



حوليات آداب عين شمس المجلد ٤٨ (عدد إبريل - يونيو ٢٠٢٠)

[journals.ekb.eg.http://www.aafu](http://www.aafu.journals.ekb.eg)

(دورية علمية محكمة)



استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية

وليد سلمان الشراح*

كلية الآداب - قسم علوم الاتصال والإعلام

المستخلص

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامهم لها والإشباع التي تتحقق لهم من خلالها، مع اختبار عدد من المتغيرات الديموجرافية وعلاقتها بكثافة التعرض، وانتمت هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية.

واعتمدت الدراسة الحالية لتحقيق أهدافها على المنهج الوصفي لوصف استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المختلفة المتحققة منها وتحليلها، وتم تحليل الاستخدامات ميدانياً كميًا، وعلاقتها ببعض المتغيرات.

واشتملت عينة الدراسة على عدد (٤٢٠) مفردة من طلبة جامعة الكويت، جاء عدد الذكور (١٧٦) بنسبة ٤١.٩% وعدد الإناث (٢٤٤) بنسبة ٥٨.١%، تم اختيارهم وفقاً لأسلوب العينة العشوائية البسيطة وقد تم توزيعهم حسب متغيرات الدراسة، واعتمد الباحث على الإستبانة (Questionnaire) كأداة رئيسة لجمع المعلومات من أفراد العينة.

وكانت أهم نتائج الدراسة:

- جاء الهاتف المحمول في المرتبة الأولى للوسائل المستخدمة للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة ٩٨.١%.
- احتل موقع الواتساب (whatsApp) على المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين على شبكة المعلومات وذلك بنسبة ٩٢.١%.
- تشير النتائج إلى أن أهم الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي هي (الموضوعات الاجتماعية) وذلك بنسبة ٦٥%.
- أظهرت النتائج بأن (التعرف على الأخبار والأحداث الجارية) يعد أهم الإشباع المتحققة لعينة الدراسة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

مقدمة الدراسة :

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال حيث انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أشهر مواقع الإنترنت وأوسعها انتشاراً في الوقت الحالي بعد أن أحدثت ضجة وانبهرت بها المجتمعات بشكل كبير واتسعت شهرتها وكثرت استخدامهما، واستطاعت أن تجد مكانة كبيرة لدى المتابعين، وأثر ذلك بدوره على وسائل الإعلام التقليدية تأثيراً بالغاً، فنجد أن أغلب الوسائل الإعلامية وإن لم يكن جميعها استعانت بالإعلام الجديد والذي من مكوناته مواقع التواصل الاجتماعي، للاستفادة من عناصر التفاعلية بوجه الخصوص، والتواصل مع المستخدمين أو التعرف على آرائهم ومقترحاتهم في عرض الأخبار.

وتميزت مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الأخيرة، بتأثيرها الكبير على المستخدمين في نقل وتبادل الأخبار وجميع الأحداث، سواء كانت تتعلق بمحيطهم الاجتماعي أو خارج نطاق هذا المحيط، حيث استطاعوا من خلال تلك المواقع نشر المعلومات وإبداء الآراء في قضايا وأزمات تمسهم سواء من قريب أو من بعيد.

كما يتعدد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحسب المستخدمين لها فنجد من يستخدمها لمشاركة تفاصيل حياته اليومية أو تبادل الصور والفيديوهات مع الأصدقاء ونجد البعض الآخر يستخدمها لنشر الأفكار والدعوات مع الآخرين ونجد من يستخدمها كأداة تسويقية فعالة لترويج السلع والخدمات .

وبدوره تحاول هذه الدراسة تناول استخدامات الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة لهم من خلالها، وتحديد أكثر هذه المواقع استخداماً بين الشباب في الكويت، ومعدلات استخدامه وأهم الموضوعات التي يحرص على متابعتها والمزايا والعيوب التي يراها في تلك المواقع ورؤيته لمستقبلها، حيث تتكون هذه الرسالة من أربعة فصول، يتناول الفصل الأول الإطار المنهجي، ويدور الفصل الثاني حول نظرية الاستخدامات والاشباع، والفصل الثالث حول شبكات التواصل الاجتماعي، ويتضمن الفصل الرابع نتائج الدراسة الميدانية، والفصل الخامس النتائج العامة للدراسة والخلاصة والتوصيات.

ويسعى الباحث من خلال دراسته للوصول إلى النتائج التي من شأنها تعزيز القدرات الإيجابية لتلك الوسائل وتنميتها والاستفادة منها على نحو يفيد المجتمع الكويتي، ومن ناحية أخرى يحاول الباحث الوقوف على السلبات التي قد تتحقق من خلال استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي، في محاولة منه للقضاء عليها للحفاظ على

تماسك فئات المجتمع الكويتي بشكل عام، وتماسك الشباب الكويتي بشكل خاص بكل أطرافه المختلفة.

مشكلة الدراسة:

مع تزايد و تنامي قيمة استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت وتغير مجال الاستخدام في مختلف المجالات وتعدد التأثيرات يمكن بلورة مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على استخدامات الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع تعرضهم لها، والاشباع التي تحقق لهم من خلالها، مع اختبار عدد من المتغيرات الديموجرافية وعلاقتها بكثافة التعرض.

