

## אופני השימוש ברשתות חברתיות בקרב בני נוער ערבים

אסמאא נאדר גנאיים, חאלד אסעד ומואניס טיבי

### תקציר

יותר ויותר אנשים מצטרפים בשנים האחרונות לאתרי רשתות חברתיות. גם בקרב צעירים ותלמידי בתי ספר ערביים שיעור ההשתתפות באתרי הרשתות החברתיות עולה מדי יום.

המחקר הנוכחי בוחן את אופני השימוש ברשתות החברתיות המקוונות בקרב בני נוער ערבים בישראל. הרשת החברתית הנפוצה ביותר בקרבם הנה רשת הפייסבוק (Facebook). המחקר מבוסס על שאלון שמטרתו למפות את אופני השימוש של בני הנוער בפייסבוק, כגון: תדירות, שפה, אינטראקטיביות; כמו כן קשרים חברתיים עם מוכרים וזרים, דומים או שונים מהם מבחינת גיל, מין, ולאום. השאלון הופץ בקרב בני נוער מאזורים שונים בארץ מהצפון ועד לדרום.

תוצאות המחקר מראות שקיימת תדירות גבוהה לשימוש בפייסבוק על בסיס יומי ולאורך כל ימי השבוע. בנוסף, רוב השימוש של בני הנוער הנו לצורך בידור, כמו כן קיימים הבדלים בין המגדרים בקשר לאופי השימוש. התוצאות מראות תקשורת שהינה יחסית גבוהה עם אנשים זרים, בהשוואה לסטטיסטיקות עולמיות. התוצאות מעידות גם כן, על זמני שימוש לא מתאימים במיוחד עם צרכי הלמידה של בית הספר, בנוסף לתקשורת בין בני הנוער והמורים שלהם, שהיא אומנם מעטה אבל מעוררת צומת לב חינוכית. באופן כללי יוצא שאופני השימוש של בני הנוער לרשות החברתיות, אינה הולמת את הנורמות החברתיות.

מחקר זה עשוי לתרום להבנת השימוש ברשתות החברתיות ובמיוחד בקרב בני נוער ערבים. אופני השימוש יכולות לעזור למחנכים להבין התנהגותם של בני נוער בעולם הדיגיטאלי ולשפר את אופני התקשורת עם הנוער ולעזור להם לשימוש מושכל ברשת.

### רקע תיאורטי

האינטרנט מהווה חלק חשוב בחייהם של ילדים ובני נוער. מחקרים רבים פורסמו בעשור האחרון על דפוסי השימוש באינטרנט והשלכותיו על המימד הפסיכולוגי, החברתי והלימודי של הילד והמתבגר. מחקרים מסוג זה הנם המשך למסורת המחקרית על טכנולוגיות חדשות והשפעותיהן על מתבגרים. לרוב המחקרים נובעים מחששות מפני השפעות שליליות על הילדים מטכנולוגיות חדשות (Livingstone, 2003; Ribak & Turow, 2003; Wartella & Reeves, 1985).

האינטרנט מקנה אפשרויות ושירותים יותר מאשר טכנולוגיות תקשורת קודמות (כגון, טלוויזיה, רדיו, טלפון...). הוא מאפשר נגישות לתכנים שאינם זמינים בסביבה הקרובה ותקשורת עם אנשים מוכרים וזרים באופן מידי ובשיטות שונות (Turow, 2003). כל זה מעורר חששות רבות בקרב ההורים והמתכנים בגלל היעדרותם ואי יכולתם לעקוב אחרי או לתווך בין ילדיהם והתכנים או הקשרים הבין-אישיים. פוסטמן (1986) כנה את החשיפה לתכנים של מבוגרים, כפי שקרא לספר שלו, ב- "אבדן הילדות". על פי פוסטמן, הילדים נחשפים לתכנים שאינם עוד בשלים אליהם מבחינה רגשית וקוגניטיבית.

התקשורת הפתוחה, והדו-כיוונית באינטרנט מעוררת גם את החשש להפר את הפרטיות של המשתמש והמשפחה, דבר שעלול להביא לסכנות אמיתיות (Ribak & Turow, 2003). באופן כללי, מחקרים מצביעים על פערים במיומנויות השימוש בין הגילאים, כך ככל שהגיל צעיר יותר, המיומנויות הן גבוהות יותר (Ganayem, 2010). הילדים נחשבים ליותר מיומנים ומומחים באינטרנט ביחס להוריהם (Ribak & Turow, 2003). במיוחד התפתחות הטכנולוגיה כולל מחשבים ניידים ומחשבי כף יד, המאפשרים גישה ניידת לאינטרנט ובמיוחד בחדרי השינה, והפיכתו ל "חדר תקשורת" (Livingstone, 2003) מקטינה עוד יותר את מעורבות ההורים בתכנים ובתקשורת שהילדים נחשפים אליהם.

ריבק וטורו (Ribak & Turow, 2003) הראו שהורים וילדים ישראלים נוטים למסור מידע ברשת יותר מאמריקנים, אשר הראו יותר דאגה מהנזקים שהרשת עלולה לגרום לילדיהם. למיש, ריבק ורותם (2009) הראו שילדים מבוגרים נוטים יותר לתת פרטים ומידע אישי מאשר הצעירים, דבר שיכול להיות קשור לגיל ההתבגרות בלקיחת סיכונים והרחבת מעגל ההיכרויות האישיות. הם הראו גם שהורים ישראלים פחות מיומנים מילדיהם ברשת, וגם יודעים מעט על שימוש ילדיהם ברשת. הם מראים גם שסביבות 60% מהילדים נחשפו לאתרי פורנוגרפיה, כאשר בנים בוגרים יותר, נחשפו יותר מבנות או מבנים צעירים יותר. באותו מחקר עלה גם שרוב התקשורת המקוונת במסרים מידיים בין הילדים הנה עם חברים מוכרים, וכשליש מהילדים מתקשרים עם אנשים זרים. אומנם רוב הילדים בחטיבת הביניים (67%) והתיכון (97%) מתקשרים גם עם זרים, ואפילו כ 30% מהם נפגשו איתם פנים אל פנים. אפשרויות תקשורת אלו עלולות לסכן את הילדים ובני הנוער (Gross & Acquisiti, 2005).

באופן כללי הילדים והמתבגרים מסווגים על ידי הבוגרים או כתמימים שצריכים הגנה או כמאיימים שפוגעים באחרים ומסכנים אותם (James, Jenk, & Prout, 1998). מיש ותלמוד (Mesch, 2003; Mesch & Talmud, 2007) הראו שהתנהגות הילדים בעולם המקוון קשורה

יותר למאפייני האינטראקציה בין ההורים והילדים ולא לשימוש באינטרנט, דבר שמוריד את החרדה שהמדיום משפיע על הילדים.

הרשתות החברתיות המקוונות מאפשרות למשתמשים להצטרף לרשת חברתית קיימת או לצור רשת חדשה משלהם. באינטרנט קיימות מערכות שונות שמאפשרות בניית רשתות כאלו כגון Facebook, MySpace, Friendster, Linked והרשת שיצאה לאחרונה לאור גוגל-פלוס.

