

## علاقة متغيري السن والنوع بكثافة التعرض

### لمواقع التواصل الاجتماعي

(الفييس بوك- تويتر- اليوتيوب- المدونات)

دراسة مسحية

ماريان مراد أنيس\*

إشراف: أ.د. علي عجوة\*\*

د. صفوت العالم\*\*\*

#### المقدمة:

نشأت الشبكات الاجتماعية لسد فراغ اجتماعي صاحب استخدام الإنسان للحاسب الآلي في جميع أنشطته وتأثير استخدام هذا الحاسب على الحياة الاجتماعية. وتعد الشبكات الاجتماعية من أكثر المواقع التي يستخدمها الإنسان في الآونة الأخيرة مما لها من مميزات وانتشار وتفاعل.(1)

ومن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

- موقع الفييس بوك: تم إطلاق فيسبوك عام 2004، بدأت معه ظهور مرحلة جديدة من استخدامات الإنترنت حيث لم يعد وسيلة للترفيه بل وسيلة اجتماعية وسياسية قادرة على إشعال الحروب.(2) حيث أصبح الفييسبوك مكان لانتقاد الديكتاتوريات والفساد، كما يسر الفييسبوك في تنظيم الاحتجاجات في تونس وإسقاط بن علي، واستخدمت العديد الهواتف المحمولة في تصوير الاحتجاجات وإرسالها إلى محطات التلفزيون.(3) كما برز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفييسبوك كوسيلة للحصول على المعلومات على الدعم من خلال إضرابات الأطباء، إذ كان أداة للضغط على الجهات الحكومية لزيادة الإنفاق على القطاع الصحي بهدف الحصول على دعم المواطنين، إلى جانب كونه وسيلة لمتابعة وقائع الإضراب في المحافظات المختلفة. ولعب الفييس بوك دوراً أيضاً في إضرابات عدد من مصانع السكر، حيث كان الموقع أداة للتواصل مع إدارات

\* المدرس المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

\*\* الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة وعميد الكلية الأسبق.

\*\*\* الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

المصانع بشفافية، إذ نشرت من خلاله نتائج الاجتماعات والاتفاقات التي يتم التوصل لها أولاً بأول. (4)

كما أتاح الفيس بوك مزيد من الاتصال الحوارى للمنظمات، الذي لا يتوافر في الموقع الإلكتروني للمنظمة مما يدعم الثقة والولاء للمنظمة، ويخلق مجتمعاً مخلصاً Devoted Community، بالإضافة إلى السرعة الأكبر لنشر رسائل المنظمة عبر الداعمين لها على صفحاتها، فضلاً عن أي حالة تحديث لحالة المنظمة Status، وأي مشاركة أو تحميل لصور أو فيديو أو وصلات لمواقع وصفحات أخرى Links على صفحاتها الرئيسية Wall، تظهر بالتالي على صفحة معجبيها وأعضائها Fans، ومن ثم يمكن تداولها لسهولة أكبر ورؤيتها من قبل عدد أكبر. (15)

- موقع تويتر: أطلق الموقع رسمياً للمستخدمين على الإنترنت في عام 2006. (6) ومؤسس تويتر هو جالك دورسى Jack Dorsey، وهو مهندس برمجيات. (7) وظهر موقع تويتر كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة (Obvious) الأمريكية. (8) ويعد تويتر بمثابة منصة للوصول إلى للقادة والصحفيين والمدونين. (9) ووصل عدد مستخدميه إلى 500 مليون مستخدماً للشبكة في 2013. ويعتبر الموقع العاشر عالمياً على تصنيف أليسا Alexa في نوفمبر 2013. (10) ويعتبر تويتر المنافس الأكبر للفيس بوك، ويتميز بسرعة إيصال المعلومات خصوصاً الإخبارية. (11)

يعتمد على التدوين القصير فيما لا يزيد عن 140 حرفاً وإمكانية ادراج الروابط والصور والفيديوهات (12)، وبالرغم أن تويتر يقتصر على 140 حرف، إلا أن لديه طرق قصيرة وقوية لربط التغريدات بموضوعات، وأفراد ومجموعات معينة عن طريق علامة # (Hashtag) لتنظيم اهتمامهم في صورة أحداث. (13)

ويتشابه تويتر والرسائل النصية مع بعضها البعض في طول الرسالة ومضمونها. كما يعد تويتر الخدمة الأفضل والأكثر شعبية للمدونات الصغيرة، حيث تختلف المدونات الصغيرة عن المدونات من حيث طول مدة الإرسال، حيث أن العلاقة بين المدونات والمدونات القصيرة تشبه مقارنة العلاقة بين البريد الإلكتروني والرسائل النصية، واتضح أن المدونات هي أداة لتخزين البيانات والمعلومات والحديث المتناسك، في حين أن المدونات القصيرة تستخدم أكثر للكتابة عن الأفكار والتأملات السريعة. (14)

- موقع اليوتيوب: بدأ موقع يوتيوب في الظهور على شبكة الإنترنت في 15 فبراير عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين من شركة "Pay Pal" وهم " Huvley Chad" و Steve Chen و Jawed Karim عندما كان الأصدقاء الثلاثة في حفلة والتقطوا مقطع فيديو، وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم، ولم يستطيعوا إرسالها عبر البريد الإلكتروني لأنه لم يكن يقبل الملفات كبيرة الحجم، ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام ومقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت. ومنذ نشأته عام 2005 أصبح اليوتيوب الكيان الأكثر شهرة في عالم الفيديو الإلكتروني Online Video، ودخل سريعاً في قائمة أشهر عشرة مواقع إلكترونية في العالم.<sup>(15)</sup>

