

درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة العربية المفتوحة بسلطنة عمان والإشباعات المختلفة: دراسة تحليلية

موسى بن سليمان بن خلفان الشعيلي

طالب دكتوراه بالجامعة الإسلامية العالمية ، كلية التربية، ماليزيا

E-mail: shuailiy@au.edu.om

Associnate Professor Dr.Siti Rafiah Abdul Hamid

College of Education

International Islamic University – Malaysia

E-mail: my. srafiah60@ iium.edu

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى وصف درجة استخدامات طلبة الجامعة العربية المفتوحة بسلطنة عمان لشبكات التواصل الاجتماعي والأشباعات المختلفة من استخدامها، استخدم الباحث المنهج المسحي الوصفي لعينة عشوائية من طلبة الجامعة العربية المفتوحة بعدد ١٧٣ لمرحلة البكالوريوس والدبلوم لفصل الربيع ٢٠٢٠م، واستخدم الاستبانة أداة للدراسة ، وخلصت الدراسة إلى إن طلبة الجامعة يقومون باستخدام اليومي لهذه الشبكات من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات وفي أماكن مختلفة وإن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدماً لدى المبحوثين هي الواتس اب وإن الأدوات المفضلة للاستخدام هي الهاتف المحمول.

كما كشف نتائج الدراسة أيضاً أن المواضيع المستخدمة هي مواضيع تعليمية ثم اجتماعية وإن دوافع الاستخدام من قبل العينة المبحوثة هي النقاشات واستطلاعات الرأي، كما أشارت النتائج على أن نسبة عالية من الطلاب يستخدمون هذه الوسائل للتواصل مع زملائهم.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الجامعة العربية المفتوحة، سلطنة عمان، طلبة الجامعة.

The Degree of Social Media Use among the students of the Arab Open University in the Sultanate of Oman and Different Satiations

Analytical Study

Abstract:

This study pursues to describe the degree of the use of Arab Open University students in the Sultanate of Oman for social networks and the different satiations of their use. The researcher used the descriptive survey approach for a random sample of Arab Open University students amounting to 173 for the bachelor's and diploma degrees for the spring semester 2020, and applied the questionnaire tool for the study. The study concluded that the university students use these networks daily from one hour to less than 3 hours in different places. The most used social media networks used by the respondents are WhatsApp, and the preferred tools for use are the mobile phone.

The results of the study also revealed that the topics used are educational then social issues, and that the motives for use by the sample are discussions and opinion polls. The results indicated that a high percentage of students use these media to communicate with their colleagues.

Key words: Social media, Arab Open University, Sultanate of Oman, university students.

المقدمة :

بات التركيز على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي يحظى باهتمام الباحثين لما لاحظوه من تأثيرات مختلفة على الجوانب الاجتماعية، والسلوكية، والسياسية، على الأفراد مابين الآثار الإيجابية والسلبية وطرق التعامل مع هذه الشبكات، حيث أصبحت متنفسا وملادا لكل فئات المجتمع، متخطية النمط التقليدي في الاتصال، وألغت كل القيود على المتصلين وجمعت العالم في مكان واحد، وأتاحت لكل راغب في استخدامها أن يعبر عن أفكاره وقيمه وآرائه (أبو صلاح، ٢٠١٤).

وقد أدى تزايد عدد المشاركين في تلك الشبكات الرقمية -لاسيما الشباب العربي- إلى تصاعد تأثيرها في المجتمع، حيث أثرت على البناء الفكري لديهم، واضحت الشبكات تقوم بدور مهم في تربية النشء وإكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة وغير صحيحة، وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي، كما ولدت أنماطا متنوعة من التفاعل الاجتماعي بين الشباب لتصبح بيئة خصبة، من خلالها يتم تبادل المهارات والخبرات وتدعيم أواصر التفاعل والترابط بين مختلف الثقافات (الحاسن، ٢٠١٣).

وسمحت بإجراء علاقات مع جميع أطياف المجتمع، مع الذكور والإناث، وأدت الى التهاون بالقيم الدينية، والنظر إلى الموروث بعين النقد، وكثر التأثير بالأخر، وقلصت العلاقات الاجتماعية وساعدت في بث الدعوات والأفكار الهدامة، وساهمت في نشرها (الحسين، ٢٠١٦).

وهذا الارتباط المتزايد بشبكات التواصل الاجتماعي من قبل النشء جعل الدول تسعى إلى تقنين هذه الشبكات، وسخرت كل الإمكانيات لديها واهتمت المؤسسات التربوية والاجتماعية على اختلاف فلسفتها، بوضع البرامج والأنشطة للطلاب، ومن ضمن هذه المؤسسات الجامعة والتي تعد كمؤسسة تربوية يقع على عاتقها الحمل الأكبر والمسؤولية في تكوين المواطن الصالح المستنير، فمجتمع الجامعة بمثابة البيئة الملائمة والحاضن النشط لتنمية قيم الانتماء الوطني، من خلال ما توفره للطلبة من ثقافية واعيه وصحيحة حول مفاهيم الديمقراطية، والعدالة، والمساواة والاطلاع على تجارب الأمم التي قطعت شوطا في التقدم الاجتماعي والسياسي (المدني، ٢٠١٥).

ونتيجة لهذا الانفتاح والتطور الحاصل في وسائل التواصل الاجتماعي أدى الى تغيرات في جميع نواحي الحياة، المختلفة وبات الطلاب يقضون ساعات طويلة على هذه الشبكات على اختلاف الأهداف التي يسعون إلى تحقيقها. (محمود، ٢٠١٨).

