

استخدامات الشباب الجامعي لموقع تويتر في مملكة البحرين دراسة تطبيقية على جامعتي البحرين والخليج العربي

عبدالرحمن يعقوب سيادي
د. عبدالصادق حسن
أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين

المخلص

هدف الدراسة: سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي لموقع تويتر، وذلك في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع. **المنهج والفيئة:** اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية تتكون من ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية، جامعة البحرين وجامعة الخليج العربي.

النتائج: توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، أهمها أن مدى تعرض الباحثين لموقع تويتر (بالترتيب) تمثل على النحو التالي دائما بنسبة ٧٣,٧٥%، يليه أحيانا بنسبة ٢٢,٢٥%، وجاء في المرتبة الأخيرة نادرا بنسبة ٤%، وتمثلت المدة التي يقضيها الباحثون في استخدام موقع تويتر (بالترتيب) على النحو التالي: من من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات بنسبة ٢٩,٢٥%، يليه من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة ٢٦,٢٥%، ثم أقل من ساعة بنسبة ٢٣%، وجاءت في المرتبة الأخيرة أكثر من ثلاث ساعات بنسبة ٢١,٥%، وتمثلت الدوافع النفعية من تعرض الشباب الجامعي لموقع تويتر بالترتيب كما يلي: اكتساب صداقات من الإنترنت لم أجدها فيمن حولي، لنشر أحداث سأقوم بها، التعرف على السلع والخدمات الجديدة، لاكتشاف عالم موقع تويتر، تبادل الصور والموضوعات والمقاطع مع الآخرين، اجادة التعامل مع الناس، تبادل الآراء مع الآخرين من خلال المناقشة، الحصول على معلومات، معرفة خبرات ومعلومات جديدة تفيدني، التواصل مع أشخاص لا أستطيع التواصل معهم مباشرة، التعرف على أحداث وأخبار بلدك والعالم، التواصل مع الأهل والأصدقاء. تمثلت الدوافع الطقوسية من تعرض الشباب الجامعي لموقع تويتر بالترتيب كما يلي: استخدامه عندما أكون محبطا، للهروب من مشاكل الحياة اليومية، حتى لا أشعر بالعزلة والوحدة، بدافع الفضول، لأن كل من حولي يستخدمونها، نسيان هموم الغربة والبعد عن الأهل والأصدقاء، استخدامها لأنها مواقع ممتعة، جزء من الروتين الذي أفعله عندما أكون على شبكة الإنترنت، التسلية والترفيه، ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل. تمثلت الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر بالترتيب كالتالي: تمتعني وتسليني، استطعت التواصل مع الآخرين وتعلم أشياء جديدة، أعرف الأخبار في العالم من خلالها، زادت من معارفي ومعلوماتي، تعطيني كافة المعلومات والآراء التي أريدها، عرفتني على عادات وتقاليد شعوب ودول أخرى، تعلمت مهارات وخبرات جديدة، تشعرتني بالاسترخاء والراحة عندما أشعر بالتعب، تعرفت على موضوعات تصلح للنقاش مع أهلي وأصدقائي، تعرفتني على حلول للمشكلات التي تواجهني، تساعدني على التخلص من الشعور بالوحدة، تعرفت على شخصيات أخرى واندمجت معها، تلبى كافة احتياجاتي، أنسى المشاكل التي أتعرض لها في العمل أو في الدراسة.

Uses of University students to Twitter in Kingdom of Bahrain

An Applied study upon Bahrain University, and Arabian Gulf University

Methodology: The study used the theory of Uses and Gratification, and adopted the Survey method, the researcher used the questionnaire as a tool of information gathering, applying on deliberated sample consists of 400 students in two Universities in the Kingdom of Bahrain, Bahrain University and Arabian Gulf University.

