

استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الفلسطينية للفيس بوك والاشباعات المتحققة منه.

The Uses of Married Women Working In Palestinian Universities for "Facebook" and Achieved Satisfactions

د. علي لطفي علي قشمر، جامعة الاستقلال، فلسطين.

alilutfe@gmail.com

تاريخ التسليم: (2018/02/16)، تاريخ التقييم: (2018/03/19)، تاريخ

القبول: (2018/04/12)

Abstract :

The social networking sites, especially Facebook, have witnessed an increasing demand by different segments of the society during the past period, in order to follow the news and developments in the Arab region and the world. Hence, this study is intended to identify the uses of the Facebook family and the motives of these uses and innovations.

This study is classified into analytical descriptive research. The researcher used the survey method. The questionnaire was conducted by a sample of (15) questionnaires distributed among the study sample.

The study found that (67.3%) of the study sample had a personal account on Facebook, and that the motivation to stay in touch with old and new friends, to enjoy and enjoy leisure time, to increase knowledge and to learn about the latest local and international developments I paid the study sample members to use Facebook.

The study also revealed that the "social networking rumors" presented to other respondents in the sample of the study, and a high average of 3.19 on the quadratic scale, when using Facebook, which demonstrates the importance of this site to keep individuals in touch and interact with Each

Keywords: Social Communication Websites, Facebook, uses and satisfactions, married women working In Palestinian Universities.

ملخص :

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما الفيس بوك إقبالا متزايدا من قبل شرائح المجتمع المختلفة وذلك خلال الفترة الماضية، بهدف متابعة الأخبار والتطورات المتلاحقة في المنطقة العربية والعالم. ومن هنا جاءت هذه الدراسة للتعرف على استخدامات الأسرة الفلسطينية لشبكة الفيس بوك ودوافع هذه الاستخدامات الاشباعات المتحققة منها. كشفت الدراسة أن "اشباعات التواصل الاجتماعي" تقدمت على غيرها من الاشباعات الاخرى عند أفراد عينة الدراسة، وبمتوسط حسابي مرتفع مقداره (3.19) على المقياس الرباعي، عند استخدامهن لموقع الفيس بوك، مما يدل على أهمية هذا الموقع في إبقاء الأفراد على اتصال وتفاعل مع بعضهم بعضاً. الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، موقع الفيس بوك، الاستخدامات الاشباعات، المتزوجات العاملات في الجامعات الفلسطينية.

مقدمة:

شهدت استخدامات الإنترنت، لا سيما شبكات التواصل الاجتماعي مثل: الفيس بوك والتويتر واليوتيوب، (والتي تتيح التواصل مع الاصدقاء والزلاء، وتقوية الروابط بينهم)، إقبالا متزايداً، وطلباً كبيراً من قبل شرائح المجتمع المختلفة، خصوصاً في بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وذلك بدافع متابعة الأخبار والتطورات المتلاحقة.

ويمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي كانت الأكثر نمواً، حيث دخلت في سباق مع الزمن لتقديم منتجات جديدة، وتحديثات على شكلها وتصميمها لاستقطاب أكبر عدد من المستخدمين، سواء في المنطقة العربية أو حول العالم.

ويشير مفهوم التفاعل الاجتماعي إلى تلك "العمليات الإدراكية والمشارعية والسلوكية التي تتم بين الأطراف المتصلة، بحيث تتبادل هذه الأطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمانياً ومكانياً، ويكون سلوك كل طرف منها منبهاً لسلوك الطرف الآخر (الساري، 2009، ص105).

ويُذكر أن الشبكات الاجتماعية ومنها الفيس بوك، عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت، يتواصل من خلالها الملايين من البشر، والذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية فيما بينهم.

وتُظهر الإحصاءات العالمية تزايد الإقبال على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في جميع أرجاء العالم، وبحسب هذه الإحصاءات فقد احتلت فلسطين مرتبة متقدمة على المستويين العربي والعالم في قائمة الدول الأكثر استخداماً لشبكة الفيس بوك الاجتماعية، وذلك بعد أن سجلت قاعدة اشتراكات الفيس بوك في المملكة في العام (2017م)، حوالي 1,7 مليون مستخدم، بواقع (34.3%) من مجمل عدد السكان.