كما أصبحت العديد من الوسائل الإعلامية تستخدم اليوتيوب كمنابر إضافية لها للوصول لجمهورها المستهدف، فمثلاً لقناة الجزيرة وصحيفة القدس العربي مساحة خاصة على اليوتيوب تبث كل منهما فيها أعمالها بالإضافة لمواقعها، وتقوم قنوات فضائية وشبكات تليفزيونية شهيرة بنفس الشيء مثل السي بي سي.<sup>(16)</sup>

- المدونات: هي وسيلة للتواصل يعبر فيها الأفراد بحرية وإن كان يغلب عليها الطابع السياسي والاجتماعي. وبالتالي يمكن القول إنه في ظل غياب أو ضعف تواجد المؤسسات الرسمية بتجمعاتها المختلفة استطاع الأفراد أن يشكلون عالماً خاصاً بهم معلنين استقلالهم الجزئي عن العالم الاتصالي الذي يعيشون فيه<sup>(17)</sup> حيث أصبحت المدونات منبراً للحديث حول القضايا التي تؤثر على حياة الأفراد وأصبحت وسيلة للتعبير عن الذات.<sup>(18)</sup>

وتعتمد المدونات على أسلوب الكتابة غير الرسمية والشخصية.<sup>(19)</sup> ولكن أصبحت المدونات أكثر انخراطاً في النزاعات القانونية مثل قضايا التشهير وانتهاك الخصوصية.<sup>(20)</sup>

ويوصف المدونون بأنهم (مؤرخو العصر) من خلال توثيقهم أول تفاصيل الأحداث التي تقع في العالم، من خلال ما يكتبه كل مدون عما يحدث في ما حوله وفي بلده ويعطيها للآخرين لحظة بلحظة.<sup>(21)</sup> وتعتمد المدونات على لغة أقرب لثقافة المتلقي العادي ومن أشهر المدونات بهية، ومنال وعلاء، والوعي المصري، والقرموطي، ونورا يونس.<sup>(22)</sup> ويظل هناك خلاف محتدم حول هل يمكن اعتبار

المدون صحفي. (23) وبينت إحدى الدراسات أن 83% من الصحفيين يستخدمون المدونات. (24)

وهناك استخدامات عديدة لمواقع التواصل الاجتماعي، فتستخدم للتواصل الشخصي، وهو الأكثر شيوعاً، ولعل الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف الاتصال الشخصي بين الأصدقاء، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة.

وهناك استخدامات تعليمية، حيث تساعد الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني من خلال المشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم، بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور، وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب للتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي.

كما تستخدمها الجهات الحكومية، حيث اتجهت الكثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها. ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيداتها، ونشر التعليمات والاجراءات، والتواصل مع المسئول مباشرة وإبداء الملاحظات والمقترحات.

إلى جانب الاستخدامات إخبارية، فقد أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدراً أصيلاً من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، لا احترافية وليست لاستخدامات سياسية أو دعائية. (25)

كما استخدمت في أوقات الأزمات، فأصبح الشباب يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بكثافة عالية في أوقات الأزمات، والتي يعتبرها بمثابة مصدر رئيسي للمعلومات. (26)

واستخدامتها الأجهزة الرسمية للتواصل مع المواطنين ، وكثفت من التواجد على الشبكات الاجتماعية من "اليوتيوب" و"الفيس بوك" و "تويتر" و "فليكر"، مع تخصيص حسابات على تلك المواقع لكل الأجهزة الرسمية والسفارات والمتحدثين الرسميين، بالإضافة إلى الدبلوماسيين كأشخاص يشاركون بالتفاعل عبر حساباتهم وبلغه البلد. (27)

واستخدامتها أيضا الشركات والقنوات، حيث توفر مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك الفرصة للقنوات للتعامل أكثر عمقاً مع جمهورها. وقد أدخلت بي بي سي BBC وغيرها لوحات داخلية لقياس المشاركة في صفحاتها على الفيس بوك وتويتر، ومن المفيد تمكن الفريق الذي يدير الصفحات الاجتماعية من الدخول إلى تلك اللوحات ومتابعتها. وينبغي على الفريق مراقبة كل المشاركات لغرض إجراء تحليل نوعي لما يقوله الجمهور، لكي تتجلى صورة أمام الفريق إذا كانت الاستراتيجية المتابعة ناجحة أم ينبغي إجراء بعض التغييرات عليها. (28)

#### مشكلة الدراسة:

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على التأثير الذي يحدثه السن والنوع على استخدام المواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب، المدونات).