למרות שהרשת החברתית פייסבוק (Facebook) נוסדה רק בשנת 2004, ישנם מיליונים של משתתפים ברשת זו ובליונים של צפיות יומיומיות (Cassidy, 2006). ברשתות כאלו, המצטרפים ממלאים פרופיל אישי, כאשר יש שדות שהמערכת מחייבת מילואם ושדות רשות. הפרופיל הינו רשימה של נתוני הזדהות אשר יכולה להכיל שם אמיתי או בדוי, יום הולדת, מין, ארץ לידה, כתובת מגורים ותחביבים. כמובן מידע זה מדווח על ידי המשתמש בלי בדיקה או אימות. על פי לינהארט ומאדין (Lenhart & Madden; 2007) 46% מהציעירים הנשאלים דיווחו כי לפחות נתון אחד מבין הנתונים שהזינו אל תוך הפרופיל שלהם הינו שגוי. בנוסף כל מצטרף מתחבר על ידי קישורים מהדף האישי לאנשים אחרים שכבר נמצאים ברשת הזו. קישורים אלו מיוצרים על ידי שליחת הזמנה למשתתפים ברשת להצטרפות לרשת החברתית של המזמין, כאשר מקבל ההזמנה יכול לקבל או לסרב. קבלת ההזמנה מאפשרת חשיפה הדדית לדפי האנשים שנמצאים באותה רשת חברתית עם אפשרויות התכתבות הדדית. באופן כללי המשתמשים משתפים את חבריהם ברשת חוויות אישיות, תמונות, דעות, שביחוד מהווים את הזהות המקוונת שברצון המשתתף להראות לחברים ברשת. כל האינטראקציות בין המשתתפים הנם שמורים בשרתי המערכת, כאשר חלק גדול ממידע זה מוצג בדפי המשתתפים כברירת מחדל, אלא אם המשתתפים הגדירו נכון את רמת הפרטיות והחשיפה של הפרופיל האישי שלהם לאחרים.

הפייסבוק התחיל לצרכים אקדמיים של סטודנטים באוניברסיטה והתפתח כרשת חברתית פתוחה לכל אחד. רפאלי, כפי שהוזכר במאמרו של ויס (2010), מגדיר תופעת הרשתות החברתיות כתופעה חדשה ומעניינת. הוא מסביר את חדשנות התופעה בכך שמשתמש הדואר האלקטרוני מתויג היום כ"ישן" וכי הדור הזה הוחלף בדור חדש של יישומים שיש בהן יותר השתתפות והנעה וגם יותר תוכן למשתמשים. על פי נתוני הפייסבוק (Facebook, 2011) קיימים יותר מ-750 מיליון משתמש פעיל ברשת, כאשר 50% מהם משתמשים על בסיס יומי וממוצע החברים ברשתות הנו 130. למרות שהפייסבוק התחילה בארצות הברית, יוצא שיותר מ-70% מהחברים בפייסבוק הנם מחוץ לארה"ב. חשוב לציין גם שיותר ויותר אנשים משתמשים בפייסבוק מהטלפונים הסלולאריים, דבר שהגיע לסביבות שליש מהמשתמשים.

על פי דוח PEW ב-2011 בארצות הברית כ- 60% מכלל משתמשי האינטרנט נמצאים ברשת חברתית כלשהי כאשר רובם (92%) נמצאים בפייסבוק (Hampton, et al., 2011). מאפייני השימוש בפייסבוק בארה"ב מראים שעל בסיס יומי, 26% ממשתמשי הפייסבוק משתמשים בתיוג "לייק" (Like), 20% מגיבים על תמונות אחרים, 22% מגיבים על סטטוס או כותבים תגובה בקיר של אחרים, ורק 10% שולחים הודעות אישיות. זה מראה שרוב המשתמשים מתקשרים עם האחרים באופן פומבי. בקשר למספר וסוג החברים עולה מסקר PEW שממוצע החברים הנו 229, כאשר בממוצע רק 7% מהחברים של המשתמש הנם זרים (אף פעם לא נפגשו). עולה מהסקר שרוב החברים בפייסבוק מבוססים על היכרות מוקדמת ממוסד הלימודים העבודה או המשפחה. חברים מהמשפחה הקרובה מהווים כ- 8% מכלל החברים של המשתמש, כאשר חברים מהמשפחה המורחבת מהווים 12%.

בתקופה האחרונה יותר ויותר מאמרים וכתבות מתפרסמות בעיתונות סביב הנושא של הרשתות החברתיות במיוחד זאת של "פייסבוק" (Lampe, Acquisti & Gross, 2006; Ellison, & Steinfield, 2007; Stutzman, 2006). דבר זה מעיד, מצד אחד, על חשיבות התופעה הכלל-עולמית הזאת ומצד שני על היעדר אינפורמציה מדויקת בקשר לאופני השימוש של הגולשים ברשתות מסוג זה, כמו כן על היעדר אינפורמציה בקרב המשתמשים עצמם סביב שאלות כגון "מה משתמשי הרשתות החברתיות יודעים על רשתות אלה?".

רוב המחקרים שהתפרסמו מראים שמשתמשי ה"פייסבוק" נוטים להשתמש ברשת הזאת על מנת לחזק את הקשרים שלהם עם החברים המוכרים וחברי הכיתה. מיש ותלמוד (Mesch & Talmud, 2007) הראו שהקשר המקוון הנו חלש יותר מהקשר שנרקם בבית הספר, ואומנם הקשר המקוון החזק מבוסס בדרך כלל על הכרות אמיתית. מחקרים נוספים גם כן מאמתים את הנאמר ומראים שמשתמשי ה"פייסבוק" מחפשים אנשים שמכירים במציאות יותר מאשר אנשים זרים (Lampe, Ellison, & Steinfield, 2006). מהסקר "בני נוער ישראליים בשנת 2010" עולה כי הפעילות המועדפת על בני נוער היא האינטראקציה שלהם זה עם זה בשעות הפנאי באמצעות רשתות חברתיות (קפלן, 2010).

על פי סקר של אתר BrianSolis.com וענקית האינטרנט גוגל שנערך ב-2010 נמצא כי 57% ממשתמשי ה"פייסבוק" הם נשים. בנוסף עולה מהסקר שבעוד שנשים לרוב משתמשות ברשתות החברתיות ככלים ליצירת קשרים ולשיתוף חייחן הפרטיים, גברים משתמשים ברשתות על מנת לאסוף מידע ולשיפור מעמדם. מסקר (TIM) (2008), שבוצע על ידי TNS/טלסקר, עולה כי הגולשים הישראלים לא רק מבקרים ברשתות חברתיות ובאתרי שיתוף

בהיקפים גדולים, הם גם עושים זאת בתדירות גבוהה, מבצעים בהם פעולות רבות - ואפילו שואבים מהם מידע רב לצורך קבלת החלטות על רכישת מוצרים ושירותים. מאותו הסקר עולה גם כי כמעט 70% מהישראלים הרשומים ברשתות חברתיות השיבו שהם עוסקים בהן בהתכתבות עם חברים. התכתבות עם חברים היא הפעילות המועדפת בכל קבוצות הגיל. בנוסף עולה כי תדירות הביקורים שלהם גבוהה, כ-30% השיבו שהם מבקרים ברשתות חברתיות לפחות פעם בשבוע.

