

العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية

دراسة على موقعي اليوتيوب Youtube والـ فيس بوك
Facebook

رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام

إعداد

عمرو محمد أسعد

إشراف

الأستاذ الدكتور/ عاطف العبد

الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة
القاهرة

إشراف مشارك

الدكتور/ محمد نبيل طلب

الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام -
جامعة القاهرة

٢٠١١

مقدمة

أحدثت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ثورة هائلة، وتغييرات كبيرة في بنية ونوعية الاتصال، وقد كان من أهم مظاهر هذه التكنولوجيا الحديثة شبكة الإنترنت، التي دفعت العالم نحو عصر جديد من التفاعلية والتواصل الإنساني والانفجار المعلوماتي وحرية الرأي والتعبير، ذلك على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي لم تستطع ملاحقة تطورات وسائل الإعلام الجديدة. ويمكن القول بأن شبكة الإنترنت تضم بداخلها جميع أشكال وسائل الإعلام التقليدية، فبإمكان المستخدمين أن يتابعوا القنوات التلفزيونية والإذاعات، والصحف والمجلات الإلكترونية وأن يساهموا أحياناً في محتوياتها. ومن ناحية أخرى عملت الشبكة على تأكيد عملية التواصل والحوار بين المستخدمين، متخطية بذلك حواجز الزمان والمكان بواسطة أدوات الاتصال التزامنية كغرف الدردشة Chat Rooms والمراسلة الفورية Instant Messaging وأدوات الاتصال اللاتزامنية كالبريد الإلكتروني Email والمنديات Forums والمدونات Blogs. وفي السنوات القليلة الماضية غيرت شبكة الإنترنت من عادات مستخدميها من الشباب؛ بسبب الانتشار الكبير لمواقع الشبكات الاجتماعية Social Networking Websites التي جعلتهم المتحكمين في طبيعة المحتويات، التي ينشرونها ويتبادلونها مع الآخرين بدرجة عالية من الحرية والإبداع بدلاً من الاستخدام القاصر على متابعة ما تقدمه شبكة الإنترنت من مضامين.

كما ساعدت مواقع الشبكات الاجتماعية الشباب في التفاعل المباشر مع أصدقائهم ومعارفهم، ومكنتهم أيضاً من إقامة علاقات إنسانية مبنية على الاهتمامات والأنشطة المشتركة.

وفي الوقت ذاته أثار استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية عدداً من الإشكاليات المتعلقة بالوقت الذي يقضيه الشباب في تلك المواقع، وحدود بياناتهم الشخصية التي يضعونها في صفحاتهم، وتفاعلاتهم مع مستخدمين لا يعرفونهم، وغيرها من الإشكاليات الخاصة باستخدامات المواقع الاجتماعية.

أولاً: مشكلة البحث

ارتفعت معدلات استخدام شبكة الإنترنت على مستوى العالم بنسبة وصلت إلى ١٢٥.٢%، وذلك في الفترة من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٤^(١). ولا يزال أعداد مستخدمي الشبكة في تزايد مستمر، فقد وصل عدد المستخدمين في مارس ٢٠٠٧ إلى حوالي مليار و١١٤

(1) Kausar Suhail, Zobia Bargees. "Effects of Excessive Internet use on undergraduate students in Pakistan". In: **Cyberpsychology & Behavior**. Vol.9, No.3, June 2006. p.297.

مليون مستخدم. (١) وفي عام ٢٠١٠ وصل عدد مستخدمي شبكة الإنترنت حول العالم إلى مليار و٩٦٦ مليون مستخدم. (٢)

وشهد عاما ١٩٩٧ + ١٩٩٨ نموًا كبيرًا في مستخدمي شبكة الإنترنت في البلدان العربية، إذ ارتفع من حوالي ١٥٠ ألف مستخدم في بداية العام المذكور إلى أكثر من ٣٥٦ ألف مستخدم في نهاية العام، وبلغت نسبة النمو ٢٣٧.٥%، بينما ارتفع عدد المستخدمين العرب إلى أكثر من ٧٠٠ ألف مستخدم في نهاية عام ١٩٩٨، أي بزيادة ما يقارب من ١٩٧% عن عام ١٩٩٧. (٣)

وفي مصر تزايدت أعداد مستخدمي شبكة الإنترنت؛ لتصل إلى ١٤.٥ مليون مستخدم حتى نوفمبر ٢٠٠٩ مقارنة بنحو ٣٠٠ ألف مستخدم عام ١٩٩٩، كما ارتفع إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت لكل ١٠٠ من السكان في مصر، حيث بلغ نحو ١٩ مستخدماً لكل ١٠٠ شخص في نوفمبر ٢٠٠٩، مقارنة بحوالي مستخدم واحد لكل ١٠٠ شخص في أكتوبر ١٩٩٩.

