



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

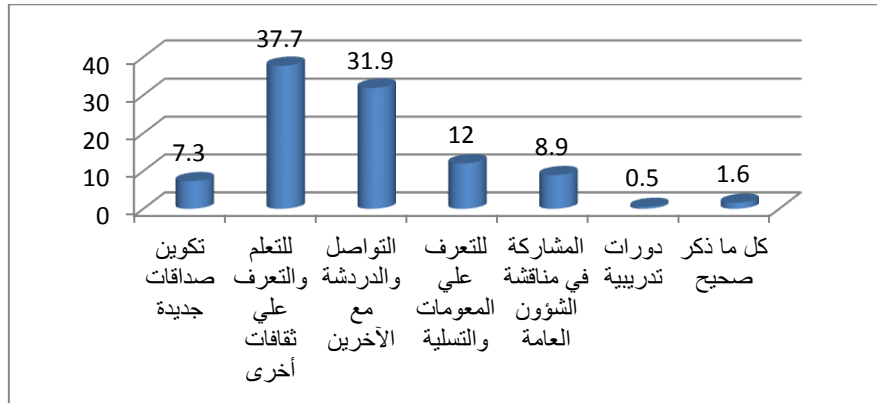
جدول رقم (8) يوضح الغرض من الاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي

العبارة	العدد	النسبة %
تكوين صداقات جديدة	14	7.3
للتعلم والتعرف علي ثقافات أخرى	72	37.7
التواصل والدردشة مع الآخرين	61	31.9
للتعرف علي المعومات والتسلية	23	12.0
المشاركة في مناقشة الشؤون العامة	17	8.9
دورات تدريبية	1	0.5
كل ما ذكر صحيح	3	1.6
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 7.3% من أفراد عينة الدراسة غرضهم من الاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي تكوين صداقات جديدة و 37.7% للتعلم والتعرف علي ثقافات أخرى و 31.9% التواصل والدردشة مع الآخرين و 12.0% للتعرف علي المعومات والتسلية و 8.9% المشاركة في مناقشة الشؤون العامة و 0.5% دورات تدريبية و 1.6% كل ما ذكر صحيح. يتضح من هذا ان غرض من الاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي متعدد ولكن من اغلب المستخدمين يشتركون من اجل التعلم و التعرف علي الثقافات الاخرى وهذا يعني ان المستخدمين لهم اهتمام كبير بالثقافة ونشرها علي الاخرين كما جاء التواصل الدردشة مع الاخرين من ابرز اسباب الاشتراك.

شكل رقم (8) يوضح الغرض من الاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

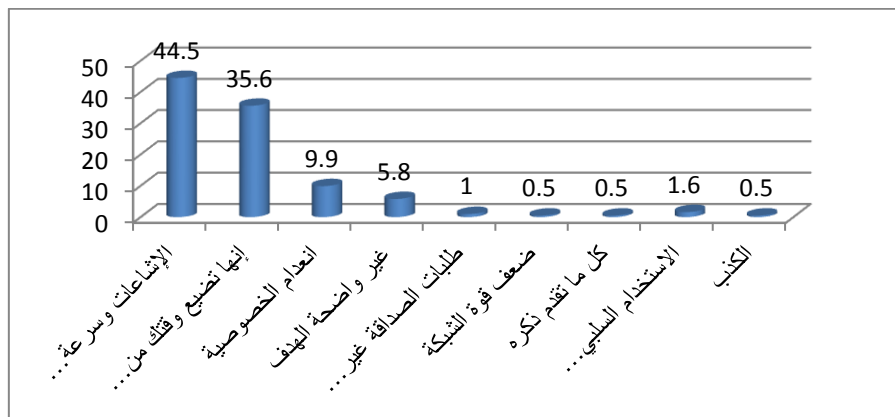
جدول رقم (9) يوضح ما هو أكثر ما يزعجك في شبكات التواصل الاجتماعي

العبرة	العدد	النسبة %
الإشاعات وسرعة تداولها	85	44.5
إنها تضيع وقتك من غير فائدة	68	35.6
انعدام الخصوصية	19	9.9
غير واضحة الهدف	11	5.8
طلبات الصداقة غير المحدودة	2	1.0
ضعف قوة الشبكة	1	0.5
كل ما تقدم ذكره	1	0.5
الاستخدام السلبي للمستخدمين	3	1.6
الكذب	1	0.5
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 44.5% من أفراد عينة الدراسة أكثر ما يزعجهم في شبكات التواصل الاجتماعي الإشاعات وسرعة تداولها و35.6% إنها تضيع وقتك من غير فائدة و9.9% انعدام الخصوصية و5.8% غير واضحة الهدف و1.0% طلبات الصداقة غير المحدودة و0.5% ضعف قوة الشبكة و0.5% كل ما تقدم ذكره و1.6% الاستخدام السلبي للمستخدمين و0.5% الكذب. يتضح من الجدول اعلاه ان اكثر ما يزعج المستخدمين في شبكات التواصل الاجتماعي الاشاعات وكثرة انتشارها وهذا يعني ان اكثر الموضوعات التي تنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي تفتقد الي المصداقية لانها لا تخضع للرقابة من جهة بعينها بل ممكن لاي شخص ان يكتب ما خطر علي باله بغض النظر الي مصداقيته. مع انها مضيعة لكثير من الوقت دون فائدة اي في اشياء ليس منها فائدة للمستخدم

شكل رقم (9) يوضح ما هو أكثر ما يزعجك في شبكات التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

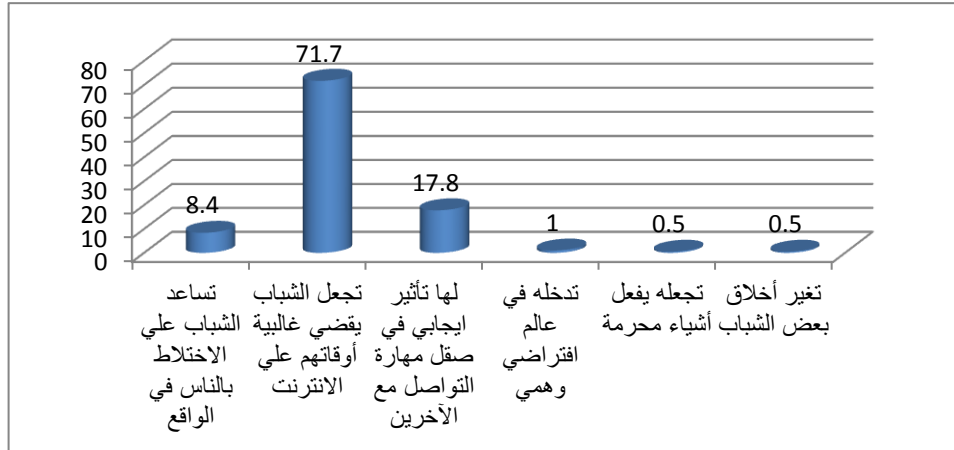
جدول رقم (10) يوضح تأثير هذه الشبكات علي أوقات الفراغ للشباب

العبارة	العدد	النسبة %
تساعد الشباب علي الاختلاط بالناس في الواقع	16	8.4
تجعل الشباب يقضي غالبية أوقاتهم علي الانترنت	137	71.7
لها تأثير ايجابي في صقل مهارة التواصل مع الآخرين	34	17.8
تدخله في عالم افتراضي وهمي	2	1.0
تجعله يفعل أشياء محرمة	1	0.5
تغير أخلاق بعض الشباب	1	0.5
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 8.4% من أفراد عينة الدراسة كان تأثير هذه الشبكات علي أوقات فراغهم تساعد علي الاختلاط بالناس في الواقع و71.7% تجعل الشباب يقضي غالبية أوقاتهم علي الانترنت و17.8% لها تأثير ايجابي في صقل مهارة التواصل مع الآخرين و1.0% تدخله في عالم افتراضي وهمي و0.5% تجعله يفعل أشياء محرمة و0.5% تغير أخلاق بعض الشباب. يتضح من هذا من أكثر شئ يؤثر علي اوقات الشباب في شبكات التواصل الاجتماعي هو انها تجعل الشباب يقضون اغلب اوقاتهم علي الانترنت وهذا ان يصبحون بعيدون عن الواقع الحقيقي واللجوء الي العالم الافتراضي.

شكل رقم (10) يوضح تأثير هذه الشبكات علي أوقات الفراغ للشباب



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

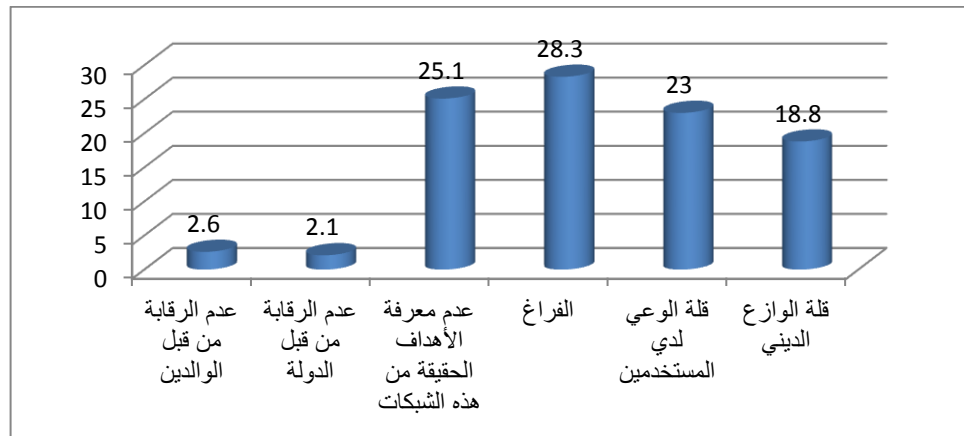
جدول رقم (11) يوضح الأسباب التي تؤدي إلى إساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب

العبارة	العدد	النسبة %
عدم الرقابة من قبل الوالدين	5	2.6
عدم الرقابة من قبل الدولة	4	2.1
عدم معرفة الأهداف الحقيقية من هذه الشبكات	48	25.1
الفراغ	54	28.3
قلة الوعي لدى المستخدمين	44	23.0
قلة الوازع الديني	36	18.8
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 2.6% من أفراد عينة الدراسة الأسباب التي تؤدي إلى إساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب عدم الرقابة من قبل الوالدين و 2.1% عدم الرقابة من قبل الدولة و 25.1% عدم معرفة الأهداف الحقيقية من هذه الشبكات و 28.3% الفراغ و 23.0% قلة الوعي لدى المستخدمين و 18.8% قلة الوازع الديني. يضح من هذا ان هنالك اسباب كثيرة تؤدي الي اساءة شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب وابرز هذه الاسباب هو الفراغ في اوقات الشباب وعدم توظيف هذه الاوقات في الاشياء المفيدة وايضاً عدم معرفة الاهداف الحقيقية من هذه الشبكات والاستفادة في التواصل مع الاخرين والاطلاع علي المعلومات المفيدة وغيرها.

شكل رقم (11) يوضح الأسباب التي تؤدي إلى إساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

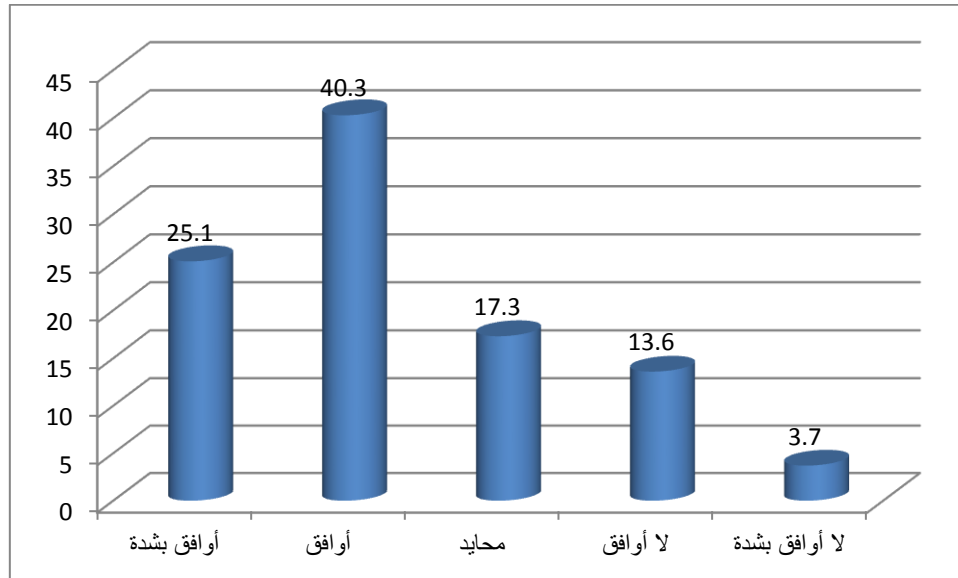
جدول رقم (12) يوضح الاهتمام الآخرين

النسبة %	العدد	العبرة
25.1	48	أوافق بشدة
40.3	77	أوافق
17.3	33	محايد
13.6	26	لا أوافق
3.7	7	لا أوافق بشدة
100.0	191	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 25.1% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة على " الاهتمام الآخرين " و40.3% يوافقون و17.3% محايدون و13.6% لا يوافقون و3.7% لا يوافقون بشدة. يلاحظ ان شبكات التواصل الاجتماعي جعلت المستخدمين يهتمون بمن حولهم سواء كان عن طريق الاتصال او الدردشة الكتابية او ارسال الفيديوهات وغيرها.

شكل رقم (12) يوضح الاهتمام الآخرين



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

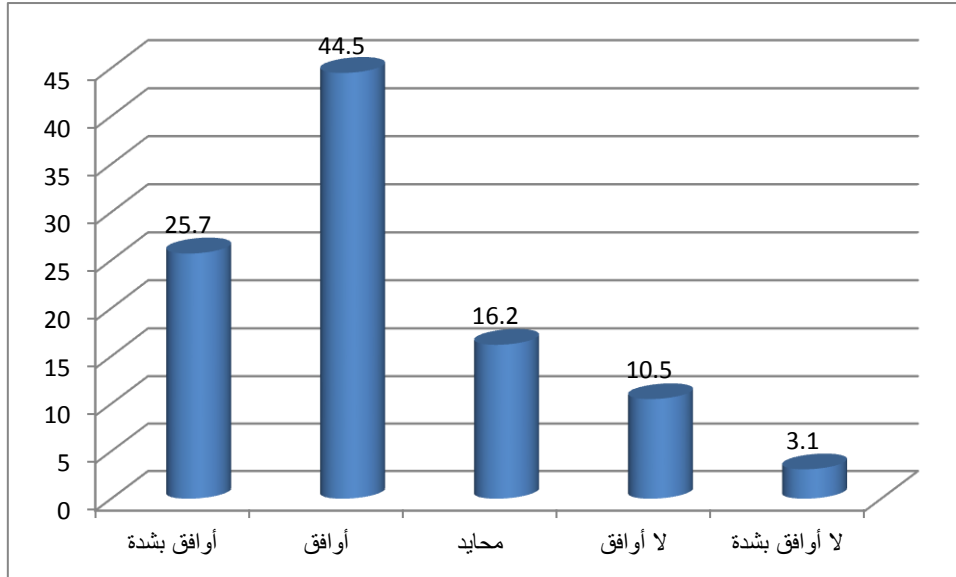
جدول رقم (13) يوضح احترام الغير

العبارة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	49	25.7
أوافق	85	44.5
محايد	31	16.2
لا أوافق	20	10.5
لا أوافق بشدة	6	3.1
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 25.7% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة على " احترام الغير " و44.5% يوافقون و16.2% محايدون و10.5% لا يوافقون و3.1% لا يوافقون بشدة. يري الباحث ان شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت علي احترام الغير بشكل كبير.