מאמרים נוספים מתעדים גם שיותר מדי משתמשים אינם מבינים את ההשלכות של השתתפותם הפעילה ברשתות החברתיות ומה בעצם כתוצאה מהשתתפות זאת אחרים יכולים לדעת עליהם (גרימלנד, 2010; סלע, 2010). לפי סקר שערכה חברת מיקרוסופט, אשר פורסם באתר CNN, עולה כי 70% מהמגוייסים ומנהלי משאבי אנוש בארה"ב דחו מועמד על בסיס מידע שמצאו עליו באינטרנט (גרימלנד, 2010).

לפי וייס (2010) משתמש פעיל שוהה כשבע שעות בממוצע בשבוע בפייסבוק. דייר, הילץ ופאסריני (Dwyer, Hiltz, Passerini; 2007) בחנו את התפתחות הקשרים הווירטואליים ברשתות חברתיות ומצאו כי רוב משתמשי הפייסבוק 55% הם משתמשים פעילים שמבקרים באתר כל יום. בנוסף הם מצאו כי 8% ממשתמשי הפייסבוק שולחים הודעה כללית לפרופיל של החבר על בסיס יומי. מאותו מחקר עולה גם כי 82% ממשתמשי הפייסבוק דווחו שהם מעדכנים את הפרופיל שלהם מדי פעם בפעם. רוס ואחרים (Ross et al.; 2009) מצאו גם כי רוב הנחקרים (79%) מבליים בין 10 עד 60 דקות ביום בפייסבוק.

מעבר לכך, המצב הוא שמעט מאוד משתמשים מבינים כיצד להגדיר את רמת הפרטיות והחשיפה של הפרופיל האישי שלהם ברשתות החברתיות (גרימלנד, 2010), ולכן משתמשים רבים ב"פייסבוק" לא יודעים מה המידע שהם חושפים לאחרים (סלע, 2010). מכאן עולה עוד שאלה חשובה והיא: "עד כמה משתמשי הפייסבוק מודעים לנושא הפרטיות ולמידע הנחשף עליהם?"

הגורם המשמעותי לאופני ולדפוסי השימוש של הגולשים ברשת כמו כן המודעות לנושא הפרטיות הן בעיקר לא העניין הגילאי, אלה היבטים אחרים שהם הניסיון בכלי ודרכי השימוש בו כמו כן האוריינות הדיגיטלית (וייס, 2010). מכאן בולטת חשיבות המחקר הנוכחי אשר מנסה לבחון וללמוד על אופני השימוש של צעירים ערבים ברשת החברתית "פייסבוק".

השימוש באינטרנט הולך וגובר בצורה מהירה בחברה הערבית בישראל ובמיוחד בקרב בני נוער. שיעור השימוש ב-2010 הנו בסביבות 63% (The Galilee Society, 2011). שיעור זה הנו כפולה של שיעור השימוש ב-2006, בו דווח על סביבות ה-30% (גנאיים, רפאלי ועזאיזה,

2009). עליה חדה בקרב בני נוער ששיעור השימוש בקרבם ב- 2006 היה רק בסביבות 38% (Ganayem, 2010), והגיע ליותר מ- 85% ב 2010. על פי הסקר הסוציו אקונומי של רכאז (The Galilee Society, 2011) השימוש ברשתות החברתיות בכלל החברה הערבית בישראל הנו 48%, כאשר 49.8% שיעור השימוש בקרב גברים ובנים ו- 46% בקרב נשים ובנות.

גנאיים הראתה שקיימים פערים דיגיטליים רחבים בין החברה הערבית והחברה היהודית בארץ, בנוסף לפערים דיגיטליים בתוך החברה הערבית עצמה על פי איזור מגורים, גיל, מין ורמת השכלה (Ganayem, 2010). הפערים לא רק בנגישות ובשימוש אלא גם באופי השימוש. היא מצאה שהבנים משתמשים יותר במחשבים ואינטרנט, אומנם הבנות דיווחו יותר על שימוש למטרות מידע והשכלה, כאשר הבנים השתמשו יותר בכלים ושירותים של בידור.

בני הנוער בחברה הערבית בישראל הנם הקבוצה הגדולה ביותר בחברה שנמצאת באינטרנט ואשר עליה אין מספיק מידע המתאר את דרכי פעולתה ברשת. מכאן עולה חשיבות רבה להכיר את אופי השימוש שלהם באינטרנט בכלל וברשתות החברתיות בפרט. דבר שמחקר זה זכה לנתח.

### חשיבות המחקר

חקר הרשתות החברתיות תפס תאוצה עולמית בתקופה האחרונה, ובמיוחד לאור ניצולן הנרחב בחברה בכלל, ועל ידי בני הנוער בפרט. המשתמשים עושים שימוש ברשתות אלו למטרות שונות החל מבילוי ועד למהפכות חברתיות. מאחר ואין מחקרים שבוצעו בקרב בני הנוער בחברה הערבית בישראל בתחום הרשתות החברתיות, מחקר זה בא למלא את הפער הזה. המחקר מרחיב את הבנתנו לאופני השימוש ברשתות החברתיות בקרב בני הנוער הערבי בישראל. ממצאים של מחקר זה עשויים לתרום לאנשי חינוך, הורים, מקבלי החלטות וחוקרים אחרים, להבין את התנהגותם של בני נוער בעולם הדיגיטאלי והשפעתו עליהם, ומכאן ולשפר את אופני התקשורת עם בני הנוער בחברה ולעזור להם להשתמש ברשת בצורה יותר מושכלת.

### מטרת המחקר והשערותיו

מטרת המחקר המרכזית היא לבחון את אופני השימוש ברשת החברתית "פייסבוק" בקרב בני נוער ערבים בישראל. לצורך מטרה זו, המחקר בחן אצלם את תדירות השימוש, שפת השימוש, זמני הגלישה, האינטראקטיביות, מטרות השימוש, ענייני פרטיות ועוד. הסעיף הבא מתאר את השערות המחקר.