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى:

- ١- التعرف على كثافة استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- الوقوف على أكثر وأهم المواقع التي يستخدمها الشباب الكويتي.
- ٣- الوقوف على دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٤- رصد الاشباع المتحققة من استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٥- دراسة العلاقة بين استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة منها بالمتغيرات الديموجرافية.
- ٦- معرفة أسباب ودرجات تفضيل بعض مواقع التواصل الاجتماعي على بعضها الآخر.
- ٧- التعرف على نوع الموضوعات والقضايا التي يتم تناولها في مواقع التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية العلمية:

- رصد نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي عامة، وخاصة بدولة الكويت لما لها من تأثير ملحوظ في الفترة الأخيرة على الفئة الأكثر أهمية بداخل كل المجتمعات ألا وهي الشباب، والوقوف على مميزاتها وعيوبها.
- التعرف على الدوافع التي جذبت الشباب الكويتي نحو مواقع التواصل الاجتماعي، والتي أدت بدورها إلى خلق أنماط جديدة ومتداخلة من القيم وفقاً لمدخل علمي قائم على جدلية العلاقة بين الشباب والمجتمع.
- إعداد تحليل علمي عن كيفية استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي وتشخيص الاشباع المتحققة جراء ذلك.
- التعرف على القضايا والموضوعات التي تشغل ذهن الشاب الكويتي، والتي تؤثر بدورها على التفاعل والعلاقات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً: الأهمية العملية:

- أن هذه المواقع أصبحت تمثلاً إعلامياً بديلاً ومجالاً عاماً يتيح حيزاً أعلى من التفاعلية ويولد أفكاراً وأساليب لها أهميتها وقدرتها على التأثير في المجتمع في مختلف المجالات، كما أنها أحدثت تحولاً كبيراً في أسلوب تعامل الجمهور مع وسائل الإعلام الأخرى.

- تشكل مواقع التواصل الاجتماعي طفرة تحريرية ونوعية، ووسيلة وقناة مهمة لتناول الموضوعات الحساسة والمهمة في الساحة المحلية، وعليه فإن هذه الدراسة من شأنها أن توفر رؤية علمية موضوعية، للوقوف على أهمية هذه المواقع للشباب الكويتي، وذلك من خلال توفيرها للنتائج العلمية المتعلقة بهذا الجانب.

نظرية الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratification Approach

تعتمد الدراسة في إطارها النظري وبناء فروضها على مدخل الاستخدامات والاشباعات الذي يعتبر نقطة تحول هامة في تحديد العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، حيث أن مدخل الاستخدامات والاشباعات يقوم أساساً على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر، ولذلك فإن كل البحوث والدراسات التي تمت في هذا المجال كانت تقوم على اختبار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجات، وبين تعرض الفرد وكثافة هذا التعرض، بناءً على إطار نظري أساسه التحليل الوظيفي Functional Analysis، من جانب ونظريات الدوافع من جانب آخر⁽¹⁾.

ويرى الباحثون أن لوسائل الإعلام مهاماً وواجبات متعددة في أي مجتمع تتمثل في الحفاظ على تماسكه، ونقل القيم الثقافية من جيل لآخر، والضبط الاجتماعي، ونقل وتبادل المعلومات على اختلافها، والتي من ثم تستلزم قيام الجمهور باستخدام الوسائل الإعلامية التي تحقق لهم تلك الأهداف⁽²⁾.

وقد قام كاتز KATZ وآخرون بتطوير هذا المدخل في عام ١٩٧٤ حيث تم تحديد عدة خطوات لتحقيق الاشباعات التي تتبع من استخدام وسائل الإعلام، حيث تبدأ العملية من تحديد مستخدمي تلك الوسائل لاحتياجاتهم الأساسية منها والتي تكون متأثرة بالبناء الاجتماعي للفرد وسماته الشخصية، ويعتبر مدخل الاستخدامات والاشباعات من المداخل النظرية المفسرة لدوافع تعرض الجمهور لمضامين وسائل الإعلام والاشباعات المتحققة منها⁽³⁾.

ويرى "كاتز" وزملائه أن منظور الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاث أهداف رئيسية وتتضمن فروض النموذج ما يلي⁽⁴⁾:

- ١- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- ٢- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- ٣- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدمهم.
- ٤- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

٥- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسالة فقط.

مدى ملائمة النظرية لموضوع الدراسة :

١. أن مدخل الاستخدامات والاشباع من المداخل النظرية التي تفسر دوافع استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام الحديثة على اعتبار أنهم جمهور نشط يسعى بشكل فعال وهادف إلى استخدام تلك الوسائل لإشباع احتياجاته.

٢. أن وسائل الإعلام الحديثة قد تولد دوافع و اشباعات جديدة تنتج من خلال مستخدميها ، مما دفع الباحث إلى توظيف هذا المدخل في الدراسة للكشف عن نوعية دوافع و اشباعات الشباب الكويتي في استخدامهم لهذه الوسائل.

• الدراسات السابقة :

قسم الباحث الدراسات السابقة إلى محورين أساسيين على النحو التالي:

- المحور الأول: يشتمل على الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي.
- المحور الثاني: يشتمل على مجموعة الدراسات المرتبطة بالإطار النظري للدراسة وهو نظرية الاستخدامات والاشباع.

المحور الأول : الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي

١. دراسة Archana Tiwari (٢٠١٧) (٥)

سعت هذه الدراسة إلى معرفة حجم عوامل الجذب المهمة المسؤولة عن إدمان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بين الشباب، ومعرفة مدى تأثير مواقع الشبكات على الحياة الشخصية والمهنية للطلاب، وذلك من خلال جمع المعلومات بواسطة الاستبيان لمعرفة الأغراض التي تجعل الشباب الجامعي يستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية، وجاءت أهم نتائجها كالتالي:

- أن ٦.٤ % من الشباب عينة البحث يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية من أجل مشاركة الصور ومقاطع الفيديو بين أصدقائهم.
- أن ٥.٨ % من الشباب عينة البحث يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية من أجل البحث عن أصدقاء جدد.
- أن ٨٠ % من الشباب عينة البحث يستخدمون أو يتصفحون مواقع الشبكات الاجتماعية منذ سن المراهقة لديهم.
- يشعر ٧٨ % من الشباب عينة البحث بأن مواقع الشبكات الاجتماعية لم تخلق أي تأثير سلبي على حياتهم الشخصية.