شكل رقم (13) يوضح احترام الغير



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

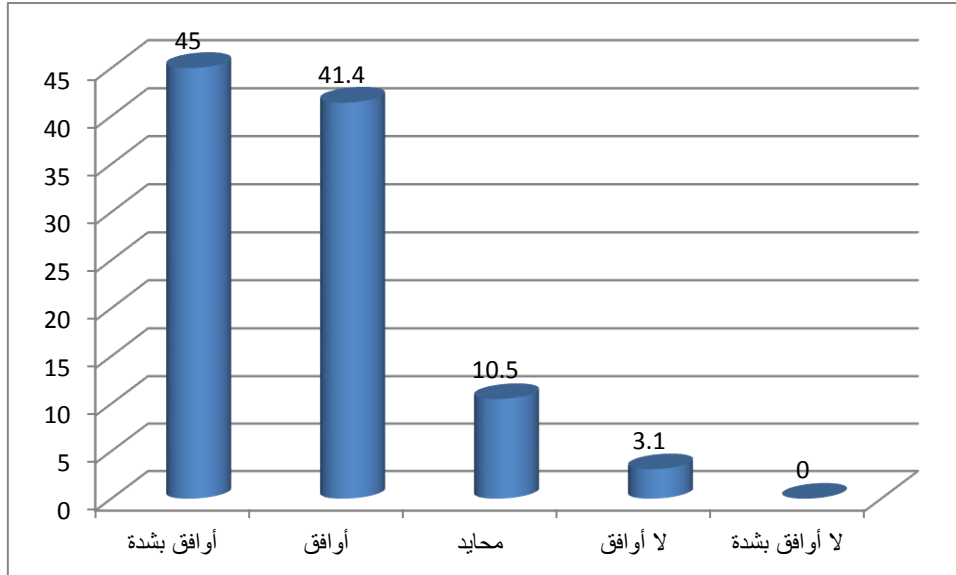
جدول رقم (14) يوضح التطورات التكنولوجية

العبرة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	86	45.0
أوافق	79	41.4
محايد	20	10.5
لا أوافق	6	3.1
لا أوافق بشدة	0	0
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 45.0% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة على " التطورات التكنولوجية " و 41.4% يوافقون و 10.5% محايدون و 3.1% لا يوافقون. يري الباحث ان شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت علي الاهتمام بالتطورات التكنولوجية ومتابعة التطورات لحظة بلحظة.

شكل رقم (14) يوضح التطورات التكنولوجية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

ثالثاً: حول تطبيق الفيس بوك

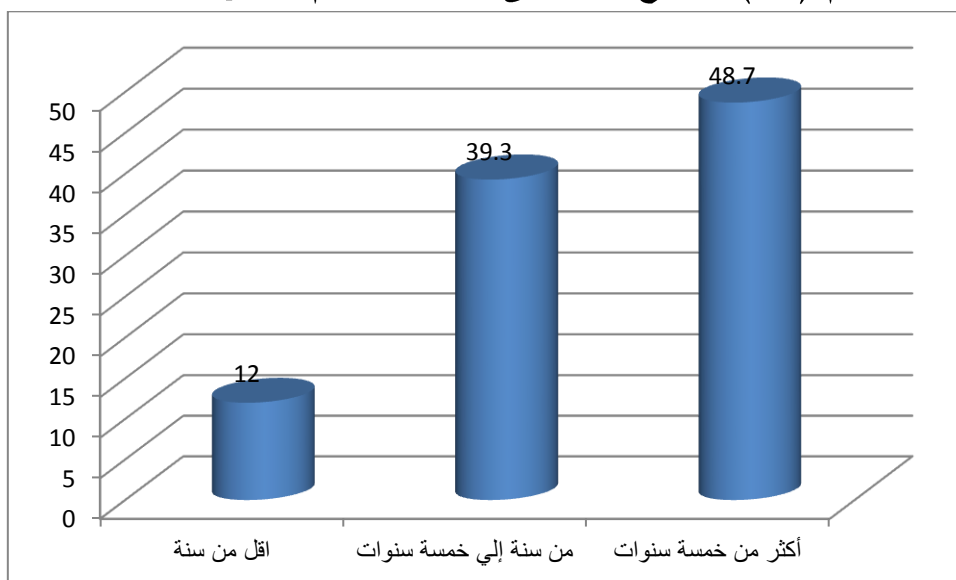
جدول رقم (15) يوضح "منذ متى وأنت تستخدم تطبيق الفيس بوك؟"

العبارة	العدد	النسبة %
أقل من سنة	23	12.0
من سنة إلي خمسة سنوات	75	39.3
أكثر من خمسة سنوات	93	48.7
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 12.0% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيس بوك منذ أقل من سنة و39.3% من سنة إلي خمسة سنوات و48.7% أكثر من خمسة سنوات. يتضح من الجدول اعلاه ان 48.7% من افراد العينة يستخدمون الفيس بوك منذ اكثر من خمسة سنوات، وهذا يدل علي ان المبحوثين لديهم خبرة طويلة في التعرض لشبكة الانترنت. كما يدل علي حسن اختيار العينة في الوصول الي نتائج يمكن الاعتماد عليها.

شكل رقم (15) يوضح "منذ متى وأنت تستخدم تطبيق الفيس بوك؟"



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

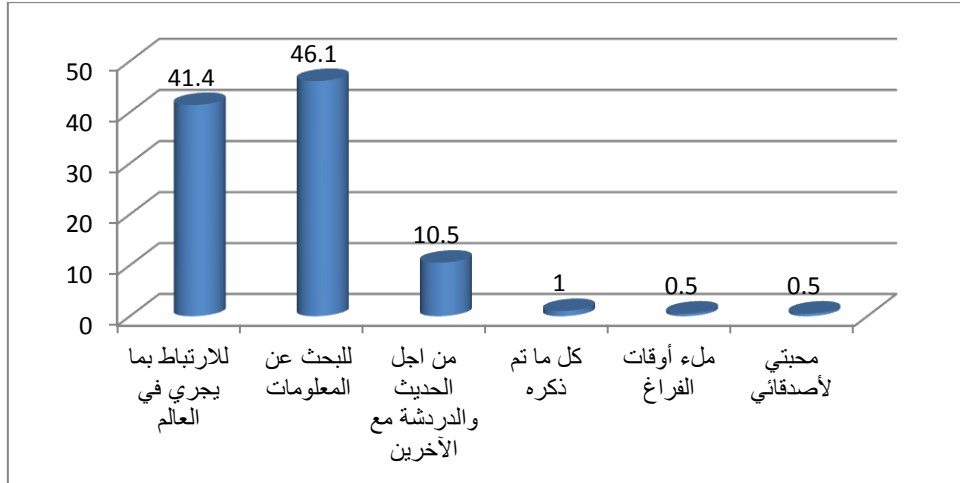
جدول رقم (16) يوضح "لماذا تستخدم الفيس بوك كتطبيق في التواصل مع العالم الافتراضي؟"

العبرة	العدد	النسبة %
للارتباط بما يجري في العالم	79	41.4
للبحث عن المعلومات	88	46.1
من اجل الحديث والردشة مع الآخرين	20	10.5
كل ما تم ذكره	2	1.0
ملء أوقات الفراغ	1	0.5
محبتتي لأصدقائي	1	0.5
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 41.4% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيس بوك للارتباط بما يجري في العالم و46.1% للبحث عن المعلومات و10.5% من اجل الحديث والردشة مع الآخرين و1.0% كل ما تم ذكره و0.5% ملء أوقات الفراغ و0.5% محبتتي لأصدقائي. يتضح من هذا ان الشباب يستخدمون تطبيق الفيس بوك في التواصل مع من حولهم في العالم بغرض البحث عن المعلومات بنسبة كبيرة بلغت 46.1% وكما جاء التواصل مع الطرف الاخر من خلال الدردشة في المرتبة الثانية وهذا يدل علي ان الشباب يستخدمون الفيس بوك من اجل المعرفة والتواصل في المقام الاول.

شكل رقم (16) يوضح "لماذا تستخدم الفيس بوك كتطبيق في التواصل مع العالم الافتراضي؟"



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

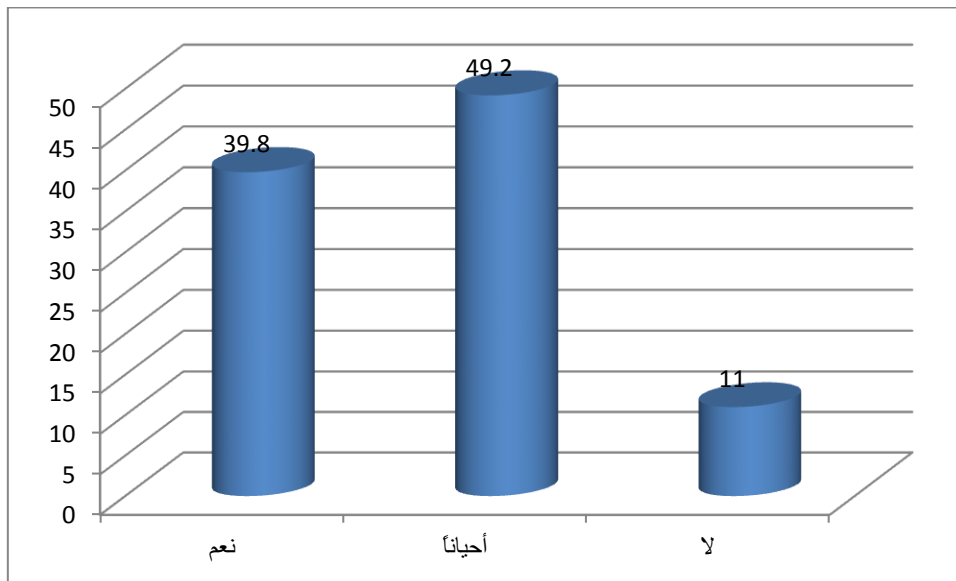
جدول رقم (17) يوضح " هل شعرت بأن تطبيق الفيس بوك فتح لك مجالاً أوسع للتواصل بحرية دون التأثير بالمواقف التي قد تتكون نتيجة للالتقاء المباشر مع الأشخاص؟"

العبرة	العدد	النسبة %
نعم	76	39.8
أحياناً	94	49.2
لا	21	11.0
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 39.8% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على أن تطبيق الفيس بوك فتح لك مجالاً أوسع للتواصل بحرية دون التأثير بالمواقف التي قد تتكون نتيجة للالتقاء المباشر مع الأشخاص و49.2% أحياناً و11.0% لا. يلاحظ من خلال الجدول ان هنالك تأثير واضح للفيس بوك علي الفرد عكس العلاقات التي تكون مباشرة.

شكل رقم (17) يوضح " هل شعرت بأن تطبيق الفيس بوك فتح لك مجالاً أوسع للتواصل بحرية دون التأثير بالمواقف التي قد تتكون نتيجة للالتقاء المباشر مع الأشخاص؟"



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

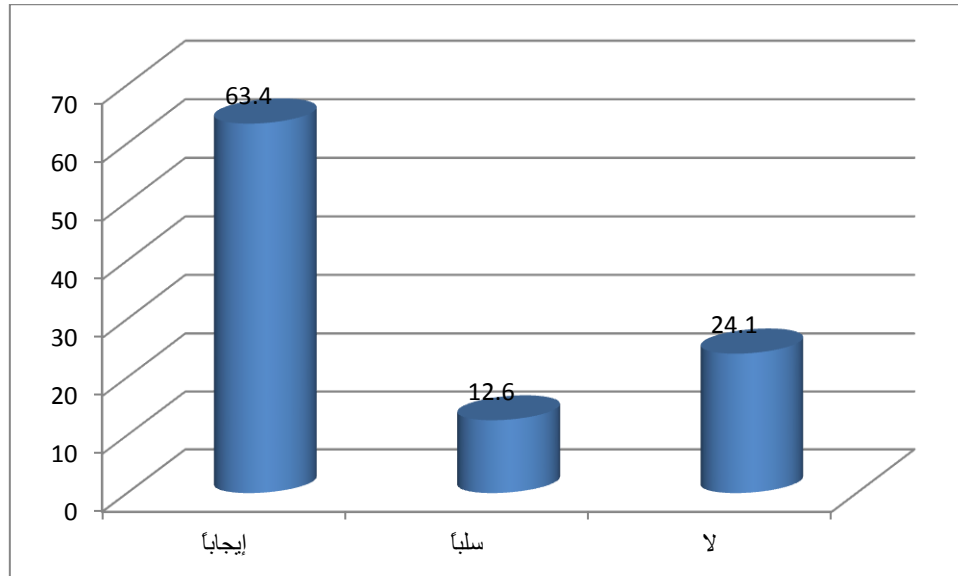
جدول رقم (18) يوضح " هل اثر استخدامك لتطبيق الفيس بوك علي تطوير ثقافة الحوار لديك ؟"

العبارة	العدد	النسبة %
إيجاباً	121	63.4
سلباً	24	12.6
لا	46	24.1
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 63.4% من أفراد عينة الدراسة اثر استخدامهم لتطبيق الفيس بوك علي تطوير ثقافة الحوار لديك إيجاباً و12.6% سلباً و24.1% لا. يري الباحث ان استخدام تطبيق الفيس بوك اثر علي تطوير ثقافة الحوار لدي المستخدم بشكل ايجابي بدرجة عالية وهذا يدل علي ان الفيس بوك يساعد في تطوير الثقافة الحوار من خلال التماور مع مختلف الشخصيات في المجتمع الداخلي والخارجي اذا ما احسن استخدامة بطريقة صحيحة.

شكل رقم (18) يوضح " هل اثر استخدامك لتطبيق الفيس بوك علي تطوير ثقافة الحوار لديك ؟"



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

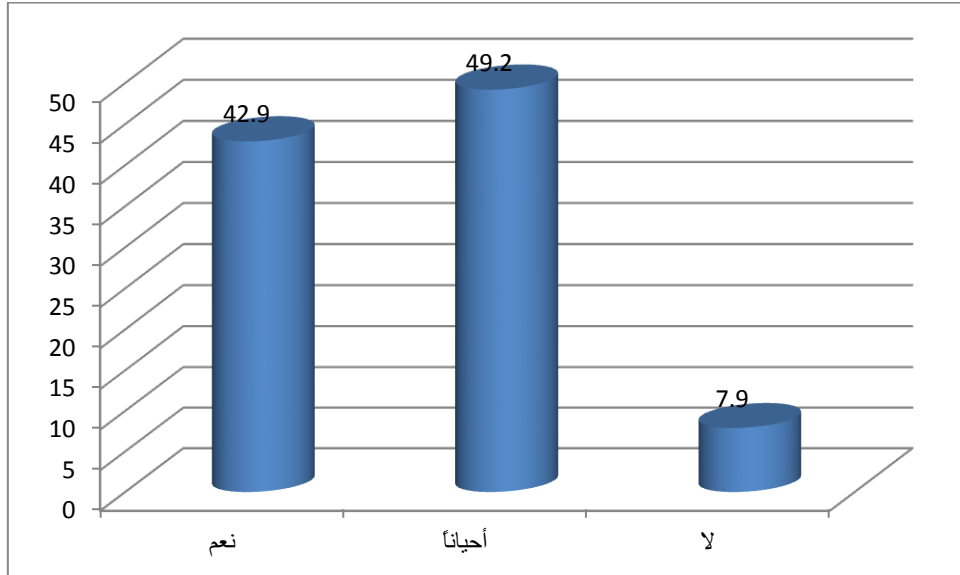
جدول رقم (19) يوضح " هل تعتقد أن استخدام تطبيق الفيس بوك يؤثر علي شخصية الفرد في التواصل الحقيقي مع أفراد المجتمع؟"

العبرة	العدد	النسبة %
نعم	82	42.9
أحياناً	94	49.2
لا	15	7.9
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 42.9% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على أن استخدام تطبيق الفيس بوك يؤثر علي شخصية الفرد في التواصل الحقيقي مع أفراد المجتمع و49.2% أحياناً و7.9% لا. يلاحظ من خلال الجدول ان الفيس بوك يؤثر علي شخصية الفرد في التواصل مع من حولة في المجتمع سواء بجعله انطوائي ويجب العزلة او الجلوس لساعات طويلة في استخدامه.

شكل رقم (19) يوضح " هل تعتقد أن استخدام تطبيق الفيس بوك يؤثر علي شخصية الفرد في التواصل الحقيقي مع أفراد المجتمع؟"



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

رابعاً: حول تطبيق الوتس آب

ما هي خدمات حول تطبيق الوتس آب المفضلة لديك؟

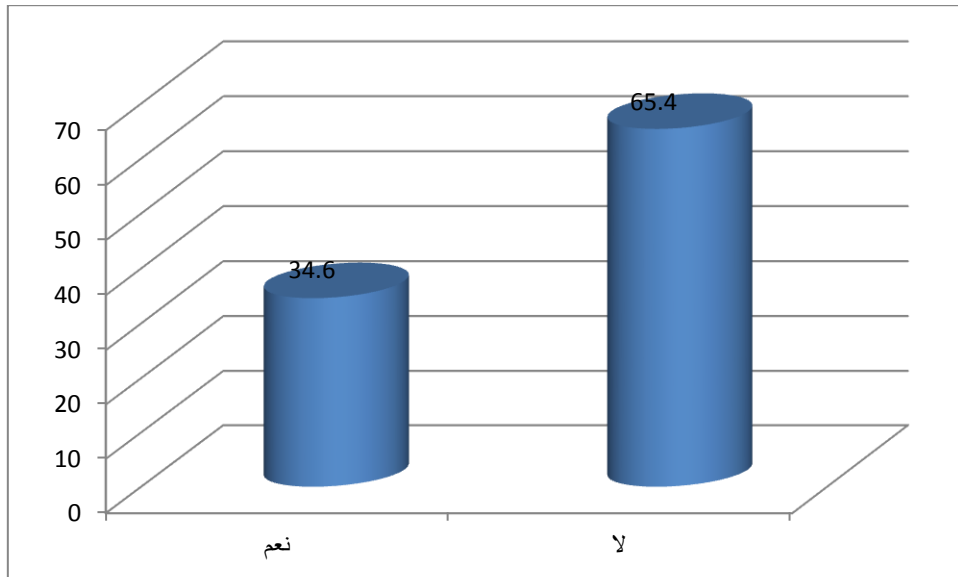
جدول رقم (20) يوضح مشاركة الصور

العبرة	العدد	النسبة %
نعم	66	34.6
لا	125	65.4
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 34.6% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على مشاركة الصور و65.4% لا. يلاحظ من خلال الجدول ان هنالك مجموعة مقدره من مستخدمين الواتس آب يفضلون خدمة المشاركة عبر الصور سواء كان في المجموعات او لفردة لوحدة لان ارسال الصور معبر في بعض الاحيان ويوفر كثير من الوقت لدي المستخدم. ويرى ان اغلب الذين يفضلون ارسال الصور لا يجيدون الكتابة والقراءة.

