

تأثير الإعلام الجديد في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة بغداد)

م.د. علاء حسين جاسم النداوي

جامعة بغداد

ملخص البحث

فتحت تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة آفاقاً جديدة وأحدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الاجتماعية ، مثلما أثرت بشكل كبير على أنماط الاتصال الإنساني. ومن يتأمل التطورات التي طالت العلاقات الاجتماعية بفعل الإعلام الجديد وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي ، لا بد له أن يلاحظ التغير الكبير في منظومة العلاقات الاجتماعية التي تأثرت بشكل أو بآخر بالتطورات المتسارعة التي تحصل في ظل بروز ما يسمى بالمجتمع الافتراضي.

وقد جسدت مواقع التواصل الاجتماعي الاتصال الوسيطي الذي اصبح يشكل نقطة تحول مهمة في مجال الاتصال الاجتماعي. أن هذا التغير في طبيعة التواصل اصبح يهدد العلاقات الاجتماعية ، وهذا ما تسعى هذه الدراسة لطرحه ومناقشته عبر دراسة ميدانية على عينة من شباب العاصمة العراقية بغداد لكون الشباب هم الشريحة الأكثر تعاملًا مع مواقع التواصل الاجتماعي ولان بغداد تضم خليطاً سكانياً يمثل مختلف مكونات الشعب العراقي.

إن الأسباب الموضوعية لاختيار هذه الدراسة تكمن في أهمية موضوعها الحيوي والحديث إضافة إلى قلة الدراسات التي تتناول تأثير الإعلام الجديد وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في المجتمع العراقي.

وتسعى الدراسة إلى محاولة إعطاء تفسير علمي لاستخدام مواقع التواصل وتأثيرها في منظومة العلاقات الاجتماعية الأمر الذي يفضي إلى إثارة آفاق جديدة ويبرز أسئلة ومشكلات جديدة. كما انه من بين أهداف الدراسة تسليط الأضواء على كيفية الاستخدام الأفضل لمعطيات تكنولوجيا الاتصال والحد من الإقرارات السلبية لها على صعيد العلاقات الاجتماعية.

ويمكن لهذه الدراسة أن تدرج ضمن الحقل المعرفي الجديد نسبياً الذي يعرف بالمعلوماتية الاجتماعية (Social informatics) الذي يهتم بدراسة تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على النسق الاجتماعي ، أو التغيرات الناجمة عن تطبيق واستعمال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

تتألف الدراسة من مقدمة و الإطار المنهجي والإطار النظري للبحث والإطار التطبيقي وفيه عرض وتحليل وتفسير لإجابات المبحوثين على أسئلة استمارة الاستبانة مع تحديد النتائج وطرح بعض التوصيات.

Abstract

Modern communication and media technology has pioneered new horizons and carried out deep changes in the various fields of social life, It effected enormously human communication as well.

Content one Who late the developments which have effected the social relations .due to the new media .especially Face book ,will certainly notice the far cry changes of the social relation net which has been effected ,in a way or another .the accelerated development .under the appearance of the so called the virtual society .

Face book has embodied the means – communication ,which has become an important turn point in the social communication .

It is the point the present paper tries to expose an discuss by a field study carried on a sample of the Iraqi capital . Baghdad as this slice is the one that deals with Face book attentively . and because Baghdad has mixed in repents all the components of the Iraqi society .

The objective reasons behind the subject of the study lies in the importance of its subject matter, a vital and modern one, in addition ,the studies which address the impact of new media, particularly Face book, and its effect on the Iraqi society .

الإطار المنهجي

المقدمة

كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحف ومجلات وإذاعة وتلفزيون ، وعلى مدى عصور طويلة مضت ، هي محور الوسائل الاتصالية والإعلامية المجتمعية التي يتم استخدامها للوصول إلى الجماهير وإيصال الرسائل المختلفة إليهم سواء كانت تلك الرسائل تحمل طابعاً سياسياً أو اجتماعياً أو تجارياً أو غير ذلك. وبالرغم من أهمية الدور الذي كانت تقوم به تلك الوسائل ، إلا أن وسائل الإعلام الجديد أعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة بما تحمله من خصائص كعالمية الانتشار و سرعة الوصول و التفاعل و قلة التكلفة. لقد بقيت وسائل الإعلام التقليدية لفترة ليست بالقليلة مهيمنة على المشهد الاتصالي في المجتمعات البشرية المعاصرة، إذ كانت النظرة التقليدية لوسائل إعلام بأنها وحدة مركزية للتواصل داخل المجتمع لا يمكن تجاوزها. فكل من يرغب في التواصل بشكل مجتمعي (أفراداً كان أم مؤسسات) يجب عليه أن يصل لهذه المؤسسات لكي يستطيع العبور من خلالها للجماهير العامة. وفي ظل هذا الأسلوب واجهت الكثير من الفعاليات المجتمعية في معظم الأحيان صعوبة في الوصول لجماهيرها المستهدفة عبر هذه البوابات. لقد جاءت وسائل الإعلام الجديد لتحل السيطرة المركزية لوسائل الإعلام التقليدية ، مؤثرة وبشكل كبير في أنماط الاتصال الإنساني والعلاقات الاجتماعية في المجتمع.

أولاً/ مشكلة البحث

تقتضي الأصول العلمية ضرورة أن لا تنشأ فكرة البحث العلمي من فراغ حتى لا تنتهي إلى فراغ، وعلى هذا الأساس فإن السمة الرئيسية التي تميز البحوث العلمية هي أن تكون ذات مشكلة محددة وفي حاجة إلى من يتصدى لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة^(١). تتأتى مشكلة البحث في السؤال الآتي: ما مدى تأثير الإعلام الجديد في العلاقات الاجتماعية؟ وعليه تبنى هذه الدراسة على الفروض الآتية:

١. هناك قناعة تامة بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي مما يؤدي إلى اللجوء إليها في أوقات مختلفة.