٢. دراسة Heba Mohammad and Hatem Tamimi (٢٠١٧) (٦)

سعت هذه الدراسة إلى فهم تصورات الطلاب بشأن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية داخل عملية التعليم الخاصة بهم، وفهم مدى تأثير جنس أو جنسية الطالب على عملية الاستخدام، وذلك باستخدام استبيان إلكتروني موزع بين طلاب المراحل الجامعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض - المملكة العربية السعودية، والجامعة الأردنية بعمان - الأردن، وذلك من خلال صحيفة استبيان عبر

مواقع التواصل الاجتماعي بمشاركة ١٢٤ طالب ٨٥% منهم من الإناث، و ١٥% منهم من الذكور، وجاءت أهم نتائجها كالتالي:

- أن الغالبية العظمى يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية بمعدل كل ٣٠ دقيقة.
- أتفق الغالبية العظمى على أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية يعد هدراً للوقت، وفقدان للمال بغض النظر عما إذا كان مع أو ضد مواقع الشبكات الاجتماعية.
- أظهرت الدراسة بأن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية محدود على المستوى الأكاديمي.
- أظهرت الدراسة بأن ٦٠% من الطلاب اللذين تم إجراء الدراسة عليهم مقتنعون بمزايا مواقع الشبكات الاجتماعية في العمل الجماعي.

٣. دراسة ريم الجابري (٢٠١٧) (٧)

سعت هذه الدراسة إلى تحليل الدور الذي يقوم به موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" كأحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أكثر المواقع التي تحظى بزيادة عددية هائلة في أعداد مستخدميها سنوياً وبمرور الوقت توغل موقع تويتر في المجال السياسي ليصبح من أكثر المواقع التي يحرص قادة العالم على التواصل مع الجماهير من خلالها، وعند قيام الثورات العربية قدم موقع تويتر نفسه كأحد الوسائل الاتصالية الفعالة التي استخدمها الأفراد للتنظيم والحشد، وفي ضوء إسهامات موقع تويتر في مجال الاتصال السياسي سعت الدراسة الحالية إلى دراسة العلاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي تويتر ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري. وجاءت أهم نتائجها كالتالي:

- رفض الفرض الرئيسي القائل بأنه هناك علاقة ارتباطية طردية بين متغيري كثافة الاستخدام والوعي السياسي، بالإضافة إلى الفرض الخاص بالتأثير المتبادل بين المتغيرين وهو ما يدفعنا لاستخلاص أن النتائج الخاصة بكل دراسة تتأثر وتختلف باختلاف ظروف إجرائها والإطار الزمني والمكاني وأيضاً بطبيعة العينة المختارة. فعلى الرغم من ارتفاع معدلات استخدام موقع تويتر وارتفاع مستوى الوعي السياسي لدى أفراد العينة لم يثبت وجود أي ارتباط بين المتغيرين وهو ما يرجع لأسباب عديدة خاصة بالدراسة كالعينة المدروسة.

٤. دراسة مطر على (٢٠١٧) (٨)

سعت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل مدى اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول القضايا الكويتية والعربية المطروحة على ساحة الاهتمام العام، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ شخص من المواطنين الكويتيين من سن ١٨ سنة فأكثر، والذين يستخدمون الانترنت ولديهم اهتمام بالقضايا المختلفة التي تتناولها وسائل الإعلام، وذلك من خلال المنهج المسحي المقارن.

وجاءت أهم نتائجها بأنه يرتفع معدل الاستخدام اليومي للانترنت بوسائطها المختلفة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، إذ ما يزيد عن ٨٠% من العينة يستخدمون الانترنت

يومياً، يليها التلفزيون بفارق كبير، في حين تتخفص نسبة الاستماع اليومي للراديو وقرائة الصحف.

٥. دراسة رأفت مهند عبدالرزاق، عبدالرزاق الدليمي (٢٠١٦) (٩)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي (Facebook, Twitter, Youtube)، وأثرها على الوعي السياسي لفئة الشباب الجامعي (ذكور، إناث)، وقد تم تطبيق الدراسة على طلبة ثلاث جامعات عراقية حكومية كانت مناطقها تشهد بدايات الحراك الشعبي، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي من خلال توزيع استبانته على طلبة الجامعات في كل من الموصل والأنبار وتكريت، موزعة حسب نسبة العدد الكلي للطلبة من كل جامعة، وجاءت نتائج الدراسة كالتالي:

- أن مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية، وفي طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي، وبالأخص في التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي، وانعكاساته على الشارع العراقي.
 - جاء الفيس بوك في المرتبة الأولى في الاستخدام بنسبة ٧٥.٥% من فئة الشباب الجامعي، وهي الأعلى في الاستخدام، تلاه يوتيوب في المرتبة الثانية، وحاز تويتر على المرتبة الأخيرة بسبب قلة استخدامه.
 - أن ٨٠.٠% من أفراد العينة مقتنعون بأن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي كانت محرصاً أساسياً على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية، وأنها فيما بعد لعبت درواً مماثلاً بتحريك الوعي السياسي في الساحة العراقية.
- المحور الثاني : يشتمل على مجموعة الدراسات المرتبطة بالإطار النظري للدراسة وهو نظرية الاستخدامات والاشباع.**

١. دراسة لميس سامي (٢٠١٨) (١٠)