Results: The Students exposure to Twitter distributed as follows: always 73.75%, followed by sometimes 22.25%, and rarely by 4%, The Students used the Twitter daily as follows: from two hours to less than three hours 29.25%, followed by an hour to less than two hours 26.25%, less than an hour by 23%, more than three hours 21.5%. The Instrumental Motives of university students to Twitter distributed: gain friendships from the Internet who around me, to get the goods and services, to discover the world of Twitter, for photo sharing, themes and passages with others, to exchange views with others through discussion, to get information, to communicate with people who cannot communicate directly with them, identify the events and news in my country and the world, and finally communicate with friends and family. The Ritualized Motives of university students to Twitter distributed: use it when I'm frustrated, to escape from the problems of everyday life, so I do not feel alienated and unity, Because of curiosity, because all around me use it, forget the worries and distance from friends and family, entertainment and recreation, fill free time and get rid of boredom. The Gratification of using Twitter distributed as follows: entertained me, I was able to communicate with others and learn new things, I know the news in the world, increased contact and I know, give me all the information and opinions that I want, introduced me to the customs and traditions peoples, learned skills and new experiences, made me feel relaxed and comfortable when I feel tired, I got to know subjects suitable for discussion with my family and my friends, get me find the solutions to the problems, help me get rid of loneliness, I got to know other characters, and I forget the problems that touch upon her at work or in school.

أن النسبة الأكبر من المبحوثين تقضي أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفيس بوك، وكشفت الدراسة أن استخدام موقع الفيس بوك يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقربهم وأصدقائهم، كما يؤدي إلى الإنسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي، كما كشفت الدراسة أيضاً أن هنالك فروقا ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث، وتبين أن المبحوثين الأكبر سناً يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع الفيس بوك.

٣. دراسة حمزة السيد خليل (٢٠١٢)^(١) سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية ومشاركتهم الإلكترونية في إطلاق ثورة ٢٥ يناير المصرية ومعرفة الإشباع المتحققة لديهم نتيجة هذا الاستخدام، واستخدم الباحث استمارة الإستبيان واشتملت على ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي المصري موزعة على أربعة جامعات (طنطا- الأزهر- ٦ أكتوبر- الأمريكية) بواقع ١٠٠ مفردة لكل جامعة مناصفة بين الذكور والإناث، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها ارتفاع معدل استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام بين عينة الدراسة حيث النسبة الأكبر من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل دائم بنسبة بلغت ٥٦%، وأغلبهم يتعرضون لها بشكل يومي، وكشفت نتائج الدراسة أن موقع الفيس بوك جاء من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً بين الشباب الجامعي للمشاركة الإلكترونية في إطلاق الثورة، كما كشفت الدراسة أيضاً أن التعليق جاء على بعض الأنشطة في عدة صفحات معنية بالثورة، ثم الدخول إلى مجموعات النقاش لتكوين رأي مناصر للثورة، ثم نشر أفكار التظاهر أو الإضراب والإعتصام بين عدد كبير من المستخدمين كأهم أشكال المشاركة الإلكترونية في إطلاق ثورة ٢٥ يناير المصرية.

٤. دراسة السيد المحافظة (٢٠١٢)^(١٠) سعت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير موقع الفيس بوك في تشكيل الرأي العام السياسي في البحرين، بالتطبيق على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من شباب ملكة البحرين الذين تتراوح أعمارهم بين (١٨- ٤٠) سنة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أن هناك اهتمام ومتابعة سياسية لفئة الشباب في ملكة البحرين من خلال موقع الفيس بوك، كما كشفت الدراسة أن لموقع الفيس بوك تأثيراً بارزاً على الشباب في البحرين من خلال تأثير الجمعيات السياسية على المشاركين في الموقع، كما أن للموقع تأثير في زيادة الوعي السياسي للشباب وحثهم على المشاركة في التجمعات السياسية، وأوضحت الدراسة عن حجم المشاركة السياسية للشباب البحريني في موقع الفيس بوك من خلال المشاركة في التعليق على الأخبار والأحداث السياسية، وإبداء الإعجاب بالأخبار ذات الطابع السياسي التي تثير اهتمامهم، وأيضاً من خلال دعوات الأصدقاء للمشاركة في المجموعات والصفحات السياسية.