## השערות

לאור הסקירה התיאורטית לעיל באנו להשערות המחקר הבאות:

- השפה המשמשת את בני הנוער ברשת החברתית "פייסבוק" הינה השפה הערבית המדוברת כאשר היא נכתבת באותיות לטיניות ומספרים מיוחדים. השערה זו נובעת ממחקרים קודמים אשר הראו שצעירים ממדינות ערב השתמשו בכתבת ערבית בלטינית, מסיבות טכניות שהיו בהתחלת התפתחות הטכנולוגיה ( Palfreyman & Khalil, 2003).
- תדירות השימוש של בני הנוער הנחקרים ברשת החברתית "פייסבוק" הינה על בסיס יומי, והנה גבוהה יחסית בהשוואה לבני נוער מאוכלוסיות אחרות בעולם. השערה זו מבוססת גם כן על סטטיסטיקות שפורסמו בעיתונות (סגל, 2010) והסטטיסטיקות של רשת הפייסבוק (Facebook, 2011), אשר מראות שימוש יומי בפייסבוק של יותר ממחצית משתמשי הרשת.
- זמני השימוש של המתבגרים ברשת הפייסבוק הינם על פי רוב בשעות הערב המוקדמות. השערה זו מבוססת על היות החברה הערבית חברה שמרנית וסמכות הורית. מכאן אנו מניחים שההורים מכווננים את ילדיהם לשימוש בשעות מתאימות עם הלימודים ושעות השינה.
- השימוש של בני הנוער הינו על פי רוב שימוש אקטיבי והדדי. שלושת ההשערות האחרונות מבוססות על סטטיסטיקות ממאמרים ( Facebook, 2011; Hampton, et al., 2011). כמו כן מהתרשמות החוקרים מניסיונם עם קהל תלמידים. מאפייני השימוש בפייסבוק בארה"ב מראים שעל בסיס יומי, כרבע ממשתמשי הפייסבוק משתמשים בתיוג "לייק" (Like), וכחמישית מגיבים על תמונות אחרים ו/או מגיבים על סטטוס או כותבים תגובה בקיר של אחרים, ורק 10% שולחים הודעות אישיות.
- בני הנוער מחפשים חברים דומים להם מבחינת גיל, מין ולאום. ההשערה מבוססת על תוצאות מחקרם של מיש ותלמוד (Mesch & Talmud, 2007) שהראו שרוב הקשרים החזקים נרקמים מהיכרות אישית, שמחוזק בקשר מקוון. מכאן, על פי רוב, הקשרים האישיים של התלמידים נרקמים בבתי הספר ובחוגים.
- שיטות גיוס החברים הינן על פי רוב חבר מביא חבר ועל פי המלצת חברות על ידי רשת הפייסבוק. למיטב ידיעת החוקרים, אין מחקרים שמדווחים נתונים על שיטת גיוס החברים. אומנם, שיטת חבר מביא חבר הנה השיטה המהירה והנוחה ביותר מבחינת בניית חברות.

- מטרות השימוש של בני הנוער הם על פי רוב בידור, הצגה עצמית, "כמו כולם", היכרות, סקרנות, וצ'אט. השערה זו מבוססת על תוצאות עבודת הדוקטוראט של גנאיים (2010), אשר הראתה שקיים שימוש רב לצרכי בידור בקרב המשתמשים הערבים בישראל ובמיוחד בגילאים הצעירים.

### מתודולוגיה

בסעיף הזה אנו מתארים את אוכלוסיית המחקר והכלי שהשתמשנו בו למיפוי אופני השימוש של בני הנוער הערביים בפייסבוק.

#### אוכלוסיית המחקר

אוכלוסיית המחקר היא בני נוער ערבים אשר יש להם חשבון פעיל ומשתתפים ברשת החברתית "פייסבוק". הנחקרים הם מבתי ספר יסודיים עד תיכון, כאשר ממוצע גיל הנחקרים הנו 15.9 (N=495; SD=1.8). המדגם כולל את שני המגדרים; 48.4% (N=242) ממין זכר ו- 51.6% (N=258) ממין נקבה. המחקר כלל משתתפים מאזורים שונים בארץ, חלק מהם מהצפון, מהמרכז ומהדרום, לפי הפירוט בטבלה 1 להלן.

טבלה 1: חלוקת המשתתפים במחקר על פי אזורים שונים בארץ

איזור	N	אחוז
צפון	102	20.1
משולש צפוני	180	35.5
משולש דרומי	164	32.3
מרכז	40	7.9
נגב	21	4.1

חשוב לציין כי, התלמידים באוכלוסייה הערבית בישראל לומדים בבתי הספר את השפות עברית ואנגלית לרבות השפה הערבית, שפת האם שלהם, דבר שמסביר את חשיבות עניין השפה המשומשת בפייסבוק.



במחקר הנוכחי נעשה שימוש בשאלון שנבנה על ידי החוקרים במטרה לאסוף את הנתונים מהנשאלים בהתייחס לסוגיות והשערות המחקר. השאלון הודפס והופץ לקבוצות תלמידים ויחידים מבתי ספר, על פי נוחות גישה. השאלון כלל שאלות על אופני השימוש, שאלות על נתונים דמוגרפיים ושאלות פתוחות. מספר השאלות הכולל בשאלון הינו 21, כאשר חלק מהשאלות מורכב מתתי סעיפים וזה מביא את מספר ההיגדים ל- 54 (ראו טבלה 2).

#### תוקף ומהימנות

השאלון נבנה על ידי החוקרים, כאשר השאלות התבססו על מחקרים שונים בתחום (Ross et al., 2007; Dwyer, Hiltz, Passerini, 2009), כולל התאמה והוספת שאלות המייחדות את החברה הערבית בישראל, כגון, עניין השפה והנורמות החברתיות. בשל תוקף תוכן (validity), השאלון נבדק על ידי שלושה חוקרים הקשורים לתחום אשר העבירו הערות שונות, ואז השאלון עודכן בהתאם והועבר כפיילוט ל- 15 מתבגרים. לאחר מילוי השאלון בפיילוט נערכו שיחות עם שבעה מהמשתתפים בפיילוט, כל משתתף לבד, והצביעו על ניסוחים דו-משמעתיים. בעקבות זאת, השאלון עודכן בהתאם והחלטנו להכניס לשאלון חלק מהמושגים כפי שהם מוכרים לבני הנוער בלועזית על מנת להסיר כל ספק או בלבול. לדוגמה, הוספנו לשאלון מילים כמו Profile, Like, Poke כחלק מהניסוח של השאלות.

לאחר הפיילוט השאלונים הועברו לאוכלוסייה הרחבה של המתבגרים והתשובות הוזנו לתוכנת SPSS לצורך ביצוע עיבוד סטטיסטי. בחנו את מהימנות (reliability) השאלון על ידי מבחן אלפא-קרונבך וקבלנו את התוצאות המפורטות בטבלה 2 להלן.

טבלה 2: מהימנות השאלון לפי תוצאת מבחן אלפא-קרונבך לקטגוריות השאלון

מרכיב	מספר היגדים	Cronbach's alpha
הרגלי התקשורת של קבוצות שונות	14	.815
תדירות השימוש בכלים השונים של הפייסבוק	22	.907
עמדות כלפי השימוש בפייסבוק	18	.845

חשוב לציין כי, שילבנו בשאלון שאלות בנוסח הפוך על מנת לוודא מהימנות התשובות. דבר, שאומת על ידי מבחן המהימנות.