وتحتل منطقة القاهرة الكبرى النسبة الأكبر من مستخدمي الإنترنت في مصر، إذ يمثل عدد مستخدمي الإنترنت في القاهرة الكبرى حوالي ٥٠% من إجمالي مستخدمي الإنترنت في مصر وتأتي منطقة الدلتا في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠.٨%، ثم الصعيد مصر بنسبة ١٢%، والإسكندرية ومطروح بنسبة ١٠.٢%، بينما تستحوذ مناطق سيناء والبحر الأحمر، والقناة على النسبة الأقل من مستخدمي الإنترنت في مصر بنسبة ٥.٩%. (٤)

وفي ٢٠١٠ وصل عدد مستخدمي شبكة الإنترنت في مصر إلى حوالي ١٧ مليوناً و ٦٠ ألف مستخدم، وتعتبر مصر من أكثر الدول العربية استخداماً لشبكة الإنترنت بنسبة بلغت ٢١.٠١% من إجمالي المستخدمين في باقي الدول العربية. (٥)

وتشير الدراسات في الوقت ذاته إلى تنامي إقبال طلاب الجامعة على مواقع الشبكات الاجتماعية، وهي نوعية من المواقع تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض عن طريق طرح وتبادل الأفكار والآراء والملفات المرئية والسمعية وغيرها. (٦) فمنذ بداية ظهور

(1) Elizabeth Hardie, Ming Yitee. "Excessive Internet use: The role of personality, loneliness and social support Networks in Internet addiction". In: **Australian Journal of Emerging Technologies and Society**. Vol.5, No.1, 2007. p.35.

(2) <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

(٣) فيصل أبو عيشة. الإعلام الإلكتروني. (عمان: دار النشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ٦٥.

(٤) نعيم سعد زغول. "الإعلام الإلكتروني في مصر. الواقع والتحديات". تقرير غير منشور. مجلس الوزراء المصري، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، القاهرة، السنة الرابعة. العدد ٣٨، فبراير ٢٠١٠. ص ٨.

(5) <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. **Op.Cit.**

(6) Joy Peluchette, Katherine Karl. "Social Networking Profiles: An Examination of student attitudes regarding use and appropriateness of content". In: **Cyberpsychology & Behavior**. Vol.11, No.1, February 2008. pp. 1-10.

وانتشار مواقع الشبكات الاجتماعية، وهي تجذب الملايين من الشباب الذين يعتبرون تلك المواقع أحد الأنشطة اليومية المهمة في حياتهم. (١)

وقد ارتفعت نسبة استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية من ٨% في فبراير ٢٠٠٥ إلى ١٦% في أغسطس ٢٠٠٦، ثم إلى ٣٧% في نوفمبر ٢٠٠٨، وفي سبتمبر ٢٠٠٩ استخدم حوالي نصف مستخدمي شبكة الإنترنت من الشباب (٤٧%) مواقع الشبكات الاجتماعية.

وتتملك نسبة ٢٩% من الشباب أكثر من صفحة شخصية في موقعين من مواقع الشبكات الاجتماعية، ونسبة ١٣% من الشباب هي من لديها أكثر من ثلاث صفحات شخصية أو أكثر في مواقع الشبكات الاجتماعية. (٢)

ونظراً لأهمية تلك المواقع في استقطاب الشباب لها في مصر وتأثيراتها فيهم، تتحدد مشكلة البحث في محاولة التعرف على طبيعة استخدامات الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية وعلاقتها بقيمهم المجتمعية من ناحية أخرى.

وقد ركز الباحث على موقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook تحديداً باعتبارهما من ضمن أهم مواقع الشبكات الاجتماعية التي جذبت الشباب المصري إليهما؛ بما وفرته من خصائص ومزايا لا تتوافر في غيرها من المواقع.

ثانياً: أهمية البحث

١. لم تتل مواقع الشبكات الاجتماعية اهتماماً كبيراً كمّاً وكيفياً في البحوث والدراسات العربية، رغم دورها وأهميتها في حياة العديد من الشباب والمراهقين بما خصصته من أنشطة اتصالية ثرية ومتنوعة، في الوقت الذي قامت فيه الدراسات الأجنبية بدراسة تلك المواقع دراسةً شاملةً متعمقةً وافية الأبعاد، وبالتالي فقد جاءت هذه الدراسة؛ لتسد نقصاً في هذا الجانب باعتبار أن تلك المواقع هي من الظواهر الإعلامية الحديثة الجديرة بالدراسة والتحليل.