- سعت هذه الدراسة إلى استخدام المراهقات وتحديدًا طلبة المدارس الثانوية لموقع شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك ما يتعلق بإدارة خصوصية الاتصال على هذه المواقع، ورصد اللغات المستخدمة داخل هذه الشبكات، وذلك بالاستناد على نظرية الاستخدامات والاشباع ونظرية إدارة خصوصية الاتصال وتهيئة الاتصال، وذلك بالتطبيق من خلال استمارة استبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة لعينة الدراسة الميدانية، وعينة قوامها ٥ مجموعات بؤرية تتكون كل مجموعة من ٧ محوّنات لعينة الدراسة الكيفية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، وكان أبرزها التالي:
- احتل الفيس بوك المرتبة الأولى على رأس شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة ثم اليوتيوب.
 - أن الدوافع الطقوسية أكثر من الدوافع النفعية لاستخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي.
 - أن ٨٠% من أفراد العينة يظهرون على شبكات التواصل الاجتماعي بأسمائهم الحقيقية.
 - أن ٧٠% من أفراد العينة يقيمون بنشر أماكن تواجدهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

٢. دراسة أميرة إسماعيل (٢٠١٧) (١١)

سعت هذه الدراسة إلى الكشف على دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، واستخلاص الاشباع المتحققة من هذا الاستخدام، وذلك بالتطبيق على موقعي فيس بوك وتويتر، بالإضافة إلى معرفة رأي الجمهور المصري في مدى كفاءة وثراء مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لنقل المعلومات، وجاءت أهم نتائجها كالتالي:

- جاء موقع الفيس بوك في الصدارة بالاستخدام حيث أشارت النتائج أن جميع أفراد العينة يستخدمونه، في حين ١٨% فقط يستخدمون موقع تويتر.
- جاء دافع (معرفة ما يدور حولي من أحداث بجميع أنحاء العالم) في مقدمة الأسباب التي اختارها المبحوثين لاستخدام موقع الفيس بوك.
- جاء إشباع (يسهل لي التواصل الاجتماعي مع الآخرين) في مقدمة الاشباع التي اختارها المبحوثين لاستخدام موقع الفيس بوك، بينما جاء إشباع أنه (يجعلني أشعر بالقرب من الشخصيات العامة حيث أنهم متواجدون معي على نفس المنصة) في مقدمة الاشباع التي اختارها المبحوثين لاستخدام موقع تويتر.

٣. دراسة إبراهيم قائد (٢٠١٧) (١٢)

سعت هذه الدراسة إلى تحديد مستوى استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي، ودوافع الاستخدام والاشباع المتحققة لهم من خلال هذا الاستخدام، والبحث في إمكانية وجود فروق تعزى لمتغيري الجنس والحالة الاجتماعية، وذلك من خلال تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من ٣٢٢ مبحوث من الطلبة الجامعيين اليمنيين، وجاءت أهم نتائج الدراسة كالتالي:

- أن الدوافع المعرفية هي أعلى الدوافع التي قادت إلى استخدام الفيس بوك يليها الدوافع الاجتماعية يليها النفسية.
- جاءت الاشباع المعرفية في المرتبة الأولى ثم النفسية ثم الاجتماعية.
- أظهرت النتائج وجود فروق في مستوى الاستخدام لصالح الذكور، وفي الدوافع الاجتماعية لصالح الذكور، بينما كانت الفروق في الاشباع الاجتماعية لصالح الإناث، وكانت الفروق في الدوافع المعرفية لصالح الغير متزوجين.

٤. دراسة وليد عمشه وأروى ظبيان (٢٠١٧) (١٣)

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع وطبيعة وأسباب تفضيل استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل التفاعلية، ومدى ثراء هذه الشبكات واستخدامها، ومميزاتها النسبية المفضلة، ومراحل تبنى هذه الشبكات لدى عينة الدراسة، إلى جانب الوقوف على نوعية الاشباع المحققة، وجاءت أهم نتائج الدراسة كالتالي:

- أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصورة دائمة جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٩٢.٧%.
- هناك تأثير للمستوى التعليمي للأب والمستوى الاجتماعي والاقتصادي على معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- جاء الفيس بوك بالمرتبة الأولى في نسبة تفضيل العينة يليه الواتساب يليه اليوتيوب.

- اختلف الاستخدام ما بين الاستخدامات الترفيهية والاجتماعية ثم مصدراً لسماع الأخبار، ثم الاستخدام بهدف بناء علاقات جديدة.

٥. دراسة إيمان عزب (٢٠١٦) (١٤)

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن أسباب ودوافع استخدام الشباب المصري والسعودي لاستخدام موقع تويتر، والتعرف على المظاهر الدالة على كيفية الاستخدام، ومن ثم تشخيص الإشباع التي يحققها الشباب المصري والسعودي من هذا الاستخدام من خلال ترتيبها قياساً بالقضايا الأساسية التي تنطور عليها مجتمعهم، وجاءت أهم نتائج الدراسة كالتالي:

- أن نسبة مستخدمي موقع تويتر بين طلبة الجامعات السعودية كانت أكبر منها بين نظرائهم المصريين حيث ذكر ٢٥٨ طالب سعودي بنسبة ٨٦% من طلبة الجامعات السعودية أنهم يستخدمون موقع تويتر في حين بلغت نسبة مستخدمي الموقع ذاته بين طلبة الجامعات المصرية ١٧٢ طالب مصري بنسبة ٥٧.٣%.
- وجود ارتباط شديد الدلالة بين جنسية الطالب (مصري/سعودي) ومدى استخدامه لموقع تويتر.
- أن طلبة الجامعات المصرية من مستخدمي موقع تويتر كانوا الأسبق إلى استخدام هذه المواقع مقارنة بنظرائهم السعوديين.
- أن الاتجاه الغالب لدى طلبة الجامعات السعوديين عند استخدامهم موقع تويتر يميل إلى التواصل مع غير معارفهم الشخصيين، بينما يفضل أكثرية طلبة الجامعات المصرية التواصل مع من يعرفونهم معرفة شخصية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- ١- أجريت معظم الدراسات السابقة على فئة الشباب، وخاصة فئة الشباب الجامعي، وربما يرجع ذلك لما تتمتع به هذه الفئة من خصائص عمرية وتعليمية تمكنها من القدرة على استيعاب التطورات التكنولوجية المتسارعة التي نعيشها.
- ٢- طبقت أغلب الدراسات على عدد محدد من مواقع التواصل الاجتماعي، لعل أبرزها موقع (الفيس بوك) الذي حظي بالنصيب الأكبر بين تلك الدراسات، يليه مواقع (يوتيوب _ ماي سبيس)، إلا أنها لم تتطرق لبعض المواقع مثل تويتر و الانستغرام وواتساب وسناب شات وغيرها.
- ٣- تدل نتائج هذه الدراسات على أهمية دراسة المتغيرات الديموجرافية للشباب، لأهمية الدور الذي تلعبه في عملية دوافع تعرضه لوسائل الإعلام الجديدة باعتبارها متغيرات تؤثر في تلك العملية الاتصالية.
- ٤- بشكل عام أبرزت الدراسات السابقة أهمية الدور الذي تلعبه كل من الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب بالمعلومات عن الوضع الراهن، والترفيه، والتواصل مع الاصدقاء.