#### الدراسات السابقة:

أجريت العديد من الدراسات السابقة عن مواقع التواصل الاجتماعي:

سعت دراسة إيمان محمد حسني عام 2013 إلى الكشف عن مدى توافق عملية التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي. اعتمدت الدراسة على عينة مكونة من 400 طالب (200 من الكليات النظرية و200 من الكليات العملية). واثبتت النتائج وجود ارتباط موجب شديد الدلالة بين مدى تقدير الشباب المصري الجامعي للصفحات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الاتجاهات التعصبية لدى المبحوثين، كما اثبتت وجود ارتباط موجب شديد الدلالة بين نوعية مصادر الاتجاهات التعصبية لدى المبحوثين بمكوناتها الثلاث المعرفي والوجداني والسلوكي. (29)

وهدفت دراسة نصر الدين ومريم صالح عام 2013 إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الواقع السياسي. أجريت الدراسة على عينة من أساتذة إعلام. وتوصلت الدراسة أن 80% من المبحوثين يرون أن الإعلام الجديد يهتم بالقضايا السياسية، 68% يتفاعلون مع المعلومات التي يتلقونها من الإعلام الجديد، 72% يرون أن الإعلام الجديد لعب دور في توعية الإعلام العربي بالقضايا السياسية. (30)

وسعت دراسة أشرف جلال حسن محمد عام 2012 للإجابة على سؤال أساسي وهو ما طبيعة وحدود والتأثير الذي قامت به الشبكات الاجتماعية في تشكيل

الرأي العام العربي نحو الثورات العربية؟. اعتمدت الدراسة على منهج المسح على عينة عشوائية متعددة المراحل حجمها 500 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج: هناك تهديد حقيقي للوسائل التقليدية التي ثبت عجزها وفشلها بدرجات مختلفة - سواء كانت خاصة أو حكومية - وخاصة مع تطور الشبكات الاجتماعية بوجه خاص والمضمون المرتكز علي المتلقي بوجه عام. وجود أثر للنوع والجنسية في استخدام الأفراد للشبكات الاجتماعية والاعتماد عليه في تكوين آرائهم في حين لم يثبت وجود فروق ترجع للسن أو التعليم. وجود علاقة بين الشبكة التي يستخدمها الأفراد ومستوى التفاعل أو الايجابية في استخدام الشبكة. وجود علاقة بين الاعتماد علي الشبكات الاجتماعية والاتجاه نحو الثورات العربية. وجود توافق كبير بين الذكور والإناث في ترتيبهم للوسائل التي اعتمدوا عليها في تكوين آرائهم عن الثورات العربية. (31)

واهتمت دراسة بسام عبد الستار عام 2012 بالتعرف على أبعاد التنشئة السياسية لدى المراهقين، أجريت دراسة تحليلية على عينة من موقع الصحفتين الأهرام و المصري اليوم من ديسمبر 2010 إلى نهاية فبراير 2011 وعينة عمدية قوامها 400 مفردة ممن تتراوح أعمارهم بين 18-21 عام. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نقل الأحداث بشكل فوري ولحظي جاءت في مقدمة المميزات التي تفضلها عينة الدراسة بنسبة 74.8% يليها استخدام لقطات الفيديو بنسبة 69.8%، جاءت إتاحة الفرصة للقراء للتعبير عن آرائهم في الأحداث الجارية في المرتبة الأولى بنسبة 83.8% كأحد الاسهامات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية في مجال التنشئة السياسية، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مناقشة ما تطلعه العينة في الصحف الإلكترونية وكل من البعدين المعرفي والسلوكي للتنشئة السياسية. (32)

كما سعت دراسة عالية أحمد عبد العال عام 2012 إلى الوقوف على دور مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في تعبئة الاحتجاجات الإلكترونية في محاولة لإثراء التراث النظري في فهم آليات وميكانزمات التحرك عبر هذه الشبكات. اعتمدت الدراسة على منهج البحث وأجريت الدراسة على عينة قوامها 200 مفردة من الأفراد المشاركين في مظاهرات التحرير في الذكرى الأولى للثورة، وعينه القائمين بالاتصال من بعض القائمين على صحفات الفييس بوك "الأدمن" وهم كالاتي: صفحة حركة كفاية وصفحة حركة 6 إبريل وصفحة الجمعية الوطنية للتغيير وتم الترميز لها وصفحة أبناء مبارك وتم الترميز لها. وتبين أن الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والفييس بوك على وجه التحديد هي الوسائل الأهم في التعرف

على الحركات الإحتجاجية، وذلك للثقة في مصداقية الصفحات وللقائمين عليها "الأدمن". توصل البحث إلى أن ما يقرب من 70% من المشاركين الفعليين في الوقفات الإحتجاجية، شاركوا كرد فعل لتعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي. أكد 61% أن لصفحات التواصل الاجتماعي دوراً في حشد الإحتجاجات الجماهيرية. ويعد النقل الحي المباشر من مكان الأحداث أكثر الوسائل تأثيراً عليهم في صفحات التواصل الاجتماعي، علاوة على قوة الموضوعات المطروحة على الصفحات والصور ومقاطع الفيديو والتعليقات المعبرة. يعد الإمداد بالمعلومات والتعريف بأماكن المظاهرات من أهم الأدوار التي تؤديها شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر العينة. أجمع أكثر من نصف العينة على إقبالهم لتصوير الأحداث كدليل وشهادة على صدقها. (33)

كما هدفت دراسة ماجدلينا وجيزياك Wojcieszak Magdalena عام 2012 لمعرفة استخدام وسائل الإعلام الجديدة لدى الشباب الإيراني في عام 2011. تلعب وسائل الإعلام الجديدة تلعب دوراً حاسماً في إيران وتعمل على تبادل الآراء حول القضايا السياسية الملحة ولاسيما من خلال عملية تعبئة وساعة النطاق في المنطقة. كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً محورياً في تشكيل المناقشات السياسية حول الديمقراطية والحقوق المدنية، وتجعل وسائل الإعلام الجديدة السياسيين أكثر استجابة. (34)

وسعت دراسة جينسي ون Jingsi Wn عام 2009 إلى دراسة تعرض الشباب للفييس بوك والمشاركة السياسية. وتبين من الدراسة ما يلي: يمكن الفييس بوك الشباب من تبادل آرائهم السياسية، وجعلهم أكثر نشاطاً سياسياً وتعزيز قدراتهم السياسية. وتمت مشاهدة خطاب أوباما على اليوتيوب أكثر من 3.4 مليون مرة. (35)