شكل رقم (20) يوضح مشاركة الصور



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

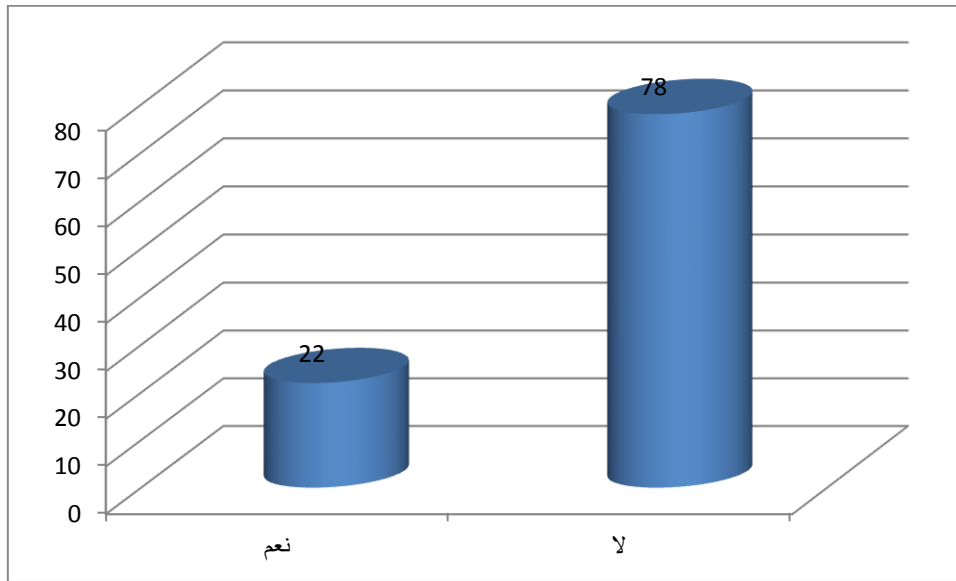
جدول رقم (21) يوضح مشاركة الروابط

النسبة %	العدد	العبارة
22.0	42	نعم
78.0	149	لا
100.0	191	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 22.0% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على مشاركة الروابط و78.0% لا. يتضح من الجدول ان عدد قليل من المستخدمين يفضلون خدمة ارسال الروابط مع الاخرين سواء كانت روابط موضوعات او صور افديوهات او غيرها.

شكل رقم (21) يوضح مشاركة الروابط



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

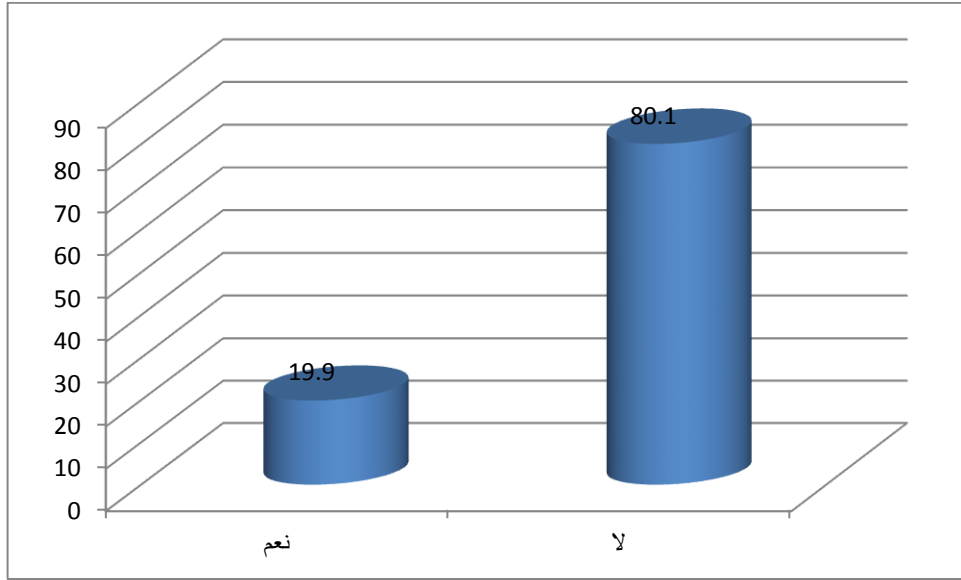
جدول رقم (22) يوضح مشاركة الفيديو

العبارة	العدد	النسبة %
نعم	38	19.9
لا	153	80.1
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 19.9% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على مشاركة الفيديو و80.1% لا. يلاحظ من الجدول ان مجموعة من المستخدمين بغلت نسبتهم 19.9% يفضلون خدمة ارسال الفيديوهات عبر الواتس آب مع المشتركين لديهم وهذا يدل علي ان ارسال الفيديوهات يحتاج الي شبكة قوية وكثير من الوقت.

شكل رقم (22) يوضح مشاركة الفيديو



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

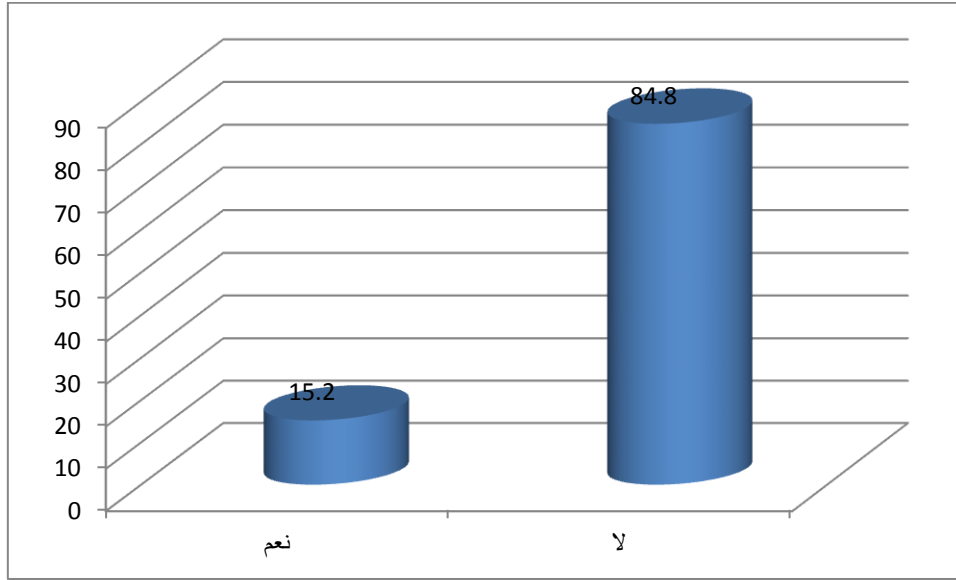
جدول رقم (23) يوضح الدردشة الصوتية

العبارة	العدد	النسبة %
نعم	29	15.2
لا	162	84.8
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 15.2% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على الدردشة الصوتية و84.8% لا. يري الباحث ان هنالك مجموعة من المستخدمين يفضلون خدمة الدردشة الصوتية وارسال المقاطع الصوتية عبر الواتس آب لتوصيل رسالة معينة لمعرفة الصوت مثلا او تقيمه وغيرها.

شكل رقم (23) يوضح الدردشة الصوتية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

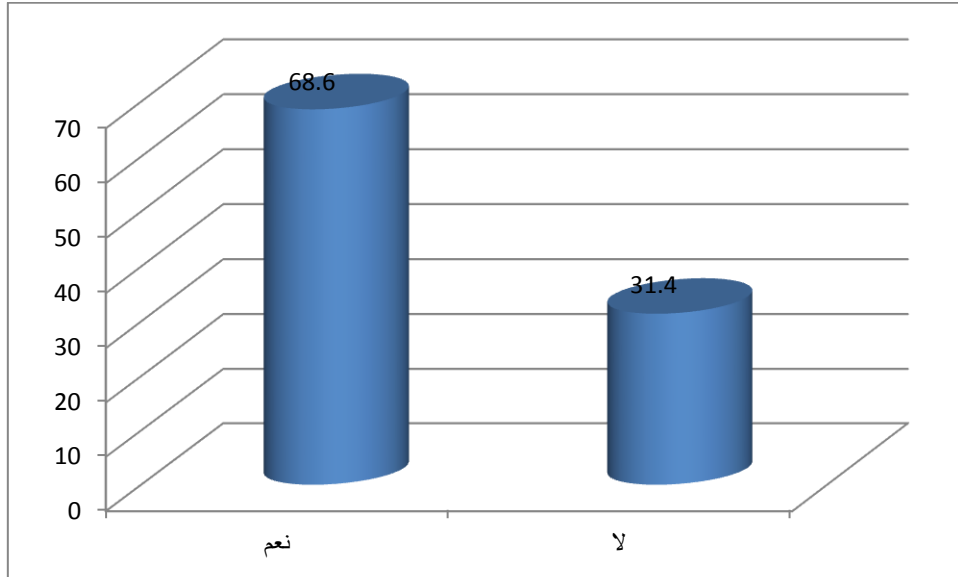
جدول رقم (24) يوضح الدردشة الكتابية

العبارة	العدد	النسبة %
نعم	131	68.6
لا	60	31.4
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 68.6% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على الدردشة الكتابية و31.4% لا. يري الباحث ان اغلب المستخدمين في الواتس آب يفضلون خدمة الدردشة الكتابية لانها توصل لطرف الاخر ما يريد ان تقولة وهو يرد لك في نفس الوقت او بعد فترة وتستطيع ان كل ما تريد قولة بكل سهولة.

شكل رقم (24) يوضح الدردشة الكتابية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

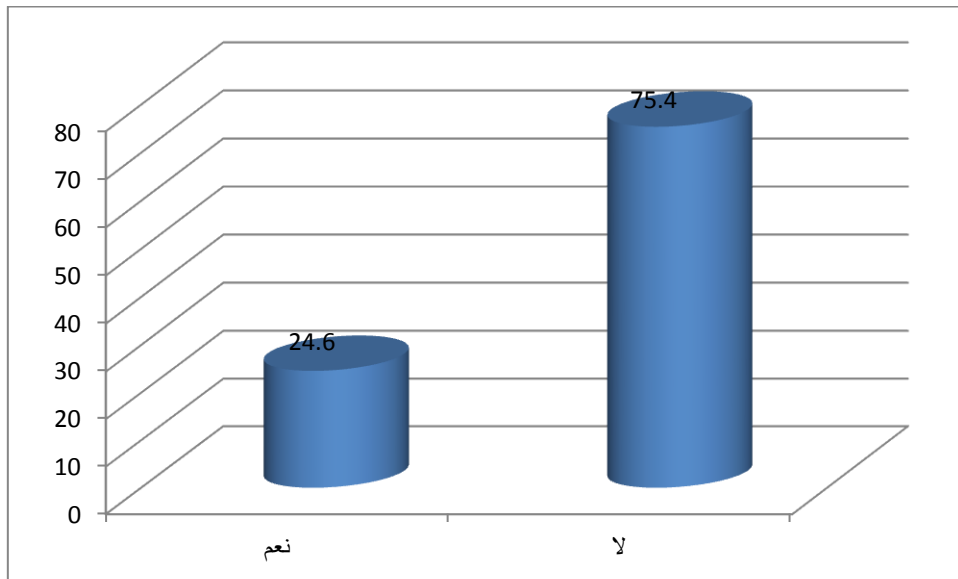
جدول رقم (25) يوضح مشاركة المستندات

النسبة %	العدد	العبارة
24.6	47	نعم
75.4	144	لا
100.0	191	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 24.6% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على مشاركة المستندات و75.4% لا. يعني ان هنالك فئة من مستخدمي الواتس آب يفضلون خدمة ارسال المستندات وهي وظيفة اضيفت في الواتس آب مؤخراً لارسال الملفات عبر صيغة الـ pdf ويمكن الاستفادة في ارسال الكتب والبحوث وغيرها.

شكل رقم (25) يوضح مشاركة المستندات



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

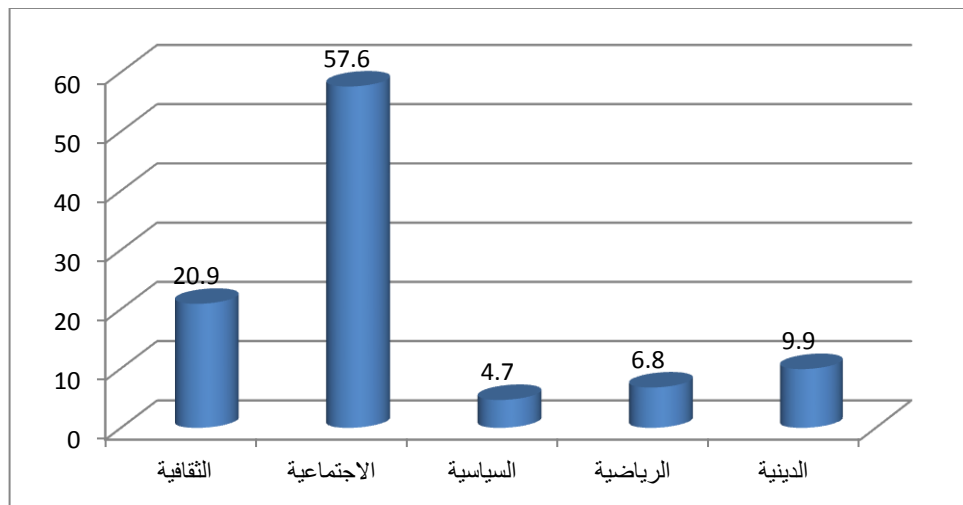
جدول رقم (26) يوضح " هل ساعدك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي الارتباط بموضوعات التالية؟"

العبرة	العدد	النسبة %
الثقافية	40	20.9
الاجتماعية	110	57.6
السياسية	9	4.7
الرياضية	13	6.8
الدينية	19	9.9
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 20.9% من أفراد عينة الدراسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تساعد علي الارتباط بموضوعات ثقافية و 57.6% اجتماعية و 4.7% سياسية و 6.8% رياضية و 9.9% دينية. نلاحظ من الجدول اعلاه ان من أكثر الموضوعات التي ساعد الواتس آب علي الارتباط بها هي الموضوعات الاجتماعية التي بلغت نسبها 57.6% وهذا يدل علي انها هي اكثر الموضوعات متابعة عبر الواتس آب وبعدها الموضوعات الثقافية ويدل علي ان الواتس آب يساعد علي نشر ثقافة المجتمع والتعريف بها.

شكل رقم (26) يوضح " هل ساعدك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي الارتباط بموضوعات؟"



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

أدي استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي لإهمال بعض الموضوعات التي تهتم بها؟

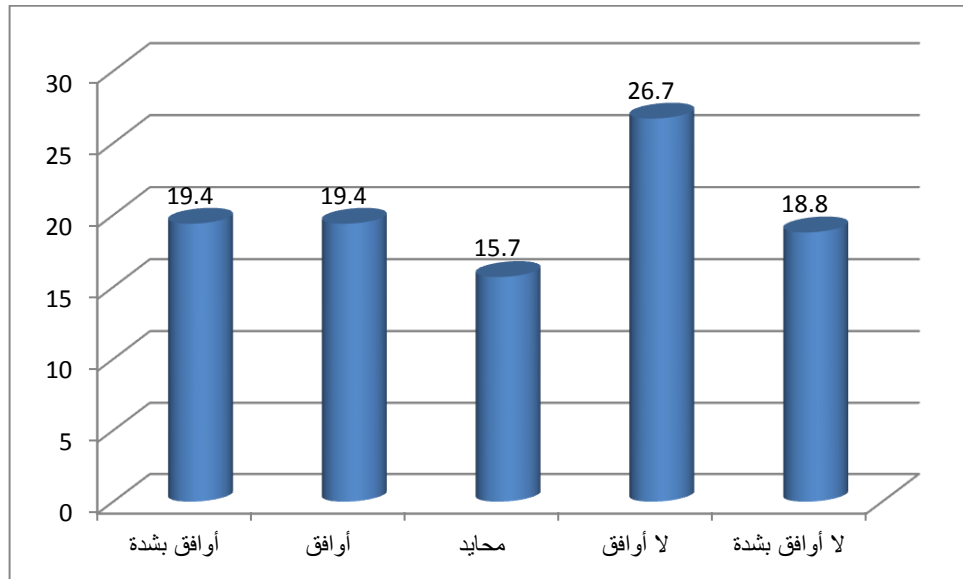
جدول رقم (27) يوضح عدم الاهتمام بالفرائض الدينية

العبارة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	37	19.4
أوافق	37	19.4
محايد	30	15.7
لا أوافق	51	26.7
لا أوافق بشدة	36	18.8
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 19.4% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة على " عدم الاهتمام بالفرائض الدينية " و 19.4% يوافقون و 15.7% محايدون و 26.7% لا يوافقون و 18.8% لا يوافقون بشدة. مما تقدم يري الباحث ان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لم تؤدي الي اهتمام الفرائض الدينية بشكل كبير وهذا يدل علي ان الشبكات الاجتماعية لم تؤثر علي الفرد في اداء واجباته الدينية.

