



الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي (دراسة تحليلية مقارنة)

طالب بن صالح حسن العطاس
أستاذ أصول التربية، كلية التربية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية
البريد الإلكتروني: tsalattas@kau.edu.sa

محمد عبد الرؤوف عطية السيد
أستاذ أصول التربية، كلية التربية، جامعة الأزهر، مصر
البريد الإلكتروني: mabdelraouf75@gmail.com

الملخص

استهدفت هذه الدراسة الوصفية التحليلية: تحديد الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي. ولتحقيق هذا الهدف، طُبقت استبانة على عينة صُدفية من طلاب جامعة الملك عبد العزيز بالسعودية وجامعة الأزهر الشريف بمصر. وأوضحت نتائج تحليل استجابات العينة: استخدام جميع أفراد عينة الدراسة لمنصات التواصل الاجتماعي، وكان أكثر هذه المنصات استخداماً هو: الفيسبوك، ثم الواتساب، ثم اليوتيوب وتويتر وسناب شات، فالانستجرام، ثم تيك توك، ثم التيليجرام. كما أفادت غالبية أفراد العينة أنهم يستخدمون هذه المنصات بأسمائهم الحقيقية، دون استخدام صورهم الشخصية. كما أظهرت النتائج استخدام الشباب الجامعي لمنصات التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات يومياً. أما أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي؛ فقد تراوحت متوسطات الاهتمام بها بين المستوى الضعيف والمستوى الكبير. وقد اختلف ترتيب أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي ما بين أولويات دينية، وترفيهية، ثم الأولويات ذات العلاقة بالتعلم والعمل، ثم الأولويات الاجتماعية والشخصية. كما أوضحت النتائج: عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين ترتيب الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيرات: الجنس، والجامعة، والمرحلة الجامعية، في حين وجدت فروق تعزى لمتغيري: التخصص، والحالة الاجتماعية، في اتجاه طلاب الجامعة ذوي التخصصات العملية وغير المتزوجين.

الكلمات المفتاحية: أولويات، الشباب الجامعي، منصات التواصل الاجتماعي.



Cultural Priorities of University Youth on Social Media Platforms

(A comparative analytical study)

Talib bin Saleh Hassan Al-Attas

Professor of Foundations of Education, College of Education, King Abdulaziz University, Saudi Arabia

Email: tsalattas@kau.edu.sa

Mohamed Abdel Raouf Attia El-Sayyed

Professor of Foundations of Education, College of Education, Al-Azhar University, Egypt

Email: mabdelraouf75@gmail.com

ABSTRACT

This descriptive analytical study aimed at: determining the cultural priorities of university youth on social media platforms. To achieve this goal, a questionnaire was applied to an accidental sample of students from King Abdulaziz University in Saudi Arabia and Al-Azhar University in Egypt. The results showed: the use of all the study sample for social media platforms, and the most used platforms were: Facebook, WhatsApp, YouTube, Twitter and Snapchat, Instagram, Tik Tok, then Telegram. The majority of respondents reported that they use these platforms with their real names, but without using their personal photos. The results also showed that university youth use social media platforms for more than three hours a day. As for the priorities of university youth on social media platforms; their interests in these priorities ranged from weak to high. The prioritization of university youth on social media platforms was ordered as follows: religious, and entertainment priorities, then priorities related to learning and work, then social and personal priorities. The results also showed: there were no statistically significant differences due to the variables of: gender, university, and the university level, while there were differences due to the variables of specialization and marital status, in the direction of university students with practical majors and who were not married.

Keywords: priorities, university youth, social media platforms.



مدخل إلى مشكلة الدراسة:

أبرزت الثورة الرقمية تحولات أساسية في مختلف مجالات الحياة، تمثل أبرزها في ظهور نمط اجتماعي جديد يُعرف بشبكات أو منصات التواصل الاجتماعي الذي يعتمد على الإفادة من أنظمة الشبكات المفتوحة، وهندسة البرمجيات المتكاملة المرتكزة على النصوص والفيديوهات والصوت والصورة والرسومات، من أجل التواصل مع مطلق الآخر بكل حرية، وبسرعة فائقة، وبأقل جهد وتكاليف ممكنة.

وقد وجدت منصات التواصل الاجتماعي إقبالا كبيرا من جميع فئات المجتمع خاصة الشباب، وذلك لما تُتيح مثل هذه المنصات من سلوكيات أكثر اجتماعية مثل: مشاركة الأحداث، والتصويت، وإبداء الملحوظات الجماعية، والدرشة، والتعاون المباشر على الويب، وتحميل الصور والملفات، وإضافة الروابط لمواقع شبكة الويب، وتحديث المشاركات (Pinto, 2014)، كما تتميز هذه المنصات بقدرتها على تحقيق التفاعل الاجتماعي، وإتاحة التفاعل مع المحتوى بأسلوب جماعي، ومشاركة التفكير، وتوفير مجتمع الممارسة الآمنة الذي يُتيح علاقات وطيدة مع أفراد المجتمع الآخرين، وتقليل الفجوة المعرفية والتقنية (Marin-Diaz, Vazquez, & McMullin 2014). كذلك تُمكن منصات التواصل الاجتماعي مستخدميها من تحديث المعلومات، وسهولة الربط مع مستخدمين أو مجموعات أو معلومات معينة؛ الأمر الذي جعلها وسائل ذات اهتمام خاص ومناسب لاستخدامها بين الشباب.

فبحسب إحصائيات "داتا ريبورتال"، وصل مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي في بداية 2023م إلى 4.76 مليار مستخدم حول العالم، أي ما يقل قليلاً عن 60% من إجمالي سكان العالم، مع إضافة 137 مليون مستخدم جديد هذا العام، أي ما يعادل نمواً سنوياً بنسبة 3%. كما أوضحت التقارير أن الشريحة العمرية للشباب من 15 إلى 29 سنة هي الفئة الأكبر التي تستخدم هذه المنصات، وأن خمس دول عربية هي الأعلى استخداماً لهذه المنصات، وأن منصة Facebook لا تزال تحتل الصدارة على المستوى العالمي (Datareportal, 2023). أما على المستوى الكيفي، فقد ساهمت منصات التواصل الاجتماعي - بمختلف أنواعها - في خلق بيئة افتراضية جديدة و متميزة تسمح للملايين من الشباب بالتفاعل والحوار عبرها، وذلك باستخدام لغات متعددة، وثقافات متنوعة، دون قيود أو عوائق تحول دون حرية التواصل، أو إبداء أي أفكار، أو مشاركة أي اهتمامات. ولأن هذه البيئة الافتراضية تسمح بتشكيل مناخ ثقافي خاص بالشباب قد يختلف، بل ويصطدم مع البيئة الواقعية التي لم تُحقق لهم المناخ ذاته؛ فإن ذلك الأمر يؤثر - بالتأكيد - في ترتيب أولويات الشباب من احتياجات أو اهتمامات أو قيم أو سلوكيات أو حتى اضطرابات نفسية أو تحديات (الفتاح، 2015).

ففي دراسات الكتبي ونوفل (2023)، والنقي (2021)، وحسين (2020)، وعقوب (2018) والتي استهدفت - من خلال أدوات كمية ونوعية عدة - الكشف عن العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية أو المنظومة القيمية للشباب بمجتمعات عربية مختلفة، أظهرت أن هذه المنصات ساهمت بشكل أساسي في إحداث تحولات جوهرية في كينونة الهوية الثقافية ومنظومة القيم، وكانت هذه التحولات سلبية أكثر مما كانت إيجابية، كما ساهمت المنصات في خلق بناء ثقافي مشوه يدور في فلك العولمة الثقافية التي تهدد هوية الشباب، وتخرق منظومة قيمهم الموروثة، وتعرضهم لكتابات وأفكار متطرفة.

كما هدفت دراسة محمد (2017) إلى تعرف دور المواقع الإلكترونية الإسلامية في تشكيل أولويات الاهتمام لدى الشباب المصري بشأن القضايا المجتمعية المهمة وخاصة الدينية منها، وتوصلت الدراسة إلى مجيء المواقع الإلكترونية الإسلامية في الترتيب الأول بوصفها المصدر الأول الذي يستقي منه الشباب المعلومات الدينية. وعل المنوال نفسه، هدفت دراسة أبو قفة (2019) إلى تعرف دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو القضايا الجامعية، من خلال ترتيب أولويات المواقع والشباب الجامعي لهذه القضايا، وأوضحت نتائج الدراسة: تصدر القضايا العلمية المرتبة الأولى في ترتيب أولويات مواقع الدراسة، كما احتلت المصادر الإعلامية المنسوبة للموقع نفسه المرتبة الأولى، بينما احتل الخبر الصحفي المرتبة الأولى بين الأشكال الصحفية.

لذا، كان تحديد وترتيب أولويات الشباب محور العديد من أدبيات البحث، فأظهرت دراسات عدة أن الملايين من الشباب العربي المعاصر يعاني من مشكلات كثيرة تمتلأ بها صفحاتهم على منصات التواصل الاجتماعي، وأكثر هذه المشكلات هي الشعارات والعبارات التي تدعو إلى الإلحاد، كما يبدو جلياً على "صفحة الملحنين العرب" (عزام، 2018؛ والعمرى، 2019، ونور، 2015).