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي: social media

هناك تعريفات عديدة لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث تعرّف بانها عبارة عن مواقع اجتماعية إلكترونية يمكن الاشتراك فيها أكثر من واحد على الانترنت تتيح لمستخدمها إيجاد مدونات ومشاركات بالصور وارسال فيديوهات وملفات مختلفة الاستخدام وتيسر للمستخدمين نشر هذه الملفات والكتابة حول موضوع محدد. (زهير، ٢٠١٢)

وعرفها محمود (٢٠١٨) بأنها (شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما يمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طوال سنوات من الغياب وتمكنهم من التواصل).

كما تعرف بانها خدمات إلكترونية يتم من خلالها تبادل الأخبار والمعلومات والصور ومقاطع الفيديو عن طريق مواقع إلكترونية توفر سرعة توصيل هذه المعلومات على نطاق واسع ممن يمتلكون اهتمامات وأنشطة ومصالح مشتركة (Dimitrova and Wellman, 2015)

وأما الصلال (٢٠١٢) فانه يعرف مصطلح التواصل الاجتماعي بأنه عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء.....) عن طريق هذه المواقع، وتوفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط، بل تتزامن وتتفاعل معك اثناء امدادك بتلك المعلومات، وبذلك تكوّن أسلوباً لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت

ويعرف أبو زيد (٢٠١٦) الشبكات الاجتماعية بأنها مواقع تشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة. وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الافراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع وآخر.

ومن خلال التعريفات السابقة نستنتج أن هذه الشبكات

- خدمات إلكترونية.
- سهولة الاستخدام.
- لها سرعة عالية.
- لا تقتصر على المعلومة وإنما تؤثر في المستخدم.
- يمكن أن تبادل المعلومات.

ويعرّفها الباحث بانها مجموعة من المواقع المجانية على شبكة الانترنت تتيح للمستخدمين فيها التواصل عبر العالم الافتراضي وتتيح للناس التواصل مع بعضهم البعض ونبادل النقاش والآراء حول مواضيع مختلفة سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو خاصة وتختلف طبيعتها من شبكة إلى أخرى. (التويتتر (Twitter) والفييس بوك (Facebook) والاستجرام (Instagram) والسناپ شات (snapchat) واليوتيوب (YouTube)) وغيرها التي يمكن أن يقوم الافراد بالتأثير بها والتأثير فيها .

خصائص شبكات التواصل:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعضها عن بعض وذلك نتيجة الغرض من هذه الشبكات، ولكن هناك خصائص مشتركة في ما بينها، ولقد ذكر المدني (٢٠١٥) بعض الخصائص المشتركة لهذه الشبكات وهي:

- الملفات الشخصية لمننتسيبها أو ما يسمى ب (Profile) وتوجد بها البيانات الأولية في هذه الملفات مثل:-
 - الاسم:
 - تاريخ الميلاد
 - الاهتمامات الخاصة بالمشارك ويمكن أن يضاف اليه الصور، لكي يسهل التعارف بين المشتركين فتعرف من تخاطب.
- إرسال رسائل: يمكن أن تقوم بأرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان موجوداً أو ضمناً في قائمة الاصدقاء أو لم يكن موجود.
- الخاصية الثالثة الأصدقاء أو العلاقات ، وهؤلاء هم الذين يقوم الشخص بالتعرف عليهم لغرض إرسال رسائل لهم، وذلك على حسب الغرض الذي تريده أنت كمرسل وبحق أن تقبل الصداقة أو ترفضها.
- البومات الصور، وتستفاد من هذه الخاصية في رفع الصور التي تريدها واتاحة للجميع في المشاركة فيها، مثل موقع الاستجرام، كما يمكنك أن تضيف من الصور ما تشاء.
- المجموعات، من خلال هذه الشبكات يمكنك أن تقوم بأنشاء مجموعات وذلك لا هدف معينة أو بأسماء محددة وهو منتدى حوارى بين المشتركين في هذه المجموعات، كما تتيح هذه الخاصية دعوة أعضاء جدد. (الصلال، ٢٠١٢)

- التفاعلية، وهي تعني تبادل الحديث والاتصال بالطرف الآخر وذلك لضمان الاستمرارية وزيادة التطوير في المجموعات.
- مراعاة وتعدد الانشطة والاهتمامات، يوجد في هذه الشبكات مصالح مشتركة بين منتسبيها ومختلفة على حسب رغبة المنسب مثل (الموسيقى، الالعاب، الاسواق، السياسة، شؤون خارجية، شؤون المرأة والطفل، الصحة العامة، الصحة الخاصة)

أنواع شبكات التواصل الاجتماعي: -

الفييس بوك (Facebook)

أسس هذا الموقع (مارك زاكربرج) (Mark Zuckerberg) عام ٢٠٠٤، وقد تحول هذا الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات، وقد وصل عدد مشتركيه في ٢٠١٣ إلى قرابة نصف مليار مشترك، وعلى مستوى الوطن العربي فقد بلغ ما يقارب (١٥) مليون مستخدم معظمهم ٥٠% دون سن ٢٥ سنة (عبدالهادي (٢٠١٠) و هذا الموقع من أكثر المواقع انتشارا، حيث انطلق بسرعة قوية منقطعة النظير واستطاع التميز على المواقع الاجتماعية الأخرى وذلك بإضافة ميزات متعددة فيه (بوسهله وطهوري، ٢٠١٥).

ومن ميزات هذا الموقع نجد فيه الملف الشخصي واطافة صديق ويمكن ان تقوم بأنشاء مجموعة وتضيف العديد من الصور وبه سوق ويمكن ان تمنح بعض الهدايا لبعض المعجبين. (مهاب، ٢٠١٠) كما يُتيح الفيس بوك للمستخدمين إمكانية الوصول إلى الألعاب، وتشغيلها، و يُمكن للمستخدم الوصول إلى (Facebook) من أي مُتصفح ويب على موقع (Facebook) الرسمي، وهو (www.facebook.com)، أو الوصول إليه عبر تطبيق (Facebook) المُتوفر على الهواتف الذكية، وأجهزة الحاسوب اللوحية.