٢. تمثل مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتواصل وتبادل المعلومات والخبرات بين الأفراد من مختلف المجتمعات.

ثانياً: أهمية البحث

تنتطق أهمية هذا البحث من حداثة موضوعه الحيوي إضافة إلى قلة الدراسات التي تتناول تأثير الإعلام الجديد وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع العراقي.

ثالثاً: أهداف البحث

يسعى البحث إلى تحقيق أهداف رئيسة عدة يمكن تلخيصها بما يأتي:

١. معرفة مدى اهتمام الشباب العراقي بمواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. معرفة أسباب استخدام مواقع التواصل وتأثيرها في منظومة العلاقات الاجتماعية.
٣. الوقوف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في استمرار العلاقات الاجتماعية لدى الشباب.
٤. تسليط الأضواء على كيفية الاستخدام الأفضل لمعطيات تكنولوجيا الاتصال والحد من الإفرازات السلبية لها على صعيد العلاقات الاجتماعية.

رابعاً/ منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى (دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، وأشكالها، وعلاقتها، والعوامل المؤثرة في ذلك)^(٢). وقد اتبع الباحث المنهج المسحي الذي يهدف إلى وصف وتحليل الواقع التطبيقي والعملي لموقع مجتمع البحث. ولغرض تحقيق أهداف البحث فقد لجأ الباحث إلى إعداد استمارة استبيان صممت لذلك.

خامساً: مجتمع البحث والعينة

اختار الباحث على مستوى العينة أن يتم اعتماد عينة الصدفة عن طريق الاستعانة بعدد من مراكز الأنترنت في بغداد في جانبيها الكرخ والرصافة لإجراء الدراسة الميدانية على عينة من شباب مدينة بغداد، وتم توزيع الاستمارة على من تصادف وجودهم في المراكز تلك. وبلغ عدد أفراد عينة البحث (١٠٠) فرد من الذكور والإناث.

سادساً: طرق وأدوات البحث

استمارة الاستبيان

الاستبيان هو أحد الأساليب الأساسية المتبعة في عملية جمع البيانات الأساسية من مجتمع البحث (عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدماً ، وذلك بهدف معرفة حقائق معينة أو وجهات نظر لمبجوثين أو اتجاهاتهم)^(٣). واعتمد الباحث استمارة استبيان إذ تضمنت مجموعة من الأسئلة المحددة التي أراد الحصول عليها.

سادساً . حدود البحث: شملت حدود البحث ثلاثة مجالات

١. المجال الزمني: أستغرق إجراء البحث أربعة اشهر من ٢٠١٤/٥/١ إلى ٢٠١٤/٨/١.
٢. المجال المكاني: اختار الباحث محافظة بغداد العاصمة مجالا مكانياً ولعدة أسباب منها

أن مدينة بغداد تعد المحافظة الأولى من حيث التطور الثقافي وكذلك الكثافة السكانية. وإنها تعد مجتمعاً مفتوحاً بدرجة كبيرة أمام المواطنين كافة بثتى أنحاء العراق الأمر الذي يعطي لها خصوصية معينة من حيث تنوعها وتمايز تركيبها السكاني.

٣. المجال البشري: وزع الباحث (١٢٠) استمارة استبيان وبلغ عدد الاستثمارات الصالحة التي تمت إعادتها (١٠٠) استمارة ، إذ أن (١٥) استمارة لم يتم إرجاعها و(٤) أعيدت بلا إجابات و(٢١) استمارة كانت غير صالحة للبحث.

الإطار النظري للبحث

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

يعكس مفهوم التواصل الاجتماعي التطور التقني الذي طرأ على تكنولوجيا الاتصالات ولا سيما شبكة المعلومات العالمية (الأنترنت) وشبكة الهواتف النقالة والحوايب والأقمار الصناعية.

وينبغي أولاً التعريف بمفهوم (التواصل أو الإعلام الاجتماعي الذي يوصف بأنه: «المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي ، والمتناقل بين طرفين احدهما مرسل والآخر مستقبل عبر وسيلة شبكة اجتماعية ، مع حرية الرسالة للمرسل وحرية التجاوب معها للمستقبل»^(٤).

ويعرف أيضاً بأنه: «الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الانتقاء والتجمع على الأنترنت وتبادل المنافع والمعلومات ، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات باسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع»^(٥).

ويعرف زاهر مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: «منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها»^(٦).

ومن التعاريف السابقة يمكن أن نستنتج:

١. أن مواقع التواصل الاجتماعي هي ثمرة للمعطيات الالكترونية المتطورة في ميدان الاتصالات الحديثة التي أوجدت ميزة التفاعلية.
٢. إنها تضم مجاميع صغيرة أو كبيرة من الناس.
٣. لا حدود مكانية (جغرافية) للمشاركين بها.
٤. وجود اهتمامات أو توجهات معينة تجمع المشاركين بتلك المواقع.
٥. وجود الطابع الشخصي والفردى في الاتصال عبر المواقع
٦. إنها حطمت النماذج التقليدية القديمة للاتصال.