وباستطلاع آراء 23 خبيراً أكاديمياً بالجامعات السعودية نحو أكثر التحديات التي تواجه الطلبة على منصات التواصل الاجتماعي، وبتطبيق استبانة على 220 طالباً، ثم تحليل محتوى صفحات تويتر الخاصة بطلاب جامعة تبوك؛ توصلت دراسة نجمي والسيد (2017) إلى أن التحديات الثقافية والاجتماعية هي أولى التحديات التي تواجه الشباب، وأن ترتيب التحديات حسب أولوياتها كان على النحو الآتي: ضعف الرقابة على مسيئي استخدام التكنولوجيا، والإفراط في استخدام التكنولوجيا، وانتحال الشخصيات الوهمية أو المستعارة، وانتهاك حقوق الآخرين، وتعزيز العصبية القبلية، وتأجيج حدة الصراع والفرقة بين المسلمين، والتأثر بآراء الآخرين وتقليدها، ونشر الرذائل والإباحيات.

كما أوضحت دراسة أبو خطوة والباز (2014) أن أكثر سلبيات استخدام الشباب لمنصات التواصل الاجتماعي تتمثل في: التشكيك بقيمة التراث الحضاري والرموز الوطنية، والإساءة والتشهير بجهات وأفراد بدون وجه حق، وضياح الوقت، وتذبذب النسق القيمي، والانشغال بها عن العبادات، ونشر الشبهات ضد الإسلام ورسوله صلى الله عليه وسلم، وتسويق السلوكيات المخالفة لقيم ومبادئ الإسلام.

كما أشارت دراسة Schlenkrich & Sewry (2012) إلى أن أهم التهديدات التي تواجه الشباب عند استخدام منصات التواصل الاجتماعي تتمحور في: عدم الموثوقية في المعلومات المقدمة عبر المواقع، وعدم القدرة على التحكم في سلوكيات المشاركين، وعدم الخصوصية مما يعرض ملفات المستخدم الخاصة للمخاطر الأمنية مثل: السرقة، واستخدامها في أغراض أخرى غير قانونية.

كذلك أوضحت دراسة المجمالي (1433هـ) كيفية استفادة المنصرين من الخدمات التفاعلية عبر منصات التواصل الاجتماعي في: الدعوة إلى اعتناق النصرانية، إنشاء اتحاد للتنصير عبر الإنترنت، توفير برامج لتدريب المنصرين على نشر دعوتهم، إقامة المؤتمرات المخصصة للتنصير، الهجوم على كل ما يتعلق بالإسلام، زعزعة العقيدة في نفوس المسلمين من خلال بث الشبهات والطعون في دينهم.

وبناء على كثرة التحديات التي تواجه مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة من الشباب الذين تضعف مراقبتهم، فقد يتبنى الشباب اهتمامات أو بيدي أولويات تتسبب في إحداث أزمات فكرية وسلوكية، يكون لها الأثر الأكبر في استلاب بعض الشباب ثقافياً، ودفعهم للتمرد والثورة على قيم المجتمع، واغترابهم شبه التام عنه؛ مما يكون له أثراً بالغاً في تفكيك النسيج الاجتماعي والأمني لأوطانهم.

ولتزايد خطورة انعكاسات منصات التواصل الاجتماعي على أفراد المجتمع المسلم، وخاصة في ضوء كثير من متغيرات العصر الثقافية التي تُزعزع الثوابت، وتهدم القيم، وتهدد الهويات، وتُغير في فقه الشباب بأولوياتهم الثقافية؛ استشرع الباحثان أهمية إجراء دراسة استطلاعية عن الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي، بهدف مقارنة تلك الأولويات بين الشباب، وتحليل دلالات انعكاسات ترتيبها في ضوء بعض النظريات المفسرة لترتيب الأولويات.

أسئلة الدراسة: يمكن تحديد مشكلة الدراسة في الإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما الأطر النظرية لترتيب الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي؟
2. ما الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي، ودلالات ترتيبها؟
3. هل توجد فروق دالة إحصائية بين ترتيب الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيرات الدراسة: الجنس، والجامعة، والمرحلة الجامعية، والتخصص، والحالة الاجتماعية؟

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة الوصفية التحليلية المسحبة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. بيان الأطر النظرية لترتيب الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي.
2. استطلاع الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي.
3. تحليل دلالات ترتيب هذه الأولويات بين الشباب في ضوء الأطر النظرية لترتيبها.
4. الكشف عن الفروق بين ترتيب هذه الأولويات حسب متغيرات الدراسة.

أهمية الدراسة: تتضح أهمية هذه الدراسة من أمور عدة، أبرزها:

1. الإيمان بدور الشباب تجاه أوطانهم، وبأهمية تحديد اهتماماتهم واحتياجاتهم وأولوياتهم لفهمها وتحليلها ووضعها في متناول المسؤولين للمساهمة في تحقيق أفضل مستقبل للشباب.
2. تزايد التحديات - الخارجية والداخلية - التي تستهدف فكر الشباب المسلم وأمن مجتمعهم في المجالات: العقائدية، والسياسية، والاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، والإعلامية، والنفسية عبر منصات التواصل الاجتماعي التي تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع.



3. تأكيد الدور المهم لكل من قادة التربية والإعلام والأمن والسياسة في استثمار مزايا منصات التواصل الاجتماعي وتوجيهها بما يعود على المجتمع كله بالأمن والاستقرار والمحافظة على هويته الثقافية.

4. المساهمة في توجيه كل المهتمين بقضايا الشباب؛ أكثر فئات المجتمع عدداً وتفاعلاً عبر منصات التواصل الاجتماعي، إلى كيفية الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي في التوعية بالتحديات المعاصرة، ومن ثم الحد من أخطارها وتداعياتها على المجتمع المسلم.

مصطلحات الدراسة:

الأولويات جمع، والمصدر أولوية من أولى؛ أي أحقية، وأسبقية، وأفضلية (عمر، 2008، 2497)، ودائماً يكون ترتيب الأولويات حسب معايير، ومن ثم فيُقصد بالأولويات في هذه الدراسة: درجات الأهمية التي يوليها الشباب الجامعي للقضايا أو الموضوعات أو المعارف والاتجاهات والسلوكيات التي يتفاعلون معها عبر منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم، وتقاس درجة الأهمية من خلال مقياسين إحصائيين هما: الوزن النسبي، ومستوى الموافقة.

أما كلمة **الشباب**؛ فتشمل عند اللغويين كل مراحل الشباب حتى الثلاثين سنة تقريباً. أما اصطلاحاً؛ فيختلف الباحثون في تحديد بداية ونهاية هذه المرحلة - من 13 إلى 35 سنة - لاختلافها من فرد إلى آخر، ومن جنس إلى جنس، ومن ثقافة إلى ثقافة (أبو عرجة وآخرون، 2013، 328-329). لكن الدراسة الحالية تربط بين مرحلة الشباب ومرحلة الدراسة بالجامعة لتمتد من 18 إلى 30 سنة تقريباً؛ أي بداية من السن التي يكتمل عندها النضج الجسمي والعقلي إلى السن التي تعكس النضج الاجتماعي وتحمل المسؤولية والمشاركة الإيجابية في تنمية المجتمع.

أما **منصات التواصل الاجتماعي**؛ فقد عرفها السيد (2015) بأنها: مجتمعات افتراضية تفاعلية عبر الويب تضم أشخاصاً أو مؤسسات تجمعها علاقات مشتركة أو أنشطة محددة أو اهتمامات مماثلة وتوفر لمستخدميها مجموعة من الخدمات التي لا تقتيد بوقت أو مكان معين مثل: المشاركة بإبداء الرأي والتعليق والرد والإضافة والتغيير، التدوين والنشر، تبادل المعرفة والمعلومات والبيانات والوسائط (المعتمدة على النص، الصوت، الصورة، الفيديو)، إمكانية التواصل الفوري، وغير ذلك من خدمات تتيح للمستخدمين منها بيئة جاذبة وداعمة لأنشطتهم (ص850)، وهذا التعريف هو ما تتبناه هذه الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

تتنوع الأطر النظرية لترتيب الأولويات الثقافية حسب نوع المنظور؛ شرعي، أو اجتماعي، أو ثقافي، أو إعلامي، أو تقني، أو ...، وسيلقي الإطار النظري للدراسة الضوء على أبرز الأطر النظرية لترتيب الأولويات الثقافية على النحو التالي:

(1) نظرية المقاصد وفقه الأولويات:

لقد أثرت اجتهادات الفقهاء المسلمين في كثير من مجالات العلوم، ولعل التربية كانت من أوثق العلوم والفنون ارتباطاً بالفقه الإسلامي؛ فظهر الاجتهاد أو الفكر التربوي ليطبق قواعد الفقه ومناهجه على كافة مناحي التربية ومجالات الفلسفة من حيث علاقة الإنسان بربه، وبذاته، وبغيره من الخلائق، وبالكون، وبالحياء، وبالمعرفة، وبالقيم والأخلاق.