التويتير: (Twitter)

ويعنى المفردة وهو من فئة التدوين القصير، وإحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت أدوارا كثيرة في الحياة، على اختلاف اصعدتها، وقد ظهر في أوائل ٢٠٠٦ كموضوع تطوير بحثي أجرته شركة (الأمريكية وبدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام ٢٠٠٧م وفي ابريل من نفس العام قامت هذه الشركة بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم تويتير (سيك، ٢٠١٥)

واليوم هذا الموقع مجاني وهو مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية والحكومية وقناة تواصل مع الشعوب

ومن ميزاته انه مجاني، وهو أداة فاعلة للتواصل مع العالم الخارجي ومناسب للتواصل الشخصي وأداة للتسويق سواء للذات أو للسلع ويمكن ان تضاف اليه شعاراتك الخاصة (سليمة، ٢٠١٢) وذكر زهير (٢٠١٢) بأن عدد مستخدمي تويتر ٣٠٠ مليون في الربع الأول من كل عام .

اليوتيوب (YouTube)

وهو من أشهر المواقع التي من خلالها يتم رفع الفيديوهات على مستوى العالم ويتيح المشاركة المجانية، وتختلف وتتنوع الأفلام التي يمكن عرضها على هذه القناة من جانب سياسي واجتماعي وترفيهي وتعلمي وغيره

وكانت الانطلاقة لهذا الموقع في عام ٢٠٠٥، عن طريق ثلاثة من الموظفين وتم إضافة بعض الميزات لهذا الموقع عن طريق تقييم الفيديوهات والتعليق عليها، وفي أواخر ٢٠٠٦ قام شركة جوجل بالإعلان عن شراء موقع اليوتيوب بمبالغ خالية وبهذا زاد المستخدمين وأصبح معروفا في عالم الاتصالات، وقد وصل عدد من يستقبلون موقع اليوتيوب إلى ملياري زائر يوميا. (أبو زيد، ٢٠١٦)

الانستغرام (Instagram)

إنستغرام هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر عام ٢٠١٠، يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافتها ثم مشاركتها في مجموعة مع الآخرين

في ديسمبر عام ٢٠١٠ حصل التطبيق على مليون مستخدم، وبعد سنة أي في عام ٢٠١١ حصل التطبيق على زيادة ٥٠٠% من المستخدمين ليصل العدد إلى ٥ ملايين مستخدم، وفي السنة الثالثة للتطبيق تضاعف العدد، وخصوصاً مع إطلاق التطبيق لمنصة أندرويد ليتخطى عدد المستخدمين ٣٠ مليون مستخدم.

وفي ١٢ ديسمبر ٢٠١٤ أعلنت خدمة إنستغرام للصور التابعة لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك أنها تجاوزت عتبة ٣٠٠ مليون مستخدم. (سيك، ٢٠١٥)

وفي يوليو عام ٢٠١١ قام مستخدمو التطبيق برفع ١٠٠ مليون صورة، وفي شهر أغسطس من نفس العام وصل عدد الصور المرفوعة إلى ١٥٠ مليون صورة أي خلال شهر واحد.

وفي مايو من عام ٢٠١٢ تم الإعلان عما يلي:

- في كل ثانية يتم إضافة ٥٨ صورة جديدة.
- وفي الثانية الواحدة كذلك تحصل الشبكة على مستخدم جديد.

• تخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم افتتاحها

واتس أب Whatsap

وهو منصة من منصات التواصل الاجتماعي يتضمن خدمة الرسائل عن طريق الهواتف الذكية، من خلاله تمكن المشاركين ارسال رسائل، او مقاطع فيديو، أو صور وربطها بوسائل أخرى.

تأسست شركة (الواتس أب) عام ٢٠٠٩ واعتبارا من شهر أكتوبر ٢٠١٤ اصبح الواتس أب هو التطبيق الأكثر شعبية على مستوى العالم في ارسال الرسائل. وصار هذا التطبيق وسيلة سهلة للتواصل ويكاد لا يخلو فرد من أفراد الأسرة أو العالم الأ ويستخدمه

عيوبه	مميزات الواتس أب
١. فيه مضيعة كثيرة للوقت.	١. سهولة استخدامه.
٢. له آثار على العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسر.	٢. خلوه من الإعلانات.
٣. يمكن أن يستغل من قبل أي جهة استثمارية.	٣. ميزة استلام الرسائل.
٤.	٤. تشفير الرسائل للحفاظ على الخصوصية.
	٥. وهو مجاني

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

بالرغم من وجود تمايز في الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي إلا إنه توجد خصائص مشتركة بين هذه الشركات. حسين (٢٠١١)

١. البروفایل الشخصي:

الملفات الشخصية، حيث كل شبكة تطلب منك التعريف بالمستخدم وتطلب معلومات أساسية مثل الجنس، وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات وأحياناً الصور التي تحب أن تنشرها وهذه الملفات تعد بوابة للدخول في عالم الشبكات وبالتالي التعرف عليك وعلى أصدقائك.

٢. الصفحات:

والبداية كانت عند موقع الفيس بوك إلا أن معظم الشبكات الآن تخصص للمستخدم حساباً خاصاً به يمكن أن يقوم بالإعلان أو نشر يوميات أو مقالات في جميع الشبكات بشكل عام.

٣. المجموعات:

حيث تسمح معظم الشبكات التواصل الاجتماعي بإنشاء مجموعة باسم معين وأهداف محددة، ويوفر موقع التواصل مالك هذه المجموعة مساحة أشبه ما تكون بمنندى حواري وتتيح له خاصية التنسيق لعقد لقاءات أو مجموعات.

٤. ألبومات الصور:

تسمح هذه الشبكات بإضافة ألبومات للصور الشخصية للمشارك ويصل إلى المئات، كما تتيح مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.