فوفقاً لأحدى التقارير الإحصائية، يصل زائرو موقع يوتيوب Youtube إلى أكثر من ١٠٠ مليون مستخدم يومياً، ويتم وضع أكثر من ٦٥ ألف مقطع فيديو في اليوم الواحد. (٣)

-
- (1) Danah M.Boyd, Nicole B.Ellison. "Social network sites: Definition, History, and Scholarship". In: **Journal of Computer-Mediated Communication**. Vol.13, No.1, October 2007. p.210.
 - (2) Amanda lenhart, Kristen Purcell, Aaron Smith, Kathryn Zickuhr. "Social media & Mobile internet use among teens and young adults". **Unpublished report**. The Pew internet & American life project, U.S.A, February 2010. p.4.
 - (3) Phillipa Gill, Martin Arlitt, Zongpeng Li, Anirban Mahanti. "Youtube traffic characterization: A view from the Edge". **Paper presented at the proceedings of the 7th ACM SIG COMM conference on internet measurement**. San Diego, California, 2007.

ويتم مشاهدة حوالي ١٠٠ مليون مقطع فيديو يوميًا^(١)، وقد ازداد عدد مقاطع الفيديو، الذي يشاهده المستخدمون في الموقع يوميًا ليصل إلى ٢ بليون مقطع فيديو.^(٢)

ويلاحظ ازدياد أعداد مستخدمي موقع يوتيوب Youtube سنويًا، ففي عام ٢٠٠٦ استخدم ٣٣% من مستخدمي شبكة الإنترنت موقع يوتيوب Youtube، وقد ازدادت نسبة الذين يستخدمون الموقع إلى ٤٨% في عام ٢٠٠٧.^(٣)

وتحتل مصر المرتبة الثانية عربيًا بعد المملكة العربية السعودية والمرتبة الثالثة والعشرين على مستوى العالم من حيث معدل استخدام موقع يوتيوب Youtube وذلك حتى منتصف يناير ٢٠١٠، كما يأتي موقع يوتيوب Youtube في المركز الرابع من بين المواقع الإلكترونية المختلفة التي يفضل المصريون الدخول عليها حتى منتصف يناير ٢٠١٠.^(٤)

وفي ديسمبر ٢٠١٠ قفز موقع يوتيوب Youtube إلى المركز الثالث بين المواقع الإلكترونية التي يدخل عليها المستخدمون في مصر بعد موقعي Google.com.eg و فيس بوك Facebook.^(٥)

كما يعتبر موقع فيس بوك Facebook من المواقع الاجتماعية التي لاقت قبولاً واسعاً لدى المستخدمين من الشباب، حيث أتاح الموقع خدماته لألفي جامعة في الولايات المتحدة الأمريكية في عام ٢٠٠٦، ووصل عدد مستخدميه في عام ٢٠٠٧ إلى أكثر من ٢١ مليون مستخدم في دول العالم المختلفة بمعدل إنشاء ١.٦ بليون صفحة شخصية يوميًا.^(٦)

وارتفع نسبة معدلات استخدام الموقع ليصل إلى ٥٦٦% في الفترة من ٢٠٠٧ إلى ٢٠٠٨، أي من ٣.١ بليون دقيقة إلى ٢٠.٥ بليون دقيقة.^(٧)

وفي فبراير ٢٠١٠ بلغ عدد مستخدمي موقع فيس بوك Facebook حول العالم نحو ٤٠٠ مليون مستخدم، وقد أحلت المركز الثاني عالميًا من حيث معدلات استخدامه، وفي مصر جاء موقع فيس بوك Facebook في المركز الثاني من بين المواقع الإلكترونية المختلفة التي يفضل المصريون الدخول عليها وذلك حتى منتصف يناير ٢٠١٠؛ حيث

(1) Moises Naim. "The YouTube effect: How a technology for teenagers became a force for political and economic change". In: **Foreign Policy**. Issue No.15, January/February 2007. p.104.

(2) http://www.youtube.com/t/fact_sheet?gl=ES&hl=es

(3) Lee Rainie. "Video sharing websites". **Unpublished report**. The Pew Internet & American Life Project, .U.S.A, January 2008. p1.

(٤) نعائم سعد زغول. مرجع سابق. ص ٥.

(5) <http://www.alexa.com/topsites/countries/EG>

(6) Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lampe. "The Benefits of Facebook friends: social capital and college students' use of online social Network sites". In: **Journal of Computer-Mediated Communication**. Vol.12, No.4, July 2007. p.1144.