ومن المسلم به أن المقاصد العامة من الشريعة الإسلامية تتمثل في حفظ الضروريات الخمسة (الدين، والنفس، والعقل، والنسل، والمال)، وقد كان الإمام الشافعي هو من أول من استخدم عبارة مقاصد الشريعة، أما الطاهر بن عاشور؛ فهو أول من أفرد كتاباً منفصلاً عن مقاصد الشريعة الإسلامية، كونها - كما ذكر - العلم الذي يُعيد إلى الشريعة قدرتها على: الاجتهاد، ومسايرة التطور الحضاري، ومواجهة التحديات، وترتيب الأولويات وفق ثلاثة مستويات؛ ضروري، وحاجي، وتحسيني (ابن عاشور، 2011، 4).

ولأن الشريعة الإسلامية مبنية على جلب المصالح ودفع المضار؛ فإن حفظ المقاصد يكون أيضاً بالأمرين (الوجود والعدم): أحدهما بما يُقيم أركانها ويثبت قواعدها، والثاني بما يدرأ عنها الاختلال الواقع أو المتوقع فيها (الشاطبي، 2006، 256).

أما ترتيب هذه المقاصد؛ فرغم الاختلاف فيه عند العلماء، إلا أن اتفاق أكثرهم على ما ذكره الغزالي بأن: "مقصود الشارع من الخلق خمسة: وهو أن يحفظ عليهم دينهم ونفسهم وعقلهم ونسلهم ومالهم؛ فكل ما يتضمن حفظ هذه الأصول الخمسة فهو مصلحة، وكل ما يفوت هذه الأصول فهو مفسدة، ورفعها مصلحة. وهذه الأصول الخمسة حفظها واقع في رتبة الضرورات، فهي أقوى المراتب في المصالح" (الغزالي، 1413هـ، 174).



والمصالح والمقاصد – باعتبار قوام أمر الأمة – تنقسم إلى ثلاثة أقسام، حيث يقول الشاطبي: "تكاليف الشرع ترجع إلى حفظ مقاصده في الخلق، وهذه المقاصد لا تعدو ثلاثة أقسام: ضرورية، وحاجية، وتحسينية؛ فالضرورية التي لا بد منها في قيام مصالح الدين والدنيا، ويترتب على فقدانها اختلال وفساد كبير في الدنيا والآخرة، وبقدر ما يكون من فقدانها، بقدر ما يكون من الفساد والتعطل في نظام الحياة. وأما المقاصد الحاجية أو المصالح الحاجية؛ فهي التي يتحقق بها رفع الضيق والحرَج عن حياة المكلفين، والتوسعة فيها. وأما التحسينية؛ فهي المصالح التي لا ترقى أهميتها إلى مستوى المرتبتين السابقتين، وإنما من شأنها أن تتم وتحسن تحصيلها، ويجمع ذلك: محاسن العادات ومكارم الأخلاق والأداب" (الشاطبي، 2006، 121).

يتضح من ذلك أن البنية الهرمية للمقاصد تبدأ بالضروري، وتنزل إلى الحاجي، ثم التحسيني كما يلي:

- الضروريات: وهي الكليات الضرورية التي لا يستغني عنها أي إنسان أو مجتمع (حفظ الدين، والنفس، والعقل، والنسل أو العرض أو الكرامة، والمال).

- الحاجيات: وهي الأمور التي يحتاجها الناس لحفظ المقاصد الضرورية، لكنها لا تصل إلى درجة الضرورة بالنسبة له.

- التحسينات: وهي الأمور المهمة لتحسين حياة الإنسان وتطويرها، لكنها في مستوى أدنى من الحاجيات.

وقد وضع الشاطبي (2006) معايير واضحة للتمييز بين هذه الأقسام الثلاثة، وهي:

- الضروري أصل لما سواه من الحاجي والتحسيني.

- اختلال الضروري يلزم منه اختلال الباقي بإطلاق.

- لا يلزم من اختلال الباقي اختلال الضروري.

- يلزم من اختلال التحسيني بإطلاق أو الحاجي بإطلاق اختلال الضروري بوجه ما (ص 271).

وإذا كان الفقهاء قد استفادوا من المقاصد في ترتيب الأحكام الفقهية، وجعلوها أحد الأسس التي لا غنى عنها في الترجيح؛ فإن هذا قد ألهم المتخصصين بالاستفادة من نظرية المقاصد في مجالات تخصصهم المختلفة.

ولكثر الضرورات الفقهية، ولأهمية الحاجة إلى التمييز بين النسب والدرجات والمراتب والمتقاربات والمتشابهات، وخاصة عند تزامن وتدافع الواجبات أو الضرورات أو المهام والأدوار والممارسات في سياق واحد؛ ظهرت أنواع أخرى من التريجيات الفقهية، مثل: فقه الأولويات، وفقه الموازنة، وفقه الواقع، وفقه التوقع، وفقه المآلات، وفقه الأقليات، وغير ذلك من أنواع الفقه المجالية التي عكست تعاطي الفقه السليم مع الضرورات التشريعية في الميادين المختلفة. وبين كل هذه الأنواع تداخل وارتباط، وخاصة بين فقه المقاصد الذي يعنى بالترتيب بين الكليات والجزئيات حسب ترتيب المصالح بين ضروري وحاجي وتحسيني، وبين فقه الأولويات الذي يهتم بالترتيب بين المصالح بالعدل ليتبين أيها ينبغي أن يكون أولاً وما الذي ينبغي أن يكون ثانياً؛ أي أنه يقوم على التفاوت الرتبي، وينظر فيما هو أولى بالتقديم والعمل، وذلك بطلب الأعلى وترك الأدنى، أو تقديم خير الخيرين بقوة أدناهما وبدفع شر الشرين باحتمال أدناهما، وذلك بعد النظر في القرائن والكليات الشرعية التي تقرر أولوية أحد المتزاحمين على الآخر في الفعل أو الترك (الجديبي، 2016).

وهذا – بالطبع – واضح في اجتهادات التربويين المرتبطة بالترجيح بين القرارات والسياسات والأهداف والوسائل والأدوات والممارسات التربوية. وقد أوردت دراسة الجديبي (2016) أن من أكثر قواعد فقه الأولويات التي استفادت منها التربية: أولوية العلم على العمل، وأولوية الفهم على الحفظ، وأولوية المقاصد على الظواهر، وأولوية الاجتهاد على التقليد، وأولوية التيسير على التعسير، وأولوية تقويم الفكر وتصحيح التصورات والمفاهيم. كما قدمت الدراسة المدخل المنطوق كنموذج تطبيقي لكل من فقه المقاصد وفقه الأولويات في عمليات الإصلاح التربوي، وفي تطوير محتوى المنهج وطرق تدريسه، وفي حل مشكلات النظام التعليمي.

(2) نظرية الاستخدامات والإشباع:

تأسست هذه النظرية على يد الباهوكاتز الذي اهتم بدراسة عملية الاتصال الجماهيري دراسة منظمة انطلاقاً من أن تصرفات الأفراد في كافة النواحي المختلفة محكومة بما يتولد لديهم من احتياجات يسعون لإشباعها، ويقوم الأفراد أنفسهم باختيار المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية. وتقوم هذه النظرية على مجموعة من الفرضيات، وهي (Severin & Tankard, 2001):

- إن الجمهور يتسم بالإيجابية والنشاط في استخدامه لوسائل الإعلام، وأنه يستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف محددة تلبي احتياجاته وتوقعاته.



- إن الجمهور يمتلك المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- تختلف درجة إشباع الحاجات وفقاً لاختلاف وسائل الإعلام التي تتنافس مع مصادر أخرى كالاتصال الشخصي.
- إن الجمهور وحده هو القادر على تحديد احتياجاته واهتماماته واختيار الوسائل والمضامين التي تشبع هذه الاحتياجات.
- إن الحاجات والدوافع تختلف باختلاف الأفراد، لذلك تختلف نماذج السلوك واختيار المحتوى، ويترتب على ذلك حدوث أو عدم حدوث عملية الإشباع.
- وتشير تلك الفرضيات إلى وجود عوامل نفسية واجتماعية تولد احتياجات عند الجمهور، وتجعله يبني توقعات عن قدرة وسائل الاتصال في مدى إشباعها؛ مما يدفعه للتعرض إلى وسائل الاتصال بمضامينها المتعددة أو القيام بأنشطة أخرى فشباع تلك الاحتياجات، وربما ينتج عن هذا التعرض إشباع حاجات أخرى غير متوقعة (عقوب، 2018).