استخدامات الفيس بوك في فلسطين:

يعدُّ الفيس بوك من أشهر المواقع الاجتماعية على مستوى العالم، "وقد تمَّ إطلاقه في فبراير (2004م)، ويمكن من خلال هذا الموقع الذي يعدُّ من مواقع الشبكات الاجتماعية أن يقوم المشترك بإضافة أصدقاء إلى ملفه الشخصي، ويقوم بتحديثه، ويصل هذا التحديث إلى جميع أصدقائه، وأصدقاء أصدقائه، إضافة إلى إمكانية الانضمام إلى موقع المنظمات المهنية والتعليمية وغيرها" (القرني، 2011، ص86).

وتشكل فئة الذكور النسبة الأكبر بين حسابات الفيس بوك حيث بلغت (58%)، بواقع (986000) حساب من فلسطين، مقارنة مع ما نسبته (42%) للإناث بواقع (714000) مستخدمة

فيس بوك من إجمالي الحسابات، مقارنة مع (47%) للذكور و(53%) للإناث في فنلندا، و(48%) للذكور و(52%) للإناث في سلوفينيا. وينتشر فيسبوك بين الفئة العمرية (18-24) عاماً بشكل أكبر في فلسطين وفقاً للإحصائيات، بمجموع (850000) حساب، وبين الفئة (25-34) عاماً ثانياً بمجموع (816000) حساب، فيما كانت الفئة العمرية (65 عاماً فما فوق) هي الأقل، مشكلة (34000) حساب.

مشكلة الدراسة:

لقد تغيرت البيئة الاتصالية للإنسان تغيراً جذرياً، وذلك منذ العقد الأخير من القرن الماضي وبداية القرن الحالي، وتمثل ذلك باستحداث وسائل جديدة كالإنترنت، وما نتج عنها مستحدثات كالمواقع الإلكترونية بأنواعها المتعددة ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وتطوير وسائل سابقة كالفضائيات، مما انعكس بشكل أو بآخر على الفرد في المجتمع، وطريقة تفاعله مع هذه الوسائل وفضاءاتها المختلفة. ولما كان موقع التواصل الاجتماعي والمعروف بـ "الفيس بوك" قد استشرى استخدامه في المجتمعات كافة، وبين مختلف الطبقات والفئات التي تكون هذه المجتمعات، فإن مشكلة الدراسة تتحدد في رصد وقياس مدى استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الفلسطينية لشبكة الفيس بوك الاشباكات المتحققة منه.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة في محاولة إثراء الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تعدّ قليلة إلى حد ما، كما تتبع أهمية هذه الدراسة أيضاً في تناولها بالدراسة والبحث لشريحة مهمة من شرائح المجتمع، وهي شريحة "المتزوجات العاملات" في المجتمع الفلسطيني، وهي شريحة لا يمكن التغاضي عن دورها في المجتمع الفلسطيني والمجتمعات العربية. لذا، فإنه يمكن القول أن هذه الدراسة تعدّ من الدراسات القلائل - إن لم تكن الأولى - التي تُجرى على المتزوجات العاملات في المجتمع الفلسطيني.

من هنا تأتي هذه الدراسة لتتناول بالبحث استخدامات الأسرة الفلسطينية لموقع الفيس بوك وما هي الدوافع من وراء هذا الاستخدام الاشباكات التي تتحقق من خلاله، وذلك بالتطبيق على عينة من المتزوجات العاملات في الجامعات الفلسطينية، نظراً لما لهذا الموقع من جماهيرية كبيرة بين فئات الشعب المختلفة.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المتزوجات العاملات في فلسطين لموقع الفيس بوك الاشباكات التي تتحقق لهن من هذا الاستخدام، والدوافع من وراء هذا الاستخدام، سواء كانت دوافع منفعية أو طقوسية. كما تهدف الدراسة أيضاً إلى التعرف على أفضل الأماكن والأوقات