(7) Global Faces and Networked Places: A Nielsen report on Social Networking's New Global Footprint, March 2009. Retrieved from <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/global/social-networking-new-global-footprint/#>

يسبقه في الترتيب موقع Google.com.eg، وقد قدر عدد مستخدمي موقع فيس بوك Facebook في مصر حتى هذه الفترة بنحو ٢.٤ مليون مستخدم. كما جاءت مصر حتى منتصف يناير ٢٠١٠ في المرتبة الأولى عربيًا و٢٣ علي مستوى العالم من حيث معدلات استخدام موقع فيس بوك Facebook.^(١) وفي يناير ٢٠١١ احتل موقع فيس بوك Facebook المركز الأول بين مواقع شبكة الإنترنت التي يستخدمها المصريون.^(٢)

٢. أتاح موقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook للشباب مساحة كبيرة للتفاعل مع شبكاتهم الاجتماعية، والتواصل معهم بالأفكار والموضوعات وهو ما يمثل طفرة كبيرة في عالم الاتصال تختلف بشكل جذري عن وسائل الإعلام التقليدية، فقد ظهر موقع يوتيوب Youtube في عام ٢٠٠٥؛ بهدف إتاحة الفرصة للمستخدمين لوضع مقاطع الفيديو وتبادلها مع المستخدمين الآخرين والتعليق عليها بعد المشاهدة، كذلك إنشاء قنوات Channel تحتوي على بياناتهم الشخصية ومقاطع الفيديو التي يضعونها.^(٣) كما أن موقع فيس بوك Facebook يصنف علي أنه موقع متكامل، يقوم بوظيفته في إطار الممارسة الإعلامية لمستخدميه الذين يقضون فيه حوالي ٢٠ دقيقة يوميًا، ويتصفحونه أكثر من مرة في اليوم الواحد.^(٤)

٣. يكتسب البحث أهميته من قدرة مواقع الشبكات الاجتماعية على حشد الشباب نحو فكرة أو موضوع أو قضية أو حدث وهو ما كان واضحًا للجميع عند قيام الشباب المصري بإنشاء صفحة على موقع فيس بوك Facebook تحت المواطنين على التظاهر بشكل سلمي؛ لإسقاط النظام، كما ساعد موقع يوتيوب Youtube الشباب في عملية الحشد عن طريق نشر كل ما يخص أحداث تلك الثورة على نطاق واسع.

٤. تلقى مواقع الشبكات الاجتماعية بظلالها على مفهوم الواقع الافتراضي الذي يعتمد على التقاء مجموعة كبيرة من المستخدمين من ذوي الاهتمامات المشتركة في مواقع شبكة الإنترنت والتعبير عن آرائهم وميولهم وطموحاتهم بحرية دون أي قيود قد تواجههم في الواقع الفعلي، وقد غيرت مواقع الشبكات الاجتماعية من توجهات الشباب في التعامل مع شبكة الإنترنت، من مجرد مستهلكين سلبيين للمحتويات التي تقدم فيها إلى مشاركين بقوة في طرح وتبادل الموضوعات والأفكار مع أصدقائهم ومعارفهم ومستخدمين لا يعرفونهم،

(١) نعائم سعد زغول. مرجع سابق. ص ٤.

(٢) <http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com>

(٣) Dave Harley, Geraldine FitzPatrick. "Youtube and intergenerational communication. The case of Geriatric 1927". In: **Universal Access in the Information Society** (special issue HCI and older people) 2008. p.2.

(٤) Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lampe. **Op.Cit.**p.1144.

ويصبح الأمر بالمهم إذ ما علمنا أن زيادة عدد ساعات استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية تغير من سلوكيات المستخدمين وتفاعلاتهم مع الآخرين في الواقع، ومن ثم فقد لزم ذلك دراسة علاقة استخدام الشباب لتلك المواقع بقيمهم المجتمعية.⁽¹⁾

ثالثاً: الإجراءات المنهجية

١. نوع الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية من حيث طبيعة استخدامات الشباب المصري لها وعلاقتها بقيمهم المجتمعية إيجاباً أو سلباً.

٢. منهج الدراسة

اعتمد الباحث على منهج المسح كأحد الأساليب الوصفية القادرة على دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة تلك المواقع بهدف الحصول على معلومات وافية ودقيقة عنها، فمنهج المسح هو أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويعد بهذا المفهوم المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام.⁽²⁾

٣. مجتمع الدراسة

ويشتمل على مجتمع الدراسة التحليلية المتمثل في جميع مواقع الشبكات الاجتماعية Social Networking Sites في الإنترنت، ومجتمع الدراسة الميدانية المشتمل على طلاب الجامعات المصرية في المستويات الدراسية والعمرية المختلفة.

٤. عينة الدراسة

اشتملت عينة الدراسة التحليلية على موقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook باعتبارهما من أهم المواقع الاجتماعية التي لاقت إقبلاً متزايداً من الشباب المصري، كما اشتملت عينة الدراسة الميدانية على مستخدمي موقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook من طلاب جامعات المختلفة قوامها ٤٠٠ طالب.