(3) نظرية التعلم الاجتماعي:

سعت هذه النظرية إلى الربط بين النظرية السلوكية والنظرية المعرفية، منطلقة من فرضية أساسية مؤداها أن: الفرد كائن اجتماعي يؤثر ويتأثر من خلال ملاحظة سلوكيات الآخرين، وحفظها، ثم إرجاعها عند الضرورة وتقليدها. وقد لاحظ راند النظرية باندورا أنه كلما زاد حب الأفراد لأنموذج ما، فيكون تأثيره أكبر فيه، وذلك من خلال العمليات المعرفية التي تساهم بدور قوي في تذكر السلوك وممارسته فيما بعد. وتتمثل أبرز مبادئ هذه النظرية في (الكتبي ونوفل، 2023):

- مبدأ الحتمية التبادلية: وتشير إلى التفاعل الكائن بين كل من الفرد والبيئة والسلوك.
 - مبدأ العمليات الإبداعية: حيث يتعلم الفرد السلوك عن طريق ملاحظة النماذج دون الضرورة لمروبه به.
 - مبدأ العملية المعرفية: حيث تتداخل في عملية تعلم السلوك عمليات وسيطة كالتوقع والإدراك والاستدلال لاختيار أنسب سلوك له.
 - مبدأ عملية التنظيم الذاتي: حيث يؤدي توقع الفرد للسلوك دوراً أساسياً في ممارسة السلوك.
- ووفقاً لمبادئ هذه النظرية، فإن استخدام الأفراد لمنصات التواصل الاجتماعي ينتج عنه: تحديات متعددة ومتنوعة، منها: اختراق الخصوصية، وتهديد الملكية الفكرية، وإدمان مواقع التواصل الاجتماعي، والنصب والاحتيال والابتزاز، والاستقطاب الاجتماعي من جراء الانغماس في التفاعل الاجتماعي الذي يؤدي بهم إلى فعل سلوك جانح.

(4) نظرية ترتيب الأولويات/الأجندة:

تعتمد هذه النظرية على التبادل بين الوسيلة الإعلامية والجمهور الذي يتعرض لها، وذلك بتحديد أولويات القضايا والموضوعات الإعلامية عن طريق: سياسة الوسيلة، وسياسة الجهات المسؤولة عنها، واتجاهاتها، وقراراتها، وكذلك حسب المتلقين لوسائل الإعلام. ومن ثم، تركز هذه النظرية على فكرة إثارة الانتباه وتشكيل الصورة الذهنية للرأي العام؛ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الوسيلة والجمهور تتوقف على: نوعية العلاقة السببية في بناء القرارات، وبناء العلاقة نفسها بين الطرفين، واختلاف قدرة الوسائل على بناء أجندة الجمهور. ويرى رواد هذه النظرية أن بناء الأجندة يتم في ست مراحل، هي (أحمد، 2011):

- تلقي وسائل الإعلام الضوء على الأحداث وتجعلها بارزة.
- تحتاج بعض الأحداث إلى قدر كبير من التغطية لتثير الاهتمام وتزيد الإقناع.
- وضع هذه الأحداث في إطارها الذي يضيف عليها المعنى ويبس فهمها وإدراكها.
- يتم استخدام اللغة التي يمكن أن تؤثر في الجمهور.
- تربط وسائل الإعلام بين تلك الأحداث والوقائع التي تثير الاهتمام وبعض الرموز المعروفة.
- يتم بناء الأجندة بسرعة وبتزايد عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما.
- يتضح من هذا أن هذه النظرية تعنى بترتيب أولويات الأحداث والقضايا تبعاً للأهمية، وتبعاً لتأثير: أجندة الوسيلة: حيث ترتب القضايا حسب وسائل الإعلام التي تعرض فيها.
- أجندة الجمهور: حيث ترتب القضايا حسب ما يراه الفرد والمجتمع مهماً.
- أجندة صانعي القرار: حيث ترتب القضايا حسب ما يراه صانعو السياسة مهماً.



- ولا شك أن ترتيب الأولويات وفق هذه النظرية يتأثر بعدة عوامل ومتغيرات، منها (أبو قفة، 2019):
- طبيعة القضايا ونوعها: (قضايا ملموسة خاصة - قضايا مجردة لا يتم إدراكها بسهولة).
 - قنوات الاتصال: (شخصي - تغطية إخبارية - ...).
 - نوع الوسيلة: (تلفزيون - صحف - ...).
 - المدى الزمني لأجندة الموضوعات: (فترة زمنية محددة - فترة طويلة - ...).

وأخيراً، فلم تقتصر الأطر النظرية لترتيب الأولويات الثقافية على تلك النظريات الأربعة؛ بل هي أكثر من ذلك بكثير، مثل: نظرية الإنماء أو العرس الثقافي، ونظرية الاستلاب الثقافي، ونظرية الفئات الاجتماعية، ونظرية المجتمع الجماهيري، ونظرية الحتمية التكنولوجية، ونظرية الحتمية القيمية، وغيرها. لكن تنوع تلك النظريات يؤكد اختلاف المرجعية أو المنظور الأيديولوجي الذي اعتمدت عليه النظرية، والمنهجية التي اتبعتها في بناء افتراضاتها، والمتغيرات أو العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات وتفسيرها، ومدى القدرة على تطبيقها في الواقع المعاش والافتراضي والمستقبلي. وعلى ضوء هذه الموجهات، يمكن القول إن بعضاً من تلك النظريات يشوبه أوجه قصور ويفتقد لمعيارية ثابتة في التعامل مع شتى الأحداث، على خلاف النظريات الفقهية التي تحدد لكل إنسان مسؤول تقدير كل خطوة يضعها، ووزنها بميزان الشريعة التي تضبط وتوازن بين شتى احتياجاته، وتبني هرم أولوياته وفق إطار وسطي يرضاه الله له ويرضى به عنه.

الدراسة الميدانية: الإجراءات والنتائج:

لتحديد الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي، اتبع الباحث الخطوات الآتية:

(1) بناء قائمة باهتمامات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي، وذلك في ضوء ما تم مسحه وتحليله من أدبيات البحث.

(2) ولتقنين هذه القائمة، تم عرضها أولاً على بعض المحكمين للتحقق من صدقها الظاهري. وبعد الحكم على صدق فقرات الأداة في الكشف عما وضعت من أجله، وعلى ترابطها بالمحاور التي تندرج تحتها، وعلى وضوحها وسلامة صياغتها، تم أيضاً حساب صدق المحتوى أو ما يعرف بالاتساق الداخلي من خلال التعرف على مدى تمثيل بنود العبارات تمثيلاً جيداً للمجال المراد قياسه، وقد تم ذلك من خلال معامل ارتباط بيرسون والذي أوضح دلالة جميع معاملات الارتباط عند مستوى دلالة (0.01)، وتراوح قيمة معاملات الارتباط بين (**0.169) للعبارة (2) و (**0.708) للعبارة (38). كما أوضحت درجات معاملات ثبات القائمة - من خلال استخدام معامل ألفا كرونباخ - ارتفاع درجات ثبات العبارات والتي تراوحت بين (0.736) للعبارة (41) و (0.743) للعبارة (2). أما ثبات القائمة ككل؛ فقد بلغ (0.934)، وبأخذ الجذر التربيعي لهذه القيمة، يمكن أيضاً حساب الاتساق الداخلي (الصدق) لعبارات القائمة/الاستبانة مجملة (0.966)؛ الأمر الذي يدل على أنه إذا كانت درجة ثبات عبارات الاستبانة ككل مرتفعة، فإن درجة صدقها تكون عالية جداً.

(3) ولتحديد الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي؛ تم توجيه الاستبانة إلى عينة صدفية من طلاب جامعة الملك عبد العزيز بالسعودية وجامعة الأزهر الشريف بمصر. ويوضح الجدول الآتي توصيف خصائص هذه العينة:

جدول (1): توصيف خصائص عينة الدراسة من الشباب الجامعي

المتغير	الفئة	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	272	51.0%
	أنثى	261	49.0%
الجامعة	جامعة الأزهر	368	69.0%
	جامعة الملك عبد العزيز	165	31.0%
المرحلة الجامعية	بكالوريوس	285	53.5%
	دراسات عليا	248	46.5%
التخصص العلمي	نظري	340	63.8%
	عملي	193	36.2%
الحالة الاجتماعية	أعزب	324	60.8%
	متزوج	209	39.2%
الإجمالي		533	100%



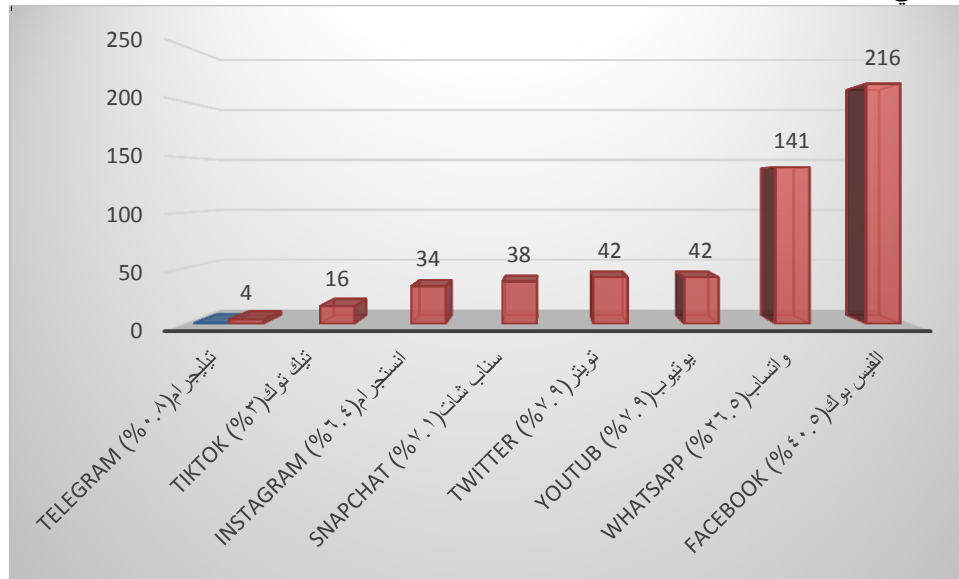
4) وبتحليل نتائج استجابات عينة الدراسة على الاستبانة - من خلال حساب التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية - وفق مقياس ليكرت خماسي الاستجابات، والذي يبينه الجدول الآتي:

جدول (2): تصحيح استجابات الاستبانة وفق مقياس ليكرت الخماسي

المدى بالوزن النسبي	المدى بالمتوسط الحسابي	مستوى الأولوية
من (20%) إلى أقل من (36%)	من (1) إلى أقل من (1.80)	ضعيفة جداً
من (36%) إلى أقل من (52%)	من (1.80) إلى أقل من (2.60)	ضعيفة
من (52%) إلى أقل من (68%)	من (2.60) إلى أقل من (3.40)	متوسطة
من (68%) إلى أقل من (84%)	من (3.40) إلى أقل من (4.20)	كبيرة
من (84%) إلى أقل من (100%)	من (4.20) إلى (5)	كبيرة جداً

اتضح ما يلي:

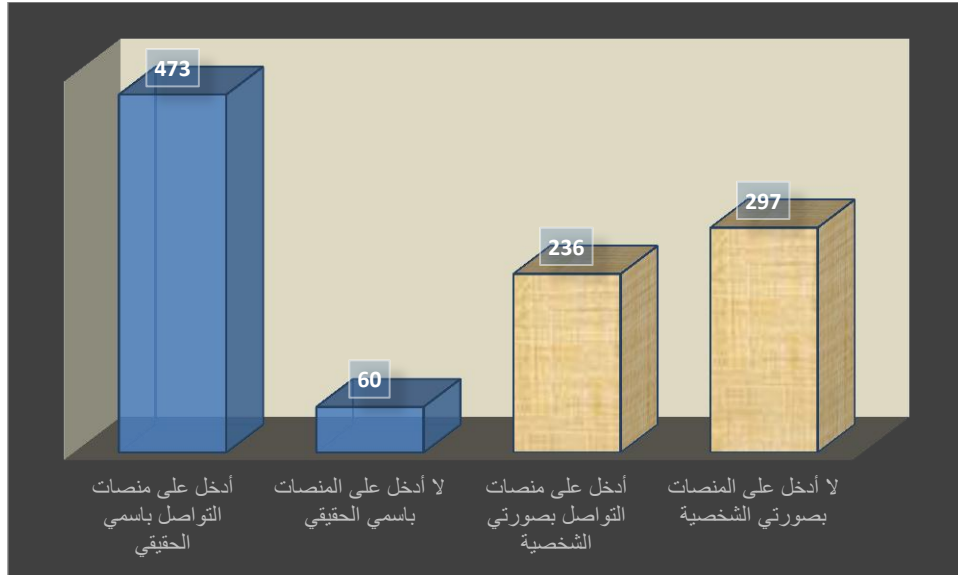
أ- جاء ترتيب استخدام عينة الدراسة من الشباب الجامعي لمنصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها، كما في الشكل الآتي:



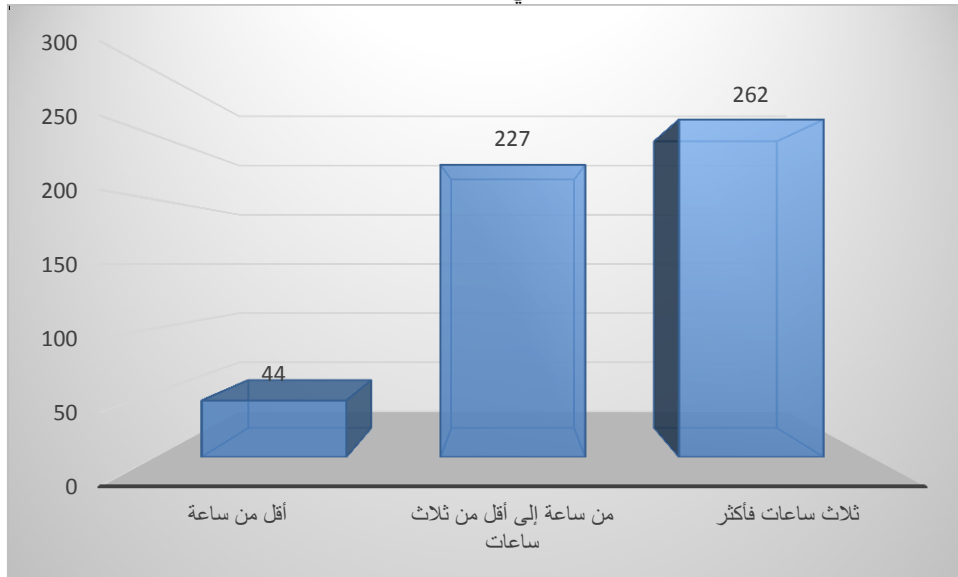
شكل (1): يوضح أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداماً

ولعل هذا الشكل يبين تعدد وتنوع منصات التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل الشباب الجامعي، وأن الجميع يستخدمها فلم يذكر أحد من أفراد العينة أنه لا يستخدمها، كما يوضح الشكل أن الفيسبوك ثم الواتساب هما أكثر المنصات استخداماً، ولعل ذلك يتفق مع نتائج دراسة Hussain, Gulrez, & Tahirkheli (2012) ودراسة السيد (2015) واللذين أوضحنا أن أكثر أنواع منصات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل طلاب الجامعة هي الفيسبوك أو الواتساب. ولا خلاف بينهما، فالواتساب تمتلكه شركة الفيسبوك، ولكل منهما مزايا وخدمات وتطبيقات مجانية متعددة ومتجددة، حيث سهولة إرسال الرسائل المكتوبة والصوتية، والصور، والفيديوهات، ودعم كافة أنواع التفاعل والتواصل بين المشاركين، وتقديم التغذية الراجعة؛ مما يجعلها أكثر الوسائل ملائمة لكافة الأغراض الحياتية.

ب- وبسؤال أفراد عينة الدراسة من الشباب الجامعي عما إذا كانوا يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي بأسمائهم وصورهم الشخصية/الحقيقية، أفادت غالبية العينة (88.7%) بأنهم يستخدمون هذه المنصات بأسمائهم الشخصية، لكن أفاد أكثر من نصف أفراد العينة (55.7%) بأنهم لا يستخدمون صورهم الشخصية. ولعل ذلك يُعزى إلى كون (49%) من العينة من الإناث، و(39.2%) من المتزوجات، فضلاً عن كون أكثر أفراد العينة من التخصصات الشرعية؛ مما قد يكون أحد أسباب تفضيل عدم إظهار الصورة الشخصية. ويوضح الشكل الآتي ذلك:



شكل (2): يوضح طريقة دخول الشباب الجامعي لمنصات التواصل الاجتماعي بأسمانهم وصورهم الحقيقية
ولعل هذه النتيجة تؤكد بعض عيوب استخدام منصات التواصل الاجتماعي من حيث: عدم الموثوقية، وانتحال الشخصيات الوهمية، واستخدام مثل هذه المنصات لأغراض غير مباحة، أو على الأقل خوفاً من التشهير أو التزوير أو التهكير أو التجسس أو الاستغلال.
ت- وبالسؤال عن عدد الساعات التي يقضيها الشباب الجامعي يومياً أمام منصات التواصل الاجتماعي، أوضحت النتائج أن نصف أفراد العينة تقريباً (49.2%) يستخدمون هذه المنصات أكثر من ثلاث ساعات في اليوم الواحد، وأن أكثر من الثلث (42.6%) يستخدمونها من ساعة إلى ثلاث ساعات، بينما يستخدمها (8.3%) يوماً لمدّة لا تتجاوز ساعة، كما هو مبين بالشكل الآتي:



شكل (3): يوضح مدى استخدام الشباب الجامعي لمنصات التواصل الاجتماعي يومياً
ولعل استخدام الشباب الجامعي لتلك المنصات بشكل كبير جداً يؤكد تأثير هذا الواقع الافتراضي على شباب المجتمع من حيث: ضياع الوقت، والانشغال بها عن العبادات، وتذبذب النسق القيمي؛ الأمر الذي يتعارض مع



فقه الأولويات وفقه مقاصد الشريعة الإسلامية. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة السيد (2015) التي أظهرت أن ثلثي العينة (217 طالباً جامعياً) يستخدمون مثل هذه المنصات بصورة دائمة في اليوم الواحد. ث- وبالسؤال عن أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي، أوضحت نتائج التحليل الإحصائي تراوح متوسطات هذه الأولويات بين المستوى الضعيف (2.43) للعبارة رقم (15) والمستوى الكبير (4.06) للعبارة رقم (2)، كما هو مبين بالشكل الآتي:

جدول (3): أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً

العبارة	أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي	المتوسط	الاحراف	الوزن
2	التسلية من أجل قضاء وقت الفراغ.	4.06	1.216	81.24
31	الدفاع عن المقدسات الإسلامية.	3.94	1.316	78.76
32	نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.	3.81	1.211	76.21
21	مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.	3.79	1.339	75.83
37	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.	3.72	1.293	74.41
11	معرفة أخبار الرياضة.	3.60	1.430	72.01
1	التواصل/الدردشة مع الأقارب والأصدقاء.	3.45	1.276	69.01
46	تفريغ الانفعالات الداخلية.	3.45	1.350	69.08
26	متابعة أخبار التكنولوجيا.	3.41	1.294	68.26
27	متابعة أخبار السفر (للسياحة أو الهجرة).	3.39	1.330	67.88
10	إنجاز متطلبات الدراسة.	3.31	1.299	66.12
28	معرفة أخبار الموضة.	3.29	1.447	65.85
8	متابعة المواقع الدينية.	3.27	1.217	65.48
33	تعلم اللغات الأجنبية.	3.27	1.312	65.40
38	التوعية بالخدمات وسبل الرعاية الصحية.	3.24	1.269	64.88
4	مشاهدة الأفلام وصور المشاهير.	3.22	1.455	64.43
13	نشر الخبرات والمواهب والأخبار الشخصية.	3.21	1.337	64.20
43	تطوير الذات من خلال المطالعة والقراءة والتدريب.	3.18	1.345	63.68
16	اكتساب مهارات حياتية جديدة.	3.17	1.262	63.30
12	التعبير عن الآراء وتبادلها بحرية.	3.17	1.337	63.30
35	التوعية بقضايا الأمة الإسلامية والتحديات التي تواجهها.	3.16	1.367	63.23
24	تقديم النصائح والحكم والمواظب.	3.15	1.302	63.00
3	ممارسة الألعاب الإلكترونية.	3.15	1.477	62.93
45	تكوين علاقات عاطفية.	3.13	1.531	62.63
39	نشر ثقافة التسامح والتعايش السلمي.	3.12	1.308	62.40
36	الحصول على منحة للدراسة.	3.11	1.400	62.25
18	الدعاية لتسويق منتجات معينة.	3.10	1.473	62.03
6	طلب العلم واكتساب معارف جديدة.	3.08	1.314	61.50
7	متابعة الصفحات/المواقع التعليمية والاستفادة منها.	3.06	1.273	61.13
40	تعزيز قيم المواطنة والانتماء للوطن.	3.06	1.434	61.13
41	الدعوة إلى العمل التطوعي/ والعمل الحر.	3.05	1.419	60.98
5	تكوين صداقات جديدة.	2.93	1.394	58.65
25	الدعوة إلى الوحدة الوطنية ونبذ العصبية والتطرف.	2.84	1.418	56.77
22	متابعة الإعلانات والدعايات.	2.84	1.443	56.77
17	التوعية بالثقافة الوطنية (القيم والعادات والتقاليد...).	2.83	1.334	56.55
44	إضافة الكتب والمجلات العلمية.	2.80	1.363	55.95
19	الثقافة الجنسية.	2.80	1.445	56.02
42	التوعية بالقضايا البيئية والتغيرات المناخية.	2.77	1.361	55.35
29	الترويج لتقليد الحضارة الغربية المتقدمة.	2.75	1.509	55.05



الوزن	الانحراف	المتوسط	أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي	العبارة
54.07	1.353	2.70	تأييد الرموز الوطنية.	23
53.40	1.296	2.67	متابعة الأخبار والأحداث السياسية.	9
53.02	1.343	2.65	الترويج لثقافة أو لغة أو فكر معين.	34
52.65	1.359	2.63	إبراز قيم الحضارة العربية وتراثها.	20
52.42	1.294	2.62	تطبيق أدوات البحث العلمي.	14
49.72	1.491	2.49	نشر الشائعات وتشويه الحقائق.	30
48.67	1.388	2.43	الدعوة للاعتراف باللغة العربية الفصحى.	15

ويوضح من هذا الجدول:

- وجود (9) أولويات يهتم بها الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها بدرجة كبيرة تقع في نطاق الوزن النسبي الذي يتراوح من (68%) إلى أقل من (84%).
 - وجود (35) أولوية يهتم بها الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها بدرجة متوسطة تقع في نطاق الوزن النسبي الذي يتراوح من (52%) إلى أقل من (68%).
 - وجود (2) أولويتين يهتم بها الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها بدرجة ضعيفة تقع في نطاق الوزن النسبي الذي يتراوح من (36%) إلى أقل من (52%).
- والذي يتضح من أكثر الأولويات التي يهتم بها الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي، أنها إما أولويات ذاتية/شخصية (التسليية من أجل قضاء وقت الفراغ، وتفريغ الانفعالات الداخلية)، وإما أولويات دينية (الدفاع عن المقدسات الإسلامية، ونشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي)، وإما أولويات اجتماعية (مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد، والتواصل أو الدردشة مع الأقارب والأصدقاء)، وإما أولويات حياتية/اقتصادية ثقافية ترفيهية (معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف، ومعرفة أخبار الرياضة، ومتابعة أخبار التكنولوجيا).

ولم تتضمن الأولويات ما يتعلق بالتعلم، كما أن ترتيبها على النحو السابق يختلف مع ترتيب البنية الهرمية للمقاصد التي تبدأ بالضروري، وتنزل إلى الحاجي، ثم التحسيني، حيث أظهرت النتيجة السابقة أن أولى أولويات عينة الدراسة من الشباب الجامعي تتحدد في استخدام منصات التواصل الاجتماعي في قضاء وقت الفراغ في التسليية والترفيه، وذلك على خلاف مراد الشريعة التي ضببت الحياة كلها، حتى وقت الفراغ، قال تعالى: "فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ وَإِلَى رَبِّكَ فَارْغَبْ" (سورة الشرح: 1-7). كما تمثلت إجمالي الأولويات (الكبيرة) في خمس اهتمامات مرتبطة بالترفيه، واثنين بالدين، وواحدة بالعمل، وواحدة بتفريغ شحنات الانفعالات التي ربما - غالباً - تختلط بالمكروهات أو المحرمات. وهذا يعني أن ضروريات الدين ولا حاجياته لا تمثل الأولوية الكبرى عند أكثر أفراد عينة الدراسة، أما التحسينات فتتصدر الأولويات، وربما يخالط أولويات الشباب بعض الأمور غير المستحسنة على الإطلاق.

ويوضح من الجدول السابق أيضاً تراوح الانحرافات المعيارية بين (1.211) للعبارة رقم (32) وبين (1.531) للعبارة رقم (45)؛ مما قد يعني وجود تباين أو فروق بين أولويات الشباب الجامعي، لذا تم استخدام أسلوب مقارنة المتوسطات (Compare Means) لمعرفة ترتيب الأولويات حسب متغيرات الدراسة، وهذا ما توضحه الجداول الآتية:

جدول (4): ترتيب أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

أولويات	ذكر	أولويات	أنثى
معرفة أخبار الرياضة.	4.12	التسليية من أجل قضاء وقت الفراغ.	4.10
الدفاع عن المقدسات الإسلامية.	4.10	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.	3.97
التسليية من أجل قضاء وقت الفراغ.	4.02	مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.	3.79
نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.	3.89	الدفاع عن المقدسات الإسلامية.	3.77
مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.	3.79	نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.	3.73
التواصل/الدردشة مع الأقارب والأصدقاء.	3.59	معرفة أخبار الموضة.	3.64
متابعة أخبار التكنولوجيا.	3.50	إنجاز متطلبات الدراسة.	3.50



أولى	الأولويات	ذكر	الأولويات
3.45	تفريغ الانفعالات الداخلية.	3.49	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.
3.41	اكتساب مهارات حياتية جديدة.	3.46	متابعة أخبار السفر (للسياحة أو الهجرة).
3.38	تعلم اللغات الأجنبية.	3.46	تفريغ الانفعالات الداخلية.

جدول (5): ترتيب أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجامعة

الملك	الأولويات	الأزهر	الأولويات
عبد العزيز			
4.15	التسلية من أجل قضاء وقت الفراغ.	4.02	التسلية من أجل قضاء وقت الفراغ.
4.03	معرفة أخبار الرياضة.	4.01	الدفاع عن المقدسات الإسلامية.
3.79	الدفاع عن المقدسات الإسلامية.	3.88	نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.
3.70	مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.	3.83	مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.
3.67	نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.	3.82	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.
3.62	التواصل/الدراسة مع الأقارب والأصدقاء.	3.52	تفريغ الانفعالات الداخلية.
3.50	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.	3.41	متابعة أخبار التكنولوجيا.
3.41	متابعة أخبار التكنولوجيا.	3.41	متابعة أخبار السفر (للسياحة أو الهجرة).
3.36	متابعة أخبار السفر (للسياحة أو الهجرة).	3.41	معرفة أخبار الرياضة.

جدول (6): ترتيب أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي حسب متغير المرحلة الجامعية

دراسات عليا	الأولويات	بكالوريوس	الأولويات
4.14	التسلية من أجل قضاء وقت الفراغ.	4.09	الدفاع عن المقدسات الإسلامية.
3.78	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.	4.00	التسلية من أجل قضاء وقت الفراغ.
3.77	الدفاع عن المقدسات الإسلامية.	3.91	نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.
3.70	نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.	3.90	مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.
3.67	مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.	3.81	معرفة أخبار الرياضة.
3.55	معرفة أخبار الموضة.	3.67	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.
3.48	إنجاز متطلبات الدراسة.	3.51	التواصل/الدراسة مع الأقارب والأصدقاء.
3.40	تفريغ الانفعالات الداخلية.	3.51	تفريغ الانفعالات الداخلية.
3.40	متابعة أخبار السفر (للسياحة أو الهجرة).	3.50	متابعة أخبار التكنولوجيا.