وعدد الساعات التي تتعامل فيها أفراد عينة الدراسة مع الفيس بوك، إضافة إلى نوعية الموضوعات التي يفضلونها والملفات التي يتبادلونها معاً، وفيما إذا كانت أفراد عينة الدراسة يراقبن أبنائهن أثناء استخدامهم للفيس بوك أم لا؟

أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة الأسئلة التالية:

- ما الأسباب التي تحول دون استخدام أفراد عينة الدراسة من عينة الدراسة لموقع الفيس بوك؟
- ما المكان الذي تستخدم في أفراد عينة الدراسة الفيس بوك؟
- ما أفضل الأوقات التي تتعامل فيها أفراد عينة الدراسة مع الفيس بوك؟
- ما عدد الساعات التي تقضيها أفراد عينة الدراسة مع موقع الفيس بوك؟
- ما نوعية الموضوعات التي تفضلها أفراد عينة الدراسة على الفيس بوك؟
- ماذا تتبادل أفراد عينة الدراسة مع الآخرين على الفيس بوك؟
- ما الطرق التي تستخدمها أفراد عينة الدراسة في التواصل مع الآخرين على الفيس بوك؟
- ما دوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لموقع الفيس بوك؟
- هل جهاز الكمبيوتر المربوط على شبكة الانترنت في المنزل موجود في مكان عام أم خاص؟
- مَنْ من أفراد الأسرة الآخرين يستخدمون الفيس بوك؟
- هل تراقب أفراد عينة الدراسة أبنائهن أثناء استخدامهم للفيس بوك؟
- ما الاشباكات المتحققة لدى أفراد عينة الدراسة من استخدامهم للفيس بوك؟
- ما الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة من أفراد عينة الدراسة؟

منهجية الدراسة:

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف التعرف على الأوصاف الدقيقة للظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها من حيث طبيعتها وماهيتها ووصفها الحالي والعلاقات بينها وبين العوامل المختلفة المؤثرة فيها (Wimmer & Dominick, 1991, p107).

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي (Social Survey)، إذ يعد هذا المنهج من أنسب المناهج العلمية ملائمة لهذه الدراسة، حيث يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة (استخدام الفيس بوك) في وضعها الراهن، وهو بهذا المفهوم يُعتبر المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي، حيث يسمح للباحث بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد، مثل السمات العامة والاجتماعية والنفسية، وكذلك أنماط السلوك الاتصالي، وتقديم قاعدة معرفية واحدة للبيانات الخاصة بهذا الجمهور، يمكن استخدامها في وصف تركيبته وبنائه، واختبار العديد من الفروض العلمية الخاصة بين هذه المتغيرات (عبدالحميد، 2004، ص ص158-159).

مفاهيم الدراسة

الاستخدام: ويعني أن الأفراد يميلون لاستخدام وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم (المدني، 2009، ص614)، وقد طور أليكس ثان "Alex tan" قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الإنسان بالنسبة للوسائل الإعلامية (الموسوي، 2004، ص30)، وهي:

- حاجات معرفية: مرتبطة بتدعيم المعرفة والمعلومات وفهم البيئة.
- حاجات وجدانية: وتمثل الحاجة إلى الحب والصداقة والسعي وراء البهجة.
- حاجات شخصية: وتهدف إلى تدعيم ثقة واستقرار، ومكانة الفرد.
- حاجات اجتماعية: وهي التوحد الاجتماعي من أجل تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء.
- الهروب من الواقع: وهي مرتبطة بالهروب وإطلاق التوتر والرغبة في التسلية.
- **الإشباعات:** يشير إشباع الوسيلة إلى مزيد من الاستجابات الفورية المرتبطة بالحاجة، ويمكن وصف تلك الإشباعات كالتالي (حسن، 2010، ص ص302-303):
- **إشباعات المحتوى:** وهي التي تنتج من التعرض لمحتوى وسائل الاتصال وترتبط برسالة الاتصال، وتنقسم إلى:

- الإشباعات التوجيهية: ويقصد بها اكتساب الفرد لمعلومات جديدة أو مهارات عامة أو متخصصة، أو تأكيد الذات والتعلم من بعض المعلومات.
- إشباعات اجتماعية: وهي التي تربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته الاجتماعية مثل التحدث مع الآخرين، والإحساس بالتميز، والقدرة على حل المشكلات.
- **إشباعات العملية:** وهي التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة، وتنقسم إلى:
- إشباعات شبة توجيهية: وهي مكملة للإشباعات التوجيهية وتتمثل في الشعور بالراحة والاسترخاء والمتعة وتجدد النشاط.
- إشباعات شبة اجتماعية: وهي مكملة للإشباعات الاجتماعية مثل استخدام وسائل الاتصال للتخلص من الإحساس بالعزلة والملل والضيق والتحرر العاطفي والتوحد مع الشخصيات التي تعكسها وسائل الإعلام.

المتزوجات العاملات: ويقصد بهن جميع النساء المتزوجات العاملات في الجامعات الفلسطينية، أو اللواتي سبق وأن تزوجن وأصبحن مطلقات أو أرمال، ممن يعملن في الوظائف الأكاديمية أو الإدارية أو الفنية في الجامعة، حتى تاريخ إجراء الدراسة.

الجامعات الفلسطينية: ويقصد بها جميع الجامعات الفلسطينية الحكومية والعامة والخاصة.

أداة الدراسة:

قام الباحث بتصميم استمارة استقصاء (Questionnaire)، تتضمن متغيرات الدراسة القابلة للقياس، وتكون الاستبيان من جزئين: الأول يتعلق بأسئلة الحالة عن المتزوجة العاملة في الجامعة الفلسطينية والتي تتضمن الحالة الاجتماعية والوظيفة والفئة العمرية والمستوى التعليمي والدخل الشهري وعدد أفراد الأسرة، أما الجزء الثاني، فقد تكون من (15) سؤالاً مغلقاً تدور حول استخدامات أفراد عينة الدراسة للفيس بوك، ودوافع هذه الاستخدامات الاشباعات المتحققة منها، والأماكن المفضلة للاستخدام وأوقاتها وعدد ساعاتها، ونوعية الموضوعات المفضلة لدى أفراد العينة على الفيس بوك، ومن يستخدم الفيس بوك من أفراد الأسرة، ودور الأسرة في مراقبة الأبناء أثناء الاستخدام.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكوّن مجتمع الدراسة من جميع المتزوجات العاملات في الجامعات الفلسطينية (هيئة تدريسية وإداريين وفنيين)، وقد بلغ العدد الإجمالي للنساء العاملات في الجامعات الفلسطينية (7474) موظفة، توزعت على (3384) موظفة من الهيئة التدريسية، و(4090) موظفة من الإداريين والفنيين. (<https://www.mohe.pna.ps>)

أما عينة الدراسة فقد اشتملت على (334) موظفة، منها (70) موظفة من الهيئة التدريسية، وبما نسبته (1.7%)، و(261) موظفة من الإداريين والفنيين، وبما نسبته (9.2%) أيضاً، حيث تم سحب العينة بطريقة عشوائية، وقد جاء اختيار الباحث للمتزوجات العاملات في الجامعات الفلسطينية، على اعتبار أنهنّ يمثلنّ الأسر الفلسطينية بما لديهنّ من بنين وبنات، بالإضافة إلى الأزواج، (عدا أولئك من الأرمال والمطلقات).

وبعد توزيع استمارة البحث على أفراد عينة الدراسة، استرجع الباحث منها ما مجموعه (307) استمارات (63 هيئة تدريسية و244 إداري وفني)، وبعد تدقيقها تمّ استبعاد (7) استمارات منها لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي (3 هيئة تدريسية، و4 إداري وفني)، ليصبح بذلك عدد الاستمارات الصالحة للتحليل (300) استمارة فقط، شكّلت ما نسبته (92%) من عينة الدراسة الكلية، وهي نسبة مقبولة لأغراض البحث العلمي، انظر الجدول رقم (1).