شكل رقم (27) يوضح عدم الاهتمام بالفرائض الدينية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

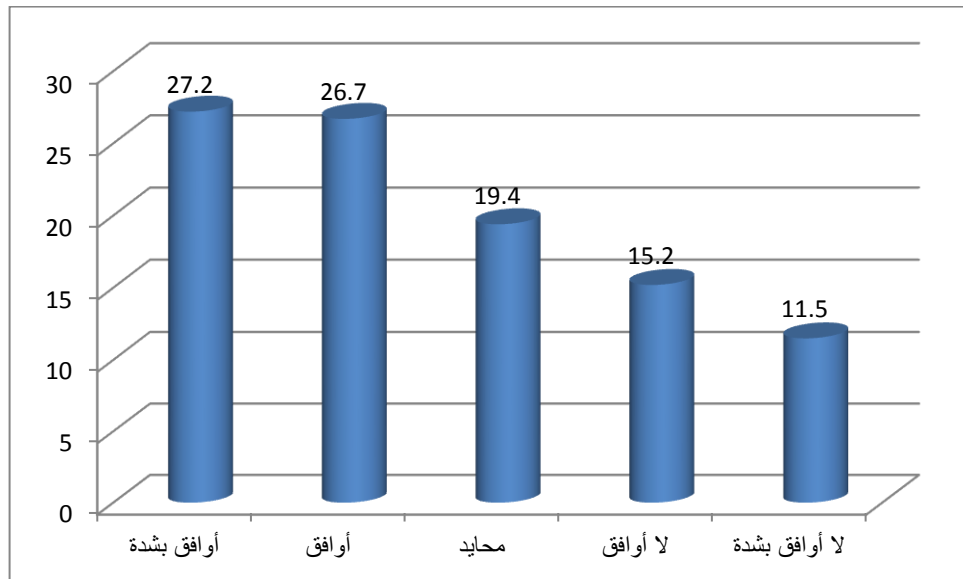
جدول رقم (28) يوضح عدم الاهتمام بالدراسة

النسبة %	العدد	العبارة
27.2	52	أوافق بشدة
26.7	51	أوافق
19.4	37	محايد
15.2	29	لا أوافق
11.5	22	لا أوافق بشدة
100.0	191	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 27.2% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة على " عدم الاهتمام بالدراسة " و 26.7% يوافقون و 19.4% محايدون و 15.2% لا يوافقون و 11.5% لا يوافقون بشدة. مما تقدم يري الباحث ان شبكات التواصل الاجتماعي جعلت الطلاب علي يهتمون بالوجبات الدراسية ولذلك يكون هنالك تدني في مستوياتهم الاكاديمية سبب الجلوس فترات طويلة في الشبكات الاجتماعية ومتابعة كل ما ينشر فيها.

شكل رقم (28) يوضح عدم الاهتمام بالدراسة



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

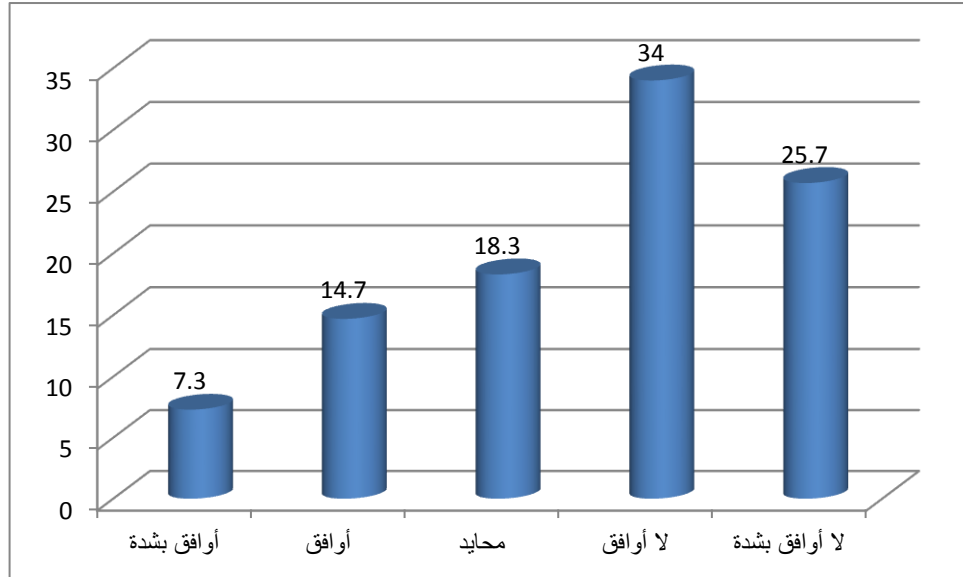
جدول رقم (29) يوضح عدم احترام الآخرين

العبارة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	14	7.3
أوافق	28	14.7
محايد	35	18.3
لا أوافق	65	34.0
لا أوافق بشدة	49	25.7
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 7.3% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة على " عدم احترام الآخرين " و14.7% يوافقون و18.3% محايدون و34.0% لا يوافقون و25.7% لا يوافقون بشدة. مما سبق يلاحظ ان الوسائل التواصل الاجتماعي لم تقلل من احترام الآخرين عبر التواصل معهم زادت من تقوية العلاقة معهم.

شكل رقم (29) يوضح عدم احترام الآخرين



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

ما هي نوع مشاركتك عبر مجموعات الوتس آب؟

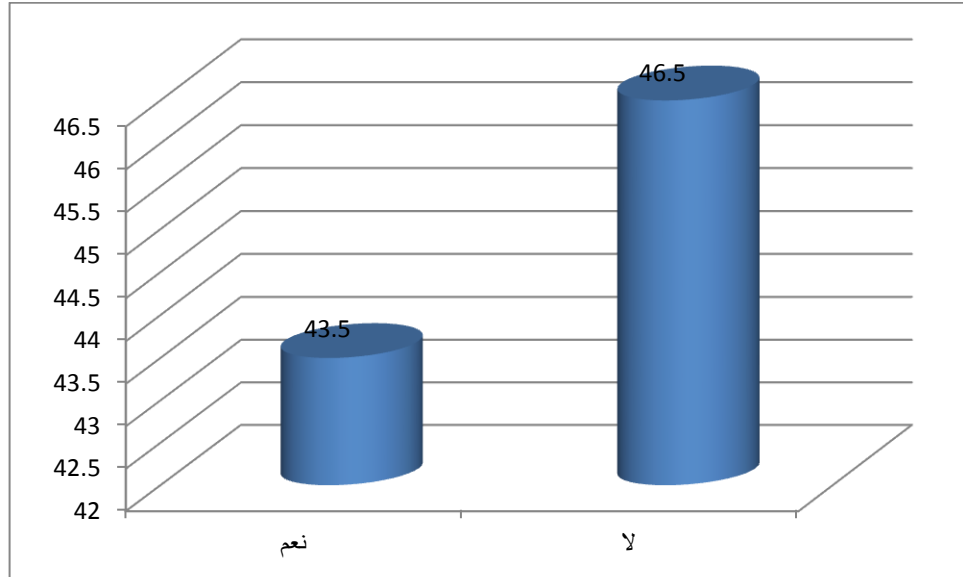
جدول رقم (30) يوضح إضافة معلومة

العبارة	العدد	النسبة %
نعم	83	43.5
لا	108	46.5
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 43.5% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على إضافة معلومة و46.5% لا. يتضح مما سبق ان اغلب مشاركات المستخدمين عبر مجموعات الواتس آب هو اضافة المعلومات الجديدة للاستفادة منها وهذا يعني ان المستخدمين يتبادلون المعلومات للاستفادة منها.

شكل رقم (30) يوضح إضافة معلومة



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

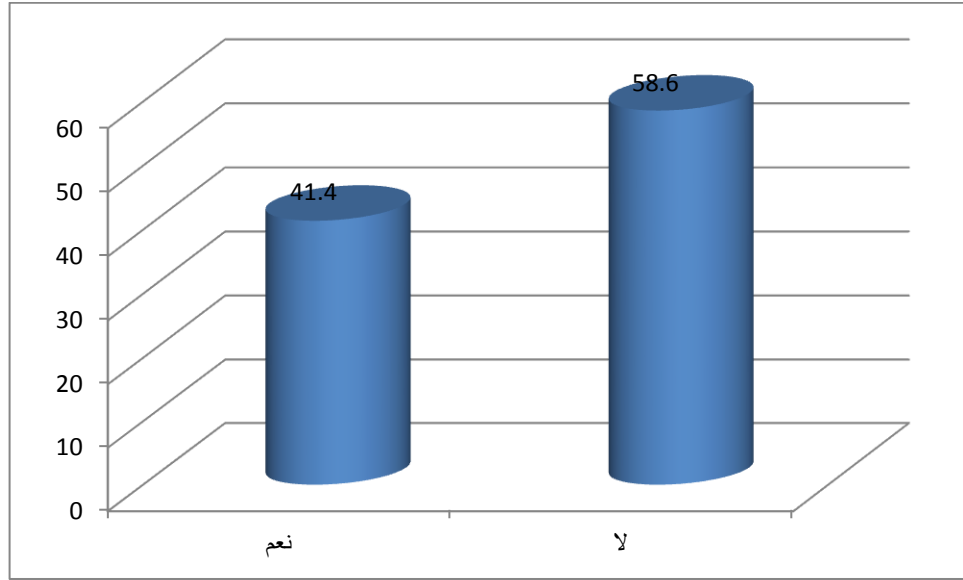
جدول رقم (31) يوضح إبداء رأي

النسبة %	العدد	العبارة
41.4	79	نعم
58.6	112	لا
100.0	191	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 41.4% من أفراد عينة الدراسة إجاباتهم نعم على إبداء رأي بأول و58.6% لا. يتضح من هذا ان هنالك مجموعة متوسطة من المستخدمين يشاركون في المجموعات عبر الواتس آب من خلال إبداء الرأي في الموضوعات التي تطرح في المجموعة.

شكل رقم (31) يوضح إبداء رأي



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

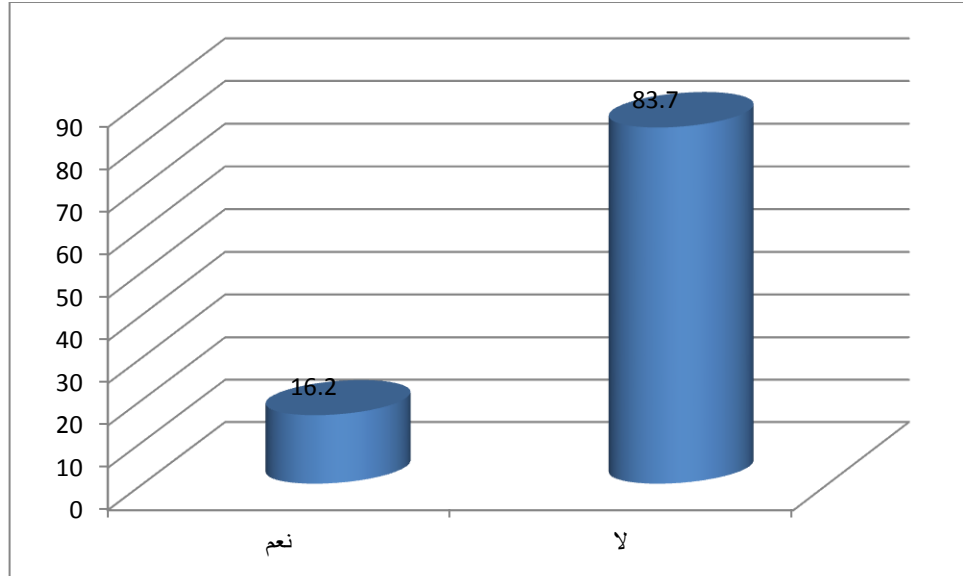
جدول رقم (32) يوضح نقل الرأي

العبارة	العدد	النسبة %
نعم	31	16.2
لا	160	83.7
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 16.2% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على نقل الرأي بأول و83.7% لا. يري الباحث من خلال الدراسة ان هنالك فئة قليلة من المستخدمين يكتفون بنقل اراء الاخرين عبر المجموعات المختلفة.

شكل رقم (32) يوضح نقل الرأي



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

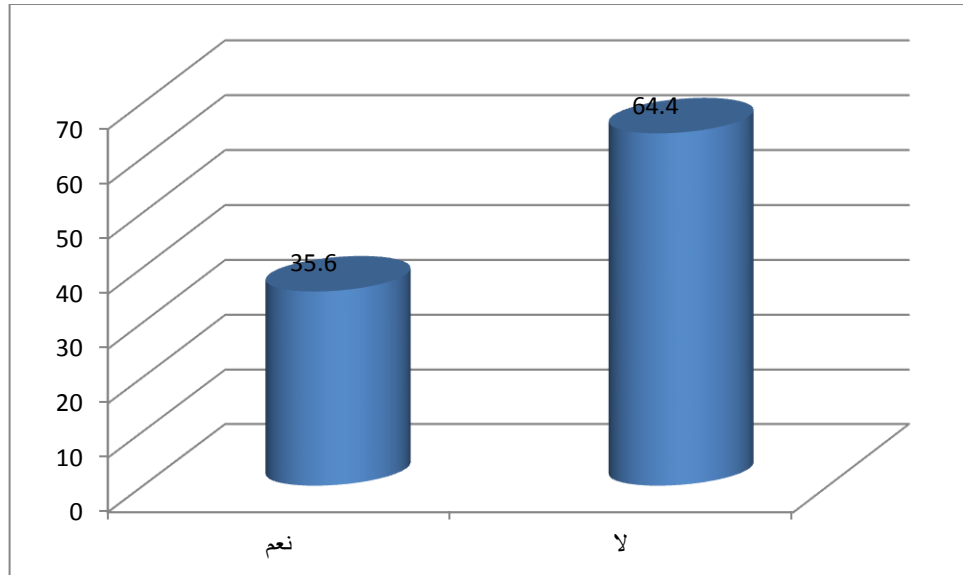
جدول رقم (33) يوضح الاطلاع فقط

النسبة %	العدد	العبارة
35.6	68	نعم
64.4	123	لا
100.0	191	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 35.6% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على الاطلاع فقط بأول و64.4% لا. مما سبق يلاحظ ان هنالك نسبة كبيرة من المستخدمين يكتفون بالاطلاع فقط علي ما ينشر في المجموعات.

شكل رقم (33) يوضح الاطلاع فقط



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

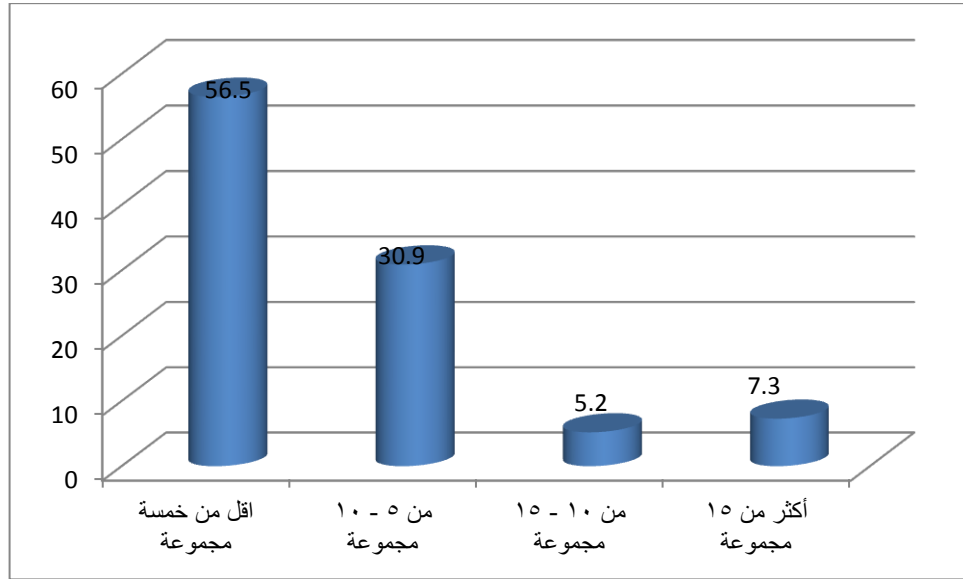
جدول رقم (34) يوضح عدد المجموعات المشترك فيها عبر الواتساب

العبرة	العدد	النسبة %
اقل من خمسة مجموعة	108	56.5
من 5 - 10 مجموعة	59	30.9
من 10 - 15 مجموعة	10	5.2
أكثر من 15 مجموعة	14	7.3
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 56.5% من أفراد عينة الدراسة عدد المجموعات المشترك فيها عبر الواتساب اقل من خمسة مجموعة و30.9% من 5 - 10 مجموعة و5.2% من 10 - 15 مجموعة و7.3% أكثر من 15 مجموعة.