٥. إرسال الرسائل:

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي بإرسال الرسائل مباشرة للشخص سواء كان في القائمة الأصدقاء أم لم يكن

الدراسات السابقة

اجرى المديني(٢٠١٥) دراسة بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام لدى طلبة الجامعات السعودية (جامعة أم القرى نموذجاً) استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي حيث تم تصميم استبيان ووزعت على معظم الدارسين في هذه الجامعة، وتوصلت الدراسة الى ان نسبة ١٤,٨٦% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى مرتفع في تشكيل الراي العام وان نسبة ٥٥,٢٣% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى متوسط في تشكيل الراي العام ، كما كشفت عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام لدى الطلاب .

دراسة عبد الموجود (٢٠١٤) هدفت إلى الكشف عن الآثار الاجتماعية والمجتمعية على شباب الجامعات المصرية، نتيجة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من طلبة الجامعات المصرية قوامها(٤١٦) طالبا على جامعة القاهرة، والإسكندرية، واسيوط، بالتساوي وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:- هذه المواقع ساعدت الشباب في التفاعل المباشر مع اصدقائهم، كما مكنتهم من إقامة علاقات إنسانية مع الاخرين، إضاعة كثير من الوقت في الجلوس على هذه المواقع الاجتماعية.

دراسة الطيار (٢٠١٤) شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة " تويتر نموذجاً" هدفت الدراسة إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة وذلك من خلال:

- بيان الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي.
- بيان الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي.
- بيان آثار شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من طلبة جامعة الملك سعود وبلغت العينة (٢٢٧٤) طالباً. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في التمكن من إجراء علاقات يؤثر عليه من الجنس الآخر، وإهمال في الشعائر الدينية، أما الآثار الإيجابية التعرف على أخبار البلد وتعلم أمور جديدة وأوصت الدراسة بأهمية التوعية في هذا المجال.

وأجرى غوش وديسكوبوتا (Dasgupta,2015&Ghosh) دراسة استهدفت الكشف عن الفروق في مستخدمي الفيس بوك وغير المستخدمين والذين تتراوح أعمارهم من(١٨-٣٥) سنة وأوضحت النتائج أن مستخدمي الفيسبوك كانوا أكثر انبساطاً وانفتاحاً، وشعوراً بتقدير الذات وانخفاض القلق من غير المستخدمين

أجرى مراد ومحاسنة (٢٠١٦) دراسة هدفت إلى الكشف عن درجة استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعية في العملية التعليمية وصعوبات استخدامها، قام الباحثان بتطوير استبانة للكشف عن درجة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، تكونت عينة الدراسة (١٧٥) طالبا وطالبة من كلية الشوبك، أظهرت النتائج أن درجة الاستخدام كانت متوسطة وأشارت لعدم وجود فروق دالة احصائيا تعزى لمتغير الجنس والبرنامج الدراسي والمستوى الدراسي للطلاب.

أجرى عيسى (٢٠١٧) دراسة بعنوان فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الاجتماعية للطلاب الصم ، حيث هدفت على التعرف على فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الاجتماعية للطلاب الصم في مراحل التعليم المختلفة بمدينة جدة ، وقد اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي وتم اعداد استبانة تقييمية لاستخدام الطلاب الصم شبكات التواصل الاجتماعي واعد الباحث مقياس تقيمي للمهارات الاجتماعية في تنمية مفهوم الذات ،تكونت عينة الدراسة (٣٠) فرد من الطلاب الصم واطهرت النتائج ان الأهمية التنموية التقييمية لاستخدام الطلاب الشبكات الاجتماعية بلغت (٧٤,٤٧%) مما يشير الى اهتمام نسبة كبيرة منهم باستخدام تلك الشبكات واحتل السناج المقام الأول.

اما دراسة البراشدية والظفري (٢٠١٨) حيث هدفت الدارسة إلى الكشف عن التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب العماني، وطبقت الدراسة على عينة من طلبة جامعة السلطان قابوس (٥٥٠) طالبا وطالبة و (٠١٦) طالبا من الكلية التطبيقية بالرسناق، واستخدم الباحثان مجموعة النقاش المركزية، وبينت الدراسة أن تأثير الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة كانت كبيرة، وأنه توجد فروق دالة احصائيا بين الذكور والاناث في التأثيرات الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لصالح الاناث.

دراسة بو سحلة وطهوري (٢٠١٧) هدفت الى التعرف على الأسباب التي تدفع الطلبة الى الاشتراك في موقعي الفيسبوك والتويتير والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذا الموقع ، تكونت عينة الدراسة (٧٥) طالبا، توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها ان أقوى الأسباب التي تدفع الطلبة لاستخدام الفيسبوك وتويتير هو سهولة التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم الفكرية التي لا يستطيعون التعبير عنها صراحة في المجتمع ، وأش

مشكلة الدراسة:

اشارت بعض الدراسات (عبد الموجو،٢٠١٤، الطيار،٢٠١٤، المدني،٢٠١٥) إلى أن الطلاب بصفة عامة يختلفون في استخداماتهم إلى هذه الشبكات ومن خلال عمل الباحث بالجامعة العربية المفتوحة في سلطنة عمان

واحتكاكه بالطلاب فإنه ارتأى، يقوم بدراسة تحليلية لاستخدامات هؤلاء الطلاب لهذه الدراسة لسبر اغوارهم والاهداف التي يسعون لأجلها وتتخلص مشكلة الدراسة في أسئلتها

أسئلة الدراسة:

- ما مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة العربية المفتوحة بسلطنة عمان؟
- ما مجالات استخدام طلبة الجامعة العربية المفتوحة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة العربية المفتوحة بسلطنة عمان؟

أهداف الدراسة: -

تهدف الدراسة على نحو أساسي للتعرف على درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة العربية المفتوحة في سلطنة ومجالات الاستخدام ودوافع الاستخدام لدى طلبة الجامعة العربية المفتوحة.