كما هدفت دراسة ماثيو كوشين و ماسهيرو ياماموتو Matthew Kushin and Masahir Yamamoto عام 2009 إلى استكشاف دور الإعلام الاجتماعي في التأثير على عملية اتخاذ القرارات السياسية لدى طلبة الجامعات. وتبين من نتائج الدراسة: تستخدم الإنترنت منذ ظهورها لأغراض سياسية. وأن مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع تفاعلية وأصبحت شعبية للغاية. كما يوفر الإنترنت للأفراد قنوات جديدة للحصول على المعلومات السياسية. توفر مواقع التواصل الاجتماعي للشباب وسيلة للمشاركة الديمقراطية. وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واتخاذ القرارات السياسية لدى شباب الجامعة. (36)

### الإطار النظري للدراسة:

#### نظرية الاستخدامات والإشباع التفاعلية:

النظرية المستخدمة في هذه الدراسة هي نظرية الاستخدامات والإشباع التفاعلية وهي النظرية التي أشار إليها شيام ساندر Shyham Sundar وأنطوني لمبروس Anthony Limperos في ديسمبر 2013، وتتعلق هذه النظرية من فرضية رئيسية مؤداها أن وسائل الإعلام الجديدة بفضل ما لها من قدرات تكنولوجية متطورة أصبحت هي التي تخلق الاحتياجات لأنها بتوفيرها لإشباع معينة لم يكن المتلقي يعلم بها تخلق لديه احتياجات دائمة وهو ما يختلف عن المفهوم القديم لمدخل الاستخدامات والإشباع U&G Approach والذي كان يقوم على فكرة أن المتلقي يكون لديه احتياجات معينة يبحث عن إشباعها عبر وسائل الإعلام التقليدية.<sup>(37)</sup>

#### فرض الدراسة:

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن والنوع وكثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفايس بوك- تويتر- المدونات- اليوتيوب).

#### الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية ولا تقف عند حدود الوصف والتشخيص، بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها.<sup>(38)</sup> حيث تسعى الدراسة إلى وصف وتحليل العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمتغيري السن والنوع.

منهج الدراسة: المنهج المسحي، ويعتبر منهج المسح مساعداً على جمع بيانات كمية تتعلق بمجموعة المتغيرات التي تسعى الدراسة لوصف علاقتها ببعضها البعض.<sup>(39)</sup>

أدوات جمع البيانات : استمارة الاستبيان.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من 500 مفردة من الشباب المصري من الذكور والإناث وترواحت أعمارهم من 18 لـ 35 سنة مقسمين إلى ثلاث فئات ( من 18 لأقل من 24 سنة- ومن 24 لأقل من 30 سنة- ومن 30 لأقل من 35 سنة).



## علاقة متغيري السن والنوع بكثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

نوع العينة: عينة متاحة من الشباب الجامعي المصري.

وسوف نستعرض فيما يلي نتائج الدراسة:

أولاً: تأثير متغير السن على كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك- تويتر- المدونات- اليوتيوب):

- تأثير متغير السن على كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك":

الإجمالي		كثافة التعرض للفيس بوك						السن
		كثيفي التعرض		متوسطي التعرض		قليلي التعرض		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
51	255	65.5	167	29.8	76	4.7	12	من 18 لأقل من 24 سنة
31.6	158	54.4	86	39.2	62	6.3	10	من 24 لأقل من 30 سنة
17.4	87	49.4	43	43.7	38	6.9	6	من 30 سنة إلى 35 سنة
100	500	59.2	296	35.2	176	5.6	28	الإجمالي

- بلغت كما 9.110 بدرجة حرية 4 بمستوى معنوية 0.05 اذن توجد علاقة بقوة بلغت 0.134

تبين وجود علاقة بين كثافة التعرض للفيس بوك وبين سن المبحوث ( من 18 لأقل من 24 سنة، ومن 24 لأقل من 30 سنة، ومن 30 لأقل من 35 سنة.

يبين الجدول ارتفاع نسبة كثيفي التعرض للفيس بوك بأعلى نسبة عن متوسطي وقليلي التعرض، حيث بلغ نسبة كثيفي التعرض 59.2% ، ومتوسطي التعرض 35.2%، وقليلي التعرض 5.6%.

بالنسبة لقليلي التعرض: جاءت الفئة العمرية من ( 30 لأقل من 35 سنة ) أعلى نسبة بنسبة 6.9% ، يليها الفئة العمرية من ( 24 لأقل من 30 سنة ) بنسبة 6.3% ، ثم الفئة العمرية من ( 18 لأقل من 24 سنة ) بنسبة 4.7% مما يعني أنه كلما زاد سن المبحوث كلما قل تعرضه للفيس بوك.

أما بالنسبة لمتوسطي التعرض: جاءت الفئة العمرية من ( 30 لأقل من 35 سنة ) أعلى نسبة بنسبة 43.7%، يليها الفئة العمرية من ( 24 لأقل من 30 سنة ) بنسبة 39.2%، ثم الفئة العمرية من ( 18 لأقل من 24 سنة ) بنسبة 29.8%.