במחקר נעשה שימוש במשתנים הבאים:

- (1) **שפה משומשת:** ערכי משתנה זה הם: (1) ערבית רשמית, (2) ערבית מדוברת, (3) ערבית מדוברת אותיות לטיניות, (4) ערבית אותיות עבריות, (5) אנגלית אותיות אנגליות.
- (2) **תדירות שימוש בפייסבוק:** ערכי משתנה זה הם: (1) פעם בחודש או פחות (2) פעם בשבוע, (3) מספר פעמים בשבוע, (4) פעם ביום (5) מספר פעמים ביום.
- (3) **זמני השימוש:** נבדק על ידי שתי שאלות: הראשונה בוחנת את הימים בשבוע, והערכים הם (1) במהלך השבוע, (2) בסוף שבוע, (3) בכל ימי השבוע באופן שווה. והשאלה השנייה בוחנת את שעות הפעילות המרכזית ביום עם הערכים הבאים (1) שעות הבוקר עד הצהריים (2) שעות אחרי צהריים (3) שעות הערב המוקדמות (4) שעות הלילה המאוחרות (5) שעות לאחר חצות.
- (4) **אינטראקטיביות:** השאלון כלל 22 פריטים מפעילויות שמאופשרות ע"י הפייסבוק, כך שלכל פעילות המשתתפים דיווחו על מידת השימוש שלהם ב ששת הרמות מ- (1) בכלל לא ( עד (6) מספר פעמים ביום.
- (5) **גילאי החברים:** מבוסס על שאלה לגבי גיל החברים (1) לרוב באותו גיל (2) לרוב צעירים ממני (3) לרוב מבוגרים ממני (4) גילאים שונים. בנוסף הייתה שאלה לגבי סוג החברים: קרובי משפחה, חברים אותו גיל, חברים אותו מין, חברים אותו דת, חברים אותו לאום, חברים מעורבים, חברים זרים מבחינת גיל-מין-לאום, חברים ממדינות אחרות.
- (6) **מאפייני רשת החברים:** שאלנו על תדירות ההתקשרות עם 14 קבוצות שונות של חברים כגון: הורים, חברים מבתי הספר, חברים ממין שונה ועוד. המשתתפים דיווחו על מידת התקשורת שלהם ב ששת הרמות מ- (1) בכלל לא ( עד (6) מספר פעמים ביום. מכאן גזרנו את מאפייני רשת החברים בקרב בני הנוער.
- (7) **שיטת גיוס חברים:** שאלנו על השיטה המשומשת ביותר לגיוס חברים, כאשר הערכים הם (1) חיפוש בפייסבוק וביצוע הזמנת חברות (2) המלצות החברות של הפייסבוק (3) המלצות של חברים (4) קבלת בקשות חברות מאחרים.
- (8) **מטרות שימוש:** המשתתפים דיווחו על מטרות השימוש בסולם ליקרט מ- (1) בכלל לא עד (5) הרבה מאוד. המטרות כללו: חיפוש מידע, בידור, היכרות והבעת רגשות.

## תוצאות ודיון

כאמור, מטרת המחקר המרכזית היתה לבחון את אופני השימוש ברשת החברתית "פייסבוק" בקרב בני נוער ערבים בישראל. המחקר בחן את תדירות השימוש של בני הנוער, שפת השימוש, זמני הגלישה, האינטראקטיביות, מטרות השימוש, ענייני פרטיות ועוד. בסעיף זה, נציג ממצאים כללים מהמחקר לאחר מכן נציג הממצאים המתייחסים להשערות המחקר השונות מלווים בדיון.

ממצאי המחקר הראו שכמעט שליש (29.7%) מהנשאלים דיווחו על יותר מ- 200 חברים ברשת הפייסבוק, כאשר 22.1% מכלל הנשאלים דיווחו על 50 חברים לכל היותר, 26.4% יש להם בין 100-51 חברים, ו- 21.9% יש להם בין 101-200 חברים. זה מראה שבסביבות 50% מכלל הנשאלים יש להם מעל 100 חברים. דבר שהינו קרוב למוצע הכללי של הפייסבוק, לפי הדיווח שהתקבל מחברת הפייסבוק עצמה בו דיווחו על ממוצע של 130 חברים (Facebook, 2011). כהסבר סביר למספר הרב של החברים (מעל 200) לכשליש מהנשאלים, אפשר לייחס זאת לחוסר של מוסדות המאפשרות בילוי ומפגשי חברות לבני הנוער בחברה הערבית (Haas, Katz, Schiff, 2000).

להלן רשימת הממצאים והדיון סביבם לפי השערות המחקר:

- **ממצאים עבור השערה מספר 1: השפה המשמשת את בני הנוער ברשת החברתית "פייסבוק" הינה השפה הערבית המדוברת כאשר היא נכתבת באותיות לטיניות ומספרים מיוחדים.**

מהתגובות של המשתתפים לשאלות המחקר עלה כי רוב בני הנוער הערביים (53.6%) משתמשים בשפה הערבית המדוברת וכותבים אותה באותיות לטיניות ומספרים מיוחדים, רק (3.2%) משתמשים בשפה הערבית הרשמית. להלן בטבלה 3 ריכזנו את כל הממצאים בהתייחס לשפת הכתיבה ב"פייסבוק".

טבלה 3 : שפת הכתיבה של בני הנוער הערביים בפייסבוק.

שפת הכתיבה	אחוז
(1) ערבית רשמית	3.2
(2) ערבית מדוברת	10.8
(3) ערבית מדוברת אותיות לטיניות	53.6
(4) עברית אותיות עבריות	16.0
(5) אנגלית אותיות אנגליות	16.4

זה מראה שההשערה עבור השפה המשומשת אוששה. תוצאה זו נתמכת על ידי מחקרם של פלפרמן וחליל (Palfreyman & Khalil, 2003) שהראו שצעירים ממדינות ערב השתמשו בכתיבת ערבית באותיות לטיניות. מראיונות עם מספר מהמשתתפים עלה שבני הנוער קוראים לכתובה כזו בשם "שפת המסינג'ר".

בנוסף, שאלנו את המשתתפים אודות שפת חשבון הפייסבוק שלהם וקיבלנו כי רוב החשבונות הינם בשפה האנגלית (52.7%), ורבע מהם בעברית (25.1%) ובערך רק חמישית בערבית (22.2%). הסבר סביר לממצאים אלו קשור למספר סיבות כמו: העדר ידע טכני לשינוי שפת הפרופייל, רצונם להיות חשופים לקהל יותר רחב (מעבר לדוברי ערבית) ומענייני נוחות והרגלי כתיבה.