أهمية الدراسة

- من خلال هذه الدراسة يمكن ان يخرج الباحث ببعض التوصيات التي تفيد في بناء برامج تتعلق بترسيخ قيم المواطنة.
- توفير معلومات التي يمكن الاستفادة منها من قبل المخططين والمسؤولين لوضع برامج تدريبية وارشادية للاستفادة من نتائج الدراسة.

مصطلحات الدراسة

شبكات التواصل الاجتماعي: - social media

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين (Reitz، ٢٠١٣).

وعرفها الطيار (٢٠١٤) عبارة عن شبكات اجتماعية إلكترونية يمكن الدخول إليها مجاناً، او هو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام او شبكات انتماء.

وتعرف في هذه الدراسة بأنها مجموعة من الشبكات الاجتماعية الإلكترونية متاحة مجاناً تتيح التواصل بين الأفراد بعضهم البعض وتشمل في الدراسة (التويتر(Twitter)، والفيس بوك (Facebook)، والانسجرام (Instagram)، والسناپ شات (snapchat)، واليوتيوب(YouTube) ودرجة استخدام الطلبة لها.

الجامعة العربية المفتوحة:

هي جامعة اقليمية لها تسعة فروع على مستوى الوطن العربي، مقرها الرئيس في دولة الكويت وتتبع نظام التعليم المفتوح، وفرع سلطنة عمان يطبق نظام التعليم المفتوح ونظام التعليم التقليدي ويمنح شهادات الدبلوم والبيكاربوس والماجستير . دليل الطالب (٢٠١٦).

حدود الدراسة:

يتحدد تعميم نتائج هذه الدراسة بالعوامل التالية: -

الحدود الزمانية: تم تطبيق أدوات الدراسة في العام الأكاديمي ٢٠١٩/٢٠٢٠م

الحدود المكانية: - تم تطبيق أدوات الدراسة على طلبة الجامعة العربية المفتوحة فرع سلطنة عمان

الحدود البشرية: - طلبة وطالبات الجامعة العربية المفتوحة على مختلف التخصصات.

ارتت النتائج كذلك ان الطلبة استفادوا من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهم.

الطريقة والإجراءات

التطبيق، والاساليب الاحصائية المستخدمة.

أولا منهج الدراسة:

من منطلق أهداف الدراسة واستلهاها فأن الباحث قام باتباع المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف بأنه المنهج الذي لا يتوقف عند وصف الظاهرة وجمع بياناتها المختلفة بل يتعدى الى استقصاء مظاهرها وعلاقتها المختلفة، وتفسيرها والوصول الى الاستنتاجات في تطويرها وتحسينها. (سليمان،١٩٨٨)

ثانيا: مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة الحالية من مجموع أعداد طلبة الدبلوم والبيكالوريوس بالجامعة العربية المفتوحة بسلطنة عمان والمسجلين للعام الأكاديمي ٢٠١٩/٢٠٢٠ والبالغ عددهم (١٩٠٣) من مختلف التخصصات الموجودة بالجامعة

والجدول أدناه يوضح توزيع مجتمع الدراسة على حسب المؤهل الدراسي، والنوع الاجتماعي

جدول رقم (١) توزيع مجتمع الدراسة على متغيرات الدراسة

المؤهل	الدبلوم		البكالوريوس		المجموع
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	
العدد	١٦٧	١٢٩	٦١٦	٩٩١	١٩٠٣

ثالثاً: عينة الدراسة وخصائصها :

اختار الباحث عينة الدراسة الحالية بالطريقة العشوائية وتكونت عينة الدراسة من (١٧٣) طالبا وطالبة

من مختلف التخصصات الموجودة بالجامعة

والجدول أدناه يوضح توزيع عينة الدراسة على حسب النوع الاجتماعي

جدول رقم (٢) توزيع عينة الدراسة على حسب النوع الاجتماعي

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	٦١	٣٥,٣%
أنثى	١١٢	٦٤,٧%
المجموع	١٧٣	١٠٠%

ويشير جدول رقم (٢) إلى أن نسبة الذكور ٣٥,٥% بتكرار (٦١) من عينة الدراسة ، وأن الإناث (٦٤,٧%) ب

تكرار ١٧٣ وهذا يتناسب مع مجتمع الدراسة حيث أن عدد الإناث أكثر من عدد الذكور

جدول رقم (٣) توزيع عينة الدراسة على حسب المؤهل الدراسي

المؤهل	التكرار	النسبة
الدبلوم	٣٩	٢٢,٥%
البكالوريوس	١٣٤	٧٧,٥%
المجموع	١٧٣	١٠٠%

يشير جدول رقم (٣) على أن نسبة طلبة الدبلوم ٢٢,٥% بتكرار ٣٩ وأن نسبة طلبة البكالوريوس ٧٧,٥% بتكرار ١٧٣ وهذا يدل على أن عدد الطلبة بالجامعة في درجة البكالوريوس أكبر من عدد طلبة الدبلوم

أداة الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على أداة واحدة

مقياس استخدام طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققه منها

قام الباحث بأعداد الأداة لتتناسب مع مضمون الدراسة الحالية وأهدافها وقد كانت خطوات اعداد الأداة على النحو التالي: -

بعد الاطلاع على الادب النظري ذات الصلة بالموضوع استطاع الباحث الحصول على عدة مقياس

a. دراسة أبو زيد (٢٠١٦) استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية (دراسة ميدانية في محافظة غزة)

b. دراسة الحابيس (٢٠١٥) الآثار الاجتماعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على جوانب الشخصية الشابة

c. دراسة الجراح (٢٠١٨)، ودراسة شاهين (٢٠١٧)، ودراسة سيك (٢٠١٤)

d. تم قراءة هذه المقاييس بدقة وتم استخلاص فقرات الاستبيان

اختبار الصدق

الصدق الظاهري :

نقصد بصدق الأداة هي قدرة المقياس على قياس الظاهرة التي وضع من أجلها. الزويعي، (١٩٨١) ولإيجاد الصدق تم عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين لمعرفة صدقها في صورتها الأولية ممن لديهم الخبرة في مجال الارشاد النفسي، والجوانب الاجتماعية من أكاديميين في الجامعات والكليات ووزارة التربية والتعليم، والمختصين في القياس والتقويم ومن وزارة التنمية الاجتماعية.