## علاقة متغيري السن والنوع بكثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

وبالنسبة لكثيفي التعرض: جاءت الفئة العمرية من ( 18 لأقل من 24 سنة) أعلى نسبة بنسبة 65.5% يليها الفئة العمرية من ( 24 لأقل من 30 سنة) بنسبة 54.4% يليها الفئة العمرية من ( 30 لأقل من 35 سنة ) بنسبة 49.4%، مما يعني أنه كلما صغر سن المبحوق كلما زادت كثافة تعرضه للفييس بوك.

### - تأثير متغير السن على كثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي " تويتر":

الإجمالي	كثافة التعرض لتويتر						السن	
	كثيفي التعرض		متوسطي التعرض		قليلي التعرض			
	%	ك	%	ك	%	ك		
51	255	5.9	15	10.6	27	83.5	213	من 18 لأقل من 24 سنة
31.6	158	5.7	9	7.6	12	86.7	137	من 24 لأقل من 30 سنة
17.4	87	8.0	7	6.9	6	85.1	74	من 30 سنة إلى 35 سنة
100	500	6.2	31	9.0	45	84.8	424	الإجمالي

بلغت كا2 2.190 بدرجة حرية 4 بمستوى معنوية 0.701... اذن لا توجد علاقة

تبين من الجدول السابق عدم وجود علاقة بين كثافة التعرض لتويتر ومتغير السن.

يتضح من الجدول السابق ارتفاع نسبة قليلي التعرض لتويتر بدرجة كبيرة للغاية عن متوسطي وكثيفي التعرض، حيث بلغت نسبة قليلي التعرض 84.8%، ونسبة متوسطي التعرض 9%، وكثيفي التعرض 6.2%.

أما بالنسبة لقليلي التعرض: جاءت الفئة العمرية من ( 24 لأقل من 30 سنة) كأعلى فئة بنسبة 86.7% يليها الفئة العمرية من ( 30 لأقل من 35 سنة) بنسبة 85.1% ثم الفئة العمرية من ( 18 لأقل من 24 سنة) بنسبة 83.5%.

وبالنسبة لمتوسطي التعرض: جاءت الفئة العمرية من ( 18 لأقل من 24 سنة) كأعلى فئة بنسبة 10.6%، يليها الفئة العمرية من ( 24 لأقل من 30 سنة) بنسبة 7.6%، ثم الفئة العمرية من ( 30 لأقل من 35 سنة) بنسبة 6.9%.

علاقة متغيري السن والنوع بكثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

- تأثير متغير السن على كثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي " المدونات":

الإجمالي	كثافة التعرض للمدونات						السن	
	كثيفي التعرض		متوسطي التعرض		قليلي التعرض			
	ك	%	ك	%	ك	%		
51	255	7.1	18	6.7	17	86.3	220	من 18 لأقل من 24 سنة
31.6	158	6.3	10	6.3	10	87.3	138	من 24 لأقل من 30 سنة
17.4	87	8.0	7	9.2	8	82.8	72	من 30 سنة إلى 35 سنة
100	500	7.0	35	7.0	35	86.0	430	الإجمالي

بلغت 220 1.122 بدرجة حرية 4 بمستوى معنوية 0.891... إذن لا توجد علاقة

تبين عدم وجود علاقة بين كثافة التعرض للمدونات ومتغير السن. ويتضح من الجدول السابق ارتفاع نسبة قليلي التعرض بدرجة كبيرة للغاية عن متوسطي وكثيفي التعرض. فقد بلغت نسبة قليلي التعرض 86%، وتساوت نسبة متوسطي وكثيفي التعرض وبلغت نسبتهم 7%.

وبالنسبة لقليلي التعرض: جاءت أعلى نسبة للفئة العمرية (من 24 لأقل من 30 سنة) بنسبة 87.3%، يليها الفئة العمرية من (18 لأقل من 24 سنة) بنسبة 86.3%، ثم الفئة العمرية (من 30 سنة إلى 35 سنة) بنسبة 82.8%.

أما بالنسبة لمتوسطي التعرض: جاءت الفئة العمرية من (30 سنة إلى 35 سنة) كأعلى فئة بنسبة 9.2%، يليه الفئة العمرية من (18 لأقل من 24 سنة) بنسبة 6.7%، ثم الفئة العمرية من (24 لأقل من 30 سنة) بنسبة 6.3%.

وبالنسبة لكثيفي التعرض: جاءت الفئة العمرية من (30 إلى 35 سنة) كأعلى فئة بنسبة 85%، يليها الفئة العمرية من (18 لأقل من 24 سنة) بنسبة 7.1%، ثم الفئة العمرية من (24 لأقل من 30 سنة) بنسبة 6.3%.

- تأثير متغير السن على كثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب":

الإجمالي	كثافة التعرض لليوتيوب						السن	
	كثيفي التعرض		متوسطي التعرض		قليلي التعرض			
	ك	%	ك	%	ك	%		
51	255	43.1	110	45.1	115	11.8	30	من 18 لأقل من 24 سنة
31.6	158	37.3	59	46.8	74	15.8	25	من 24 لأقل من 30 سنة
17.4	87	41.4	36	33.3	29	25.3	22	من 30 سنة إلى 35 سنة
100	500	41.0	205	43.6	218	15.4	77	الإجمالي

## علاقة متغيري السن والنوع بكثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

بلغت كا2 11.146 بدرجة حرية 4 بمستوى معنوية 0.025... اذن توجد علاقة وبلغت قوتها 0.148

تبين وجود علاقة بين متغير السن وبين كثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي " اليوتيوب". ويتبين من الجدول السابق ارتفاع نسبة متوسطي التعرض عن كثيفي وقليلي التعرض. حيث بلغت نسبة متوسطي التعرض 43.6% يليها كثيفي التعرض بنسبة 41% ثم قليلي التعرض بنسبة 15.4%.