شكل رقم (34) يوضح عدد المجموعات المشترك فيها عبر الواتساب



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

ما نوع المجموعات التي تشترك فيها عبر تطبيق الوتس آب ؟

جدول رقم (35) يوضح ثقافية

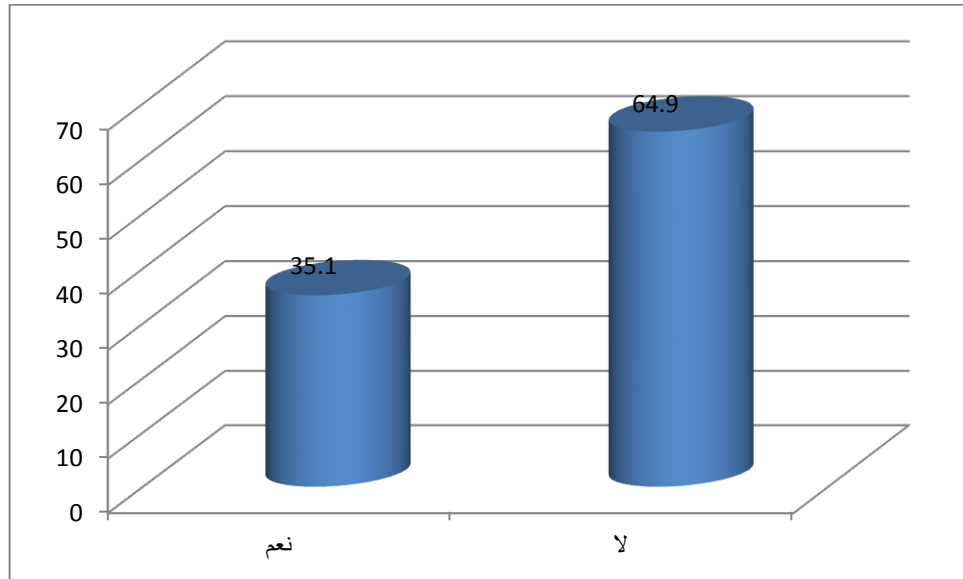
العبارة	العدد	النسبة %
نعم	67	35.1
لا	124	64.9
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 35.1% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على " ثقافية " و 64.9% لا.

مما سبق يلاحظ ان اكثر المجموعات استخداما لدي مستخدمي التواتس آب هي المجموعات الثقافية.

شكل رقم (35) يوضح ثقافية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

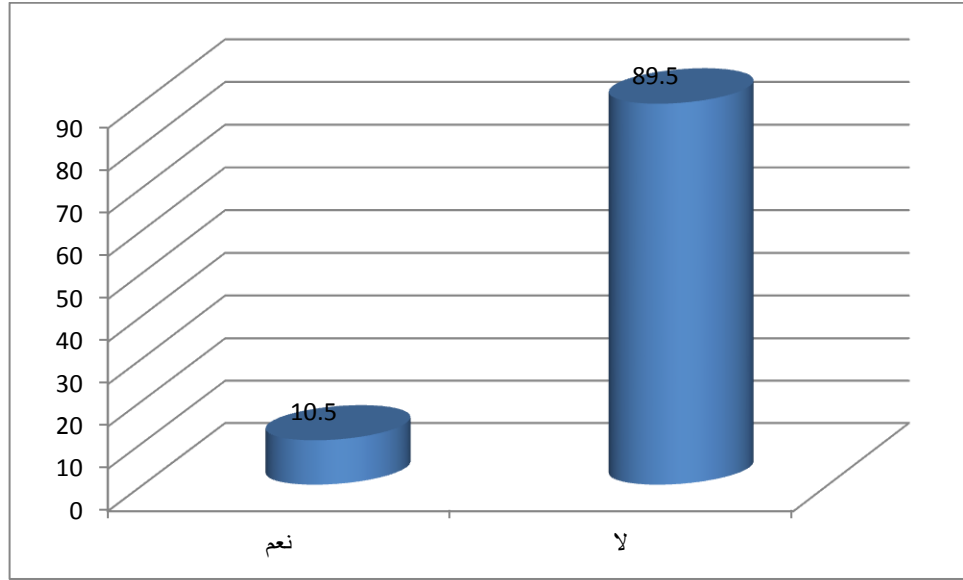
جدول رقم (36) يوضح سياسية

النسبة %	العدد	العبارة
10.5	20	نعم
89.5	171	لا
100.0	191	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 10.5% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على " سياسية " و89.5% لا. يتضح مما سبق ان المجموعات الساسية هي اقل المجموعات استخداما عند مستخدمي الواتس آب لا السياسة بها كلام كثير وليس هنالك عن عند المستخدم لكي يقرأه.

شكل رقم (36) يوضح سياسية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

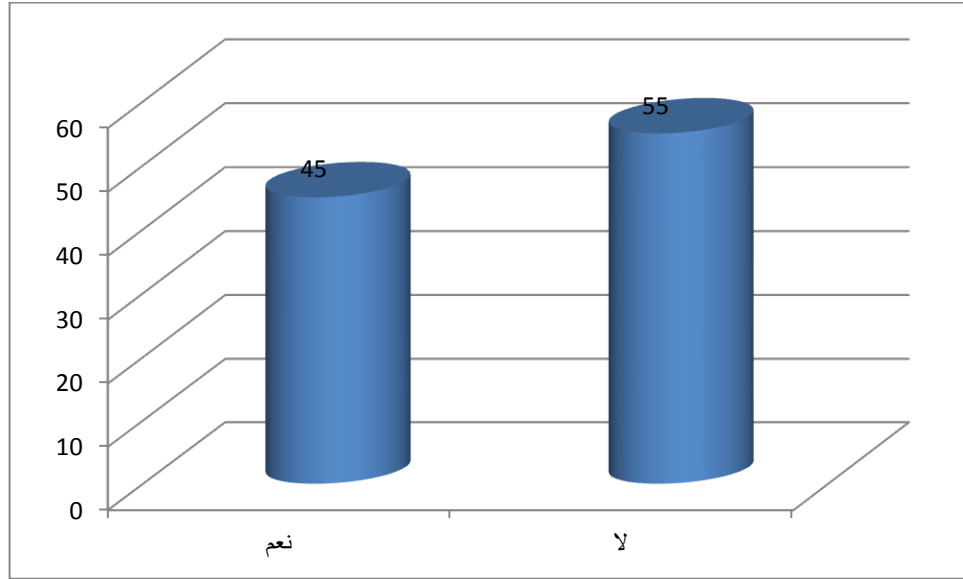
جدول رقم (37) يوضح أسرية

النسبة %	العدد	العبارة
45.0	86	نعم
55.0	105	لا
100.0	191	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 45.0% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على " أسرية " و 55.0% لا. يلاحظ من الجدول اعلاه ان اغلب مستخدمي الواتس آب يستخدمون المجموعات الاسرية لانها ينشر بها أي معلومة تتعلق بالاسرة وهذا يدل علي انه هنالك تهديد لمجتمع الاسرة الحقيقي او الزيارات الاسرية بل اصبحت اغلب الاسر تكتفي بالتواصل عبر هذه المجموعات.

شكل رقم (37) يوضح أسرية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

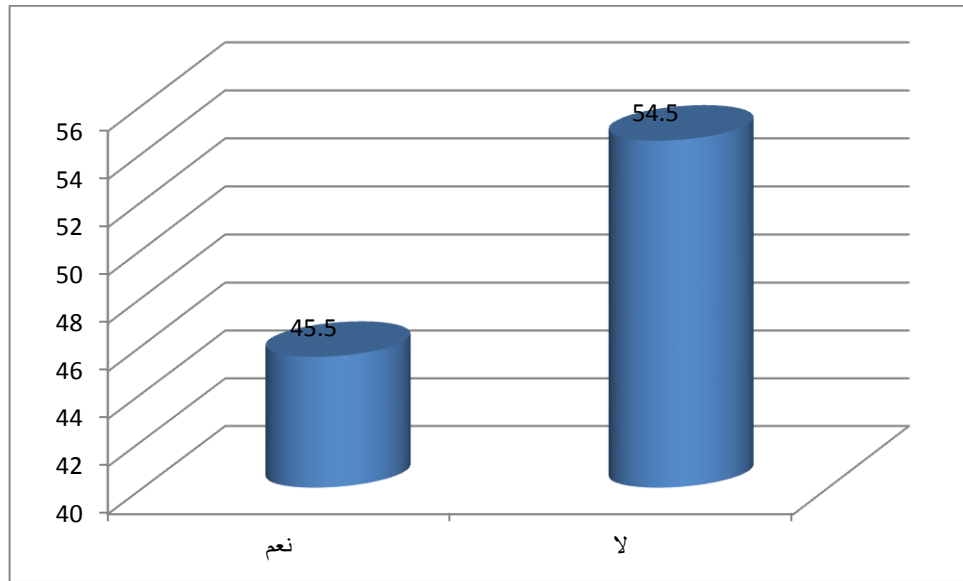
جدول رقم (38) يوضح اجتماعية

النسبة %	العدد	العبارة
45.5	87	نعم
54.5	88	لا
100.0	191	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 45.5% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على " اجتماعية " و54.5% لا. يري الباحث ان هذا يؤكد ان المجموعات الاجتماعية عبر الواتس آب هي اكثر المجموعات استخداماً لان اغلب المستخدمين للواتس آب يهتمون بالموضوعات الاجتماعية.

شكل رقم (38) يوضح اجتماعية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

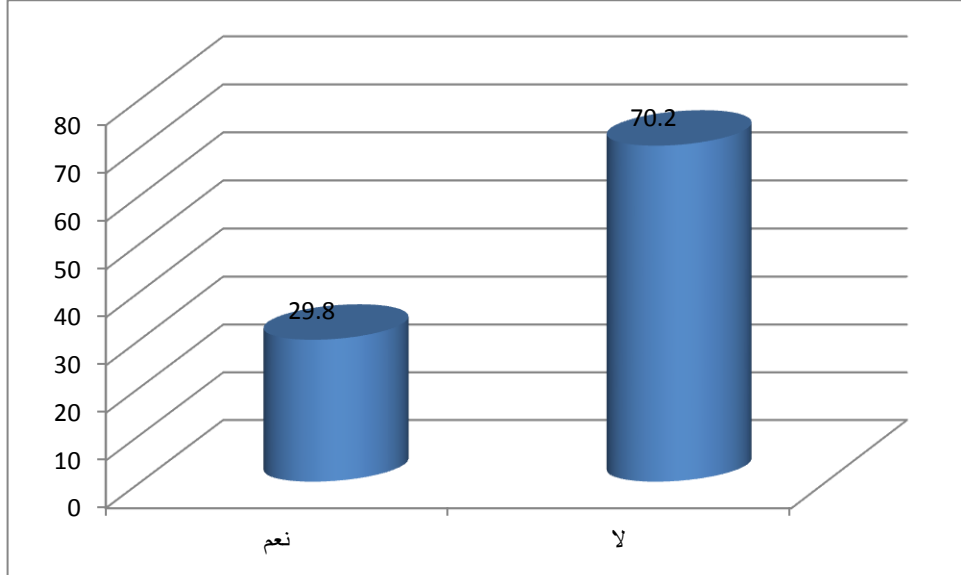
جدول رقم (39) يوضح ترفيهية

النسبة %	العدد	العبارة
29.8	57	نعم
70.2	134	لا
100.0	191	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 29.8% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على " ترفيهية " و70.2% لا.

شكل رقم (39) يوضح ترفيهية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

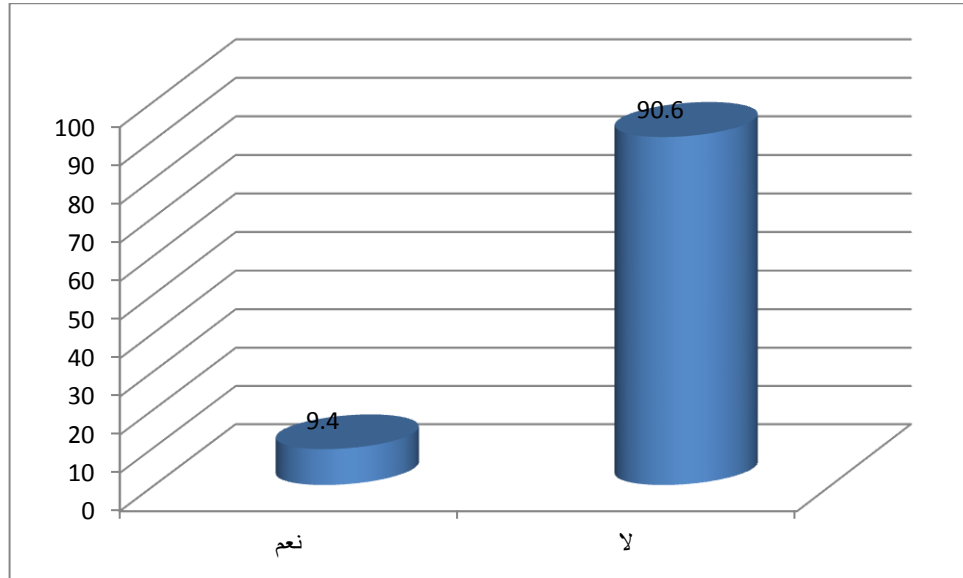
جدول رقم (40) يوضح إعلامية مهنية

العبارة	العدد	النسبة %
نعم	18	9.4
لا	173	90.6
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 9.4% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على " إعلامية مهنية " و90.6% لا.

شكل رقم (40) يوضح إعلامية مهنية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

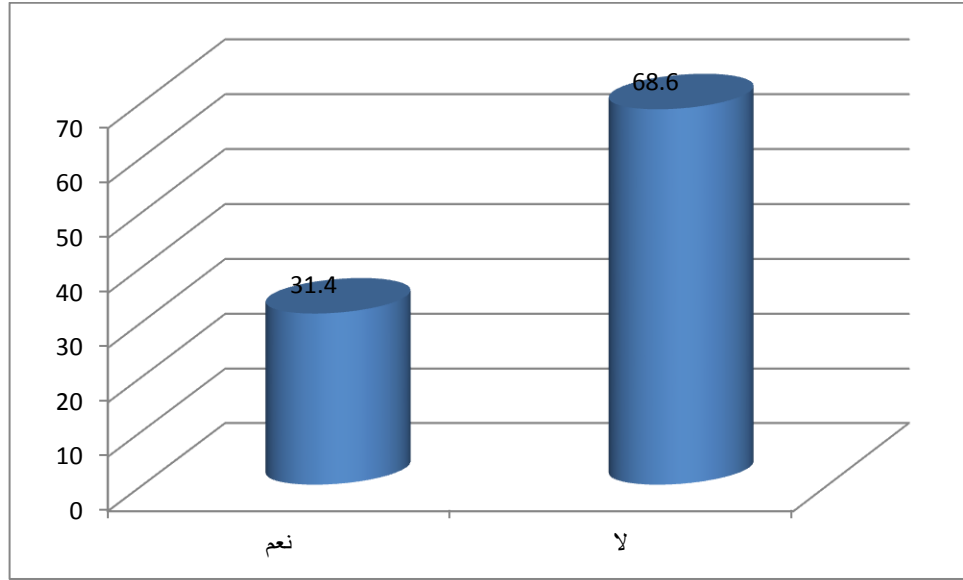
جدول رقم (41) يوضح أكاديمية

العبارة	العدد	النسبة %
نعم	60	31.4
لا	131	68.6
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 31.4% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على " أكاديمية " و68.6% لا. يلاحظ الباحث ان هذا يؤكد ان للموضوعات الاكاديمية اهمية كبير لدي مستخدمي مجموعات الواتس آب لانهم ينشرون كل ما يتعلق بالدراسة من جداول ومذكرات ونتائج والتقويم الدراسي وغيرها من الموضوعات الاكاديمية.