جدول رقم (1): يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغيرات	البدائل	التكرار	النسبة المئوية
الوظيفة	هيئة تدريسية	83	27.7%
	إدارية	193	64.3%
	فنية	24	8.0%
	المجموع	300	100.0%
الحالة الاجتماعية	متزوجة	277	92.3%
	مطلقة	9	3.0%
	أرملة	6	2.0%
	منفصلة	8	2.7%
	المجموع	300	100.0%
الفئة العمرية	أقل من 25 سنة	9	03.0%
	25-45 سنة	142	47.3%
	45 سنة فأكثر	149	49.7%
	المجموع	300	100.0%
المستوى التعليمي	ثانوي فما دون	15	5.0%
	دبلوم متوسط	116	38.7%
	بكالوريوس	80	26.7%
	ماجستير	39	13.0%
	دكتوراه	50	16.7%
	المجموع	300	100.0%
حجم الدخل الشهري للأسرة	أقل من 500 دينار	60	20.0%
	501-1000 دينار	181	60.3%
	1001-1500 دينار	36	12.0%
	1501-2000 دينار	12	4.0%
	2000 دينار فأكثر	11	3.7%
	المجموع	300	100.0%
عدد أفراد الأسرة (الأب الأم والأبناء)	أقل من 4 أفراد	114	38.0%
	4-6 أفراد	162	54.0%
	7 أفراد فأكثر	24	8.0%
	المجموع	300	100.0%

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

قام الباحث بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة باستخدام برنامج (SPSS)، حيث استخدم المقاييس الإحصائية التالية:

- (ألفا كرونباخ) لقياس الثبات.
 - (كا²) لقياس وجود علاقة إحصائية بين متغيرين.
 - اختبار (T) لقياس الفروق الإحصائية بين متوسطين، (حساب قيمة T) .
 - تحليل التباين الاحادي (One way ANOVA) لقياس الفروق الإحصائية بين أكثر من متوسطين، (حساب قيمة F).
- أهم النتائج:**

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها:

- أن ما نسبته (67.3%) من عينة الدراسة يوجد لهم حساب شخصي على موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)، أما أولئك اللاتي ليس لديهن موقع على الفيس بوك، فمرده إلى عدم توافر الوقت الكافي، وإيمانهم بأن استخدامهم لهذا الموقع يعدّ مضيعة للوقت.

- أن الاصدقاء من جهة والانترنت من جهة أخرى، كانتا أهم الوسائل التي ساهمت في معرفة أفراد عينة الدراسة بموقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)، وأن المنزل ومكان العمل هما من أكثر الأماكن التي تستخدم منه أفراد عينة الدراسة هذا الموقع، وأن حوالي ثلثي اللواتي يستخدمنه، لا يوجد لديهن وقت محدد مفضل لاستخدام الفيس بوك بالدرجة الأولى، ويفضلن الفترة المسائية بالدرجة الثانية، أما بخصوص عدد الساعات التي تقضيها المتزوجة العاملة في الجامعة الفلسطينية مع موقع الفيس بوك، فتبين أنه أقل من ساعتين يومياً، وهو معدل استخدام منخفض.

- كانت المقاطع الاخبارية الهامة والنادرة والمقاطع الدينية هي الأكثر تفضيلاً من مجموع الاجابات، وأن الأفكار والصور والمعلومات الشخصية، هي الأكثر تبادلاً بين المتزوجة العاملة في الجامعة الفلسطينية والآخرين، وأن الكتابة على الحائط والردشة والرسائل العادية تعدّ أفضل الطرق في تواصل أفراد عينة الدراسة مع الآخرين على موقع الفيس بوك.

- أن دوافع البقاء على اتصال مع الاصدقاء القدامى، والاستمتاع والتسلية، وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة، والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية، تعدّ من الدوافع الرئيسية التي دفعت أفراد عينة الدراسة لاستخدام الفيس بوك.

- أن الغالبية من أفراد عينة الدراسة يضعون جهاز الحاسوب المربوط على شبكة الانترنت في المنزل في مكان عام، وأن جميع أفراد الأسرة إجمالاً يستخدمون الفيس بوك في المنزل، وأن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤيدون وجود رقابة على مستخدمي الفيس بوك في المنزل، وأن أغلبية أفراد عينة الدراسة يراقبن أبناءهم أثناء استخدامهم للموقع في المنزل.