بالنسبة لقليلي التعرض فجاءت الفئة العمرية من (30 إلى 35 سنة) كأعلى فئة بنسبة 25.3% يليها الفئة العمرية من (24 لأقل من 30 سنة) بنسبة 15.8% ثم الفئة العمرية من (18 لأقل من 24 سنة) بنسبة 11.8%.

أما بالنسبة لمتوسطي التعرض: فجاءت الفئة العمرية من (24 لأقل من 30 سنة) كأعلى فئة بنسبة 46.8%، يليها الفئة العمرية من (18 لأقل من 24 سنة) بنسبة 45.1%، ثم الفئة العمرية من (30 إلى 35 سنة) بنسبة 33.3%.

وبالنسبة لكثيفي التعرض: فجاءت الفئة العمرية من (18 لأقل من 24 سنة) كأعلى فئة بنسبة 43.1% يليها الفئة العمرية من (30 إلى 35 سنة) بنسبة 41.4%، ثم الفئة العمرية من (24 لأقل من 30 سنة) بنسبة 37.3%.

ثانياً: تأثير متغير النوع على كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك- تويتر- المدونات- اليوتيوب):

- تأثير متغير النوع على كثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك":

الإجمالي	كثافة التعرض للفييس بوك								النوع
	كثيفي التعرض		متوسطي التعرض		قليلي التعرض				
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
43	215	51.6	111	40.0	86	8.4	18	18	ذكر
57	285	64.9	185	31.6	90	3.5	10	10	أنثى
100	500	59.2	296	35.2	176	5.6	28	28	الإجمالي

بلغت كا2 11.298 بدرجة حرية 2 بمستوى معنوية 0.004.. اذن توجد علاقة وبلغت قوة العلاقة 0.149

## علاقة متغيري السن والنوع بكثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

تبين وجود علاقة بين كثافة التعرض للفيس بوك ونوع المبحوث ( ذكر، أنثى). ويتبين من الجدول السابق ارتفاع نسبة كثيفي التعرض عن متوسطي وقليلي التعرض، حيث بلغت نسبة كثيفي التعرض 59.2% يليها متوسطي التعرض بنسبة 35.2% ثم قليلي التعرض بنسبة 5.6%.

واتضح أن قليلي التعرض من الذكور بلغ 8.4% ومن الإناث بلغ 3.5%، أما متوسطي التعرض من الذكور بلغ 40% ومن الإناث بلغ 31.6%، وكثيفي التعرض من الذكور بلغ 51.6% ومن الإناث 64.9%، و نلاحظ ارتفاع نسبة الذكور في قليلي ومتوسطي التعرض، بينما ارتفعت نسبة الإناث في كثيفي التعرض.

- تأثير متغير النوع على كثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي " تويتر":

النوع	كثافة التعرض لتويتر						الإجمالي
	قليلي التعرض		متوسطي التعرض		كثيفي التعرض		
	ك	%	ك	%	ك	%	
ذكر	183	85.1	23	10.7	9	4.2	215
أنثى	241	84.6	22	7.7	22	7.7	285
الإجمالي	424	84.8	45	9.0	31	6.2	500

بلغت كا 3.680 بدرجة حرية 2 بمستوى معنوية 0.159 ... اذن لا توجد علاقة

تبين عدم وجود علاقة بين كثافة التعرض لتويتر ونوع المبحوث. ويتبين من الجدول السابق ارتفاع نسبة قليلي التعرض بدرجة كبيرة للغاية عن متوسطي وقليلي التعرض، حيث بلغت نسبة قليلي التعرض 84.8% يليها متوسطي التعرض بنسبة 9% ثم كثيفي التعرض بنسبة 6.2%.

واتضح أن قليلي التعرض من الذكور بلغ 85.1% ومن الإناث بلغ 84.6 بفارق 0.5. واتضح أن متوسطي التعرض من الذكور بلغ 10.7% ومن الإناث بلغ 7.7%. وكثيفي التعرض من الذكور بلغ 4.2% ومن الإناث بلغ 7.7%.

- تأثير متغير النوع على كثافة التعرض للمدونات:

الإجمالي	كثافة التعرض للمدونات						النوع	
	كثيفي التعرض		متوسطي التعرض		قليلي التعرض			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
43	215	6.5	14	8.8	19	84.7	182	ذكر
57	285	7.4	21	5.6	16	87.0	248	أنثى
100	500	7.0	35	7.0	35	86.0	430	الإجمالي

بلغت كا2 2.027 بدرجة حرية 2 بمستوى معنوية 0.363... اذن لا توجد علاقة

تبيين عدم وجود علاقة بين كثافة التعرض للمدونات ونوع المبحوث. يتبين من الجدول السابق ارتفاع نسبة قليلي التعرض عن متوسطي وكثيفي التعرض، حيث بلغت نسبة قليلي التعرض 86% يليها بنسبة متساوية متوسطي وكثيفي التعرض بنسبة 7%.

واتضح أن قليلي التعرض من الإناث ارتفعت نسبتهم عن الذكور، حيث بلغت نسبة الإناث 87% وبلغت نسبة الذكور 84.7%. أما بالنسبة لمتوسطي التعرض من الذكور بلغت نسبتهم 8.8% وبلغت نسبة الإناث 5.6%. أما بالنسبة لكثيفي التعرض فقد ارتفعت نسبة الإناث عن الذكور، حيث بلغت نسبة الإناث 7.4% ونسبة الذكور 6.5%.