شكل رقم (41) يوضح أكاديمية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

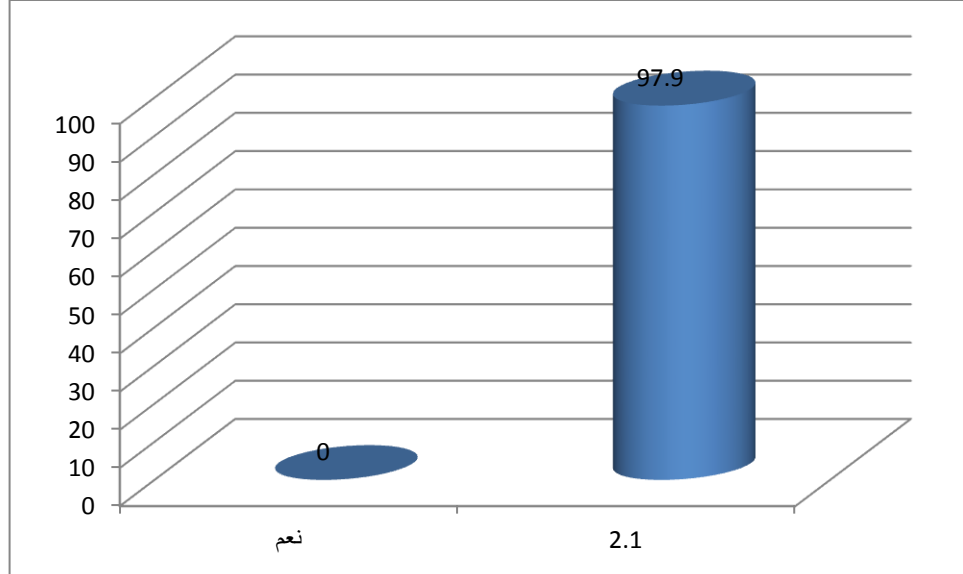
جدول رقم (42) يوضح دينية

العبرة	العدد	النسبة %
نعم	4	2.1
لا	187	97.9
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 2.1% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم نعم على " دينية " و97.9% لا. يلاحظ الباحث من خلال الدراسة ان هنالك قلة في المجموعات التي تختلف بالجوانب الدينية لوحدها بل تنتشر المعلومات الدينية من خلال المجموعات العامة.

شكل رقم (42) يوضح دينية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

محور استخدام تطبيقي الفيس بوك والواتس آب:

جدول رقم (43) يوضح استخدام الفيس بوك و الواتس آب أشعربي بالعزلة عن

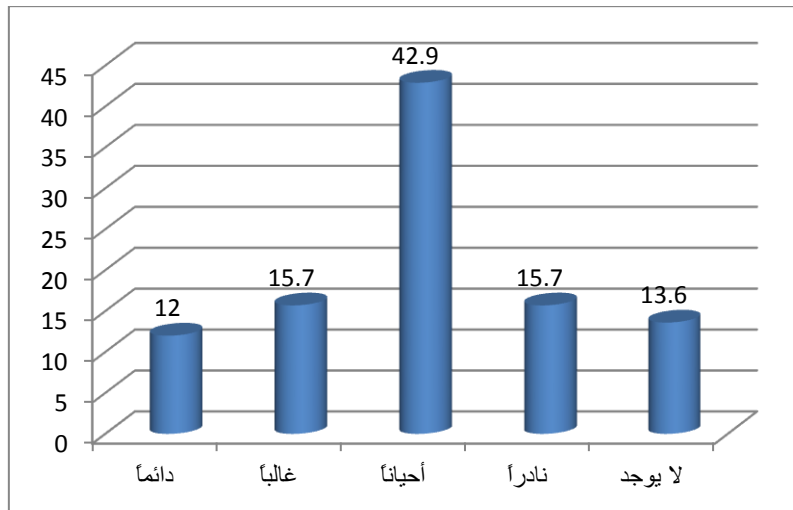
محيطي الأسري؟

العبرة	العدد	النسبة %
دائماً	23	12.0
غالباً	30	15.7
أحياناً	82	42.9
نادراً	30	15.7
لا يوجد	26	13.6
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 12.0% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم دائماً علي أن استخدام الفيس بوك و الواتس آب أشعربي بالعزلة عن محيطي الأسري و 15.7% غالباً و 42.9% أحياناً و 15.7% نادراً و 13.6% لا يوجد. يري الباحث ان هذا يؤكد ان استخدام الفيس بوك و الواتس آب تسبب في اغلب الاعيان في الشعور بالعزلة عن المحيط الاسري واللجوء الي العالم الافتراضي.

شكل رقم (43) يوضح استخدام الفيس بوك و الواتس آب أشعربي بالعزلة عن محيطي الأسري



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

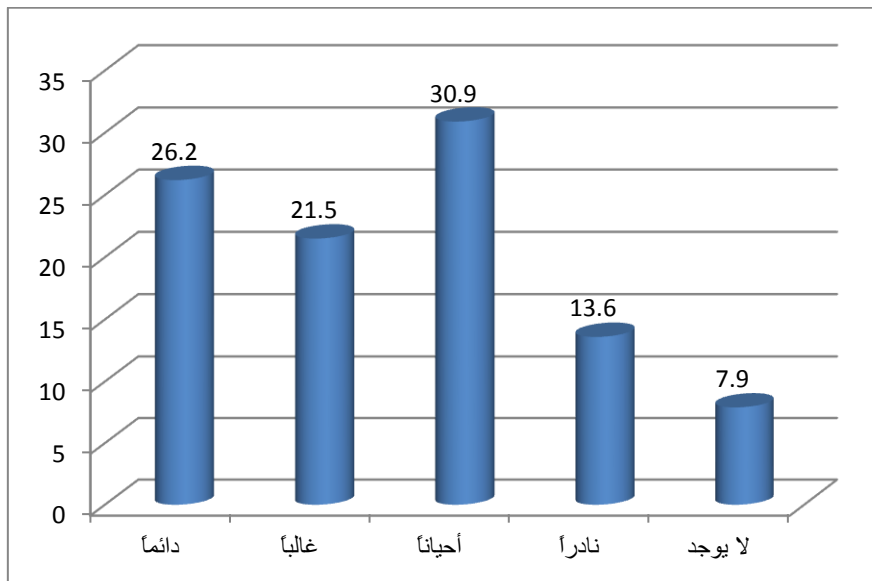
جدول رقم (44) يوضح الفيس بوك والواتس آب زاد من صلة الرحم بيني وبين أقربائي

العبرة	العدد	النسبة %
دائماً	50	26.2
غالباً	41	21.5
أحياناً	59	30.9
نادراً	26	13.6
لا يوجد	15	7.9
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 26.2% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم دائماً علي أن الفيس بوك والواتس آب زاد من صلة رحمي بين أقربائي و 21.5% غالباً و 30.9% أحياناً و 13.6% نادراً و 7.9% لا يوجد. يتضح من هذا الفيس بوك والواتس آب لهما قدرة كبيرة في التقريب بين صلة الرحم بين افراد الاسرة الواحدة من خلال طرح كل القضايا وشروع في ايجاد حل لها والتشاور فيها.

شكل رقم (44) يوضح الفيس بوك والواتس آب زاد من صلة الرحم بيني وبين أقربائي



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

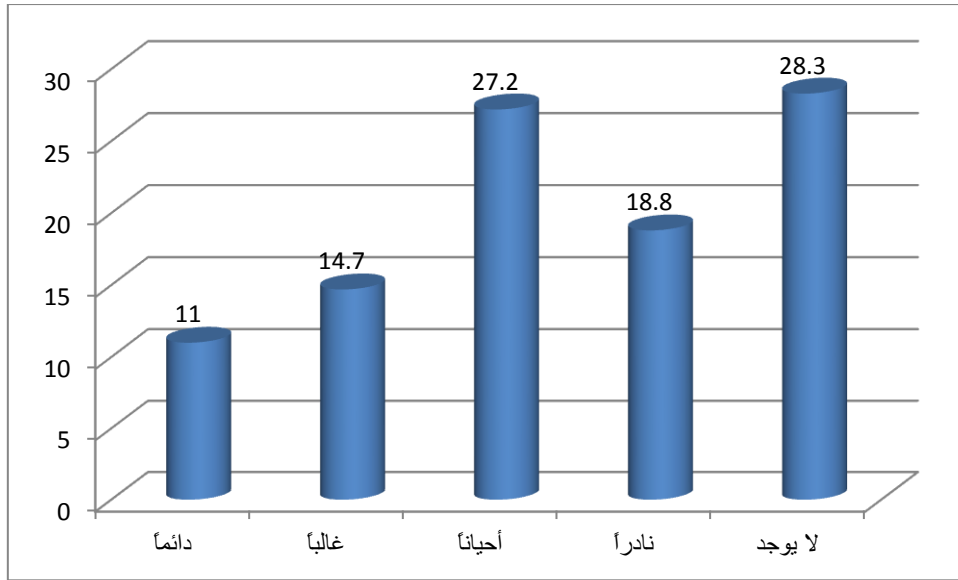
جدول رقم (45) يوضح استخدام الفيس بوك الواتس آب عندما تزداد مشاكل

العبرة	العدد	النسبة %
دائماً	21	11.0
غالباً	28	14.7
أحياناً	52	27.2
نادراً	36	18.8
لا يوجد	54	28.3
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 11.0% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم دائماً علي استخدام الفيس بوك الواتس آب عندما تزداد مشاكل و 14.7% غالباً و 27.2% أحياناً و 18.8% نادراً و 28.3% لا يوجد. يلاحظ من هذا ان مستخدمي الفيس بوك والواتس آب يلجؤون لاستخدامهما عن ازدياد المشاكلهم في كثير من الاحيان.

شكل رقم (45) يوضح استخدام الفيس بوك الواتس آب عندما تزداد مشاكل



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

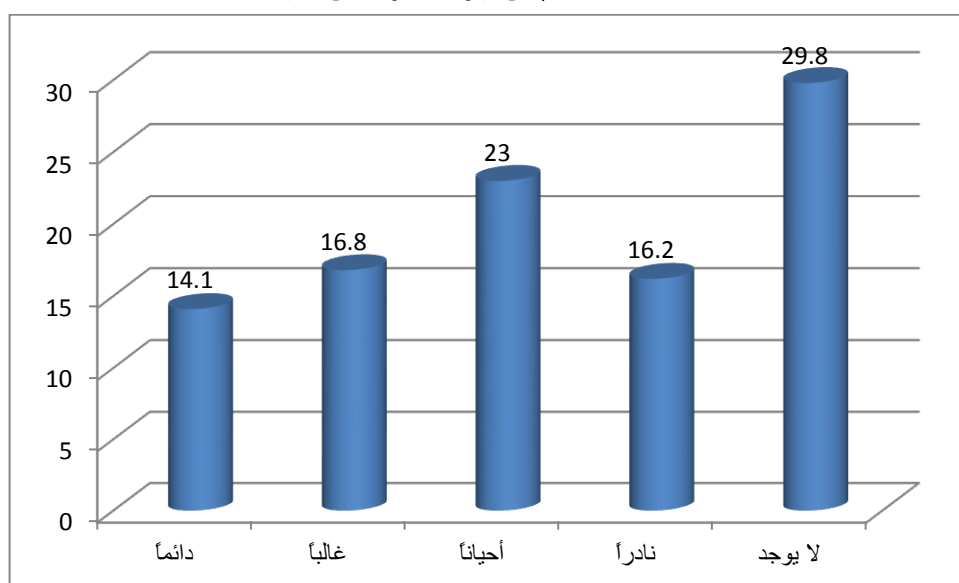
جدول رقم (46) يوضح "اشعر بان تفاعلي مع افراد اسرتي قل منذ استخدامي
للفيس بوك الواتس آب"

العبرة	العدد	النسبة %
دائماً	27	14.1
غالباً	32	16.8
أحياناً	44	23.0
نادراً	31	16.2
لا يوجد	57	29.8
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 14.1% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم دائماً علي أن تفاعلي مع افراد اسرتي قل منذ استخدامي للفيس بوك والواتس آب و 16.8% غالباً و 23.0% أحياناً و 16.2% نادراً و 29.8% لا يوجد. يتضح من هذا ان في كثير من الاحيان تجد مستخدمي الفيس بوك والواتس آب قل تفاعلهم مع افراد اسرية بسبب الانشغال مع هذا الشبكات.

شكل رقم (46) يوضح "اشعر بان تفاعلي مع افراد اسرتي قل منذ استخدامي
للفيس بوك الواتس آب"



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

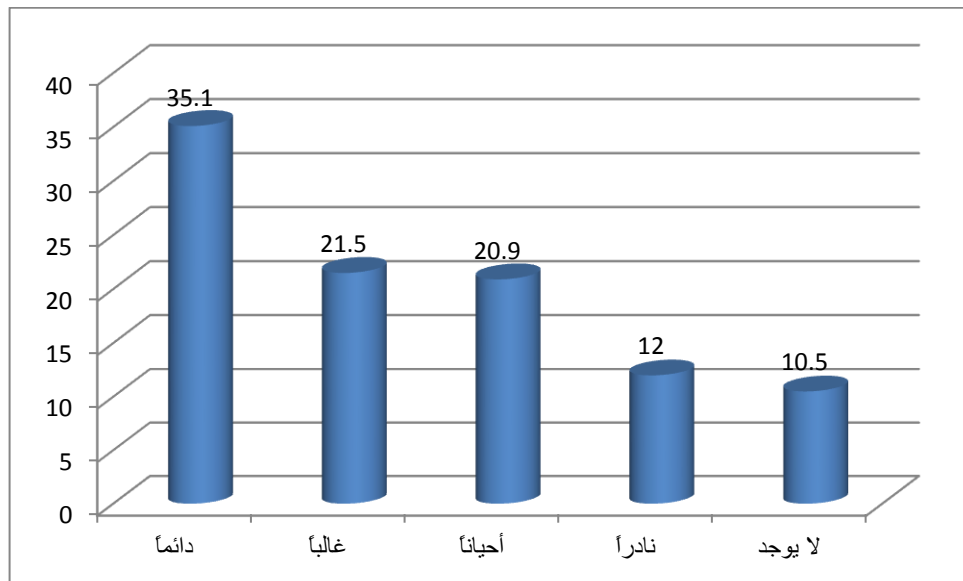
جدول رقم (47) يوضح علاقاتي عبر الفيس بوك و الواتس آب تسمح لي
بالتحدث بصراحة وجرأة وبكل ثقة

العبرة	العدد	النسبة %
دائماً	67	35.1
غالباً	41	21.5
أحياناً	40	20.9
نادراً	23	12.0
لا يوجد	20	10.5
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 35.1% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم دائماً علي أن علاقاتي عبر الفيس بوك و الواتس آب تسمح لي بالتحدث بصراحة وجرأة وبكل ثقة و 21.5% غالباً و 20.9% أحياناً و 12.0% نادراً و 10.5% لا يوجد. يلاحظ الباحث ان هذا يؤكد ان العلاقات عبر الفيس بوك و الواتس آب تسمح للمستخدم بالتحدث برأيه بكل حرية وثقة ودون قيود عكس الواقع الحقيقي.

شكل رقم (47) يوضح علاقاتي عبر الفيس بوك و الواتس آب تسمح لي بالتحدث
بصراحة وجرأة وبكل ثقة



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

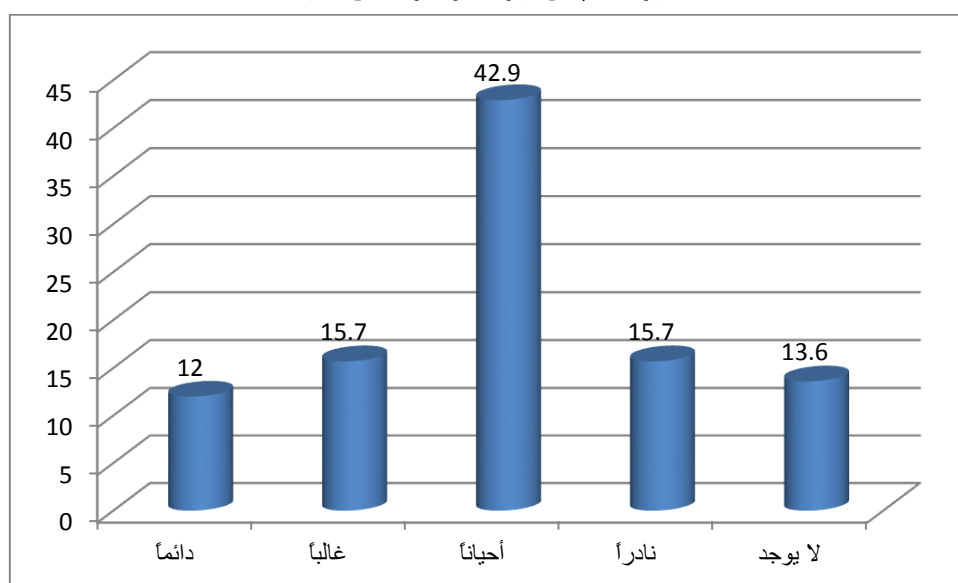
جدول رقم (48) يوضح افتقاري إلي الأصدقاء دفعني إلي تكوين علاقة صداقة
عبر الفيس بوك والواتس آب

العبرة	العدد	النسبة %
دائماً	23	12.0
غالباً	30	15.7
أحياناً	82	42.9
نادراً	30	15.7
لا يوجد	26	13.6
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 12.0% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم دائماً علي أن افتقاري إلي الأصدقاء دفعني إلي تكوين علاقة صداقة عبر الفيس بوك والواتس آب و 15.7% غالباً و 42.9% أحياناً و 15.7% نادراً و 13.6% لا يوجد. يتضح من هذا ان الافتقار للصدقاء في الواقع جعل الكثيرين من مستخدمي الفيس بوك والواتس آب لتكون علاقة عبر هذه الشبكات الالكترونية.