- أن إشباعات التواصل الاجتماعي تقدمت على غيرها من الإشباعات الأخرى عند أفراد عينة الدراسة وبمتوسط حسابي مرتفع مقداره (3.19) على المقياس الرباعي، عند استخدامهم للموقع، مما يدل على أهمية هذا الموقع في إبقاء الأفراد على اتصال وتفاعل مع بعضهم البعض.

التوصيات:

- في ضوء ما توصل إليه الباحث من نتائج فإنه يوصي بما يلي:
- ضرورة قيام الجامعات ومؤسسات الدولة المختلفة، بتحديد ساعات استخدام خدمة الفيس بوك وما شاكلها، عن العاملين فيها خلال ساعات الدوام الرسمي، بحيث يتم السماح به ساعة يومياً على سبيل المثال، حتى لا يتلهى العاملون عن الواجبات الموكلة إليهم، وتضييع الوقت الواجب استغلاله في الانتاج، لاسيما وأن نتائج الدراسة وفي الجدول رقم (4) اشارت إلى أن مكان العمل جاء في المرتبة الثانية، كمكان مفضل للدخول إلى موقع الفيس بوك.
 - أشارت نتائج الدراسة في الجدول رقم (12)، إلى أن معظم أفراد الأسرة، لاسيما الأبناء من الذكور والإناث يفضلون استخدام الفيس بوك في المنزل بالدرجة الأولى، وبناء عليه يوصي الباحث بتحسين جميع أفراد الأسرة ضد مضار هذا الموقع وما شابهه من مواقع أخرى، وذلك من خلال الوعظ والإرشاد وتشديد الرقابة، من قبل الوالدين، وبيان سلبيات هذه المواقع على سلوكيات المستخدمين.
 - ضرورة التوعية المقبلين على الزواج من الذكور والإناث بإيجابيات وسلبيات الفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، والتوضيح ان الأولوية للحياة الواقعية وليس العالم الافتراضي للحد من نسب الطلاق المرتفعة بسبب استخدام الفيس بوك.
 - ضرورة التوعية بأهمية الفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وذلك من خلال عقد الدورات للعاملات في مؤسسات الدولة المختلفة، وتعريفهن بطرق الاستخدام الأمثل لمثل هذه المواقع، والفوائد المترتبة على هذا الاستخدام، وبما ينعكس ايجاباً على المؤسسات ونتاجياتها، حتى لا تبقى المتزوجات العاملات في الجامعات الفلسطينية، ينظرن الى استخدام الفيس بوك على أنه مضیعة للوقت، كما جاء في الجدول رقم (5).
 - إجراء دراسات مستقبلية حول مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، واستخداماتها المختلفة، ودوافع هذه الاستخدامات الاشباعات المتحققة منها.
 - ضرورة القيام بإجراء دراسات مشابهة لهذه الدراسة، على شرائح المجتمع المختلفة، وبيان الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدامات هذه الشرائح لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.
 - تعميم نتائج هذه الدراسة على القائمين على مؤسسات الدولة المختلفة، للتعرف على سلبيات وإيجابيات استخدام العاملات للفيس بوك، وذلك بهدف تلافي السلبيات وتعظيم الإيجابيات.

- التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة كحقيقية واقعة، وعلى الأسرة الفلسطينية والعربية، لاسيما الأم في المقام الأول، والتي تساهم في تنمية الشخصية الواعية لأبنائها، وتحرص على ترشيد استخدام أي من هذه المواقع في المنزل، وانتقاء ما يتفق مع معايير وقيم المجتمعات العربية المحافظة.