٥. أدوات جمع البيانات

تم إعداد استمارة تحليل مضمون للتعرف على نوعية مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة من الشباب المصري في موقع يوتيوب Youtube، وطبيعة تفاعلات المستخدمين حولها، ونوعية البيانات الشخصية التي يضعها المستخدمون أصحاب مقاطع الفيديو في قنواتهم Channels.

(1) Global Faces and Networked Places: A Nielsen report on Social Networking's New Global Footprint, March 2009. Retrieved from <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/global/social-networking-new-global-footprint/#.Op.Cit>.

(2) " نهج العلمي في البحوث الإعلامية. (القاهرة: دار الهاني، ٢٠٠٠) ص ١٥.

كذلك تحليل الصفحات الشخصية للشباب المصري في موقع فيس بوك Facebook للكشف عن طبيعة الأنشطة التي يمارسونها في صفحاتهم الشخصية، وتفاعلات أصدقائهم معهم، وتحديد نوعية البيانات الشخصية التي يظهرونها لجميع مستخدمي الموقع. كما قام الباحث بإعداد استمارة استبيان غطت كافة الأهداف التي حددها البحث، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقييس المختلفة، وقد بلغ إجمالي الأسئلة في استمارة الاستبيان ٣٥ سؤالاً، غير أسئلة البيانات الشخصية.

رابعاً: الأطر النظرية التي تنطلق منها الدراسة

اعتمد الباحث علي مدخل الاستخدامات والإشباع للكشف عن دوافع استخدام طلاب الجامعات المصرية لموقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook، كما اعتمد الباحث علي نظرية الحضور الاجتماعي التي تفسر خصائص كل وسيلة اتصالية ودرجة الملامح الاجتماعية التي تحتويها، وعلاقة ذلك بتفاعل المستخدمين معها.

خامساً: أهم نتائج الدراسة التحليلية

١. جاءت مقاطع الفيديو الترفيهية في مقدمة مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة من الشباب المصري في موقع يوتيوب Youtube، كما يشاهد الشباب أيضاً المقاطع الوثائقية، ومقاطع الفيديو التي تتناول موضوعات وأحداث سياسية وقضايا اجتماعية، وهي نتيجة تتفق مع الدراسات السابقة التي أشارت إلى تفضيل المراهقين للمقاطع الترفيهية في موقع يوتيوب Youtube.

٢. احتلت مقاطع الفيديو التي تقل عن ٤ دقائق في موقع يوتيوب Youtube مقدمة مقاطع الفيديو التي يشاهدها الشباب ويتفاعلون معها، وذلك مرده إلى سعيهم نحو متابعة عدد أكبر من مقاطع الفيديو المرتبطة بمقطع الفيديو الرئيسي.

٣. اشتملت تعليقات المستخدمين حول مقاطع الفيديو في موقع يوتيوب Youtube على إبداء الآراء ووجهات نظر بنسبة كبيرة مثلت ٩٥.٧% من إجمالي مقاطع الفيديو التي تم التعليق عليها، يليها تعليقات الإطراء على المستخدمين وتشجيعهم على ما بذلوه من جهد في اختيار وعرض مقاطع الفيديو بنسبة ٨٣.٩%، كما لاحظ الباحث اشتمال التعليقات على السباب واستخدام ألفاظ غير لائقة والتي سببتها الاختلافات في وجهات النظر بين مستخدمي الموقع وذلك بنسبة ٨٠.٦%.

٤. جاءت اللغة الإنجليزية في مقدمة اللغات التي كتب بها المستخدمون تعليقاتهم حول مقاطع الفيديو في موقع يوتيوب Youtube بنسبة ٩٥.٧%، ويرجع ذلك إلى تواصل المستخدمين من دول العالم المختلفة مع مقاطع الفيديو ومستخدمي الموقع دون وجود أي نوع من القيود المؤثرة في تفاعلاتهم، يليها اللهجة العامية في المرتبة الثانية، فلغة الإنترنت.

٥. أظهرت نسبة ٩٧% من طلاب الجامعة جوانبها الشخصية لجميع مستخدمي الموقع فيس بوك Facebook، وهو ما يراه الباحث انفتاحاً من جانب الطلاب على جميع

المستخدمين، أو افتقارًا للمعرفة التكنولوجية التي تمكنهم من منع أي محاولة لاختراق صفحاتهم الشخصية من مستخدمي الموقع.

٦. احتلت مجموعات النقاش الترفيهية مقدمة مجموعات النقاش التي انضم إليها طلاب الجامعة في موقع فيس بوك Facebook بنسبة ٣٤.٧%، وفيها تم تناول بعض الأفكار والموضوعات البسيطة، يليها مجموعات النقاش الدينية بنسبة ٣٢.٧%، فمجموعات النقاش الاجتماعية بنسبة ٣٠.٦%، والتي سعى فيها طلاب الجامعة إلى مناقشة المشكلات والقضايا الاجتماعية وطرح حلول لها، كما مثلت مجموعات النقاش السياسية متنفسًا للطلاب للتعبير عن وجهات نظرهم في العديد من القضايا السياسية بحرية كبيرة وذلك بنسبة ٢٦.٥%، ويعتبر الذكور أكثر إيجابية من الإناث في طرح ومعالجة العديد من الموضوعات.