شكل رقم (48) يوضح افتقاري إلي الأصدقاء دفعني إلي تكوين علاقة صداقة
عبر الفيس بوك والواتس آب



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

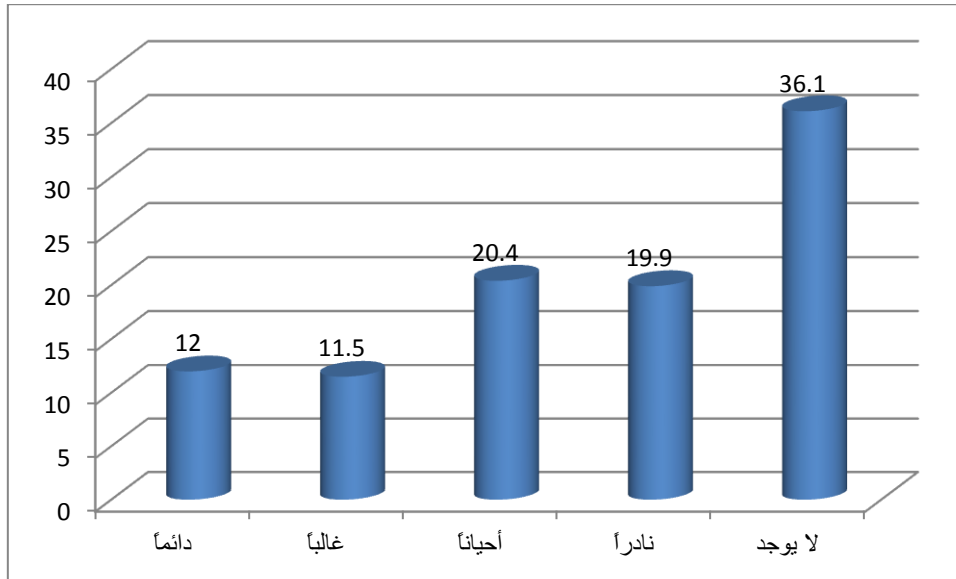
جدول رقم (49) يوضح ارتباطي الفيس بوك والواتس أب جعلني اعزف عن بعض المناسبات الاجتماعية والعائلية

العبارة	العدد	النسبة %
دائماً	23	12.0
غالباً	22	11.5
أحياناً	39	20.4
نادراً	38	19.9
لا يوجد	69	36.1
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 12.0% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم دائماً علي أن ارتباطي الفيس بوك والواتس أب جعلني اعزف عن بعض المناسبات الاجتماعية والعائلية و 11.5% غالباً و 20.4% أحياناً و 19.9% نادراً و 36.1% لا يوجد. يلاحظ من هذا ان بعض مستخدمي الفيس بوك والواتس أب اصبحوا يعززون عن المناسبات الاجتماعية والاسرية والاكتفاء بمراسلة عبر هذه الشبكات وهذا سوف ينعكس سلبا علي حياتهم الاجتماعية في المستقبل.

شكل رقم (49) يوضح ارتباطي الفيس بوك والواتس أب جعلني اعزف عن بعض المناسبات الاجتماعية والعائلية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

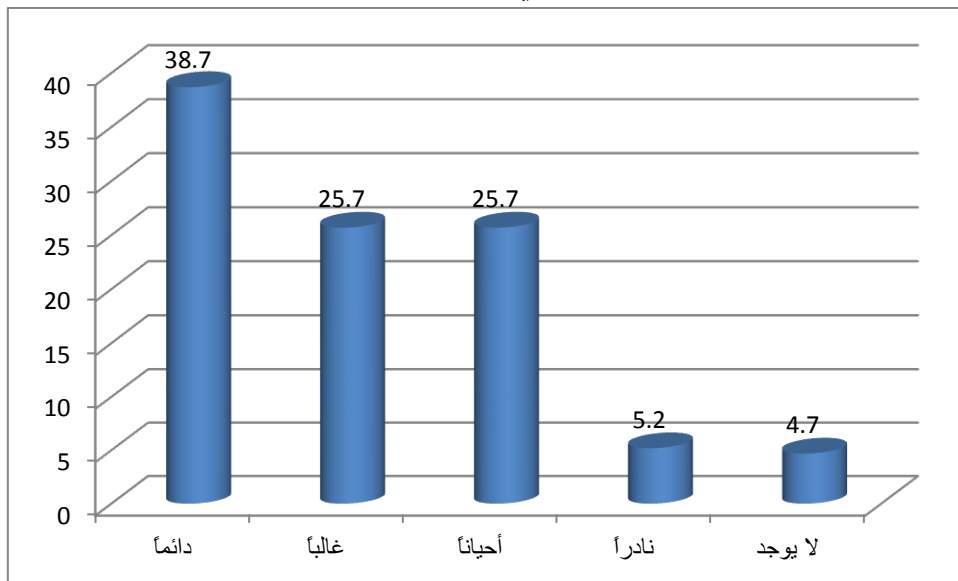
جدول رقم (50) يوضح الاتصال عبر الفيس بوك الواتس آب ساعدني في توسيع
علاقاتي الاجتماعية

العبرة	العدد	النسبة %
دائماً	74	38.7
غالباً	49	25.7
أحياناً	49	25.7
نادراً	10	5.2
لا يوجد	9	4.7
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

نجد أن 38.7% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم دائماً علي أن الاتصال عبر الفيس بوك الواتس آب ساعدني في توسيع علاقاتي الاجتماعية و25.7% غالباً و25.7% أحياناً و5.2% نادراً و4.7% لا يوجد. ويرى الباحث ان هذا يؤكد ان الفيس بوك والواتس آب تساعدت في توسيع العلاقات الاجتماعية بين المستخدمين.

شكل رقم (50) يوضح الاتصال عبر الفيس بوك الواتس آب ساعدني في توسيع
علاقاتي الاجتماعية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

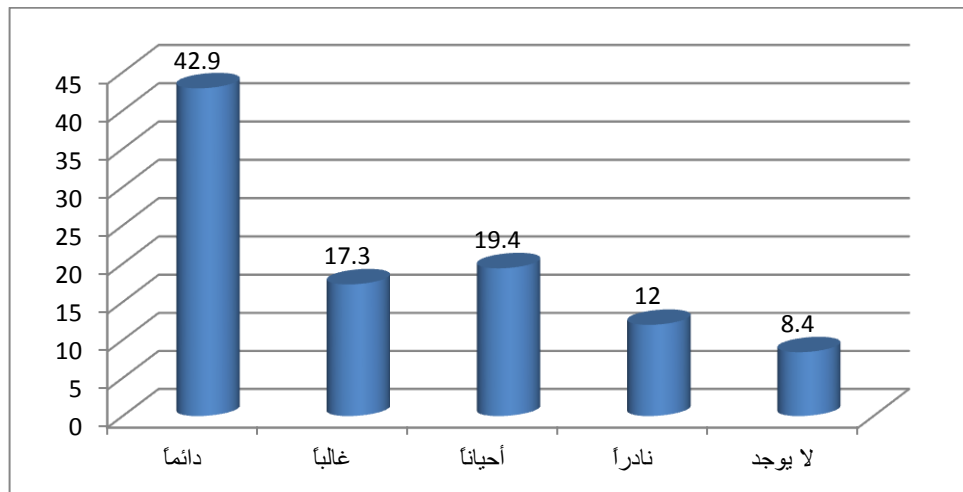
جدول رقم (51) يوضح استخدام الوجوه التعبيرية في التعبير عن انفعالاتي عبر الفيس بوك و الواتس آب

العبرة	العدد	النسبة %
دائماً	82	42.9
غالباً	33	17.3
أحياناً	37	19.4
نادراً	23	12.0
لا يوجد	16	8.4
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 42.9% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم دائماً علي أن استخدم الوجوه التعبيرية في التعبير عن انفعالاتي عبر الفيس بوك و الواتس آب و 17.3% غالباً و 19.4% أحياناً و 12.0% نادراً و 8.4% لا يوجد. يلاحظ ان مستخدمي الفيس بوك و الواتس آب يستخدمون الوجوه التعبيرية بشكل كبير جداً لتعبير عن انفعالاتهم ولكن هذه الوجوه التعبيرية ولا يفهمها كل المستخدمين لانها وجوه غامضة.

شكل رقم (51) يوضح استخدام الوجوه التعبيرية في التعبير عن انفعالاتي عبر الفيس بوك و الواتس آب



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

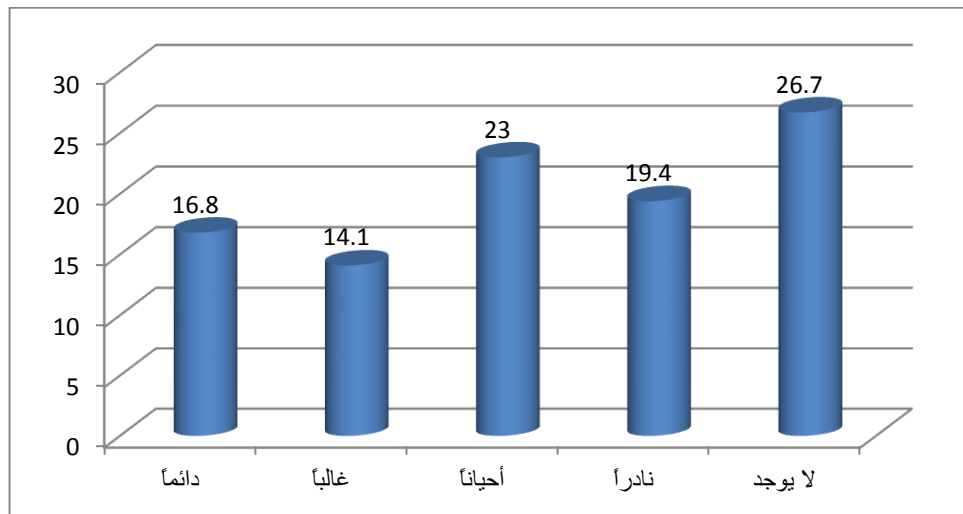
جدول رقم (52) يوضح غيابي عن الفيس بوك والواتس آب لفترة طويلة
يشعرني بالضيق

العبرة	العدد	النسبة %
دائماً	32	16.8
غالباً	27	14.1
أحياناً	44	23.0
نادراً	37	19.4
لا يوجد	51	26.7
المجموع	191	100.0

المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

وجد أن 16.8% من أفراد عينة الدراسة إجابتهم دائماً علي أن غيابي عن الفيس بوك والواتس آب لفترة طويلة يشعرني بالضيق و 14.1% غالباً و 23.0% أحياناً و 19.4% نادراً و 26.7% لا يوجد. ويؤكد هذا ان بعض مستخدمي الفيس بوك والواتس لا يستطيعون الاستغناء عنها ولو فترة قصيرة وعندما لا يستخدمونها يشعرون بالضيق والملل من المجمع الواقعي

شكل رقم (52) يوضح غيابي عن الفيس بوك والواتس آب لفترة طويلة يشعرني بالضيق



المصدر: إعداد الباحث من بيانات استبيان الدراسة الميدانية 2016م

رابعاً: النتائج:

بعد ان قام الباحث بإجراء الدراسة الميدانية وتحليل إستمارة الاستبيان بالاضافة الي للملاحظة الباحث توصل الي عدة نتائج من خلال هذه الدراسة وتمثلت نتائج الدراسة في الآتي:

1. أكدت الدراسة ان افراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة عالية، مما يعني ان حسن الاختيار لعينة مهتمة بموضوع البحث ولها درجة معقولة من الانفعال بها والتعامل معها
2. اكدت الدراسة ان شبكات النواصل الاجتماعي تستخدم في التفاعل والتواصل مع الاخرين، وتسهم في تعريف الناس ببعضهم البعض ومناقشة مختلف القضايا الثقافية والسياسية والاجتماعية وغيرها من القضايا بفضل ما تتميز به من الخصائص تميزها عن غيرها من وسائل الاعلام الاخرى
3. اثبتت الدراسة ان معظم الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب ، وهم من فئة الذكور حيث بلغت نسبتهم (59.2) بينما بلغت نسبة الاناث (40.8) ويتضح من ذلك ان الذكور هم الاكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، ولا ينفي ذلك ان الاناث لديهن اهتمام بالتقنية الحديثة.
4. اثبتت الدراسة ان الهاتف هو اكثر وسيلة يستخدم لدخول في شبكات التواصل الاجتماعي لما يتمتع به من ميزات جعلته يتفضل علي غيره من الوسائل الاخرى.
5. اوضحت الدراسة ان تطبيقي الواتس آب والفيس بوك هما الاكثر استخداماً من بين الشبكات الاجتماعية الاخرى بنسبة بلغت (48.2) للواتس و(45.5) للفيس بوك.

6. اثبتت الدراسة ضعف استخدام العينة المبحوثة لتويتر وانيسغرام واليوتيوب، مدد ذلم في نظر الباحث ان الواتس آ والفيس بوك يقنيان من الشبكات الاجتماعية الاخري في سرعة وتبادل الصور ومقاطع الفيديو.
7. اثبتت الدراسة اهمية شبكات التواصل الاجتماعي لانها وسيلة تساعد علي اطلاع الاحداث الثقافية لدي الشباب.
8. اثبتت الدراسة ان ابرز اسباب ودوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية التعلم والتعرف علي الثقافات الاخري والتواصل والدرشة مع الاخرين.
9. اكدت الدراسة ان اكثر ما يزعج المستخدمين عبر الشبكات الاجتماعية انتشار الاشاعات وسرعة تدولها بين المستخدمين.
10. اثبتت الدراسة ان شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر علي اوقات الفراغ بالنسبة للشباب بجعلهم يقضون اغلب اوقاتهم علي استخدام الانترنت.
11. اثبتت الدراسة ان اكثر ما يؤدي لساءة شبكات التواصل الاجتماعي لعدم معرفة الاهداف الحقيقية لهذه الشبكات.
12. بينت الدراسة ان الشبكات الاجتماعية ساعدت الشباب علي الاهتمام بالفرائض الشعائر الدينية من صلاة وذكر وتلاوة القرءان والصدقة خلال التطبيقات المختلفة والحث عليها.
13. اكدت الدراسة ان الشبكات الاجتماعية جعلت المستخدمين يهتمون بالآخرين ويقدمون المساعدة لهم.
14. اثبتت الدراسة ان الشباب يهتمون بتقليد الشخصيات الرياضية والدرامية في كثير من افعالهم واقوالهم من حلاقات ولبس والرقص وغيره.
15. اثبتت الدراسة ان المستخدمين في شبكات التواصل الاجتماعي يهتمون بالتطوات التكنولوجية ومتابعتها.

16. اثبتت الدراسة ان الشباب يستخدمون الفيس بوك بغرض التواصل والبحث عن المعلومات.
17. اثبتت الدراسة ان استخدام الفيس بوك اثر علي تطوير ثقافة الحوار لدي الفرد ايجابا بسنة (63.4).
18. اثبتت الدراسة ان الفيس بوك يؤثر في اغلب الاحيان علي شخصية الفرد في تواصله مع المجتمع الحقيقي.
19. اتضح من خلال الدراسة ان الدردشة الكتابية من اكثر خدمات الواتس آب التي يفضل ان المستخدمون عبر مجموعات الواتس آب بنسبة بلغت (68.6) تليها المشاركة عبر الصور (34.6) مقارنة ببقية الخدمات.
20. اتضح من خلال الدراسة ان الشبكات الاجتماعية جعلت الطلاب يهتمون بالواجبات الدراسية بإنشغالهم بها بنسبة كبيرة.
21. اتضح من خلال الدراسة ان وسائل التواصل الاجتماعي لن تجعل المستخدمين يهتمون ببعض الاشياء التي كانوا يهتمون بها من قبل.
22. اتضح من خلال الدراسة ان اغلب المشاركات عبر مجموعات الواتس آب اضافة معلومات من قبل المستخدمين بنسبة بلغت (43.5) ويليهما ابداء الرأي حول الموضوعات التي تنتشر في المجموعات بنسبة (41.4).
23. اتضح من خلال الدراسة ان اكثر المجموعات التي يشترك عدد كبير من المستخدمين في الواتس آب المجموعات الاجتماعية بنسبة (45.5) والاسرية (45.0).
24. اثبتت الدراسة ان استخدام الفيس بوك والواتس آب جعل الكثير من المستخدمين يشعرون بالعزلة عن مجتمعهم الاسري.
25. اثبتت الدراسة ان بعض المستخدمين يلجؤون لإستخدام الفيس بوك والواتس آب عند ازدياد مشاكلهم الاسرية.