جدول (7): ترتيب أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

عملي	الأولويات	نظري	الأولويات
4.22	الدفاع عن المقدسات الإسلامية.	4.11	التسلية من أجل قضاء وقت الفراغ.
4.08	نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.	3.78	الدفاع عن المقدسات الإسلامية.
3.98	التسلية من أجل قضاء وقت الفراغ.	3.73	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.
3.98	معرفة أخبار الرياضة.	3.72	مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.
3.92	مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.	3.66	نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.
3.70	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.	3.38	معرفة أخبار الرياضة.
3.66	التواصل/الدراسة مع الأقارب والأصدقاء.	3.36	تفريغ الانفعالات الداخلية.



عملي	الأولويات	نظري	الأولويات
3.66	متابعة أخبار السفر (للسياحة أو الهجرة).	3.35	معرفة أخبار الموضة.
3.61	تفريغ الانفعالات الداخلية.	3.33	التواصل/الدردشة مع الأقارب والأصدقاء.
3.59	متابعة أخبار التكنولوجيا.	3.31	إنجاز متطلبات الدراسة.
3.42	تعلم اللغات الأجنبية.	3.31	متابعة أخبار التكنولوجيا.
3.41	التوعية بالخدمات وسبل الرعاية الصحية.	3.30	مشاهدة الأفلام وصور المشاهير.

جدول (8): ترتيب أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي حسب متغير الحالة الاجتماعية

متزوج	الأولويات	أعزب	الأولويات
4.00	التسلية من أجل قضاء وقت الفراغ.	4.14	الدفاع عن المقدسات الإسلامية.
3.72	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.	4.10	التسلية من أجل قضاء وقت الفراغ.
3.62	الدفاع عن المقدسات الإسلامية.	4.04	نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.
3.57	مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.	3.93	مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.
3.46	التواصل/الدردشة مع الأقارب والأصدقاء.	3.85	معرفة أخبار الرياضة.
3.46	نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.	3.72	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.
3.41	متابعة أخبار السفر (للسياحة أو الهجرة).	3.62	متابعة أخبار التكنولوجيا.
3.39	تفريغ الانفعالات الداخلية.	3.49	تفريغ الانفعالات الداخلية.
3.36	معرفة أخبار الموضة.	3.44	التواصل/الدردشة مع الأقارب والأصدقاء.
3.33	إنجاز متطلبات الدراسة.	3.41	متابعة المواقع الدينية.

يتضح من الجداول السابقة أن أكثر اهتمامات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي، والتي حازت على درجة كبيرة جداً، أو كبيرة، تتمثل في الأولويات التي يوضحها الجدول الآتي:

جدول (9): ترتيب أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي حسب أعلى المتوسطات الحسابية

المتوسط	أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي
4.22	الدفاع عن المقدسات الإسلامية.
4.14	التسلية من أجل قضاء وقت الفراغ.
4.12	معرفة أخبار الرياضة.
4.08	نشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي.
3.97	معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف.
3.93	مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد.
3.66	التواصل/الدردشة مع الأقارب والأصدقاء.
3.66	متابعة أخبار السفر (للسياحة أو الهجرة).
3.64	معرفة أخبار الموضة.
3.62	متابعة أخبار التكنولوجيا.
3.61	تفريغ الانفعالات الداخلية.
3.50	إنجاز متطلبات الدراسة.
3.42	تعلم اللغات الأجنبية.
3.41	اكتساب مهارات حياتية جديدة.
3.41	التوعية بالخدمات وسبل الرعاية الصحية.
3.41	متابعة المواقع الدينية.

ويتضح من هذا الجدول تعدد وتنوع أولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي ما بين دينية وترفيهية ورياضية واجتماعية وتقنية وتعليمية وصحية. أما ترتيب هذه الأولويات؛ فلعله يختلف باختلاف



الظروف الحياتية، وربما هذا ما جعل الدفاع عن المقدسات الإسلامية (كالمسجد الأقصى الذي يعتدي عليه المعتصبون في الأيام الراهنة، وانتشار الفكر الإلحادي بين الشباب) هو أولى الأولويات (4.22) للشباب الجامعي عامة، ولطلبة البكالوريوس والتخصصات العملية وغير المتزوجين خاصة. ويؤكد ذلك أن الأولويات الأخرى ذات العلاقة بالدين، أتت في مراتب متأخرة، مثل ما يرتبط بنشر سلوكيات وأخلاق الدين الإسلامي (4.08)، ومتابعة المواقع الدينية (3.41).

ويعقب الأولويات الدينية: الأولويات ذات العلاقة بالترفيه، وهذا هو الشائع لدى الشباب الجامعي، حيث يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي من أجل التسلية وقضاء وقت الفراغ (4.14)، ومعرفة أخبار الرياضة (4.12)، ومعرفة أخبار الموضة (3.64)، ومتابعة أخبار السفر (3.66)، ومتابعة أخبار التكنولوجيا (3.62). ويأتي في الترتيب بعد الأولويات الترفيهية: الأولويات ذات العلاقة بالتعلم والعمل، مثل: معرفة أخبار سوق العمل واحتياجات الوظائف (3.97)، وإنجاز متطلبات الدراسة (3.50)، وتعلم اللغات الأجنبية (3.42)، واكتساب مهارات حياتية جديدة (3.41). كما يأتي في الترتيب بعد أولويات التعلم والعمل: الأولويات الاجتماعية والشخصية، مثل: مشاركة الاحتفال بالمناسبات والأعياد (3.93)، والتواصل والردشة مع الأقارب والأصدقاء (3.66)، وتفرغ الانفعالات الداخلية (3.61). ثم يأتي في آخر قائمة الأولويات المهمة لدى الشباب الجامعي: التوعية بالخدمات وسبل الرعاية الصحية (3.41).

وربما يتفق هذا الترتيب مع نظرية "المقاصد وفقه الأولويات" في مجيء ما يرتبط بالدين في الترتيب الأول، لكنه يختلف معها فيما يرتبط بباقي الأولويات ذات العلاقة بالحفاظ على النفس (الرعاية الصحية)، والعقل (التعلم والدراسة)، والمال (العمل). كما يتضح من الترتيب السابق تقديم ما قد يختلط بالشبهات أو غير المباحات (تفريغ الانفعالات الداخلية) على التحسينات وعلى الحاجيات وعلى الضروريات. ووفق نظرية "الاستخدامات والإشباع"، فإنه يتفق ترتيب أولويات الشباب الجامعي المهمة على منصات التواصل الاجتماعي مع ما يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية، وتحقيق الأهداف التي تلبي احتياجاتهم واهتماماتهم، وينطبق ذلك على الأولويات المرتبطة بالترفيه. كما يتضح توافق بعض أولويات الشباب المهمة مع نظرية "التعلم الاجتماعي"، حيث قد يؤدي انغماس الشباب في التفاعل الاجتماعي إلى فعل سلوك جانح، مثل تفريغ الانفعالات الداخلية بأسلوب غير لائق دينياً أو اجتماعياً. كذلك يتفق ترتيب أولويات الشباب الجامعي المهمة على منصات التواصل الاجتماعي مع نظرية "ترتيب الأجنحة"، حيث يختلف ترتيب الأولويات من متغير لآخر تبعاً للأهمية، وتبعاً للتأثر بالأحداث والقضايا الحياتية، وتبعاً لتأثير أجنحة صانعي القرار.

كما تم أيضاً استخدام اختبار "ت" (T-test) للكشف عما إذا كانت توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات الشباب الجامعي نحو ترتيب أولوياتهم الثقافية على منصات التواصل الاجتماعي، وذلك كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول (10): نتائج اختبار (ت) للفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة

متغيرات الدراسة	الفئة	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الجنس	ذكر	272	142.41	30.714	-1.103	.271
	أنثى	261	145.41	31.975		
الجامعة	جامعة الأزهر	368	143.59	30.529	-.320	.749
	جامعة الملك عبد العزيز	165	144.53	33.176		
المرحلة الجامعية	بكالوريوس	285	143.39	30.364	-.388	.698
	دراسات عليا	248	144.44	32.487		
التخصص	نظري	340	141.42	31.928	-2.410	.016
	عملي	193	148.20	29.881		
الحالة الاجتماعية	أعزب	324	147.22	30.739	3.086	.002
	متزوج	209	138.70	31.643		



وينتضح من هذا الجدول عدم وجود فروق دالة إحصائية بين ترتيب الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيرات: الجنس، والجامعة، والمرحلة الجامعية، وذلك حيث كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05)؛ مما يدل على اتساق استجابات عينة الدراسة، وعدم وجود تأثير لهذه المتغيرات على الأولويات.