- تأثير متغير النوع على كثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي " اليوتيوب":

الإجمالي	كثافة التعرض لليوتيوب						النوع	
	كثيفي التعرض		متوسطي التعرض		قليلي التعرض			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
43	215	36.3	78	50.2	108	13.5	29	ذكر
57	285	44.6	127	38.6	110	16.8	48	أنثى
100	500	41.0	205	43.6	218	15.4	77	الإجمالي

- بلغت كا2 6.751 بدرجة حرية 2 بمستوة معنوية 0.034... اذن توجد علاقة وبلغت قوتها 0.115

تبيين وجود علاقة بين متغير النوع وبين كثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب. ويتبين من الجدول السابق ارتفاع نسبة متوسطي التعرض يليها كثيفي التعرض ثم قليلي التعرض، حيث بلغت نسبة متوسطي التعرض 43.6% يليها كثيفي التعرض بنسبة 41% ثم قليلي التعرض بنسبة 15.4%.

بالنسبة لقليلي التعرض: تفوقت نسبة الإناث عن الذكور، حيث بلغت نسبة الذكور 16.8% وبلغت نسبة الإناث 13.5%. أما بالنسبة لمتوسطي التعرض: فتفوقت نسبة الذكور عن الإناث، وبلغت نسبة الذكور 50.2% ونسبة الإناث 38.6%. أما بالنسبة لكثيفي التعرض: فتفوقت نسبة الإناث عن الذكور، فبلغت نسبة الإناث 44.6% وبلغت نسبة الذكور 36.3%.

### النتائج العامة للدراسة:

- وجود علاقة بين سن المبحوث وكثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك".
- تبين عدم وجود علاقة بين سن المبحوث وكثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي " تويتر".
- تبين عدم وجود علاقة بين سن المبحوث وكثافة التعرض للمدونات.
- تبين وجود علاقة بين سن المبحوث وبين موقع التواصل الاجتماعي " اليوتيوب".
- تبين وجود علاقة بين النوع وبين كثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك".
- تبين عدم وجود علاقة بين النوع وبين كثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر".
- تبين عدم وجود علاقة بين النوع وبين كثافة التعرض للمدونات.
- تبين وجود علاقة بين النوع وبين كثافة التعرض لليوتيوب.
- نلاحظ أنه وجدت علاقة بين السن والنوع وبين كثافة التعرض للفيس بوك واليوتيوب، ونلاحظ عدم وجود علاقة بين السن والنوع وكثافة التعرض لتويتر والمدونات. أذن للسن والنوع تأثير على كثافة التعرض للفيس بوك واليوتيوب.

### قائمة المراجع

- 1- أماني جمال مجاهد. "استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمة مكتبية متطورة " ، مجلة دراسات المعلومات، كلية الآداب جامعة المنوفية، ع 8، مايو 2010، ص 1-8
- 2- جمال مختار. **حقيقة الفيس بوك عدو أم صديق**. (القاهرة: غير مذكور دار النشر، 2008). ص213، 83
- 3- i Ziccardi ,Giovanni. "**Resistance, Liberation Technology and Human Rights in Digital Age**". (New York:Springer,2012).p 304
- 4- حسنين شفيق. مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر للتغطية الإعلامية. مرجع سابق. ص120
- 5- هناء حمدي أحمد بيومي. استخدام المنظمات غير الربحية المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية كيفية. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2017) ص81
- 6- تقرير صادر عن مجلس الوزراء المصري، مركز المعلومات ودعم واتخاذ القرار، تقارير معلوماتية ، " من الإنترنت إلى ميدان التحرير...25 يناير من واقع الفيس بوك وتويتر، السنة الخامسة، ع35، مايو 2011، ص9
- 7- حسنين شفيق. **مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر للتغطية الإعلامية**. (القاهرة: دار فكر وفن، 2014). ص153
- 8- تقرير صادر عن مجلس الوزراء المصري، مرجع سابق، ص9
- 9- مفيدة بلهامل. " الإعلام الجديد، مصطلحات، مفاهيم ونماذج ""، المؤتمر الدولي الثاني، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر: التحديات والفرص، جامعة محمد خيضر بسكرة، 25-26 نوفمبر 2014، ص18، متاح على -<https://drive.google.com/file/d/0B-CjCqiFCImBcFRQNmQ0NVJGeDg/edit?pli=1> ص19
- 10- وسام كمال. **الإعلان الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي**. (القاهرة: دار فجر للنشر والتوزيع، 2014). ص52
- 11- ميرهان محمد هشام أحمد أبو الفتوح. أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على الثقافة السياسية في مصر: دراسة حالة للجامعات المصرية. رسالة ماجستير غير منشورة. ( القاهرة: قسم العلوم السياسية كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة، 2017). ص39
- 12- Joseph, Sarah. "Social Media, Political Change, and Human Rights" **Boston College International & Comparative Law Review**, vol.85: 145,2012.p148
- 13- راي بوينتر. **أدوات باحثي السوق وتقنياتهم**. ط1. (القاهرة: عالم الكتب، 2013) ص 264
- 14- ديراج ميرثي. ترجمة: محمد عبد الحميد مهران. **تويتر- التواصل الاجتماعي في عصر تويتر**. (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2014).. ص21، 16، 47، 23، 49