٧. اشتمل مضمون مجموعات النقاش في موقع فيس بوك Facebook على حشد موقف جمعي لصالح قضية أو فكرة، يليه مباشرة المضمون الترفيهي، كما ساهمت بعض مجموعات النقاش في تدعيم القيم والسلوكيات الإيجابية.

٨. جاءت صورة الطلاب الشخصية في مقدمة الصور الرئيسية التي وضعها الطلاب في موقع فيس بوك Facebook بنسبة ٤٢%، وهي صور تكتسب أهمية خاصة لدى الطلاب لكونها تعرف أصدقائهم ومعارفهم بتواجدهم في الموقع، كما أنها تمثل فرصة جيدة في إقامة وبناء علاقات اجتماعية جديدة مع مستخدمين آخرين.

سادسًا: أهم نتائج الدراسة الميدانية واختبارات الفروض

١. ساهمت وسائل الاتصال الشخصي ممثلة في الأصدقاء والمعارف في تعريف طلاب الجامعة بموقع يوتيوب Youtube بنسبة ٦١.٥%، يليه مواقع الإنترنت الأخرى، ثم وسائل الإعلام التقليدية كأقل المصادر التي استمد منها الطلاب معرفتهم بالموقع.

٢. جاءت الفترة المسائية (مساءً وبعد منتصف الليل) كأكثر الفترات التي يستخدم فيها طلاب الجامعة موقع يوتيوب Youtube بنسبة ٧٦.٣%، وقد جاءت الفترة الصباحية كأقل الفترات التي يستخدمون فيها الموقع بنسبة ١٠.٨%، كما لوحظ وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في استخدام الموقع بعد منتصف الليل لصالح الذكور هروبًا من رقابة الأسرة عليهم أثناء التفاعل مع الموقع ومستخدميه.

٣. من أكثر الأنشطة التي يقوم بها الشباب المصري في موقع يوتيوب Youtube مشاهدة مقاطع الفيديو بنسبة ٩٢.٥%، يليها بفارق كبير إرسال تعليقات حول مقاطع الفيديو بنسبة ٢٢.٣%، وهي نتيجة تشير إلى اتجاه الغالبية من طلاب الجامعة نحو المشاركة السلبية في الموقع عن طريق مشاهدة دون التفاعل إيجابًا بالكتابة والتعليق حول ما تطرحه مقاطع الفيديو من أفكار.

٤. يرى طلاب الجامعة أن موقع يوتيوب Youtube يحتوي على العديد من السلبيات، من أهمها أنه يتضمن الكثير من المحتويات الإباحية بنسبة ٨١.٢%، ثم يليه بفارق كبير أنه مضيعة للكثير من الوقت بنسبة ٣٩.٨%.
٥. ساهمت وسائل الاتصال الشخصي ممثلة في الأصدقاء والمعارف في تعريف طلاب الجامعة بموقع فيس بوك Facebook بنسبة ٨٣%، يليها مواقع الإنترنت الأخرى بنسبة ١٤.٨%، أما وسائل الإعلام التقليدية، فقد جاءت في المرتبة الأخيرة كأقل المصادر التي اعتمد عليها الطلاب في معرفتهم بالموقع بنسبة ٨.٨%.
٦. يقضي طلاب الجامعة فترات طويلة في موقع فيس بوك Facebook، ويرجع ذلك إلى طبيعة الأنشطة الاتصالية والتطبيقات المتنوعة التي تمكن الطلاب من قضاء وقتاً طويلاً في الموقع للتفاعل مع شبكاتهم الاجتماعية.
٧. يميل الطلاب إلى استخدام موقع فيس بوك Facebook في الفترات المتأخرة من اليوم، وهو ما يرجعه الباحث إلى ظروف الدراسة التي قد لا تتيح لعدد كبير من الطلاب ممارسة أي نشاط في فترتي الصباح والظهيرة، كما يرى الباحث أن الفترات المتأخرة من اليوم تتيح للشباب استخدام الموقع بحرية كبيرة دون وجود أي نوع من أنواع الرقابة الأسرية عليهم.
٨. يحافظ طلاب الجامعة على شبكاتهم الاجتماعية في موقع فيس بوك Facebook والممثلة في الأصدقاء وزملاء الدراسة في الجامعة والمدرسة، والأهل والمعارف، وهي نتيجة تتفق مع الدراسات السابقة التي أوضحت أن المستخدمين يقومون باستخدام موقع فيس بوك Facebook من أجل الحفاظ على شبكاتهم الاجتماعية أكثر من البحث عن صداقات جديدة.
٩. يرى طلاب الجامعة أن موقع فيس بوك Facebook يحتوي على العديد من السلبيات من أهمها أنه يضيع الكثير من الوقت، ويمكن مستخدمي غير مرغوب فيهم بالاتصال بمستخدمي الموقع، ويشتمل أيضاً على محتويات إباحية.
١٠. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نوعية الجامعة وبداية استخدام موقع فيس بوك Facebook، والعلاقة متوسطة القوة، فقد تبين أن طلاب الجامعة الأمريكية هم من أوائل مستخدمي موقع فيس بوك Facebook بحكم ما توفر لهم من إمكانيات كبيرة ساعدتهم في استخدام شبكات الإنترنت، والبيئة الثقافية النابعة من الموقع التي ساعدت في انتشاره بشكل واسع بينهم.
١١. يشارك الذكور بإيجابية في موقع فيس بوك Facebook أكثر من الإناث، فهم يستغلون مجموعات النقاش Groups وصفحات المعجبين Fan Pages للتعبير عن أفكارهم بحرية تامة، كما يقومون بكتابة مجموعة من الخواطر والآراء في صفحاتهم الشخصية، ويرى الباحث أن الإناث يهتمن أساساً باستخدام الموقع للتواصل مع الأصدقاء والأهل