تقسيمات مواقع التواصل الاجتماعي

يقسم الباحثون مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على مفاهيمها إلى (٧):

١. شبكة الأنترنت وتطبيقاتها مثل الفيس بوك ، تويتر ، اليوتيوب ، ومواقع الدردشة والبريد الإلكتروني... الخ.
٢. التطبيقات القائمة على الأدوات المحمولة ومنها أجهزة الهواتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.
٣. أنواع قائمة على منصة وسائل الإعلام التقليدية مثل الراديو والتلفزيون مثل مواقع التواصل للفنون الفضائية والإذاعات التي اضيفت إليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء النظريات السياسية والإعلامية

تستمد وسائل الاتصال أسسها من النظريات السياسية والاتصالية السائدة في البيئة الإقليمية والعالمية وتجعلها مرجعية ثقافية ونظرية لها ، ولذلك ينبغي معرفة الإطار النظري الفكري والسياسي لها تمهيداً لفهم طبيعة الدور الاجتماعي والإعلامي لتلك المواقع التي باتت تشكل ما يعرف بالإعلام الجديد أو الإعلام البديل. وفيما يلي أبرز هذه النظريات:

١. نظرية الحتمية التكنولوجية : تنطلق هذه النظرية ويطلق عليها أحياناً النموذج التفسيري من قناعة بان قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي. وتهل النظرية التفاؤلية للتكنولوجيا لهذا التغيير ، وتراه رمزاً لتقدم البشرية وعاملاً لتجاوز أفاقها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تتقاسمه البشرية فيما ترى النظرية التشاؤمية التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب الضعيفة والسيطرة على الفرد حيث تقتحم حياته الشخصية وتفكك منظومة علاقاته الاجتماعية^(٨).
 ٢. نظرية الحتمية الاجتماعية: ترى هذه النظرية إن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها ، أي إن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها (٩).
 ٣. أنموذج الاستخدامات والإشباع: يفترض هذا النموذج (وهو أنموذج تكنولوجي اتصالي) وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية تدفعه لاستعمال الأنترنت وسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع حاجاته.
- وبحسب هذا الأنموذج فان جمهور مستعملي الأنترنت أكثر نشاطاً ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي ، ومن ثم فان الفرد يتخذ قراره عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها.

وتتضح الدوافع الآتية وراء استعمال الأنترنت في ضوء الأنموذج المذكور (١٠):

- أ. بديل عن الاتصال الشخصي.
 - ب. الإدراك الذاتي للجماعات المختلفة من الناس.
 - ج. تسلم السلوكيات المناسبة
 - د. بديل اقل كلفة مقارنة بالوسائل الأخرى.
 - هـ. التعلم الذاتي.
 - و. التسلية والأمان الصحي.
٤. نظرية ثراء وسائل الإعلام: تتعامل هذه النظرية مع الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي ، وتوضح إن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة.
- وتركز بشكل اكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة ، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء ، فكلما قل الغموض كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً ، فثراء المعلومات يقوم بتخفيف درجة ويجاد مساحة من المعاني المشتركة باستعمال وسيلة اتصالية معينة.
- وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما^(١١):
- الأول: إن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات ، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم ، وتستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.
- الثاني: هناك أربعة معايير أساس لتتريب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي: سرعة رد الفعل ، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستعمال التقنيات التكنولوجية الحديثة مثل الوسائط المتعددة ، والتركيز الشخصي على الوسيلة ، واستعمال اللغة التطبيقية.
٥. نظرية التسويق الاجتماعي: هي من بين نظريات الاتصال المعاصر ، تجمع بين نتائج بحوث الإقناع وانتشار المعلومات في إطار حركة النظم الاجتماعية والاتجاهات النفسية ، بما يسمح بانسياب المعلومات وتأثيرها عن طريق وسائل الاتصال الحديثة ومنها مواقع الاتصال الاجتماعي وتنظيم استراتيجيات عن طريق هذه النظم المعقدة ، لاستغلال فكرة وسائل وأساليب الاتصال الحديثة لنشر طروحات وأيديولوجيات يراد نشرها في المجتمع^(١٢).
- سمات المجتمع الافتراضي في مواقع التواصل الاجتماعي:**
- يحدد خبراء الإعلام العديد من السمات التي يتسم بها المجتمع الافتراضي على مواقع التواصل الاجتماعي أبرزها^(١٣):

١. انهيار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي.
٢. غياب الحدود الجغرافية للمجتمعات الافتراضية.
٣. تنتهي إلى عزلة برغم ما تبديه من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين ، حيث تحل الرسائل النصية وما يكتب على الفيس بوك والبلاك بري محل الزيارات واللقاءات الأسرية.
٤. لا تقوم على الإلزام والجبر بل على الاختيار في مجملها.
٥. وجود وسائل تنظيم وتحكم لضمان الخصوصية والسرية.
٦. هي فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة ، بدءاً من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الحكومات.
٧. وجود درجة عالية من اللامركزية تفضي بالتدرج إلى تفكيك الهوية الشخصية والوطنية عبر الأسماء والصور المستعارة ، ووجود أكثر من حساب للفرد الواحد.

نتائج البحث التطبيقي

يتناول هذا الفصل عرضاً للنتائج وإجابات المبحوثين التي تم التوصل إليها في ضوء الأهداف التي حددت وهي كالآتي:

أولاً: الخصائص الشخصية للمبحوثين

أظهرت نتائج الاستبيان أن توزيع العينة جاء بنسب مختلفة بين الذكور والإناث إذ أجاب (٨٠) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٨٠٪)، وأجابت (٢٠) انثى وبنسبة بلغت (٢٠٪). ويتضح من خلال ذلك إن الذكور هم الرواد الأكثر على مراكز الأنترنت من الإناث ويعود السبب وراء ذلك من وجهة نظر الباحث إلى الظروف الأمنية التي تعد من الأسباب المهمة والرئيسة التي تحد من ظاهرة تردد الإناث على مراكز الأنترنت ، فضلاً عن ذلك فإن الاشتراك بخطوط الأنترنت اصبح من السمات الغالبة على العوائل العراقية وبذلك فإن الإناث يفضلن استعمال الأنترنت من المنزل. انظر جدول رقم (١)

جدول (١) يوضح نوع الجنس للمبحوثين

النسبة المئوية	العدد	الجنس
٨٠٪	٨٠	ذكور
٢٠٪	٢٠	إناث
١٠٠٪	١٠٠	المجموع

أظهرت نتائج الاستبيان الميداني أن اغلب المبحوثين هم ممن تراوحت أعمارهم بين

(٢٥.١٥) سنة إذ بلغ عددهم (٥٦) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (٥٦٪). وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة العمرية ما بين (٣٦-٢٦) سنة إذ بلغ عددهم (٢٨) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (٢٨٪). وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت الفئة العمرية ما بين (٣٧.فاكثر) سنة إذ بلغ عددهم (١٦) وبنسبة مئوية بلغت (١٦٪).