٥- توصلت بعض الدراسات إلى وجود اثر لمواقع التواصل الاجتماعي على الحياة والعلاقات الاجتماعية لمستخدميها سواء كان إيجابا أو سلبا.

٦- بالنسبة للمحور الثاني فقد اعتمدت كل الدراسات على مدخل الاستخدامات والاشباع للتعرف على معدل التعرض، ودوافع التعرض المختلفة، والاشباع التي تتحقق من هذا التعرض، واختبار دور المتغيرات الديموجرافية في التأثير على معدل التعرض ودوافعه والاشباع المترتبة عليه.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

انطلاقا من أن البحث العلمي في مجال ما هو عملية تراكمية، تأتي الإشارة إلى أوجه الاستفادة العلمية من مجموعة الدراسات السابق عرضها، والتي يمكن رصدها على عدة مستويات:

١- دعمت نتائج بعض الدراسات السابقة إحساس الباحث بأهمية موضوع هذه الدراسة للتعرف على علاقة الشباب الكويتي بمواقع التواصل الاجتماعي.

٢- ما توفره هذه الدراسات السابقة من معلومات أفادت الباحث في تحديد المشكلة البحثية تحديدا دقيقا، كما طورت مداركه بشأن متغيرات دراسته، حيث اختبر عدد من تلك الدراسات العديد من المتغيرات التي تؤثر في العلاقة الارتباطية للظاهرة محل الدراسة، بالإضافة إلى فائدتها في وضع تساؤلات وفروض الدراسة.

٣- الاستفادة من الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، واختيار نظرية الاستخدامات والاشباع كإطار نظري لاختبار الفروض المستخدمة في هذه الدراسة.

٤- التعريف بعدد من المواقع الاجتماعية الهامة رغم عدم شهرتها، والتعريف بأنماط جديدة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

- (١) منذ متى يستخدم الشباب الكويتي مواقع التواصل الاجتماعي؟
- (٢) ما عدد الأيام التي يستخدم فيها الشباب الكويتي مواقع التواصل الاجتماعي أسبوعيا؟
- (٣) ما الوقت الذي يقضيه الشباب الكويتي عندما يتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟
- (٤) ما الوسائل التي يستخدمها الشباب الكويتي للدخول على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- (٥) ما مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من قبل الشباب الكويتي؟
- (٦) ما أسباب تفضيل الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها؟
- (٧) ما أكثر الموضوعات التي يحرص الشباب الكويتي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ٨) ما الفئات التي يقوم الشباب الكويتي بمتابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٩) ما مدى تفاعل الشباب الكويتي مع القضايا التي يحرصون على متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ١٠) ما أشكال تفاعل الشباب الكويتي عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ١١) ما هي أهم المواد التي يقوم الشباب الكويتي بنشرها على صفحاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ١٢) ما عدد الحسابات التي يمتلكها الشباب الكويتي على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ١٣) ما دوافع أو أسباب استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ١٤) ما الاشباعات المتحققة لدى الشباب الكويتي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ١٥) ما هي الإيجابيات التي يراها الشباب الكويتي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ١٦) ما هي السلبيات التي يراها الشباب الكويتي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ١٧) ما هي توقعات الشباب الكويتي لمستقبل مواقع التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

سعت الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

١. توجد علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع المبحوثين.
٢. توجد علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة للمبحوثين.
٣. توجد علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين دوافع الاستخدام والاشباعات المتحققة للمبحوثين.
٤. توجد فروق ذات دالة إحصائية لدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة من استخدام هذه المواقع تعزى لـ (النوع - العمر - الكلية - الدخل - الحالة الاجتماعية).

نوع الدراسة:

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف التعرف على الأوصاف الدقيقة للظاهرة، وتسمح بدراسة عدد من المتغيرات في وقت واحد واختبار العديد من الفروض العلمية الخاصة بين هذه المتغيرات.

منهج الدراسة: استندت الدراسة الحالية لتحقيق أهدافها على المنهج الوصفي لوصف استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المختلفة المتحققة منها وتحليلها، وتم تحليل الاستخدامات ميدانياً كميًا، وعلاقتها ببعض المتغيرات.

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من الشباب الكويتي على اعتبار أن هذه الشريحة الاجتماعية تهتم اهتماما ملحوظا بما يدور حولها من أحداث وتتفاعل مع القضايا والمواضيع بشكل كبير.

عينة الدراسة: اشتملت عينة الدراسة على عدد (٤٢٠) مفردة من طلبة جامعة الكويت، جاء عدد الذكور (١٧٦) بنسبة ٤١.٩ % وعدد الإناث (٢٤٤) بنسبة ٥٨.١ % ، تم اختيارهم وفقاً لأسلوب العينة العشوائية البسيطة (Simple Random Sample) وقد تم توزيعهم حسب متغيرات الدراسة كما هو موضح في الجدول (١).