١٢. توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل استخدامهم لموقع يوتيوب Youtube لصالح الذكور، أي أن الذكور يستخدمون موقع يوتيوب Youtube بمعدلات مرتفعة عن الإناث، بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل استخدامهم لموقع فيس بوك Facebook.

١٣. توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في دوافع استخدام موقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook في الاتصال والتفاعل الاجتماعي والتعرف على أشخاص جدد والتواصل مع الأحداث الاجتماعية لصالح الذكور، وبذلك فالذكور هم أكثر نشاطاً من الإناث في التواصل مع الآخرين والتفاعل مع الأحداث الاجتماعية المحيطة بهم.

١٤. توجد فروق دالة إحصائية بين طلاب الجامعات المختلفة في دوافع استخدام موقع فيس بوك Facebook في التعرف على أشخاص جدد، حيث اتضح أن دوافع استخدام طلاب جامعة الأزهر لموقع فيس بوك Facebook في التعرف على أشخاص جدد قد جاء مرتفعاً عن دوافع استخدام طلاب جامعة القاهرة وطلاب الجامعة الأمريكية وطلاب جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، كما أن دوافع استخدام طلاب جامعة القاهرة لموقع فيس بوك Facebook في التعرف على أشخاص جدد قد جاء مرتفعاً عن دوافع استخدام طلاب جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وطلاب الجامعة الأمريكية.

١٥. توجد فروق دالة إحصائية بين طلاب الجامعات المختلفة في دوافع استخدام الموقع في التعلم والمعرفة، حيث اتضح أن دوافع استخدام طلاب جامعة الأزهر لموقع فيس بوك Facebook في التعلم والمعرفة قد جاء مرتفعاً عن دوافع استخدام طلاب جامعة القاهرة وطلاب الجامعة الأمريكية وطلاب جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

١٦. ثبت صحة الفرض الأول جزئياً بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام طلاب الجامعة لموقع يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook وقيمهم المجتمعية. حيث تأثرات قيمهم إيجاباً، حيث اتضح وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين معدل استخدام طلاب الجامعة لموقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook ومستوى الانفتاح الثقافي لديهم، أي أنه كلما زاد معدل استخدام طلاب لموقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook، زاد مستوى انفتاحهم الثقافي.

وتأثرات قيمهم سلباً، حيث اتضح وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائية بين معدل استخدام طلاب الجامعة لموقع فيس بوك Facebook ومستوى الانتماء إلى الوطن، أي أنه كلما زاد معدل استخدام طلاب الجامعة لموقع فيس بوك Facebook، قل مستوى انتمائهم إلى الوطن، وهو ما يرجعه الباحث إلى تعرض الشباب المصري للعديد من ملفات الفساد في مصر في السنوات القليلة الماضية في الموقع مما زاد من معدلات الإحباط لديهم وأثر سلباً في انتمائهم إلى الوطن.

كما جاءت العلاقة الارتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعة لموقع فيس بوك Facebook ومستوي الفردية طردية دالة إحصائياً، أي أنه كلما زاد معدل استخدام طلاب الجامعة لموقع فيس بوك Facebook، زاد مستوي فرديتهم، كما اتضح وجود علاقة ارتباطيه عكسية دالة إحصائياً بين معدل استخدام طلاب الجامعة لموقع فيس بوك Facebook ومستوي التدين، أي أنه كلما زاد معدل استخدام طلاب الجامعة لموقع فيس بوك Facebook قل مستوي تدينهم.