- **ממצאים עבור השערה מספר 2: תדירות השימוש של בני הנוער הנחקרים ברשת החברתית "פייסבוק" הינה על בסיס יומי, והנה גבוהה יחסית בהשוואה לבני נוער מאוכלוסיות אחרות בעולם.**

מהתגובות של המשתתפים לשאלות המחקר עלה כי 51.1% מהמשיבים משתמשים בפייסבוק מספר פעמים ביום, כאשר עוד 22.7% דיווחו על שימוש של פעם ביום. מזה עולה שהרוב הגדול של בני הנוער הערבים (73.8%) הינם משתמשים יומיומיים לרשת הפייסבוק. שיעור זה הנו מהגבוהים בעולם; להזכיר שמהסטטיסטיקות של הפייסבוק (Facebook, 2011) עולה שסביבות 50% הנם משתמשים יומיים, וקרוב לתוצאות של רוס ואחרים, אשר דיווחו על 79% של מבקרים יומיומיים ברשת (Ross, et al., 2007). בנוסף, התוצאה תואמת את הסטטיסטיקות שפורסמו בעיתונות (סגל, 2010). גם כאן, כנראה רשת הפייסבוק מהווה תחליף להיעדר מוסדות ריוחה ובילוי לבני הנוער הערבים בארץ.

- **ממצאים עבור השערה מספר 3: זמני השימוש של המתבגרים ברשת הפייסבוק הינם על פי רוב בשעות הערב המוקדמות.**

ממצאי המחקר הראו כי, שליש מהתלמידים (34%) ריכזו את השימוש שלהם בסופי שבוע, כאשר הרוב הנשאר משתמשים רגילים בימי השבוע. תוצאה זו תואמת את תוצאות ההשערה הקודמת של שימוש יומיומי ברשת לאורך ימי השבוע.

מבחינת זמני השימוש עלה כי, רוב התלמידים (40.6%) משתמשים בפייסבוק אחרי הצהריים, שזה בדיוק אחרי החזרה מבית הספר. כ-32% משתמשים ברשת החברתית בשעות הערב המוקדמות, ו-18% בשעות הערב המאוחרות, ו-6% רוב שימושם הנו אחרי חצות. תוצאות אלו לא תואמות את ההשערה, שהניחה שרוב השימוש הנו בשעות הערב המוקדמות, בהנחה שהסמכות ההורית תתאימם את זמני השימוש ללימודים ושעות השינה. הממצאים לעיל

מעידים על שינוי חברתי, בו כנראה הסמכות ההורית עוברת שינויים, דבר שמצריך מחקרים נוספים.

▪ **ממצאים עבור השערה מספר 4: השימוש של בני הנוער הינו על פי רוב שימוש אקטיבי והדדי.**

מתגובות המשתתפים לשאלון עלה כי סביבות 53% מהמשתתפים, השתמשו על בסיס יומי בשימושים הבאים: צ'אט, הוספת הערות (Comments) והצבעה באם העניין מוצא חן בעיניהם (Like).

המשתמשים דיווחו על שימוש בתדירות נמוכה יותר, שהינה על בסיס שבועי בכלים הבאים: כתיבה בלוח האישי (68%), קבלת חברות (66%), תקשורת בקבוצות (groups) (58%), משחקים (56%), העלאה ושיתוף תמונות (56.4%), סירוב הזמנות חברות (57%).

מתגובות המשתתפים עלה גם כי, 32% מהם מעדכנים את הלוח שלהם על בסיס יומי, ו-36% על בסיס שבועי. עלה גם כי, רוב המשתתפים נוטים יותר להסכים ולאשר הצעות חברות חדשה מאשר ליזום בעצמם חברות. לדוגמה, 66% מסכימים ומאשרים הצעות חברות על בסיס שבועי, כאשר 44% יוזמים חברות חדשה על בסיס שבועי.

לסיכום, מתוצאות אלו עולה שימוש אקטיבי גבוה יחסית בהשוואה לממצאים שדווחו על ידי דוח Pew (Hampton, et al., 2011). התוצאות של המחקר הנוכחי מראות שתדירות השימוש בכלי התקשורת ההדדית (צ'אט, הערות והצבעה) הנה יותר מכפולה של התוצאות שדווחו בארצות הברית.

התוצאות של המחקר הנוכחי מראות שרוב המשתמשים הנם מגיבים לאחרים יותר מאשר יוזמים בעצמם תקשורת או כתיבה, דבר שניתן להבחין מהשוני בין תדירות השימוש היומית של בני הנוער בפעילויות תגובתיות (like, comments, chat) לעומת התדירות השבועית ביזמות לכתיבה ויצירת קשר (כגון, כתיבה על הקיר והעלאת תמונות).

▪ **ממצאים עבור השערה מספר 5: בני הנוער מחפשים חברים דומים להם מבחינת גיל, מין ולאום.**

ממצאי המחקר מראים כי, לרוב לבני הנוער קיימים חברים מגילאים שונים (57.2%) וכי רק ל-36.5% חברים מאותו גיל. תוצאה זו הנה מפתיעה להנחת המחקר הנוכחי, כהסבר אפשרי הנו סקרנות ותקשורת רחבה עם קהילת הפייסבוק.

רוב התקשורת היומיומית הינה עם חברים מאותו בית ספר, כפי ש-56.5% מהנשאלים דיווחו. התוצאות משתלבות עם מחקרים של מיש ותלמוד (Mesch & Talmud, 2007) שהראו שרוב הקשרים החזקים נרקמים מהיכרות אישית, שמחוזק בקשר מקוון. מכאן, רוב הקשרים האישיים של התלמידים נרקמים מבתי הספר.

מבחינת מין החברים, 61% מהנשאלים מתקשרים מידי שבוע לפחות פעם אחת עם חברים ממין שונה וכשליש מהנשאלים (33.5%) מתקשרים על בסיס יומי. מהממצאים עולה גם כי, הבנים מתקשרים עם המין השני יותר מאשר שהבנות מתקשרות עם הבנים, בהבדל מובהק  $X^2(2) = 27.92, p < 0.001$ . מכלל הבנים המשתתפים במחקר, 44.4% דיווחו על תקשורת יומית עם בנות, ובמקביל רק 23.4% מהבנות דיווחו על תקשורת יומית עם בנים. תוצאות אלו אינן תואמות את הנורמות בחברה הערבית בתקשורת בחיי החברה, מזה עולה שבני הנוער מאפשרים לעצמם ומרגישים חופשיים יותר לבניית קשרים עם המין האחר, ובמיוחד מצד הבנים.

בקשר לתקשורת של בני הנוער הערבים בארץ עם חברים יהודים, 64.7% דיווחו שבכלל אין להם חברים כאלה, אולם יש 8.3% מהנשאלים מתקשרים עם יהודים על בסיס יומי, 13.6% מהם על בסיס שבועי ו-13.4% על בסיס חודשי. כנראה שהמצב הפוליטי המתוח משתקף גם בחבירות המקוונת ברשת הפייסבוק.