جدول رقم (١)

يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغيراتها

| المتغيرات | الفئات | العدد | النسبة المئوية |
|--------------------|--------------------|-------|----------------|
| النوع | ذكر | 176 | 41.9 |
| | أنثى | 244 | 58.1 |
| العمر | ١٨- أقل من ٢٤ سنة | 317 | 75.5 |
| | ٢٤- أقل من ٣٠ سنة | 55 | 13.1 |
| | ٣٠- أقل من ٣٥ سنة | 48 | 11.4 |
| الكلية | كليات علمية | 217 | 51.7 |
| | كليات أدبية | 203 | 48.3 |
| مستوى الدخل الشهري | ٢٠٠ دينار | 227 | 54.0 |
| | ٢٠١ - ٤٠٠ دينار | 79 | 18.8 |
| | ٤٠١ - ٦٠٠ دينار | 24 | 5.7 |
| | ٦٠١ - ٨٠٠ دينار | 20 | 4.8 |
| | ٨٠١ - ١٠٠٠ دينار | 24 | 5.7 |
| | ١٠٠١ دينار فما فوق | 46 | 11.0 |
| الحالة الاجتماعية | أعزب | 306 | 72.9 |
| | متزوج | 88 | 21.0 |
| | مطلق/أرمل | ٢٦ | ٦.٢ |

يتبين من الجدول (١) :

- بالنسبة لمتغير العمر أن النسبة الغالبة من العينة من أعمار ما بين (١٨- أقل من ٢٤ سنة) بنسبة ٧٥.٥ % ، ثم أعمار (٢٤- أقل من ٣٠ سنة) بنسبة ١٣.١ % ، فيما بلغت نسب أعمار (٣٠- أقل من ٣٥ سنة) ١١.٤ %.

- بالنسبة لمتغير نوع الكلية يظهر الجدول أن نسبة الطلبة المشاركين من الكليات العلمية بلغ ٥١.٧ % مقابل ٤٨.٣ % لطلبة الكليات الإنسانية.
- بالنسبة لمتغير مستوى الدخل الشهري يظهر الجدول أن الغالبية من عينة الدراسة بلغ الدخل الشهري لهم (٢٠٠ دينار) بنسبة ٥٤ % ، ثم مستوى الدخل الشهري (٢٠١ - ٤٠٠ دينار) بنسبة ١٨.٨ % ، ثم مستوى الدخل الشهري (١٠٠١ دينار فما فوق) بنسبة ١١ % ، فيما بلغ نسب مستويات الدخل الشهري (٤٠١ - ٦٠٠ دينار ، ٨٠١ - ١٠٠٠ دينار) ٥.٧ % ، فيما جاءت اقل النسب لمستوى الدخل (٦٠١ - ٨٠٠ دينار) بنسبة ٤.٨ % .
- بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية يظهر الجدول أن النسبة الغالبة من العينة غير متزوجون بنسبة ٧٢.٩ % ، ثم فئة المتزوجون بنسبة ٢١ % ، فيما بلغ نسب الحالة الاجتماعية (مطلق ، أرمل) ٦.٢ % .

أداة الدراسة:

اعتمد الباحث على الإستبانة (Questionnaire) كأداة رئيسة لجمع المعلومات من أفراد العينة ، وهم طلبة جامعة الكويت، وهو أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدما، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم، أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة^(١٥) وتتكون من جزأين، بحيث يخصص الأول للمتغيرات الديموجرافية، فيما يتضمن الجزء الثاني أسئلة يتم صياغتها لتحقيق الأهداف التي تسعى هذه الدراسة للوصول إليها.

صدق الاستبانة وثباتها:

أولاً: صدق القائمة Validity :

١- صدق المحكمين:

قام الباحث بحساب صدق الإستبانة حيث قام بتحكيماها لدى مجموعة من الأساتذة المختصين والخبراء في قسمي الإعلام بجامعة عين شمس وجامعة الكويت بالإضافة لمشرف الرسالة^(١٦).

٢- الاتساق الداخلي Internal Consistency:

قام الباحث بتطبيق الإستبانة على عينة استطلاعية تم اختيارها عشوائياً ، من طلاب وطالبات جامعة الكويت، وقد بلغ عدد أفراد العينة الاستطلاعية ٥٠ مفردة، وذلك بغرض حساب صدق الاتساق الداخلي، وللوقوف على مدى اتساق كل بند مع الدرجة الكلية للمجال، وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط، وقد أسفرت تلك الخطوة عن ارتباط دال لكل بند مع الدرجة الكلية، ما يشير إلى اتسام الإستبانة بدرجة مقبولة من التجانس الداخلي. ويظهر الجدول التالي النتائج :

جدول رقم (٢)
يوضح معاملات ارتباط البنود مع الدرجة الكلية لمجال دوافع استخدام مواقع التواصل
الاجتماعي
(ن = ٥٠)

| البند | درجة الارتباط | مستوى الدلالة |
|-------|---------------|---------------|
| ١ | .479** | .000 |
| ٢ | .463** | .001 |
| ٣ | .377** | .007 |
| ٤ | .349* | .013 |
| ٥ | .532** | .000 |
| ٦ | .610** | .000 |
| ٧ | .532** | .000 |
| ٨ | .466** | .001 |
| ٩ | .390** | .005 |
| ١٠ | .432** | .002 |
| ١١ | .539** | .000 |
| ١٢ | .439** | .001 |
| ١٣ | .422** | .002 |
| ١٤ | .482** | .000 |
| ١٥ | .674** | .000 |
| ١٦ | .648** | .000 |

*دال عند ٠.٠٥ - **دال عند ٠.٠١

- نتائج معاملات الارتباط في الجدول رقم (٢) والجدول (٣) تبين وجود ارتباط موجب دال بين كل استجابات المشاركين على كل بند والدرجة الكلية للمجال (دوافع الاستخدام) عند مستوى ٠.٠١ عدا البند رقم (٤) عند مستوى ٠.٠٥ .