يتضح من الإجابات أن أغلبية المبحوثين تنحصر أعمارهم ما بين (٢٥-١٥) سنة وهذا يدل على أن هذه الفئات هي أكثر استعمالاً لمواقع التواصل الاجتماعي من الفئات العمرية الأخرى ، وهذا دليل على أن تلك المواقع تجذب هذه الفئات العمرية. انظر جدول رقم (٢)

جدول (٢) يوضح الفئات العمرية للمبحوثين

النسبة المئوية	العدد	إناث	ذكور	الجنس
٥٦٪	٥٦	٨	٤٨	٢٥-١٥
٢٨٪	٢٨	٤	٢٤	٣٦-٢٦
١٦٪	١٦	٨	٨	٣٧-فاكثر
١٠٠٪	١٠٠	٢٠	٨٠	المجموع

ثانياً: تأثير الإعلام الجديد في العلاقات الاجتماعية

يتضمن هذا الجانب عرضاً للنتائج التي توصل إليها الباحث في ضوء الأهداف التي حددت لها، إذ كشفت نتائج الدراسة التطبيقية والمتضمنة أجابات المبحوثين عن أهم اهتماماتهم وفقاً للمقياس المعياري الذي وضع في الاستبانة.

١. إذ جاءت اجابات المبحوثين عن السؤال الأول: هل يشعرك الفيسبوك بالوحدة والعزلة عن المحيط الاجتماعي بحصول فئة نعم على المرتبة الأولى بواقع (٥٢) ، فقد أجاب (٤٠) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٧٧٪) ، بالمقابل أجابت (١٢) مبحوثة من الإناث وبنسبة (٢٣٪) بذلك. فيما جاءت فئة لا بالمرتبة الثانية بعد حصولها على (٣٢) ، إذ بين (٢٨) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٨٧,٥٪) ، وأجابت (٤) مبحوثات وبنسبة (١٢,٥٪). وحصلت فئة محايد على المرتبة الثالثة بواقع (١٦) إجابة موزعة بين (١٢) إجابة من الذكور وبنسبة (٧٥٪) ، فيما أجابت (٤) مبحوثات وبنسبة (٢٥٪) عن ذلك. انظر جدول رقم (٣) جدول (٣) إجابات المبحوثين بالشعور بالوحدة والعزلة عن المحيط الاجتماعي باستعمال الفيسبوك

محايد		لا		نعم		الجنس	الفئة
تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪		
١٢	٧٥٪	٢٨	٨٧,٥٪	٤٠	٧٧٪	ذكور	هل يشعرك الفيسبوك بالوحدة والعزلة عن المحيط الاجتماعي
٤	٢٥٪	٤	١٢,٥٪	١٢	٢٣٪	إناث	
١٦	١٠٠٪	٣٢	١٠٠٪	٥٢	١٠٠٪		المجموع

٢. واختلفت إجابات المبحوثين بما يخص السؤال الثاني: الزيادة في الوقت الذي يقضيه عبر الفيسبوك على الوقت الذي يقضى مع الأسرة. إذ أجاب (٥٢) مبحوثاً بلا وجاءت بالمرتبة الأولى موزعة بين (٣٦) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٦٩,٣٪) و(١٦) مبحوثاً من الإناث وبنسبة (٣٠,٧٪). وجاءت فئة نعم بالمرتبة الثانية بواقع (٤٤) إجابة موزعة بين (٤٠) إجابة للذكور وبنسبة (٩١٪) و(٤) إجابات للإناث وبنسبة (٩٪). وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة محايد بواقع (٤) إجابات للذكور وبنسبة (١٠٠٪). ويرى الباحث أن إجابات الإناث كانت ذات الأغلبية لفئة لا ، وهذا دليل قاطع ان الالتزامات الأسرية التي تقع على عاتق الإناث تقف عائقاً أمام قضاء أوقات خارج ذلك النطاق. بالمقابل فإن إجابات الذكور ذات الأغلبية لفئة نعم ، وذلك لعدم تحمل الذكور ذات الفئات العمرية الشبابية لأية مسؤولية عائلية إلا ما ندر وبذلك فان الوقت الذي يقضونه مع العائلة يكاد ان يكون معدوماً أو منحصراً بفترة زمنية قصيرة. انظر جدول رقم (٤)

جدول (٤) إجابات المبحوثين عن زيارة الوقت الذي يقضيه عبر الفيسبوك مقارنة بالوقت الذي يقضيه مع الاسرة

محايد	لا		نعم		الجنس	الفئة
	تكرار	%	تكرار	%		
٤	٦٩,٣٪	٣٦	٩١٪	٤٠	ذكور	هل يزيد الوقت الذي تقضيه عبر الفيسبوك على الوقت الذي تقضيه مع الاسرة
-	٣٠,٧٪	١٦	٩٪	٤	اناث	
٤	١٠٠٪	٥٢	١٠٠٪	٤٤		المجموع

٣. أما ما يخص السؤال الثالث المتعلق بـ الشعور بالألفة والانتماء مع أصدقاء الفيسبوك أكثر من أفراد الأسرة والأصدقاء الآخرين. فقد أشار المبحوثون لفئة لا وجاءت بالمرتبة الأولى بواقع (٤٤) إجابته موزعة بين (٤٠) إجابة للذكور وبنسبة (٩١٪) و(٤) إجابات للإناث وبنسبة (٩٪). وحصلت فئة نعم على المرتبة الثانية بعد إشارة (٤٠) مبحوثاً موزعة بين (٣٢) إجابة من الذكور وبنسبة (٨٠٪) و(٨) إجابات من الإناث وبنسبة (٢٠٪). وحصلت فئة محايد على المرتبة الأخيرة بواقع (١٦) إجابة موزعة بالتساوي بين الذكور والاناث بعدد (٨) لكلا منهما وبنسبة (٥٠٪). ويعتقد الباحث إن الظروف الأمنية التي يعيشها البلد أدت إلى لجوء الشباب لاستعمال مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الآخرين. انظر جدول رقم (٥)