בהתייחס לתקשורת עם חברים ממדינות אחרות בעולם, הסטטיסטיקה מראה שקיימת קצת יותר פתיחות כלפי חוץ, כך ש-43.4% דיווחו שבכלל לא מתקשרים עם חברים ממדינות אחרות כאשר זה פחות מאלה ה-(64.7%) שבכלל לא מתקשרים עם חברים יהודים. חלק מהנשאלים (12%) דיווחו שהם מתקשרים עם חברים ממדינות אחרות על בסיס יומי, וכ-24.2% מהנשאלים על בסיס שבועי. תוצאות אלו הן נמוכות יותר מהממצאים שדווחו ע"י ריבק וטורו (Ribak & Turow, 2011), דבר שכנראה מאפיין את החברה הערבית כחברה שמרנית.

בנוסף, בדקנו את התקשורת עם המורים כחברים ברשת, מהנשאלים דיווחו 13.5% כי מתקשרים עם מורים לפחות פעם אחת בשבוע. הרוב המוחלט (86.5%) כמעט ואין להם תקשורת עם מורים בפייסבוק. כנראה שגם התלמידים נמנעים לחשיפה בפני מוריהם.

בנוסף, יותר משליש (36.6%) מבני הנוער מתקשרים עם אנשים זרים (לא הכירו קודם). שיעור זה הנו גבוה יחסית לדוח PEW ב-2011 בארצות הברית לפיו רק 7% ציינו שהנם מתקשרים עם זרים. ניתן לחבר תוצאה זו עם אחוז התקשורת עם אנשים ממדינות אחרות, כפי שהנתונים לעיל מראים. מצד שני התוצאה תואמת את תוצאות מחקרם של ריבק וטורו שמצאו שכשליש מהילדים מתקשרים עם אנשים זרים דרך האינטרנט באופן כללי (Ribak & Turow, 2003).

▪ **ממצאים עבור השערה מספר 6: שיטות גיוס החברים הינה על פי רוב חבר מביא חבר ועל פי המלצת חברות על ידי רשת הפייסבוק.**

מתוך הנשאלים, 53.8% דיווחו כי רוב החברות אצלם נרקמת על ידי אישור וקבלת הזמנות לחברות מאחרים, כאשר רק 23.1% יוזמים בעצמם חברות חדשה בפייסבוק. 13.6% מהנשאלים מקבלים חברים על פי המלצות של חבריהם ורק 9.5% מקבלים חברות על פי המלצות ממערכת הפייסבוק.

למיטב ידיעת החוקרים, אין מחקרים שמדווחים נתונים על שיטת גיוס החברים. אומנם, התוצאות מראות שאישור הזמנת חברות הנה השיטה העיקרית בפיתוח הרשת החברתית, מאשר היוזמה האישית להזמנת חברים שמצריכה חיפוש, וידוי והזמנה לחברות. תוצאה זו יכולה להעיד על תפיסת חברות אחרת בעולם הווירטואלי שהנה קלה ושטחית. ניתן להסביר תוצאה זאת גם על ידי כך שהחברה הערבית הינה חברה צעירה ומרובת ילדים ובה מעגל החברות רחב, לכן סביר להניח כי החברות הנרקמת בפייסבוק משקפת את המצב בחברה הערבית.

▪ **ממצאים עבור השערה מספר 7: מטרת השימוש של בני הנוער הם על פי רוב בידור, הצגה עצמית, "כמו כולם", היכרות, סקרנות, וצ'אט.**

מתגובות הנשאלים אודות מטרת השימוש, 70.6% דווחו שמטרת השימוש העיקרית שלהם בפייסבוק הינה לענייני בידור. 40% מהם מטרתם הינה להיכרות וכי 18% מהם ציינו שהבעת רגשות הינה מטרה עיקרית בשבילם לשימוש בפייסבוק. בקשר לשימוש בכלי הצ'אט של הפייסבוק, עלה ש- 54% על בסיס יומי מתקשרים בצ'אט.

מכלל התוצאות האלו, עולה שהשימוש לצורכי בידור הנו גבוה, דבר שמתחבר עם תוצאות עבודת הדוקטוראט של גנאיים (2010, Ganayem). דבר שמוסבר על ידי חוסר הזדמנויות ביילוי הזמינות בחברה הערבית (2000, Haas, Katz, Schiff).

## סיכום

במחקר הנוכחי נבדקו מאפייני השימוש ברשת החברתית "פייסבוק" בקרב בני הנוער הערבים בישראל. המחקר התבסס על שאלון רחב, שהופץ בקרב בני נוער מאזורים שונים בארץ. מהמחקר התקבלו תוצאות חשובות ומעניינות, אשר מראות שימוש אקטיבי בתדירות גבוהה בקרב המשתתפים. נוסף על כן, התוצאות מעידות על זמני שימוש לא מתאימים במיוחד עם צרכי הלמידה של בית הספר. מכאן עולות שאלות חשובות לגבי אחריות והתערבות ההורים בחינוך של ילדיהם, ומידת הידע של ההורים אודות הרגלי השימוש של ילדיהם ברשת. התקשרות עם זרים הינה נושא מדאיג את המחנכים כלפי המתבגרים, מהמחקר עולה שאכן כשליש מבני הנוער, משתמשי הפייסבוק, מתקשרים עם זרים. שיעור זה הנו גבוה יחסית בתחום חשוב זה. דבר המצריך צומת לב ייחודית בקרב המחנכים וההורים. השימוש באינטרנט מאפשר תקשורת פתוחה וקלה, שלפעמים אינה הולמת לנורמות החברתיות, דבר שהשתקף במחקר הנוכחי מהתקשורת בין בנים לבנות בפייסבוק. השימוש הרב של בני הנוער לצורך בידור בפייסבוק, מחזק את המחקרים הקודמים שהעידו על שימוש באינטרנט כתחליף להיעדר הזדמנויות זמינות של בידור בחברה הערבית בישראל. מחקר זה הנו הראשון מסוגו בחברה הערבית בארץ בהקשר של רשתות חברתיות ובני נוער. קיימות סוגיות ושאלות מחקר נוספות שחשוב לבחון, דבר שהחוקרים מתכוונים להמשיך ולחקור בעתיד הקרוב.



גנאיים, א., רפאלי, ש., עזאיזה, פ. (2009). פער דיגיטלי: השימוש באינטרנט בחברה הערבית בישראל. התקשורת בישראל ומקומה בחיי הפרט והחברה. מכון סולד. כרך מו, 1-2, 164-196.

גרימלנד, ג. (2010, 31 מרץ). פייסבוק פוגע בסיכוי לקבל עבודה? וואלה-עסקים. אוחזר מתוך <http://finance.walla.co.il/?w=/1658561>

וייס, א. (2010, 29 מרץ). הרשתות החברתיות לאן? חדשות התקשורת בישראל. אוחזר מתוך <http://www.thecom.co.il/article.php?id=11360>

למיש, ד., ריב"ק, ר., אלוני, ר. (2009). ילדים ישראלים גולשים באינטרנט: מפאניקה מוסרית להורות אחראית. מגמות- כתב עת למדעי ההתנהגות: התקשורת בישראל ומקומה בחיי הפרט והחברה. מכון הנרייטה סאלד. כרך מו, 1-2, 137-163.