- 15- محمد فتحي توفيق الصانع. استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب Youtube والاشباعات المتحققة منه. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2015) ص57، 58
- 16- حسنين شفيق. مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر للتغطية الإعلامية. مرجع سابق. ص174، 176، 177، 179
- 17- أشرف جلال حسن. " أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية"، المؤتمر العلمي الأول " الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ج1، فبراير 2009. ص484، 485
- 18- Smith, Brian. "[The Evolution of the Blogger: Blogger Considerations of Public Relations Content in the Blogosphere](http://citation.allacademic.com/meta/p370425_index.html)" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Sheraton Boston, Boston, MA, Aug 05, 2009, p22, available at [http://citation.allacademic.com/meta/p370425\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p370425_index.html)
- 19- Bakker, Tom., Schoenbach, Klaus. and De Vreese, Claes. "[What's Journalism Got to Do With It? Political Blogs and Bloggers](http://citation.allacademic.com/meta/p404395_index.html)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore, Jun 22, 2010, p2, available at [http://citation.allacademic.com/meta/p404395\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p404395_index.html)
- 20- Sang, Yoonmo. and Anderson, Jonathan. "[Bloggers' Libel Liability: A Comparative Analysis of South Korea and the United States](http://citation.allacademic.com/meta/p491513_index.html)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, May 25, 2011, p24, available at [http://citation.allacademic.com/meta/p491513\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p491513_index.html)
- 21- جمعة محمد عبدالله الهيبي. "اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأحداث الجارية في العراق". رسالة غير منشورة (القاهرة: الدراسات الإعلامية معهد البحوث والدراسات العربية جامعة الدول العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2010)
- 22- مصطفى الضبع. "الإعلام الإلكتروني المصري" مؤتمر أدباء مصر، الدورة الحادية والعشرين، سوهاج، ديسمبر 2006، ص25، 27
- 23- Lee, Shin Haeng. "[Defining Journalists: The Application of the Definition of Journalist to Bloggers](http://citation.allacademic.com/meta/p491513_index.html)" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass

**Communication**, Sheraton Boston, Boston, MA, Aug 05, 2009,p3,  
available at [http://citation.allacademic.com/meta/p376490\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p376490_index.html)

24- Farrell,Henry.and Drezner,Daniel. **The Power and Politics of Blogs.**  
Public Choice, 2008, VOL134,p28

- 25- ميرهان محمد هشام أحمد أبو الفتوح. مرجع سابق. ص36، 37
- 26- سالي محمد بركات. اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراكهم لخصائص الشخصية المصرية. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2016) ص180
- 27- يسرا حسني عبد الخالق. " الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على الفيس بوك: دراسة تحليلية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع 49، أكتوبر - ديسمبر 2014. ص336
- 28- حسنين شفيق. مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر للتغطية الإعلامية. مرجع سابق. ص84- 87
- 29- إيمان محمد حسني ، " التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقته بالاتجاهات التعصبية لدى الشباب المصري " ، **المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر، "الإعلام وثقافة الديمقراطية "** كلية الإعلام جامعة القاهرة، 23-25 إبريل 2013.
- 30- نصر الدين ومريم صالح ، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الواقع السياسي العربي: دراسة على عينة من أساتذة كليات الإعلام في الفترة من فبراير 2012- فبراير 2013 " ، " **المؤتمر العلمي الدولي الأول،"المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي "** ، كلية الإعلام جامعة الأزهر، 13 – 16 إبريل 2013
- 31- أشرف جلال حسن محمد، " دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في (مصر-تونس- ليبيا- سوريا- اليمن )" **المؤتمر العلمي الثامن عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة،الإعلام وبناء الدولة الحديثة،القاهرة 1-2 يوليو2012**، ص ص 387- 436.
- 32- بسام عبد الستار محمد سليمان. " العلاقة بين تعرض المراهقين للصحف الإلكترونية المصرية و أبعاد التنشئة السياسية لديهم". رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: قسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس،2012).
- 33- عالية أحمد عبد العال، " شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الحركات الاحتجاجية الجماهيرية " ، **المؤتمر السنوي الأول "مستقبل الإعلام بعد الثورات العربية"** جامعة الأهرام الكندية، 19-21مارس 2012.
- 34- Wojcieszak, Magdalena. **"Will Politics be Tweeted? New Media Use by Iranian Youth in 2011"** Paper presented at the annual meeting of the **International Communication Association**, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012 ,available at [http://citation.allacademic.com/meta/p555150\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p555150_index.html)

- 35- Wu, Jingsi. "[Facebook Politics: An Exploratory Study of American Youth's Political Engagement During the 2008 Presidential Election](#)" Paper presented at the annual meeting of the **International Communication Association**, Marriott, Chicago, IL, May 20, 2009 Online ,available at [http://citation.allacademic.com/meta/p299117\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p299117_index.html)
- 36- Kushin, Matthew. and Yamamoto, Masahiro. "Did Social Media Really Matter? College Students' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election" Paper presented at the annual meeting of the **Association for Education in Journalism and Mass Communication**, Sheraton Boston, Boston, MA, Aug 05, 2009 ,available at [http://citation.allacademic.com/meta/p375251\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p375251_index.html)
- 37- Sundar, Shyham & Limperos, Anthony. " Uses Grats 2.0: New Gratification for New Media. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**.2013, Vol.4 ,No.57, Pp 504.
- 38- محمد عبد الحميد. البحث في الدراسات الإعلامية. ط1. (القاهرة: عالم الكتب، 2004)، ص154.
- 39- سامي طابع. بحوث الإعلام. (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001).