جدول (٥) إجابات المبحوثين بالشعور بالالفة والانتماء مع اصدقاء الفيسبوك مقارنة بافراد الأسرة والاصدقاء الواقعيين

الفئة	الجنس	نعم		لا		محايد	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
هل تشعر بالالفلة والانتماء مع اصدقاء الفيسبوك اكثر من افراد الاسرة والاصدقاء الاخرين	ذكور	٣٢	٨٠%	٤٠	٩١%	٨	٥٠%
	اناث	٨	٢٠%	٤	٩%	٨	٥٠%
المجموع		٤٠	١٠٠%	٤٤	١٠٠%	١٦	١٠٠%

٤. كما اظهرت نتائج الاستبيان ان الوقت الذي يمضيه المبحوثون في المحادثة مع الاصدقاء عبر الفيسبوك اكثر من الوقت الذي يمضونه معهم وجهاً لوجه. إذ حصلت فئة نعم على المرتبة الاولى بواقع (٥٢) اجابة موزعة بين (٤٤) اجابة من الذكور وبنسبة (٨٤,٦%) ، و(٨) اجابات من الاناث وبنسبة (١٥,٤%). وجاءت فئة لا بالمرتبة الثانية بعد اشارة (٣٢) مبحوثاً لها بواقع (٢٨) اجابة من الذكور وبنسبة (٨٧,٥%) و(٤) اجابات من الاناث وبنسبة بلغت (١٢,٥%). وجاءت فئة محايد بالمرتبة الثالثة بواقع (١٦) اجابة موزعة بالتساوي بين الذكور والاناث بواقع (٨) اجابات لكلا منهما وبنسبة (٥٠%). ويرى الباحثان ان المبحوثين وعلى الرغم من شعورهم بعدم الانتماء لاصدقاء العالم الافتراضي الا انهم يقضون وقتاً اطول مع الاصدقاء الحقيقيين وقد يعود ذلك لاسباب مختلفة من وجهة نظر الباحثين منها سهولة الاتصال باصدقاء العالم الافتراضي في اي وقت كان ، فضلاً عن امكانية التحدث باي موضوع كان دون خجل او تردد. انظر جدول رقم (٦)

جدول (٦) اجابات المبحوثين عن الوقت الذي يقضونه في المحادثة مع الاصدقاء عبر الفيسبوك اكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجهاً لوجه

الفئة	الجنس	نعم		لا		محايد	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
الوقت الذي يقضونه في المحادثة مع الاصدقاء	ذكور	٤٤	٨٤,٦%	٢٨	٨٧,٥%	٨	٥٠%
	اناث	٨	١٥,٤%	٤	١٢,٥%	٨	٥٠%
المجموع		٥٢	١٠٠%	٣٢	١٠٠%	١٦	١٠٠%

٥. وفيما يتعلق باجابات المبحوثين عن العلاقات وقوتها التي تكونت عبر الفيسبوك ومدى معادلتها مع العلاقات التي تكونت عن طريق الاتصال المواجهي فقد اظهرت نتائج الاستبيان حصول فئة لا على المرتبة الاولى بواقع (٥٦) اجابة ، موزعة بين (٤٨) اجابة من الذكور وبنسبة (٨٥,٧%) ، و(٨) اجابات من الاناث بنسبة (١٤,٣%). وفي المرتبة الثانية جاءت فئة نعم بحصولها على (٣٦) اجابة ، إذ اجاب (٣٢) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٨٨,٨%) ، وبنسبة (٤) مبحوثات من الاناث وبنسبة (١١,٢%) ذلك. وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة محايد بواقع (٨) اجابات من الذكور وبنسبة (١٠٠%). انظر جدول رقم (٧)

جدول (٧) أجابات المبحوثين عن مدى العلاقات التي تكونت عن طريق الفيسبوك في قوتها مع العلاقات التي تكونت عن طريق الاتصال المواجهي

الفئة	الجنس	نعم		لا		محايد	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
قوة العلاقات التي تكونت عبر الفيسبوك تعادل قوتها في الاتصال المواجهي	ذكور	٣٢	٪٨٨،٨	٤٨	٪٨٥،٧	-	-
	اناث	٤	٪١١،٢	٨	٪١٤،٣	٨	٪١٠٠
المجموع		٣٦	٪١٠٠	٥٦	٪١٠٠	٨	٪١٠٠

٦. فيما يخص التحدث بصراحة وجرأة عن طريق الفيسبوك اكثر مما هو في الواقع ، فقد أظهرت النتائج ان فئة نعم حصلت على المرتبة الاولى بواقع (٧٢) أجابة ، بالاشارة إليها من (٦٠) أجابة من الذكور وبنسبة (٨٣،٣٪) ، و(١٢) أجابة من الاناث وبنسبة (١٦،٧٪). وجاءت فئة لا بالمرتبة الثانية بعد حصولها على (٢٠) أجابة ، موزعة بين (١٦) أجابة من الذكور وبنسبة (٨٠٪) ، و(٤) اجابات من الاناث وبنسبة (٢٠٪). وجاءت فئة محايد في المرتبة الثالثة بواقع (٨) أجابات ، بعد ان اشار اليها (٤) مبحوثين من كلا الجنسين وبنسبة (٥٠٪). انظر جدول رقم (٨)

جدول (٨) أجابات المبحوثين حول التكلم بصراحة وجرأة عن طريق الفيسبوك أكثر مما هو في الواقع