قائمة المراجع:

أولا - المراجع باللغة العربية:

- الرعود، عبد الله ممدوح مبارك.(2011). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- الساري، حلمي خضر.(2009). ثقافة الإنترنت ... دراسة في التواصل الاجتماعي. منشورات وزارة الثقافة، عمان، الأردن.
- المدني، أسامة.(2009). استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الالكترونية الاشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية، القاهرة مجلد كلية الآداب، جامعة حلوان، العدد (26).
- المصري، نعيم. (23-25/تشرين الثاني/2011)، استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الاعلام الأخرى: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الكليات الفلسطينية. ورقة بحثية قدمت إلى مؤتمر كلية الاعلام بجامعة اليرموك، وعنوانه "الإعلام والتحول المجتمعية في الوطن العربي"، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.
- الموسوي، محمد.(2004). النظرية الإعلامية، جامعة البحرين، مطبوعات كلية التربية.
- أمين، رضا عبد الواحد.(2009). استخدامات الشباب الجامعي لموقع "يوتيوب" على شبكة الإنترنت. ورقة بحثية قدمت إلى المؤتمر الأول "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد" والذي عُقد في رحاب جامعة البحرين في الفترة ما بين (7-9 إبريل 2009م)، منشورات جامعة البحرين، (ص511-536).
- جرار، ليلي أحمد.(2011). المشاركة بموقع الفيس بوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقات الأسرية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- جريدة "الرأي"، العدد الصادر يوم الأربعاء، تاريخ (8 شباط، 2012م).
- حجاب، محمد منير.(2010). نظريات الاتصال. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

- حسن، أشرف جلال. (15/ 17 / فبراير، 2009م). أثر شبكات العلاقات الاجتماعية والتفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل. مقدمة إلى أعمال مؤتمر كلية الإعلام، جامعة القاهرة وهو بعنوان: "الأسرة والإعلام وتحديات العصر".

- حسن، همت. (2010). دراسات في نظريات الإعلام، ط 1، (القاهرة: مصر العربية للنشر والتوزيع).

- خضر، نرمين زكريا. (2009). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على موقع الفيس بوك. مقدمة إلى مؤتمر كلية الاعلام، جامعة القاهرة، وهو بعنوان: الأسرة والإعلام وتحديات العصر، والذي عُقد في الفترة ما بين (15-17 فبراير 2009م).

- عبد الحميد، محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. الطبعة الثانية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة.

- علاونة، حاتم سليم. (02/ 04 / ديسمبر، 2012). "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري". ورقة بحثية قدمت في مؤتمر "الاعلام الجديد ... التحديات النظرية والتطبيقية" والذي عقدته الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض.

- مكاوي، حسن عماد. والسيد، ليلي حسين. (2010). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط2، الدار المصرية اللبنانية/ القاهرة.

- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

ثانيا - المراجع باللغة الأجنبية:

- Al-Saggaf, yeslam. (2011). Saudi Females on Facebook: An Ethnographic Study. International Journal of Emerging Technologies & Society. Vol. 9, No. 1, 2011, pp: 1-19.

- Katz, Blumler & Gureviteh. (1974). Utilization of Mass Communication. In the Uses of Mass Communication: Current Prespectives on Grantification Research. Blumler & Katz. (editors), sage publications, Beverly Hills, London.

- Lenhart, Amanda & Madden, Mary. (2007). Teens, privacy & online social networks: How teens manage their online identities and personal information in the age of Myspace. Pew Internet & American life project. www.pewinttent.org/. Viewed Feb. 10th. 2012

- Muise, Amy. Christofides, Emily & Desmarais, Serge. (2009). More Information than you Ever Wanted: Does Facebook Bring out the Green-Eyed Monster of Jealousy.?, Cybersychology & Behavior. Vol. 12, No. 4, 2009, pp. 441-444.

- Strano, Michele, M. (2008). User Description Through Facebook Profile Images. Cybersychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 2(2). Article (5), pp. 1-11.
- Urista, Mark A. Dong, Gingwen & Day, Kenneth D. (No date). Explaining why Young Adults Use Myspace & Facebook Through Uses & Gratifications Theory. Human Communication, Vol. 12, No. 2, pp. 215-229.
- Wimmer, Roger, D & Dominick, Joseph, R. (1991). Mass Media Research: An Introduction. 3rd ed. Wadsworth Publishing Company, Belmont, California.

الملحق: رابط الاستبيان:

https://www.4shared.com/office/9DBfrNTkca/___online.html