كما يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية بين ترتيب الأولويات الثقافية للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيري: التخصص، والحالة الاجتماعية، وذلك حيث كان مستوى الدلالة أقل من (0.05)، وكانت الفروق في اتجاه طلاب الجامعة ذوي التخصصات العملية وغير المتزوجين حيث كانت متوسطاتهم هي الأعلى (148.20) و(147.22) من غيرهم. ومن الممكن عزو هذه الفروق في ضوء: طبيعة الدراسة العملية التي تتطلب الارتباط بالعمل والواقع الميداني أو التطبيق والتدريب والتجريب، كما أن الطلبة غير المتزوجين أكثر محاكاة للواقع الافتراضي واستخداماً لتطبيقاته المتعددة؛ الأمر الذي يعكس على اهتماماتهم بهذه التطبيقات من ناحية، وعلى أنشطتهم وممارساتهم على تلك التطبيقات من ناحية أخرى. وهذا ما أكدته - من ناحية ثالثة - استجابات عينة الدراسة في السؤال المفتوح (بنهاية الاستبانة عن تعليقاتهم على اهتماماتهم على منصات التواصل الاجتماعي)، حيث أفادوا بأن وقت الفراغ أمام الشباب، وكثرة العوارض الحياتية التي تلهيهم عن المسؤوليات والأدوار المنوطة بهم، وضعف التعامل مع أفراد الواقع الحقيقي، وتذبذب النسق القيمي للمجتمع من حيث تصدر العامة وغير المتخصصين، وكل ذلك وغيره من أسباب أخرى كان السبب الرئيس للجوء الشباب لارتداد الشباب على الواقع الافتراضي، واعتمادهم على منصات التواصل الاجتماعي لتفريغ ما بداخلهم، وتكوين عالم خاص بهم وباهتماماتهم الشبابية.

توصيات الدراسة ومقترحاتها:

- في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يمكن تقديم بعض التوصيات والمقترحات التي قد تفيد في ترتيب أولويات الشباب الجامعي بما يتوافق والنظريات المفسرة للأولويات، ومن ذلك:
- تفعيل الرقابة على منصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي عامة، وعلى المنصات التي تُخصصها الجامعات لطلابها خاصة، بحيث لا يتم نشر إلا ما يتوافق مع هوية المجتمع وثقافته.
 - تضمين متطلبات الجامعة التعليمية والبحثية والخدمية: سياسات وآليات توظيف الأساليب التقنية عامة، ومنصات التواصل الاجتماعي خاصة، الأسس الإيمانية والمقاصدية والقيمية لاستخدامها.
 - إدراج مخاطر الثورات والتطبيقات التقنية المتنوعة وتحدياتها الأخلاقية ضمن الخطة التعليمية والبحثية والخدمية للجامعات.
 - تشريع القوانين والمواثيق الأخلاقية التي تضمن الاستفادة الإيجابية من واقع التفاعل الاجتماعي.
 - متابعة المستجدات الفنية في مجال التشفير، وحجب المواقع الإباحية، وكشف التزييف، وفحص البيانات المكتوبة والمصورة والمرئية وتحريرها لوقف التضليل وترويج الشائعات.
 - عقد المؤتمرات العلمية والدورات التدريبية التي تستهدف: مناقشة التحديات والأولويات الأخلاقية المتعلقة بالتطورات التكنولوجية الحادثة ومستجداتها، والتوعية المعرفية والقيمية لدى منسوبي التعليم بهذه التطورات وتطبيقاتها المتجددة، وكيفية توظيفها لتحقيق أولويات المجتمع.
 - التوسع في التكاليف والأنشطة والبحوث المرتبطة ب: القضايا الأخلاقية في استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وتقييم استخداماتها بالقطاعات المختلفة في ضوء النظريات المفسرة لأولويات الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي.
 - رصد جوائز تشجيعية لدعم الباحثين لإجراء دراسات وبحوث نوعية تخدم القضايا المذكورة.

Acknowledgement

This research work was funded by Institutional Fund Projects under grant no. (IFPAS: 81-324-1443). Therefore, authors gratefully acknowledge technical and financial support from the Ministry of Education and King Abdulaziz University, Jeddah, Saudi Arabia.



المراجع

1. ابن عاشور، محمد الطاهر (2011). مقاصد الشريعة الإسلامية. الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية.
2. أبو خطوة، السيد عبد المولى؛ والياز، أحمد نصحي (2014). شبكة التواصل الاجتماعي وأثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، 7(15)، 187-225.
3. أبو عرجة، تيسير؛ الديبسي، عبدالكريم؛ خصاونة، إبراهيم؛ الطاهات، زهير؛ وسلطان، محمد (2013). وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير: بحوث علمية محكمة. جامعة البترا بعمان: عمادة البحث العلمي.
4. أبو قفة، وائل إبراهيم (2019). دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو القضايا الجامعية: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
5. أحمد، نهى حسب الرسول (2011). دور قنوات MBC في ترتيب الأولويات الثقافية للشباب الجامعي: دراسة على عينة من الجامعات السودانية. رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية.
6. أرييه، محمد (2019). الاستفادة من مقاصد الشريعة لترتيب الأولويات في السياسة العامة. رسالة ماجستير، كلية الدراسات الإسلامية - جامعة حمد بن خليفة.
7. الجديبي، رأفت (2016). فقه الأولويات من منظور التربية الإسلامية وتطبيقاته التربوية. المجلة الدولية التربوية المتخصصة، 5(4)، 461-428.
8. حسين، أسماء مجدي (2020). الفيسبوك وإشكالية الهوية الثقافية المصرية: دراسة تطبيقية على شرائح اجتماعية متباينة من الشباب في الفترة من 2011-2017م. المجلة المصرية للعلوم الاجتماعية والسلوكية، 2(2)، 109-60.
9. السيد، محمد عبد الرؤوف (2015). توجهات أعضاء هيئة التدريس والطلاب نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني بالتعليم الجامعي. بحث مقدم للمؤتمر الدولي الأول لكلية التربية بجامعة الباحة "التربية آفاق مستقبلية"، السعودية، 845-880.
10. الشاطبي، إبراهيم موسى (2006). الموافقات في أصول الشريعة. القاهرة: دار الحديث.
11. عزام، إسماعيل (2018). الإلحاد والعالم الموازي. متاح على: <https://islamonline.net>
12. عقوب، محمد شعيب (2018). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأثارها على منظومة القيم لدى الشباب الجامعي: دراسة مطبقة لعينة من الشباب الجامعي بجامعة طبرق. مجلة جامعة الزيتونة، 27(27)، 71-32.
13. عمر، أحمد مختار (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة. القاهرة: عالم الكتب.
14. العمري، أحمد خيرى (2019). ليظمنن عقلي: الإيمان من جديد بمواجهة إلحاد جديد. مصر: عصير الكتب للنشر والتوزيع.
15. الغزالي، أبو حامد محمد (1413هـ). المستصفى في علم الأصول. بيروت: دار الكتب العلمية.
16. الفاتح، حمدي محمد (2015). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب العربي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي المتصفح لموقع الفيس بوك. مجلة التراث، 20(20)، 205-178.
17. الكتبي، عائشة علي؛ ونوفل، زيزيت مصطفى (2023). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الشارقة في دولة الإمارات العربية المتحدة. مجلة الآداب، 144(144)، 420-389.
18. المجمالي، محمد موسى (1433هـ). التنصير عبر الخدمات التفاعلية لشبكة المعلومات العالمية: دراسة عقديّة للعمل التنصيري في المنتديات الحوارية والمجموعات البريدية ووسائل الإعلام الجديد (اليوتيوب والفيس بوك والبلاتوك) نماذج. رسالة ماجستير، كلية التربية - جامعة الملك سعود.
19. محمد، صلاح فتحي (2017). تعرض الشباب المصري للمواقع الإسلامية وعلاقتها بترتيب أولويات القضايا المجتمعية لديهم. رسالة ماجستير، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
20. نجمي، علي حسين، والسيد، محمد عبدالرؤوف (2017). دراسة تحليلية لصفحات طلاب جامعة تبوك على تويتر في ضوء التحديات التي تواجههم. المجلة الدولية التربوية المتخصصة، 6(2)، 1-19.
21. النقبي، مرزوق (2021). الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على المنظومة القيمية للشباب: دراسة سوسيولوجية لعينة من الطلبة الإماراتيين. باحثون: المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 16(16)، 192-185.
22. نور، أحمد (2015) الإلحاد في العالم العربي، متوفر على الرابط <https://www.bbc.com>



23. Datareportal (2023). Available at: <https://static.arabic.cnn.com/assets/favicons/mstile>
24. Hussain, I., Gulrez, N., & Tahirkheli, S. (2012). Academic use of social media: Practices and problems of university students. *International Conference on Education and Management Innovation*, 30, 189-194.
25. Marin-Diaz, V., Vazquez, A., & McMullin, K. (2014). First steps towards a university social network on personal learning environments. *The International Review of Research in Open and Distance Learning*, 15(3), 94-119.
26. Pinto, M. (2014). The use of Yammer in higher education: An exploratory study. *Journal of Educators Online*, 11(1), 1-33.
27. Schlenkrich, L. & Sewry, D. (2012, Sept.). Factors for successful use of social networking sites in higher education. *Research Article - SACJ*, 49, 12-24.
28. Severin W. & Tankard J. (2001). *Communication theories : origins methods and uses in the mass media* (5th ed.). New York: Addison Wesley Longman.