١٢. ثبت صحة الفرض الثاني جزئياً بوجود علاقة ارتباطيه طردية دالة إحصائياً بين بعض دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook وقيمهم المجتمعية.

١٣. لم يثبت صحة الفرض الثالث بتأثر العلاقة الارتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعة لموقع يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook وقيمهم المجتمعية بالنوع، ونوعية الجامعة وأعمار طلاب الجامعة.

١٤. لم يثبت صحة الفرض الرابع، حيث لم تؤثر ثقة طلاب الجامعة في موقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook ومستخدميه في العلاقة الارتباطية بين معدل استخدامهم للموقعين وقيمهم المجتمعية.

١٥. لم يثبت صحة الفرض الخامس، حيث لم تؤثر درجة الحضور الاجتماعي Social Presence في موقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook في العلاقة الارتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعة للموقعين وقيمهم المجتمعية.

١٦. لم يثبت صحة الفرض السادس بتأثر العلاقة الارتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعة لموقعي يوتيوب Youtube وفيس بوك Facebook وقيمهم المجتمعية بتعبير الطلاب عن أنفسهم في الموقع، وإدراكهم لعمق الحوار مع المستخدمين في الموقع.

١٧. ثبت صحة الفرض السابع جزئياً، حيث تتأثر العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع يوتيوب Youtube وقيمهم المجتمعية بنوعية الجامعة إيجاباً، كما تتأثر العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع فيس بوك Facebook وقيمهم المجتمعية بالنوع ونوعية الجامعة وأعمار الطلاب إيجاباً.

١٨. ثبت صحة الفرض الثامن جزئياً، حيث تؤثر ثقة طلاب الجامعة في موقع فيس بوك Facebook ومستدميه إيجاباً في العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدامهم للموقع وقيمهم المجتمعية، بينما لم تؤثر ثقة طلاب الجامعة في موقع يوتيوب Youtube ومستدميه في العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدامهم للموقع وقيمهم المجتمعية.

١٩. ثبت صحة الفرض التاسع جزئياً، حيث تؤثر درجة الحضور الاجتماعي في موقع فيس بوك Facebook في العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام طلاب الجامعة للموقع وقيمهم المجتمعية، بينما لم تؤثر درجة الحضور الاجتماعي في موقع يوتيوب Youtube في العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام طلاب الجامعة للموقع وقيمهم المجتمعية.

٢٠. ثبت صحة الفرض العاشر جزئياً، حيث تتأثر العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع فيس بوك Facebook وقيمهم المجتمعية بتعبير طلاب الجامعة عن أنفسهم في الموقع وإدراكهم لعمق الحوار مع المستخدمين في الموقع، بينما لم تتأثر العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع يوتيوب Youtube وقيمهم المجتمعية بتعبير طلاب الجامعة عن أنفسهم في الموقع وإدراكهم لعمق الحوار مع المستخدمين في الموقع.

سابعاً: أهم التوصيات

١. ضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول وسائل الإعلام الحديثة والتعرف علي حدود تأثيراتها الاجتماعية والنفسية في المراهقين والشباب، من ثم توجيهها لخدمة مصالح المجتمع بقدر الإمكان.
٢. إنشاء مركز بحثي مستقل تابع لمجلس الوزراء المصري، يعمل بجانب مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مهمته الأساسية قياس توجهات الرأي العام في مواقع الشبكات الاجتماعية نظراً للإمكانيات الاتصالية الكبيرة التي تتيحها تلك المواقع لمستخدميها والتي تمكنهم من التعبير عما بداخلهم دون أي قيود اجتماعية أو سياسية.
٣. إجراء المزيد من الدراسات التحليلية التي تستهدف الكشف عن طبيعة الأفكار والموضوعات المجتمعية التي يطرحها الشباب في ساحات الرأي في مواقع الشبكات الاجتماعية للوصول إلى نتائج تفيد الحكومات في بلورة استراتيجية قادرة علي مخاطبة احتياجات هؤلاء الشباب.
٤. توعية صنّاع القرار ومؤسسات المجتمع المدني بأهمية التواصل مع الشباب في مواقع الشبكات الاجتماعية، وذلك بإنشاء صفحات شخصية تابعة لهم، قادرة على التفاعل معهم وتفهم احتياجاتهم.
٥. الاستفادة من المواقع الاجتماعية في الترويج للحملات الاجتماعية والسياسية خصوصاً في تلك الفترة التي تشهد فيها عدد من البلاد العربية تحولات جذرية في مناحي الحياة المختلفة.