وذلك لأبداء آراءهم وملاحظاتهم حول مدى ملائمة أسئلة الاستبانة ووضوح العبارات ومطابقتها مع الموضوع المخصصة له. ثم قام الباحث بتوزيع هذه الصحيفة على عدد (٤٠) طالبا من الجامعة لعينة عشوائية وتم التأكد من ملائمة الأسئلة والعبارات لموضوع الدراسة

نتائج الدراسة

ولإيجاد نتائج الدراسة والاجابة على اسئلتها قام الباحث باستخدام النسب المئوية والتكرارات وكانت النتائج كالتالي

- درجة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٤) معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة

التكرار	النسبة %	الاستخدام
١٥٨	٩١,٣	يوميًا
٨	٤,٦	أكثر من مرة في الأسبوع
٤	٢,٣	مرة كل أسبوع
	١,٧	أقل من ذلك

وللإجابة على السؤال الأول ما مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة العربية المفتوحة بسلطنة عمان يوضح جدول رقم (٤)، كثافة الاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يوضح الجدول إن ٩١,٣% من مفردات العينة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي يوميًا، وهذا يدل على أن مستوى الاستخدام عالي وإن ١,٧%

فقط من أفراد العينة هم أقل من ذلك بمعنى إنهم قد لا يستخدموها يومياً، وإن ٤,٦% يستخدموها أكثر من مرة في الأسبوع بما يدل دلالة واضحة على أن طلبة الجامعة العربية المفتوحة بسلطنة عمان يستخدموا هذه الوسائل يومياً، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة كل من (عيسى، ٢٠١٧؛ مراد وحاسنة، ٢٠١٦، الكندي والرشيدي، ٢٠١٦، وتختلف مع دراسة: غوش، ٢٠١٥).

- ساعات الاستخدام

- جدول رقم (٥) عدد الساعات التي تقضيها على شبكات التواصل الاجتماعي

عدد الساعات	النسبة %	التكرار
أقل من ساعة	١٥,٠	٢٦
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	٤٣,٩	٧٦
من ٣ ساعات إلى أقل من ٦ ساعات.	٢٢,٥	٣٩
من ٦ ساعات فأكثر.	١٨,٥	٣٢

يوضح الجدول رقم (٥) إن ٤٣,٩% من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً وإن ٢٢,٥% من المبحوثين يستخدمون من ٣ ساعات إلى أقل من ٦ ساعات يومياً، وإن فقط ١٨,٥% من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأكثر من ٦ ساعات مما يدل على إن غالبية المبحوثين يستخدمون من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات في اليوم وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (الكندي، والرشيدي، ٢٠١٦)

- الأوقات المفضلة للاستخدام

جدول رقم (٦) الأوقات المفضلة للاستخدام:

الأوقات المفضلة للاستخدام	النسبة %	التكرار
في الصباح	٩,٨	١٧
في المساء	٨,١	١٤
في الليل	١٥,٦	٢٧
لا يوجد وقت محدد	٦٦,٥	١١٥

يشر جدول رقم (٦)، إلى أنه لا يوجد وقت محدد لدى أفراد عينة الدراسة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث وضحت نسبة ٦٦,٥، من أفراد العينة بأنه لا يوجد وقت محدد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وجاء في المرتبة الثانية في وقت الليل، حيث وصلت النسبة إلى ١٥,٦، ثم فترة الصباح بنسبة ٩,٨، وفي المساء بنسبة ٨,١، وهذه النتائج اختلفت مع دراسة (الكندي والرشيدي، ٢٠١٦).

أماكن الاستخدام :

جدول رقم (٧) أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

أماكن الاستخدام	النسبة %	التكرار
المنزل	٨١,٥	١٤١
الجامعة	٢٦,٦	٤٦
الكافيتيريا والمطاعم	٢٨,٩	٥٠
أخرى	٣٢,٩	٥٧

أما بالنسبة لأماكن الاستخدام فيشر جدول رقم (٧) إلى أن ٨١,٥ من عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المنزل، و٣٢,٩ في أماكن مختلفة لم تذكرها الدراسة، بعدها جاءت الكافيتيريا والمطاعم بنسبة ٢٨,٩%، وجاءت في المرتبة الأخيرة الجامعة بنسبة ٢٦,٦%

• أهم شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٨) أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟ "يمكن اختيار أكثر من إجابة"

أهم شبكات التواصل	النسبة %	التكرار
الفيس بوك	٨,١	١٤
تويتر	٣١,٢	٥٤
اليوتيوب	٤٤,٥	٧٧
الواتس أب	٦٥,٩	١١٤
الإنستجرام	٤٣,٩	٧٦
أخرى	٣٠,١	٥٢

أما عن أهم الشبكات المستخدمة في الدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي فيشر جدول رقم (٨)، على أن الواتس أب هو أكثر المواقع استخداماً لدى عينة الدراسة (طلاب الجامعة العربية المفتوحة بسلطنة عمان) حيث حصل على نسبة ٦٥,٩% يليه اليوتيوب ٤٤,٥% ثم الإنستجرام ٣٣,٩% والتويتر ٨١,٢% والفيسبوك ٨,١% ومواقع أخرى ٣٠,١% وهذا يدل على أن الواتس أب أكثر تفاعلاً وذلك لسهولة الخدمات التي يقدمها للطلبة من حيث إرسال رسائل كتابية أو صوتية وأيضاً نقل بعض الصور في هذا الموقع، وهذه النتيجة تختلف مع دراسة كل من (عيسى، ٢٠١٧، مراد وحاسنة، ٢٠١٦، وغوش، ٢٠١٥).