الفئة	الجنس	نعم		لا		محايد	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
هل تتكلم بصراحة وجرأة عن طريق الفيسبوك أكثر مما هو في الواقع	ذكور	٦٠	٪٨٣،٣	١٦	٪٨٠	٤	٪٥٠
	اناث	١٢	٪١٦،٧	٤	٪٢٠	٤	٪٥٠
المجموع		٧٢	٪١٠٠	٢٠	٪١٠٠	٨	٪١٠٠

٧. اشارت النتائج الخاصة بسؤال الاستبيان هل ان الشعور بالفراغ العاطفي والاجتماعي هو ما جعلك تهرب الى الفيسبوك ، فقد جاءت النتائج بالاشارة إلى ان فئة لا وحصلت على المرتبة الاولى بواقع (٤٨) أجابة ، إذ اشار (٢٨) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٥٨،٤٪) ، و(٢٠) أشاره من الاناث وبنسبة (٤١،٦٪). وجاءت فئة نعم بالمرتبة الثانية بعد حصولها على (٤٤) أجابة وبنسبة (١٠٠٪) من قبل الذكور فقط. وجاءت فئة محايد في المرتبة الثالثة بواقع (٨) أجابات من الذكور فقط وبنسبة (١٠٠٪). ويعتقد الباحثان ان تعرض الذكور للضغوط والعادات والتقاليد الاجتماعية ادى إلى هروبهم من عالمهم الحقيقي المليء بالمنغصات والاحزان إلى العالم الافتراضي الذي لا يخضع لاي قانون او شروط. انظر جدول رقم (٩)

جدول (٩) أجابات المبحوثين عن الشعور بالفراغ العاطفي والاجتماعي هو سبب الهروب لاستخدام الفيسبوك

الفئة		الجنس		نعم		لا		محايد	
				%		تكرار		%	
هل ان الشعور بالفراغ العاطفي والاجتماعي هو الذي جعلك تهرب إلى الفيسبوك		ذكور	٤٤	%١٠٠	٢٨	%٥٨,٤	٨	%١٠٠	
		اناث	-	-	٢٠	%٤١,٦	-	-	
المجموع			٤٤	%١٠٠	٤٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	

٨. اختلفت اجابات المبحوثين عن سؤالهم هل اصدقاءك عبر الفيسبوك اكثر من اصدقاءك في الواقع فقد اشار (٤٨) مبحوثاً إلى نعم وحصلت على المرتبة الأولى ، فقد اشار (٤٤) مبحوث من الذكور وبنسبة بلغت (٩١,٦٪) ، وبينت (٤) مبحوثات من الاناث وبنسبة بلغت (٨,٤٪) عن ذلك. فيما حصلت فئة لا على اجابات من (٣٦) مبحوثاً وجاءت بالمركز الثاني ، إذ اجاب (٢٤) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٦٦,٦٪) ، وشارت (١٢) مبحوثة من الاناث وبنسبة (٣٣,٤٪). وجاءت فئة محايد بالمرتبة الثالثة بعد حصولها على (١٦) أجابة ، فقد اشار (١٢) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٧٥٪) ، وبينت (٤) مبحوثات من الاناث وبنسبة (٢٥٪). انظر جدول رقم (١٠)

جدول (١٠) أجابات المبحوثين عن عدد الاصدقاء في الفيسبوك اكثر من الاصدقاء في الواقع

الفئة		الجنس		نعم		لا		محايد	
				%		تكرار		%	
هل ان اصدقاءك عبر الفيسبوك اكثر من اصدقاءك في الواقع		ذكور	٤٤	%٩١,٦	٢٤	%٦٦,٦	١٢	%٧٥	
		اناث	٤	%٨,٤	١٢	%٣٣,٤	٤	%٢٥	
المجموع			٤٨	%١٠٠	٣٦	%١٠٠	١٦	%١٠٠	

٩. وبشأن ما يخص الثقة باصدقاء الفيسبوك اكثر من الثقة باصدقاء الواقع حصلت فئة لا على المركز الاول إذ اجاب (٤٨) مبحوثاً إذ اشار (٤٠) أجابة من الذكور وبنسبة (٨٣,٣٪) ، فيما اشارت (٨) مبحوثات من الاناث وبنسبة بلغت (١٦,٧٪). واختار (٣٦) مبحوثاً فئة نعم وجاءت بالمركز الثاني ، فقد اشار اليها (٢٨) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٧٧,٨٪) ، فيما اشارت (٨) مبحوثات وبنسبة (٢٢,٢٪) لنعم. وفي المرتبة الاخيرة جاءت فئة محايد بعد ان اشار اليها (١٢) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٧٥٪) ، وبينت (٤) مبحوثات من الاناث وبنسبة (٢٥٪). انظر جدول رقم (١١)

جدول (١١) أجابات المبحوثين عن الثقة باصدقاء الفيسبوك اكثر من الاصدقاء في الواقع

الفئة	الجنس	نعم		لا		محايد	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
هل تثق في اصدقاء الفيسبوك اكثر من ثقتك باصدقاء الواقع	ذكور	٢٨	٪٧٧،٨	٤٠	٪٨٣،٣	١٢	٪٧٥
	اناث	٨	٪٢٢،٢	٨	٪١٦،٧	٤	٪٢٥
المجموع		٣٦	٪١٠٠	٤٨	٪١٠٠	١٦	٪١٠٠

١٠. وعن الاحساس بحميمية العلاقة مع اصدقاء الفيسبوك مما ادى الى لقائهم وجهاً لوجه فقد أظهرت نتائج الاستبيان بقبول ذلك من الذكور فقط إذ اجاب (٥٦) مبحوثاً وبنسبة (١٠٠٪) بنعم وجاءت بالمركز الاول. واحتلت فئة لا على المرتبة الثانية بحصولها على (٤٠) اجابة ، موزعة بينت (٢٤) اجابة من الذكور وبنسبة (٦٠٪) و(١٦) اجابة من الاناث وبنسبة (٤٠٪). فيما حصلت فئة محايد على المركز الاخير بعدد (٤) اجابات من الاناث وبنسبة بلغت (١٠٠٪). انظر جدول رقم (١٢)