26. اثبتت الدراسة ان الفيس بوك والواتس آب استطاعا ان يجعلا المستخدمين يتحدثون عبرهما بكل صراحة وجرأة وبكل ثقة عكس الواقع.
27. اثبتت الدراسة ان افتقار بعض المستخدمين للاصدقاء دفعهم للبحث عن تكوين صداقة عبر الفيس والواتس.
28. اوضحت الدراسة ان ارتباط بعض مستخدمي الفيس بوك والواتس آب جعلهم يعزفون عن المناسبات الاجتماعية والاسرية.

خامساً: توصيات الدراسة:

علي ضوء النتائج التي توصلت اليها الدراسة يوصي الباحث بالآتي:

1. لا بد من الشباب وجميع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي العمل علي نشر الثقافة الاسلامية والقيم الثقافية للشعب السوداني.
2. الاستخدام الامثل والايجابي لتطبيقي الفيس بوك والواتس آب وعدم الافراط في استخدامها.
3. بما ان تطبيقي الفيس بوك والواتس آب اصبحا من الوسائل الحديثة للاتصال وهما اهمية كبيرة لمستخدميهما، فإن الباحث يوصي بإجراء دراسات اكثر عمقاً في هذا المضمار لجميع فئات المجتمع وعلي وجه الخصوص فئة الاطفال والطلاب التي اتضح من خلال الدراسة انها الفئة الاكثر استخداماً وتعرضاً لشبكات الاجتماعية.
4. يوصي الباحث الجهات المسؤولة عن خدمة الاتصال في السودان العمل علي توفير خدمة متميزة وسريعة للانترنت والخدمات التي تقدمها، خصوصاً وأن هذه الشبكة اصبحت مصدراً مهماً من مصادر المعرفة.
5. يوصي الباحث الشباب بالاستفادة القصوي من الامكانيات التي يتيحها تطبيقي الفيس بوك والواتس آب واستثمارها ايجابياً في التعرف علي آخر ما توصل اليه العلم في مختلف التخصصات وبالتالي تطوير مهاراتهم الذاتية.

سادساً: قائمة المصادر:

أ- القرآن الكريم

ب- السنة.

ج- المعاجم:

ثانياً: الكتب:

1. احسان محمد الحسن، تأثير الغزو الثقافي علي سلوك الشباب العربي، ط1(الرياض: اكااديمية نايف العربية للعلوم الامنية 1998م.
2. احمد حسن خميس، الانترنت، ط1(القاهرة: دار المصري لتبسيط العلوم، 2013م.
3. احمد عبد الرحيم السايح، الغزو الفكري ، ط1(مؤسسة الفريد للنشر والتوزيع، 1993م.
4. احمد عبد الملك، دراسات في الاعلام والثقافة والتربية، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الدوحة، 2002م.
5. احمد محمد احمد الجلي، الثقافة الاسلامية-المصادر- الاسس- الخصائص- التحديات، ط1(الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2006م.
6. اسماعيل احمد، الاعلام التربوي ودوره في التربية والتعليم، ط1(عمان : دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2008م.
7. اسماعيل محمود علي، الاعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية، ط1(الاسنكدرية: مكتبة الوفاء القانونية للنشر، 2015م.
8. امر الشيباني ، الرعاية النفسية و الاجتماعية للشباب المسلم (بيروت ، ب.ت- ب.ت.

9. امين ساتي ، مناهج البحث في الاعلام ، ط 1 (جده ' دار الشروق ' 2007م .
10. ايمن يس ، التعليم الالكتروني والاعلام الجديد ، ط 0(القاهره : مؤسسة طبية للنشر والتوزيع ،2012م .
11. ابراهيم ناصر، التربية وثقافة المجتمع(تربية المجتمعات)،ط1(عمان: دار الفرقان للنشر والتوزيع 1983م .
12. بشري تيسير عباس، الاعلام المتخصص الحديث، ط1(عمان: الاكاديميون للنشر والتوزيع،2014م
13. تأليف نخبة من استاذة الاعلام؛ اشرف محمد سيد محمد، الاعلام الدولي، ط1(القاهرة: دار الفكر العربي، 2011م .
14. ثريا اشرف السيد، الاعلام الفضائي،ط1(الاسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، 2015م .
15. الثقافة والتنمية :اوراق ملتقي عمان الثقافي التاسع 23-26/9/2000م - اعداد وزاره الثقافة - عمان - 2003م .
16. جال، التوجيه التربوي، ترجمة محمد مصطفى زيدان، نجيب فايق اندراوس، القاهرة: مكتبة الانجلو. نقلاً عن د. هادي نعمان الهيتي، ثقافة الاطفال، بدون تاريخ.
17. جمال محمد ابو شنب، الاعلام الدولي والعولمة، ط1(الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع 2014م
18. جمال مختار ، حقيقة الفيس بوك ... عدو ام صديق ، ب ط (القاهرة : شركة مترو بول للطباعة واعمال الكرتون ، 2008م .
19. حافظ سناء، نظم استرجاع المعلومات بين النظرية والتطبيق، ط1) عمان: دار الصفا للنشر،2005م .

20. حسنين شفيق ، الدريب الاعلامي عبر الانترنت ، (القاهرة : دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، ط1 2011م.
21. حسين شفيق ، الاعلام التفاعل، ط1،(القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر، 2009م.
22. حسين محمود هتمي ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ط1 (الاردن - عمان ، دار اسامة النشر والتوزيع،2015م).
23. خالد عبد الفتاح ، محركات بحث الشبكة العنكبوتية: نظرة عامة علي نشأتها وتطورها ومستقبلها، مجلة المعلوماتية، تاريخ النشر 2008/3/20م.
24. خالد غسان، ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1،(دمشق: دن، 2012م.
25. خالد عبدالله احمد درار ،البحث العلمي في الإتصال الجماهيري ، ط1 (الخرطوم: دار مطابع العمله السودانيه ،2012م)
26. خلدون عبدالله، الاعلام وعلم النفس، ط1(عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع،2009م.
27. دافيد مبرمان، ترجمة عبد الحكم الخزامي، الاساليب الحديثة للعلاقات العامة والتسويق، ط1(القاهرة: الدار الاكاديمية للعلوم، 2010م.
28. ابراهيم النجار واخرون، الثقافة الاسلامية وطرائق تدريسها، ب ط،(القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، 2008م
29. ربحي معطي وعثمان غنيم، اساليب البحث العلمي بين النظرية والتطبيق(عمان: الصفاء للنشر والتوزيع، 2000م
30. رضا عكاشا، وسائل الاعلام من الاتصال الذاتي الي الوسائط المتعددة، ط1:(القاهرة: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، بدون تاريخ.

31. زكريا بشير امام، في مواجهة العولمة، ط1 (الخرطوم: مركز قاسم للمعلومات وخدمات المكتبات، 2000م.
32. صلاح فضل واخرون، اسهامات الكويت في الثقافة العربية، ط1) الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، 2002م.
33. صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد، ط1، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2011م .
34. عاطف عدلي العبد، استطلاعات وبحوث الاعلام والرأي العام (القاهرة: دار الفكر العربي، 2006م
35. عامر إبراهيم القندلجي، الاعلام والمعلومات والانترنت، ط - ع، (الاردن - عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2013م).
36. عباس مصطفى الصادق ، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات.
37. عبد الحليم موسى يعقوب، الاعلام الجديد والجريمة الالكترونية، ط1،(دار العالمية للنشر والتوزيع ، 2014م.
38. عبد الحميد محمود سعد، دراسات في علم الاجتماع الثقافي(التغير و الحضارة)،(القاهرة: مكتبة نهضة الشرق للطباعة والنشر 1980م.
39. عبد العزيز شرف، وسائل الاعلام ومشكلة الثقافة،(مصر: مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب 1999م.
40. عبد الله العروي، ثقافتنا في ضوء التاريخ، ط2(دار التنوير للطباعة والنشر، 1984م.
41. عبد المجيد بسيوني ، الديمقرطيه الالكترونيه ،(القاهره : دار الكتب العلميه للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2008م .

42. عز الدين الخطيب التميمي وآخرون، نظرات في الثقافة الإسلامية، ط6، (عمان - الأردن: دار الفرقان للنشر والتوزيع، 2004م
43. عزام محمد الجويلي وآخرون، الإعلام الدولي ط1(عمان: دار المتعز للنشر والتوزيع، 2014م.
44. عزام محمد الجويلي، القواعد الدولية للإعلام ط1(عمان : دار المعتر للنشر والتوزيع، 2014م).
45. علي أحمد مدكور، التربية وثقافة التكنولوجيا، ط1(القاهرة: دار الفكر العربي 2003م.
46. علي خليل سقرة، الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1،(عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، 2013م.
47. غازي القصير، الغزو الثقافي ومقالات أخرى ، ط1(المملكة العربية السعودية : المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2006 م.
48. غازي عبد الرحمن الفصيبي، الغزو الفكري ومقالات أخرى، ط1(دار الفارسي للنشر والتوزيع، 2006م
49. عزيزة الطائي، ثقافة الطفل بين الهوية والعولمة، منشورات مؤسسة الدوسري للثقافة والإبداع، ط1(مملكة البحرين، 2011م.
50. فارق جرار، الثقافة والتنمية: الثقافة والإعلام، ملتقى عمان تاتقافي التاسع ، 2000،(عمان: وزارة الثقافة، 2005م.
51. فاطمة عوض، وآخرون، أسس ومبادئ البحث العلمي (الإسكندرية: مطبعة الإشعاع الفنية، ط1، 2002م
52. كاظم المقدادي، الإعلام الدولي والجديد وتصعد السلطة الرابعة، ط1(عمان: دار اسامة للنشر، 2012م.
53. كافية رمضان و فيولا البيلاوي، ثقافة الطفل، المجلد الأول.

54. ليلي جرار، الفيسبوك والشباب العربي، ط1(الكويت: دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2012م.
55. محمد الهادي عفيفي، التربية والتغيير الثقافي، ط2(القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية 1964م.
56. محمد انهر السماك واخرون، اصول البحث العلمي (الموصل: مطبعة جامعة صلاح الدين، ط1، 1989م.
57. محمد سيد احمد واخرون، وسائل الاعلام من المنادي الي الانترنت.
58. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية (القاهرة: ط1، دار عالم الكتب 2004م
59. محمد علي البسيوني، دولة الفيس بوك، ط1(القاهرة: دار الشروق، 2009م.
60. محمد عوض الهزيمة، حاضر العالم الاسلامي وقضاياها السياسية المعاصرة، ط1(عمان: دار الزهراء الحديثة المحدودة، 1986م.
61. محمد منير حجاب، الاسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية (دار الفجر للنشر والتوزيع ط1، 2000م
62. محمود حسن اسماعيل، مناهج البحث الاعلامي، ط1(القاهرة: دار الفكر العربي، 2011م.
63. محمود علم الدين ، الاعلام الرقمي الجديد ، (القاهره : السحاب للنشر والتوزيع ، ط1 - 2004م.
64. محي الدين اسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاعلامي علي جمهور المتلقين، ط1(الاسنكدرية: مكتبة الوفاء القانوني للنشر، 2015م.

65. مختار مفتاح السنوسي، الاعلام الدولي الاسس والمفاهيم، ب ط
(عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 2013م).
66. مساعد بن عبدالله ، مبادئ البحث التربوي،(الرياض: د. ن، ط1،
2004م
67. معتصم بابكر مصطفى، أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي
وتشكيل الرأي العام، ط1 (السودان - الخرطوم، مركز التنوير للنشر،
2014م).
68. منال هلال مزاهرة، الاتصال الدولي، ط1(عمان: دار المسيرة للنشر
والتوزيع والطباعة، 2013م).
69. نبيل علي، الثقافة العربية، مؤتمر المعلومات، عالم المعرفة، كانون
ثاني 2001م.
70. نعمان الهيتي، ثقافة الاطفال ، الكويت عالم المعرفة، 1988م.
71. هشام غصيب، ثقافتنا في ضوء تبعيتنا، عمان: 1991م.
72. هوستين ليفي، التسويق عبر الفيسبوك، ترجمة احمد حيدر،
ط1(بيروت، دار العربية للعلوم ناشرون، 2011م).
73. وسام كمال، الاعلام الالكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات
التطور التكنولوجي، ط1(القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2014م).

ثالثاً: الرسائل العلمية

1. حيدر محمد زين عبد الكريم | دور الاعلام التفاعلي في التغيير الاجتماعي
، رساله دكتوراه ، جامعه امدرمان الاسلاميه 2012م.

2. محمد العوض محمد وداعه الله ، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي ، رسالة دكتوراه غير منشوره ، جامعه السودان
3. محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي جمهور المتلقين ، رسالة ماستير منشورة علي الانترنت ، 2012م. للعلوم والتكنولوجيا 2014م .
4. محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي جمهور المتلقين ، رسالة ماستير منشورة علي الانترنت ، 2012م.
5. معتصم محمد ابراهيم، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2014م.
6. نصر الدين عبد القادر، اتجاهات المشتركين نحو شركات خدمة الاتصال (رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة ام درمان الاسلامية، 2009م
7. وداد جلال ، اتجاهات الرأي العام الطلابي نحو مواقع التواصل الاجتماعي ، رساله ماجستير ، جامعه افريقيا العالمية ، 2013م.

رابعاً: الاوراق العلمية:

1. بدر الدين احمد ابراهيم ، الصورة الذهنيه في الاعلام الجديد ، ورقه منشورة ، مجلة الرؤية ع2 ، 2012م.

خامساً: المجلات العلمية:

1. ابراهيم فرغلي، اليوتيوب.. العالم مصوراً بين التعليم والترفيه، مجلة العربي (الكويت: وزارة الاعلام العدد 661 – 12/ 2013).

2. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ،
مجلة التربية ، جامعة عمان الاهليه ، العدد 15.

3. نشوه سيلمان عقل ، المجله المصريه لبحوث الرأي العام : (العلاقه بين
الوجود الافتراضي لشباب الجامعات علي مواقع التواصل الاجتماعي ،
ومستوي تفاعلهم الاجتماعي مع الاخرين ومع وسائل الاعلام التقليديه ،ب
ط المجلد العاشر - العدد الثاني - ديسمبر.

4. هيربوت أ شيلر، المتلاعبون بالعقول، الاصدار الثاني، ترجمة: عبد السلام
رضوان، (الكويت: عالم المعرفة للنشر، العدد (243) مارس 1999م

سادساً:المواقع الالكترونية :

- 1- www.m.ahewar.org s.asp
- 2- www.noralettra.comshowthread
- 3- www.islamweb.net.fatwa.page=showf
- 4- [https:// www.alrassxp.com](https://www.alrassxp.com)'form
- 5- [www. Aljamaa.net](http://www.Aljamaa.net)/ar/document/39226.shtml
- 6- <http://www.youtube.com>/watch?v=- hvof. BGgRg
- 7- <http://www.facebook.com>/rotanaMasriya
- 8- <http://www.infomatics.ov.sa>/maganine/modules.php
- 9- <http://www.c4arab.com>/showac.php?acid=292
- 10- <http://aafaqcenter.com>/index.php/post/1553
- 11- <http://www.ahewar.org>/debat/show.art.asp?aid=361363
- 12- <http://www.hiramagazine.com>
- 13- <http://www.majalla.com>/arp/2011/10/article55228614
- 14- <http://www.alrafidayn.com>/index.pex.php
- 15- www.alrassxp.com
- 16- [https:// www.alrassxp.com](https://www.alrassxp.com)'form
- 17- [www. Aljamaa.net](http://www.Aljamaa.net)/ar/document/39226.shtml
- 18- [www. kenanaonline.com](http://www.kenanaonline.com)/users/azhar-gaper/posts/512888
- 19- [www. alma3raka.net](http://www.alma3raka.net)./spip.php?artiele

- 20- [http://www.computing dictionary. The freedictionary.com /new+media1](http://www.computingdictionary.com/new+media1)
- 21- www.kananaonline.com
- 22- www.dr-aysha.com
- 23- www.sssm2009.blogspot.com
- 24- www.asdaapress.com
- 25- www.wikipedia.com
- 26- www.wikipedia.org/wik
- 27- <http://www.businessweek.com/articles/2014-02>
- 28- www.rebels-tech.com"tect-tips