جدول رقم (٣)
يوضح معاملات ارتباط البنود مع الدرجة الكلية لمجال الاشباكات المتحققة من استخدام
مواقع التواصل الاجتماعي
(ن = ٥٠)

| البند | درجة الارتباط | مستوى الدلالة |
|-------|---------------|---------------|
| 1 | .357* | .011 |
| 2 | .364** | .009 |
| 3 | .621** | .000 |
| 4 | .534** | .000 |
| 5 | .314* | .026 |
| 6 | .548** | .000 |
| 7 | .502** | .000 |
| 8 | .316* | .025 |
| 9 | .333* | .018 |
| 10 | .321* | .023 |
| 11 | .446** | .001 |
| 12 | .349* | .013 |
| 13 | .358* | .011 |
| 14 | .524** | .000 |
| 15 | .370** | .008 |
| 16 | .235 | .101 |

*دال عند ٠.٠٥ - **دال عند ٠.٠١

- نتائج معاملات الارتباط في الجدول رقم (٣) لمجال (الاشباكات المتحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) تبين وجود ارتباط موجب دال بين كل استجابات المشاركين على كل بند والدرجة الكلية للمجال عند مستوى ٠.٠١ بغالبية البنود وعند مستوى ٠.٠٥ بالبنود (٥، ٨، ٩، ١٠، ١٢، ١٣) ولم يصل البند (١٦) إلى مستوى الدلالة.

ثانياً : ثبات أداة الدراسة **Reliability**:

استخدم الباحث معامل ثبات ألفا كرونباخ Alpha Cronbach للتحقق من الثبات وجاءت النتائج كما بالجدول التالي :

جدول رقم (٤)
يوضح قيم المعالجة الإحصائية لمعامل الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ (ن = ٥٠)

| م | المجال | عدد البنود | قيمة ألفا كرونباخ |
|---|---|------------|-------------------|
| ١ | (دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) | ١٦ | ٠.٧٤٤ |
| ٢ | (الاشباع المتحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) | ١٦ | ٠.٨١٦ |

- يوضح جدول (٤) أن قيم معامل ألفا كرونباخ بلغ للمجال الأول (٠.٧٤٤) وللمجال الثاني بلغ (٠.٨١٦) وهي معدلات مقبولة للثبات.

المعالجات الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، بواسطة برنامج الحزمة الإحصائية (Statistical Package for the Social Sciences) والتي يرمز لها اختصاراً (SPSS) وتضمنت المعالجة الأساليب الإحصائية التالية:

- ١-مقاييس النزعة المركزية من متوسطات (Means) وانحرافات معيارية (Standard deviations).
- ٢- واختبار كاي تربيع Chi-square .
- ٣-الإحصاء الاستنتاجي للدلالة الإحصائية T – Test للمقارنة بين متغيرات الدراسة.
- ٤- التكرارات والنسب المئوية لتكرارات العينة (Frequency – Percent).
- ٥-الارتباطات (Correlation).
- ٦-تحليل التباين الأحادي (one Way ANOVA).
- ٧-اختبار LSD (أقل فرق) للبحث عن الفروق.

ملخص الدراسة

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامهم لها والاشباع التي تتحقق لهم من خلالها، مع اختبار عدد من المتغيرات الديموجرافية وعلاقتها بكثافة التعرض، وانتمت هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية.

واعتمدت الدراسة لتحقيق أهدافها على المنهج الوصفي لوصف استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المختلفة المتحققة منها وتحليلها، وتم تحليل الاستخدامات ميدانياً كميًا، وعلاقتها ببعض المتغيرات.

وكانت أهم نتائج الدراسة:

- جاء الهاتف المحمول في المرتبة الأولى للوسائل المستخدمة للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة ٩٨.١ %.
- احتل موقع الواتساب (whatsApp) على المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين على شبكة المعلومات وذلك بنسبة ٩٢.١ %.
- تشير النتائج إلى أن أهم الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي هي (الموضوعات الاجتماعية) وذلك بنسبة ٦٥ %.
- أظهرت النتائج بأن (التسلية) تعد أكثر دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بمتوسط حسابي ٢.٥٥، يليها (زيادة المعلومات حول الأخبار والموضوعات والقضايا العامة)، وذلك بمتوسط حسابي ٢.٥٣.
- أظهرت النتائج بأن (التعرف على الأخبار والأحداث الجارية) يعد أهم الاشباعات المتحققة لعينة الدراسة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- تشير النتائج الإحصائية أن أكثر إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في (وفرة المعلومات المقدمة وسرعة الوصول إليها)، وذلك بنسبة ٦٣.٨ %.
- تشير النتائج الإحصائية أن أكثر سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في (تسبب إدمانًا للعديد من المستخدمين)، وذلك بنسبة ٧٠.٧ %.

Abstract**Youth use of social networking sites and the verified reports of them Empirical Study****By Walid Salman Al-Sharrah**

This study sought to identify the Kuwaiti youth's use of social media, the motives for their use of them, and the satisfaction that they achieve through them, while examining a number of demographic variables and their relationship to the intensity of exposure, and this study belonged to descriptive studies.

To achieve its objectives, the current study relied on a descriptive approach to describe the Kuwaiti youth's use of social media sites and the various verified and analyzed reports. The uses were analyzed qualitatively and quantitatively in the field, and their relationship to some variables.

The study sample included (420) individual students from Kuwait University, the number of males was (176) at a rate of 41.9% and the number of females (244) at a rate of 58.1%. (Questionnaire) as the main tool for collecting information from respondents.