جدول (١٢) أجابات المبحوثين عن الاحساس بحميمية العلاقة مع اصدقاء الفيسبوك دفعهم للقائهم وجهاً لوجه

الفئة	الجنس	نعم		لا		محايد	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
هل احساسك بحميمية العلاقة مع اصدقاء الفيسبوك دفعك للقاءهم وجهاً لوجه	ذكور	٥٦	٪١٠٠	٢٤	٪٦٠	-	-
	اناث	-	-	١٦	٪٤٠	٤	٪١٠٠
المجموع		٥٦	٪١٠٠	٤٠	٪١٠٠	٤	٪١٠٠

١١. أما على مستوى الشعور بقلّة الفاعلية مع افراد العائلة بعد استخدام الفيسبوك فقد جاءت فئة نعم بالمرتبة الاولى بحصولها على (٥٢) اجابة ، موزعة بين (٤٤) اجابة من الذكور وبنسبة (٨٤،٦٪) ، و(٨) اجابات من الاناث وبنسبة بلغت (١٥،٤٪). وجاءت فئة دائماً لا بالمرتبة الثانية بعد حصولها على (٤٠) اجابة ، إذ أشار (٣٢) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٨٠٪) ، وبينت (٨) مبحوثات من الاناث وبنسبة (٢٠٪). وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة محايد بحصولها على (٨) اجابات موزعة بالتساوي بين الذكور والاناث بواقع (٤) اجابات وبنسبة (٥٠٪) لكلا منهما. انظر جدول رقم (١٣)

جدول رقم (١٣) أجابات المبحوثين عن الشعور بقلّة التفاعلية مع افراد الأسرة مع استخدام الفيسبوك

الفئة	الجنس	نعم		لا		محايد	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
هل تشعر ان تفاعلك مع افراد الاسرة قل منذ استخدامك الفيسبوك	ذكور	٤٤	٪٨٤،٦	٣٢	٪٨٠	٤	٪٥٠
	اناث	٨	٪١٥،٤	٨	٪٢٠	٤	٪٥٠
المجموع		٥٢	٪١٠٠	٤٠	٪١٠٠	٨	٪١٠٠

١٢. تباينت الإجابات بعد سؤال المبحوثين عن شعورهم بان مشاركتهم في المناسبات العائلية تراجع بعد استخدام الفيسبوك فقد ظهرت النتائج ان فئة نعم حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٥٢) اجابة موزعة بين (٤٠) اجابة وبنسبة (٧٦,٩٪) للذكور ، و(١٢) اجابة وبنسبة (٢٣,١٪) للإناث. وجاءت فئة لا بالمرتبة الثانية بحصولها على (٣٦) اجابة موزعة بين (٢٨) للذكور وبنسبة (٧٧,٨٪) و(٨) اجابات للإناث وبنسبة مئوية بلغت (٢٢,٢٪). وجاءت فئة محايد بالمرتبة الثالثة والاخيرة بواقع (١٢) اجابة للذكور فقط وبنسبة (١٠٠٪). انظر جدول رقم (١٤)

جدول (١٤) أجابات المبحوثين عن الشعور بقلّة المشاركة في المناسبات العائلية

الفئة	الجنس	نعم		لا		محايد	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
هل تشعر ان مشاركتك في المناسبات العائلية تراجعت منذ بداية استخدام الفيسبوك	ذكور	٤٠	٧٦,٩٪	٢٨	٧٧,٨٪	١٢	١٠٠٪
	اناث	١٢	٢٣,١٪	٨	٢٢,٢٪	-	-
المجموع		٥٢	١٠٠٪	٣٦	١٠٠٪	١٢	١٠٠٪

١٣. اظهرت نتائج الاستبيان بعد سؤال المبحوثين هل تعتقد ان الاتصال عبر الفيسبوك وسع علاقاتك الاجتماعية إذ حصلت فئة نعم على المركز الاول بواقع (٧٦) أجابة ، إذ اشار (٥٦) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٧٣,٦٪) ، و اشارت (٢٠) مبحوثة من الاناث وبنسبة (٢٦,٤٪) لذلك. وتناصفت فئة لا وفئة محايد بالتساوي بحصولها على المرتبة الثانية بعد ان اجاب عنها (١٢) مبحوثاً من الذكور وبنسبة مئوية بلغت (١٠٠٪). انظر جدول رقم (١٥)

جدول رقم (١٥) أجابات المبحوثين عن توسع العلاقات الاجتماعية باستخدام الفيسبوك

الفئة	الجنس	نعم		لا		محايد	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
هل تعتقد ان الاتصال عبر الفيسبوك وسع علاقاتك الاجتماعية	ذكور	٥٦	٧٣,٦٪	١٢	١٠٠٪	١٢	١٠٠٪
	اناث	٢٠	٢٦,٤٪	-	-	-	-
المجموع		٧٦	١٠٠٪	١٢	١٠٠٪	١٢	١٠٠٪

١٤. فيما يتعلق باجابات المبحوثين عن شكوى اسرهم منهم بسبب الوقت الطويل الذي يقضونه مع الفيسبوك أظهرت نتائج الاستبيان حصول فئة نعم على المرتبة الأولى بواقع (٥٢) اجابة موزعة بين (٤٠) اجابة من الذكور وبنسبة (٧٦,٩٪) ، و(١٢) اجابة من الاناث وبنسبة (٢٣,١٪). وفي المرتبة الثانية جاءت فئة لا بحصولها على (٢٨) أجابه ، إذ اجاب (٢٤) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٨٥,٧٪) ، وبينت (٤) مبحوثات من الإناث وبنسبة (١٤,٣٪)