• الجهاز المفضل لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٩) الوسائل المستخدمة في الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي؟ "يمكن اختيار أكثر من إجابة"

التكرار	النسبة %	أهم الوسائل المفضلة
٤٣	٢٤,٩	الآب توب
١٧	٩,٨	كمبيوتر مكتبي
١٣	٧,٥	الأيباد أو التابلت
١٦٧	٩٦,٥	الهاتف المحمول

توضح بيانات جدول رقم (٩)، إلى أن الهاتف الذكي هو أكثر الأجهزة تفضيلاً لدى عينة الدراسة (بنسبة ٩٦,٥%) ثم جاء بعد ذلك الآب توب بنسبة ٢٤,٩% يليه الكمبيوتر المكتبي بنسبة ٩,٨، وأخيراً الأيباد أو التابلت بنسبة ٧,٥%.

وخلاصة القول في الإجابة على السؤال الأول نرى على أن هذه الدراسة أوضحت في نتائجها على الباحثين وهم (طلبة الجامعة العربية المفتوحة بسلطنة عمان) أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي وأن معدل استخدام من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات وليس هناك أماكن معينة للاستخدام، فقد تكون الجامعة أو المنزل أو الكافيتريا أو المطاعم أو السيارة أو غيرها كما خلصت إلى أن أهم وسائل التواصل الاجتماعي للاستخدام هو الوتساب وأن الأجهزة المفضلة هي الهاتف المحمول.

إجابة السؤال الثاني

والذي ينص على ما مجالات استخدام طلبة الجامعة العربية المفتوحة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

فقد استخدم الباحث التكرارات والنسب المئوية

- جدول رقم (١٠) الموضوعات التي يتابعها الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي وقد أعطي المبحوث السماح له بالإجابة لأكثر من خيار

المجالات	النسبة %	التكرار
السياسية	٣٧,٦	٦٥
الدينية	٤٦,٢	٨٠
الرياضية	٣٢,٤	٥٦
التعليمية	٦١,٨	١٠٧
الاجتماعية	٥٣,٨	٩٣
أخرى	٣٥,٨	٦٢

أشار جدول رقم (١٠)، إلى أن أهم المواضيع التي يتابعها المبحوثين هي مواضيع تعليمية بنسبة ٦١,٨% ثم مواضيع اجتماعية بنسبة ٥٣,٨% ومواضيع دينية بنسبة ٤٦,٢% ومواضيع سياسية بنسبة ٣٧,٦% يليها مواضيع أخرى بنسبة ٣٥,٨% وأخيراً مواضيع رياضية بنسبة ٣٢,٤% علماً على أن يحق للمستجيب أن يختار أكثر من بديل ويوضح من هذا الجدول على أن الاهتمام الأكبر من المواضيع هو المواضيع التعليمية وهذا يدل على توجهات الطلبة نحو استثمار هذه الوسائل في الجانب التعليمي.

إجابة السؤال الثالث

وللإجابة على السؤال الثالث ما دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة العربية المفتوحة، فقد استخدم الباحث النسب المئوية والتكرارات وكانت النتائج كالتالي

• جدول رقم (١١) دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

دوافع الاستخدام	النسبة %	التكرار
المنافسات	٣٢,٩	٥٧
استطلاعات الرأي	٢٩,٥	٥١
دراسة	٢٢,٥	٣٩
فيديوهات	٥,٨	١٠
محادثة الصور	٢,٩	٥
أخرى	٦,٤	١١

يشير جدول رقم (١١) على إن العينة المبحوثة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للدوافع التالية، أولاً المنافسات بنسبة ٣٢,٩%، يليها استطلاع الرأي بنسبة ٢٩,٥% ثم الدراسة بنسبة ٢٢,٥%، بعدها مجالات أخرى متنوعة بنسبة ٦,٤% والفيديوهات بنسبة ٥,٨% ومحادثة الصور في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢,٩%، وهكذا يمكن التلخيص على أن المناقشات في المرتبة الأولى واستطلاعات الرأي في المرتبة الثانية ومحادثة الصور في المرتبة الأخيرة وهذا يتفق مع دراسة (الكندي والرشيدي، ٢٠١٦، كما يتفق مع دراسة البراشدية والظفري، ٢٠١٨)

نسبة التفاعل بين الطلاب:

جدول رقم (١٢) نسبة التفاعل بين الطلاب

التكرار	النسبة %	رأي المبحوثين
٩١	٥٢,٦	نعم
٧١	٤١,٠	أحياناً
١١	٦,٤	لا

يشير جدول رقم (١٢) على أن نسبة التفاعل بين الطلاب بعضهم وبعض من خلال شبكات التواصل الاجتماعي عالية، حيث أجاب المبحوثين بنعم بنسبة ٥٢,٦% أي يقومون بالتواصل مع زملائهم وأحياناً بنسبة ٤١,٠% فيما حصل متغير (لا) ٦,٤%، وهذا يدل على إن معظم الطلاب من أفراد عينة الدراسة يقومون بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، ويتفق هذا مع دراسة (عبد الموجود، ٢٠١٤، حيث أشارت إلى أن عينة الدراسة تستخدم الشبكات للتفاعل مع الشباب بعضهم البعض).

• الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٣) الثقة بالمعلومات التي تحصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي

التكرار	النسبة %	مدى الثقة
٢٣	١٣,٣	عالية
١٠١	٥٨,٤	متوسطة
٤٩	٢٨,٣	منخفضة

وحول سؤال: الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي، يشر جدول رقم (١٣) على أن أفراد العينة يرون إن شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي في السلوك وقد حصل هذه المتغير بنسبة ٤٨,٦% بينما التأثير السلبي بنسبة ٢٦%،

وجاء متغير " لا تؤثر" بنسبة ٢٥,٤%، وهذا يدل على أن شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي من وجهة نظر المبحوثين وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات التالية (البراشدية والظفري، ٢٠١٨، ودراسة مراد ومحاسنة، ٢٠١٦).

الخاتمة

تناولت هذه الدراسة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعة العربية المفتوحة والإشباعات المختلفة من ذلك الاستخدام وأوضحت على إن شبكات التواصل الاجتماعي تستخدم بشكل يومي ولأغراض مختلفة مثل " أغراض تعليمية وتنقيفية وترفيهية"، وبينت الدراسة أنواع شبكات التواصل الاجتماعي وفوائد هذه الشبكات بالنسبة للطلبة كما عالجت الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي ، ودور المؤسسات التربوية في إكساب الطلبة عادات الاستخدام الأفضل في التعامل مع هذه الشبكات، وفي الختام نشكر كل من تعاون في إظهار هذه الدراسة.

التوصيات:

١. إجراء العديد من الدراسات المتعلقة بذات الموضوع مع متغيرات أخرى.
٢. إجراء دراسات مقارنة بين استخدامات طلبة الجامعة العربية المفتوحة بسلطنة عمان وجامعات أخرى.
٣. الاهتمام بالبرامج التوعوية لتوضيح آثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

المراجع:

- أبو زيد، عايده علي (٢٠١٦). استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية، دراسة ميدانية في محافظات غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- أبو صلاح، صلاح محمد (٢٠١٤). استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة. رسالة ماجستير غير منشورة، فلسطين، الجامعة الإسلامية.
- البراشدية، حفيظة بنت سليمان والظفري، سعيد بن سليمان (٢٠١٨). تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب العماني: دراسة متعددة التصاميم، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، المجلد (٩) العدد (٢) اغسطس ٢٠١٨.
- الحائس، عبد الجواد (٢٠١٢) التفاعل الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته الاجتماعية على الشباب الجامعي، دراسة ميدانية في جامعة السلطان قابوس. في المؤتمر الدولي الثاني لكلية الآداب والعلوم الاجتماعية، مسقط: جامعة السلطان قابوس (١٦-١٨، ديسمبر ٢٠١٢) بغزة.
- حسن، عبد الصادق (٢٠١٢). تعرض الشباب الجامعي البحريني لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية في المؤتمر الدولي الثاني لكلية الآداب والعلوم الاجتماعية، مسقط، جامعة السلطان قابوس، (١٦-١٨ ديسمبر، ٢٠١٢).
- حسين شفيق (٢٠١١). الأعلام الجديد، الأعلام البديل، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- الجامعة العربية المفتوحة (٢٠١٧). دليل الطالب، مسقط، سلطنة عمان
- رضا، أمين (٢٠٠٢). الصحافة الإلكترونية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- زهير، عابد (٢٠١٢). دور شبكات التواصل في تعبئة الراي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح، المجلد (٢٦) ص ٣٨٧-٤٢٨
- سليمان عبيدات (١٩٨٨). القياس والتقويم التربوي، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.

- سليمة رائحي (٢٠١٢) الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائريين وسائط الاتصال الجديدة وأنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، ١٠٩
- سكيك هشام أحمد (٢٠١٤) دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية (دراسة تحليلية ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة (فلسطين).
- الصلال، بدر حمد (٢٠١٢). دور الفضائيات الكونية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الاوسط، الكويت.
- عبد الموجود، سحر (٢٠١٤). الآثار الاجتماعية والمجتمعية للتعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الالكتروني، معهد البحوث والدراسات البيئية، رسالة دكتوراة جامعة عين شمس (٢٠١٤)، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، (٥٩٤) العدد الواحد والعشرين، الجزء الثالث، ٢٠١٥.
- الطيار فهد على (٢٠١٤) شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً)، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد (٢١) العدد (٦١) الرياض
- عيسى احمد عبده (٢٠١٧) فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الاجتماعية للطلاب الصم، المجلة التربوية الدولية المتخصصة، المجلد (٦) العدد (١) ص ٢٧٢-٢٥٩ كانون الثاني .
- محمود، خالد صلاح حنفي (٢٠١٨). دور الجامعات العربية في تربية المواطنة في ضوء بعض الاتجاهات العالمية المعاصرة، مجلة دراسات في علوم التربية، المجلد (١) العدد (٤) جون ص ٦١-٨٧
- المدني، اسامة غازي (٢٠١٥). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجاً" مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، مسقط، ٤٢٥-٣٩٥.
- ملا ومحاسنة عروة سليمان، عمر موسى (٢٠١٦)، درجة استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعية في العملية التعليمية وصعوبات استخدامها، مجلة العلوم التربوية، المجلد (٤٣) ملحق (٤) جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن.

- Dalsgaard, Christian (2011) **Social networking sites: Transparency in**

online education. Institute of Information and Media Studies. University of Aarhus, Helsingforsgade 14, 8200 Aarhus N. Denmark, cndimv.au.dk

- Ghosh, A and Dasgupta. S (2015). Psychological Predictors of Facebook Use, *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 14. (1). 101- 109.
- Reitz, J. M. (2013). *Online Dictionary for Library and Information Science*. (2nd Edition), Retrieved: 12 Feb 2017, from , <http://goo.gl/Jca6aa>
- Al-Zahrani, A. (2015). Toward Digital Citizenship: Examining Factors Affecting Participation and Involvement in the Internet Society among Higher Education. *International Education Studies*, 8(12), pp. 203- 217.