סגל, ש. (2010, 13 ינואר). זהירות! טכנולוגיה: כמה שעות מחשב ביום מותר לתת לילד? מעריב. אוחזר מתוך <http://www.nrg.co.il/online/55/ART2/039/381.html>

סלע, ר. (2010, 22 מרץ). נשיא איגוד האינטרנט הישראלי אינו מרוצה מהפגיעה בפרטיות בפייסבוק. NRG מעריב. אוחזר מתוך <http://www.nrg.co.il/online/16/ART2/084/341.html>

פוסטמן, נ' (1986). אבדן הילדות. תל-אביב: ספרית הפועלים.

צבר בן יהושע, נ' (1990). המחקר האיכותני בהוראה ובלמידה. תל אביב: מסדה.

קפלן, ע. (2010). סקר: בני נוער ישראליים בשנת 2010. אוחזר מתוך <http://tnoathanoar.co.il/>

Acquisti, A., & Gross, R. (2006). Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook. Alessandro and. Springer Berlin / Heidelberg. Cassidy, J. (2006, May 15). Me media. The New Yorker, 50-59.

Boyd, D. (2004). Friendster and Publicly Articulated Social Networks. Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors and Computing Systems. Vienna, Austria, 2004.

- Boyd, D. (2006). Friends, Friendsters, and Top 8: Writing Community into being on Social Network Sites. *First Monday* (8), 11-12.
- Boyd, D., & Heer J. (2006). Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster. *Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences, Kauai, Hawaii, 2006 HICSS-39*.
- Dwyer, C., Hiltz, S.R., & Passerini, K. (2007). Trust and Privacy Concern within Social Networking Sites: A Comparison of Facebook and MySpace. *Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems*. Keystone, Colorado August 09 - 12 2007.
- Facebook (2011). Facebook statistics. Retrieved July 20, 2011 from <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>.
- Ganayem, N.A. (2010). Internet Adoption and Cultural Factors: Internet Use within Arab Society in Israel. Published Dissertation.
- Gross, R., & Acquisti, A. (2005, November). Information Revelation and Privacy in Online Social Networks. Paper presented at the WPES'05, Alexandria, Virginia.
- Haas, H., Katz, E., & Schiff, M. (2000). Leisure Patterns in the Arab Sector. In E. Katz, H. Haas & et al. (Eds), *Leisure Patterns in Israel: Changes in Cultural Activity* (pp. 285-306). Ramat-Aviv: The Open University of Israel.
- Hampton, K., Goulet, L.S., Rainie L., Purcell, K. (2011). Social networking sites and our lives. Pew Internet & American Life Project. Retrieved July 20, 2011 from <http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx>
- James, A., Jenks, C., & Prout, A. (1998). *Theorising Childhood*. Polity Press, Cambridge.

- Johnson, B. (2010, Jan 11). Privacy no longer a social norm, says Facebook founder. Retrieved July 20, 2011 from [guardian.co.uk](http://guardian.co.uk)
- Lampe, C., Ellison N., & Steinfield, C. (2006). A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing - Proceedings of the 2006 20<sup>th</sup>.
- Lenhart, A., & Madden, M. (2007, April 18). Teens, privacy, & online social networks. Pew Internet and American Life Project Report. Retrieved July 18, 2011 from [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Teens\\_Privacy\\_SNS\\_Report\\_Final.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf)
- Livingstone, S. (2003). Children's use of the Internet. Reflections on the Emerging Research Agenda. *New Media & Society*, 5(2), 147-166.
- Mesch, G. (2003). The family and the Internet. *Social Science Quarterly*, vol. 84, no. 4, pp. 1038-1050.
- Mesch, G. S., & Talmud, I. (2007). Similarity and the Quality of Online and Offline Social Relationships among Adolescents in Israel. *Journal of Research on Adolescence*, 17, 455-466.
- Ribak, R. & Turow, J. (2003). Internet Power and Social Context: A Globalization Approach to Web Privacy Concerns. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(3), 328 – 349.
- Ross, C., Orr, E., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 578-586.
- Stutzman, F. (2006). An Evaluation of Identity-sharing Behavior in Social Network Communities. Paper presented at the iDMAa and IMS Code Conference, Oxford, Ohio.

Tim (2008). <http://cafe.themarker.com/post/561673/>

The Galilee Society (2011). The Palestinians in Israel, 3rd Socio-Economic Survey 2010. Rikaz – The Databank on the Palestinian Community in Israel.

Turow, J. (2003). Family Boundaries ,Commercialism, and the Internet. *Journal of Applied Development Psychology*, 22, 73-86.

Wartella, E., Reeves, B. (1985). Historical Trends in Research on Children and the Media 1900-1960 : *Journal Of Communication*, 35(2), 118-133.

### مميزات استخدام الشبكات الاجتماعية لدى الشبيبة العرب

أسماء نادر غنايم، خالد أسعد ومونس طيبى

#### تلخيص:

يتزايد استخدام الشبكات الاجتماعية بشكل كبير عالميا؛ وخاصة في أوساط الجيل الشاب، كذلك الأمر بين طلاب المدارس العربية في البلاد، الذين يتصاعد عددهم في الشبكات يوما بعد يوم. يفحص هذا البحث طرق ومميزات استخدام طلاب المدارس العربية في المرحلتين الإعدادية والثانوية للشبكة الاجتماعية – الفيسبوك. يعتمد البحث على استبيان يهدف فحص طرق، صفات ومميزات الاستخدام مثل: التكرارية، اللغة، التفاعلية وغيرها، كما ويتم فحص التواصل مع الأصدقاء، المعارف والغرباء، من نفس الجنس أو من الجنس الآخر، من البلاد وخارجها. وقد وزع هذا الاستبيان على طلاب من مناطق مختلفة في البلاد.

يبين البحث استخداما واسعا ومتكررا بشكل يومي للفيسبوك، كما يبين أن معظم الاستخدامات موجهة لأهداف ترفيهية. يبين البحث كذلك تباينات بين الذكور والإناث من حيث طرق الاستخدام. نسبةً إلى إحصائيات عالمية أخرى، فإن نسبة التواصل للشبيبة العرب عبر الشبكة مع غرباء (أناس لم يعرفوهم إلا من خلال الإنترنت) تعتبر عالية. تشير النتائج أيضا إلى أن ساعات الاستخدام لا تتلاءم مع احتياجات ومتطلبات الوقت بالنسبة لطلاب في المدارس، كما وتوجد نسبة معينة من التواصل بين المعلمين والطلاب من خلال الشبكات الاجتماعية، الأمر الذي يدعو إلى التنبه التربوي.

نأمل أن يضيف هذا البحث إلى المعرفة في مجال استخدامات الشبيبة للإنترنت والشبكات الاجتماعية، وأن يساعد المربين والمعلمين في إيجاد طرق لمساعدة الشبيبة في استخدام الإنترنت والشبكات لما يعود بالنفع على الشبيبة والمجتمع ككل.