ذلك. وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة محايد بواقع (٢٠) إجابة ، بواقع (١٦) إجابة من الذكور وبنسبة (٨٠٪) ، فيما أشارت (٤) مبحوثات من الإناث وبنسبة (٢٠٪). انظر جدول رقم (١٦)

جدول (١٦) إجابات المبحوثين عن شكوى الأسرة بسبب استخدام الفيسبوك

الفئة	الجنس	نعم		لا		محايد	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
هل تشكو الاسرة منك بسبب الوقت الطويل الذي تقضيه مع الفيسبوك	ذكور	٤٠	٧٦,٩%	٢٤	٨٥,٧%	١٦	٨٠%
	اناث	١٢	٢٣,١%	٤	١٤,٣%	٤	٢٠%
المجموع		٥٢	١٠٠%	٢٨	١٠٠%	٢٠	١٠٠%

١٥. اشارت النتائج الخاصة بسؤال المبحوثين هل استخدامك للفيسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة والقائمة حالياً. إلى ان فئة نعم حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٦٠) إجابة ، فقد أشار (٥٢) مبحوثاً من الذكور وبنسبة (٨٦٪) ، و(٨) إجابات من الإناث وبنسبة (١٣,٣٪). وجاءت فئة لا بالمرتبة الثانية بعد حصولها على (٢٨) إجابة ، موزعة بواقع (١٦) اجابة وبنسبة (٥٧,٢٪) من الذكور ، و(١٢) إجابة من الإناث وبنسبة (٤٢,٨٪). وجاءت فئة محايد في المرتبة الثالثة بواقع (١٢) إجابة وبنسبة (١٠٠٪) بإشارة من الذكور فقط. انظر جدول رقم (١٧) جدول رقم (١٧) إجابات المبحوثين عن المحافظة على العلاقات القديمة والحالية مع استخدام الفيسبوك

الفئة	الجنس	نعم		لا		محايد	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
هل استخدامك للفيسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة والقائمة حالياً	ذكور	٥٢	٨٦%	١٦	٥٧,٢%	١٢	١٠٠%
	اناث	٨	١٣,٣%	١٢	٤٢,٨%	-	-
المجموع		٦٠	١٠٠%	٢٨	١٠٠%	١٢	١٠٠%

النتائج

١. إن الخصائص التقنية كالسرعة في الاتصال والتفاعل من المميزات التي تميز بها الإعلام الجديد أدت إلى التفاعل معه واللجوء إليه في اغلب المجتمعات ومنها المجتمع العراقي.
٢. أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي انعكاسات مهمة على العلاقات الاجتماعية وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون حاجة إلى خبرات تقنية كبيرة أو تكاليف مادية باهظة وكان ذلك السبب وراء تكوين علاقات اجتماعية قد تتميز بالمتانة أكثر مما تتميز بها العلاقات العائلية.
٣. استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تغير وبشكل كبير طريقة تواصل الناس بعضهم مع بعضهم الآخر.
٤. إن اللجوء إلى استعمال الشبكات الاجتماعية يختلف من شخص لآخر، فهناك من يلجأ إليه بسبب الفراغ وهناك من يبحث عن المتعة والترفيه والتفاعل مع الآخرين وذلك بسبب فقدان التواصل الحقيقي مع من يعيشون معهم في المحيط المجتمعي.
٥. إن استعمال الشبكات الاجتماعية يقوم على الطابع الفردي، فبدلاً من أن يقوم الفرد بأي نشاط اجتماعي بمشاركة الآخرين أصبح يقوم به بشكل فردي على تلك الشبكات، مما يزيد من عزله عن المجتمع.

التوصيات

١. إجراء أبحاث مماثلة على فئات عمرية لشرائح مختلفة في المجتمع ، لمعرفة مدى تأثير استعمالاً لإعلام الجديد في تعزيز العلاقات الاجتماعية، مع معرفة مدى إمكانية استعمال تلك المواقع بالشكل الصحيح.
٢. الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها لتحقيق نشر القضايا والمفاهيم المجتمعية التي تهم مختلف أفراد المجتمع لتعزيز مفهوم العلاقات الاجتماعية والثقافية.

الهوامش

١. د. سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، (القاهرة: عالم الكتب ، ١٩٩٩) ، ص٦٩.
٢. ربحي مصطفى عليان. عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠)، ص٤٢.
٣. سمير محمد حسن ، بحوث الإعلام – الأسس والمبادئ ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٦ ، ص١٧٨.
٤. د.بشرى جميل الراوي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ، مجلة الباحث الإعلامي ، بغداد ، العدد ١٨ ، ١ - ٢ - ٣ - ٤ ، ٢٠١٢ ، ص٩٦.
٥. <http://computing dictionary.the freedictionary.com/new+media>.
٦. زاهر راضي ، استخدام مواقع التواصل في العالم العربي ، مجلة التربية ، العدد ١٥ ، جامعة عمان الاهلية ، ٢٠٠٣ ، ص٢٣.
٧. د.عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات (عمان: دار الشروق ، ٢٠٠٨) ص٣٣.
٨. د.مي العبد الله ، الاتصال والديمقراطية (بيروت: دار النهضة العربية ، ٢٠٠٥) ص٢١.
٩. د.نصر الدين لعياضي ، الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للنهج الكيفي نحو افاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية ، ابحاث مؤتمر الإعلام الجديد ، جامعة البحرين ، ابريل ، ٢٠٠٩.
١٠. د.بشرى جميل الراوي ، مصدر سابق ، ص٩٨-٩٩.
١١. د.عزة مصطفى الكحكي ، استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر ، ابحاث مؤتمر الإعلام الجديد ، مصدر سابق ، ص٢٦٩-٢٧٢.
١٢. للمزيد ينظر: د.عبد الامير الفيصل ، دراسات في الإعلام الالكتروني ، (الامارات: دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٤) ،
١٣. د.عبد الله الزين الحيدري ، ما المقصود بالزمن الميدياتيكي ، مدونة اجيال.