الهوامش

(1) Brook E. Foucault , Dietram A. Scheufele , web vs campus store ? why students buy text books online , The **journal of consumer marketing** , Vol.19 , 4/5 , 2002 , p. 405.

(2) Denis McQuail. **McQuail's Mass communication theory**. 5th ,London: sage publications, 2005, p.424.

(3) Brook E. Foucault , Dietram A. Scheufele. **Op.Cit**.p 405

(٤) - ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة ٦، ٢٠٠٦)، ص ٢٤٠ - ٢٤١ .

(5) Archana Tiwari. Social Networking Sites-An addiction among Youth, **Proceedings Circulation in Computer Science Make in India: An Opportunity for Sustainable Entrepreneurship Development**, 2017, .p.p:11-13.

(6) Heba Mohammad and Hatem Tamimi. Students' Perception Of Using Social Networking Websites For Educational Purposes: Comparison Between Two Arab Universities, **International Journal of Managing Information Technology (IJMIT)** Vol.9, No.2, May2017, p.p:١٣-٢٦.

(٧) ريم الجابري أحمد العزب، العلاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي تويتر ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧).

(٨) مطر على مطر، اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول القضايا الكويتية والعربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧).

(٩) رأفت مهند عبدالرزاق، عبدالرزاق الدليمي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي"دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعة كل من الموصل

والأنبار وتكرت للفترة من ٢٠١٣/٣/١ حتى ٢٠١٣/٦/١، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد: ٤٣، ملحق: ٢، ٢٠١٦.

(١٠) لميس سامى محمد، استخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباكات المتحققة، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨).

(١١) أميرة إسماعيل خالد، دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباكات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧).

(١٢) إبراهيم قائد أحمد، استخدامات الطلبة اليمنيين للفيديو والاشباكات المتحققة منه، مجلة دراسات وأبحاث - المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، (الجزائر، جامعة الجلفة، العدد: ٢٦، مارس، ٢٠١٧).

(١٣) وليد محمد عمشه، أروى ظبيان، استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لثراء منصات شبكات التواصل التفاعلية والاشباكات المتحققة: دراسة مسحية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، فلسطين، العدد: ٤٢، ٢٠١٧.

(١٤) إيمان عبدالمعزم محمد عزب، استخدامات طلاب الجامعات في مصر والسعودية لموقع تويتر والاشباكات المتحققة منه: دراسة ميدانية مقارنة عام ٢٠١٦، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٦).

(١٥) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط ٢ (القاهرة: مكتبة عالم الكتب، ٢٠٠٦) ص ٢٠٦.

(١٦) د. خالد القحص (أستاذ مساعد - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت).

د. دينا فاروق أبو زيد (أستاذ مساعد - قسم علوم الاتصال والإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس).

د. شيرين عمر (مدرس - قسم علوم الاتصال والإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس).

د. عالية المتروك (أستاذ مساعد - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت).

د. فلورا إكرام (مدرس - قسم علوم الاتصال والإعلام - بكلية الآداب - جامعة عين شمس).

د. فواز العجمي (مدرس - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت).

د. محمود الموسوي (أستاذ مساعد - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت).

د. مناور بيان الراجحي (أستاذ مساعد - رئيس قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت).

د. هبة المسلم (أستاذ مساعد - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت).

■ المراجع العربية :

١- إبراهيم قائد أحمد، استخدامات الطلبة اليمنيين للفيديو والاشباكات المتحققة منه، مجلة دراسات وأبحاث - المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، (الجزائر، جامعة الجلفة، العدد: ٢٦، مارس، ٢٠١٧).

٢- أميرة إسماعيل خالد، دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباكات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧).

٣- إيمان عبدالمعزم محمد عزب، استخدامات طلاب الجامعات في مصر والسعودية لموقع تويتر والاشباكات المتحققة منه: دراسة ميدانية مقارنة عام ٢٠١٦، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٦).

٤- رأفت مهند عبدالرزاق، عبدالرزاق الدليمي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي: دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعة كل من الموصل

- والأنبار وتكرت للفترة من ٢٠١٣/٣/١ حتى ٢٠١٣/٦/١، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد: ٤٣، ملحق: ٢، ٢٠١٦.
- ٥- ريم الجابري أحمد العزب، العلاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي تويتر ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧).
- ٦- سمير محمد حسين، بحث الإعلام ط ٢ (القاهرة: مكتبة عالم الكتب، ٢٠٠٦) ص ٢٠٦.
- ٧- لميس سامي محمد، استخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨).
- ٨- ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة ٦، ٢٠٠٦)، ص ٢٤٠ - ٢٤١.
- ٩- مطر على مطر، اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول القضايا الكويتية والعربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧).
- ١٠- وليد محمد عمشه، أروى ظبيان، استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لثراء مبتكرات شبكات التواصل التفاعلية والاشباع المتحققة: دراسة مسحية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، فلسطين، العدد: ٤٢، ٢٠١٧.

■ المراجع الأجنبية :

1. Archana Tiwari. Social Networking Sites-An addiction among Youth, **Proceedings Circulation in Computer Science Make in India: An Opportunity for Sustainable Entrepreneurship Development**, 2017, ,p.p:11-13.
2. Brook E. Foucault , Dietram A. Scheufele , web vs campus store ? why students buy text books online , **The journal of consumer marketing** , Vol.19 , 4/5 , 2002 , p. 405.
3. Denis McQuail. **McQuail's Mass communication theory**. 5th ,London: sage publications, 2005, p.424.
4. Heba Mohammad and Hatem Tamimi. Students' Perception Of Using Social Networking Websites For Educational Purposes: Comparison Between Two Arab Universities, **International Journal of Managing Information Technology (IJMIT)** Vol.9, No.2, May2017, p.p:١٣-٢٦.