٥. دراسة نها الاسودى (٢٠١٢)^(٢٩) سعت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة ٢٥ يناير، بالتطبيق على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب أربع جامعات مصرية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، ومن أهمها يشترك ٥٠,٨% من أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي منذ ثلاث سنوات، فيما يشترك ٢٥% مشتركين من سنتين إلى أقل من ثلاث سنوات، ونسبة ٢٤,٢% منهم تشترك فيها منذ أقل من سنتين، كما كشفت الدراسة أن نسبة ٥١% من أفراد العينة ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور الى حد ما في مساعدتهم في اتخاذ قرارا بالمشاركة في أحداث الثورة، وكشفت نتائج الدراسة أن مقاطع الفيديو الشخصية التي يشاهدها الشباب الجامعي في اليوتيوب جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٧٢,٦% من إجمالي مقاطع الفيديو، بينما مثلت مقاطع الفيديو المستقطعة من قنوات وشبكات تليفزيونية نسبة ٢٧,٤% من إجمالي مقاطع الفيديو، وأوضحت الدراسة أن الاطلاع على صفحات المستخدمين جاء على رأس الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون في موقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٨,٥%.

٦. دراسة فائق المنسترى (٢٠١٢)^(١٧) سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة لهم، بالتطبيق على عينة قوامها ٦٠٠ مفردة من ثلاث جامعات سعودية، معتمدة على أسلوب العينة العشوائية متعددة المراحل، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها يقضي ٤٢,٨% من أفراد العينة من ساعة إلى ساعتين في متابعة موقع اليوتيوب في كل مرة يدخلون فيها،

يحتمل الإعلام في الوقت الحالي مكانة وأهمية مؤثرة خاصة مع تعدد وسائل الاتصال وكثرة القنوات، أصبحت هذه الوسائل تجذب الجماهير وتؤثر فيهم، بالإضافة إلى التطور التكنولوجي الكبير الذي امتد أثره إلى كل وسائل الإعلام، فجعلها أكبر قوة وأعظم تأثيراً، فكلما حدث تطور مثير تقنيا في تكنولوجيا الاتصال يحدث هزة ثقافية خاصة، فإكتشاف الكتابة أوجد لغة الرموز، واكتشاف الإذاعة، والتلفزيون أدخل ثقافة سمعية بصرية، وأخيراً أدى إكتشاف الحاسوب، والشبكات المعلوماتية كالإنترنت إلى بروز الثقافة التفاعلية.^(١٢)

وقد حقق الإنترنت ثورة معلوماتية واتصالية؛ وذلك من خلال تقديمه شكلاً جديداً من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه (التواصل الجماهيري الثنائي الاتجاه الغير خاضع للرقابة)^(١١)، وكما تعتبر شبكة الإنترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والانماج التقني بين العديد من وسائل الإعلام.^(١٨)

وقد استطاعت شبكة الإنترنت أن تتفوق على الوسائل الإعلامية الأخرى من خلال ارتفاع أعداد مستخدميها في فترة وجيزة مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، ويذكر أحد الباحثين "أن الإنترنت احتاج إلى أربع سنوات فقط ليصل إلى خمسين مليون مستخدم، في حين أن تقنية الهاتف وصلت إلى نفس العدد خلال ٧٤ سنة، واحتاج التلفزيون إلى ١٣ سنة ليحصل على النتيجة ذاتها"^(١٩)، وتشير أحدث الإحصائيات إلى أن العالم يوجد به ما يفوق مليار مستخدم، بما يقارب حوالي ٣٠% من عدد سكان العالم وذلك في نهاية عام (٢٠١١).^(٢٥)

وفي ظل هذه الثورة الاتصالية التي ساهمت في صنعها شبكة الإنترنت، والتي فتحت آفاق جديدة للتواصل ألغت من خلالها الحدود الزمانية المكانية، ظهرت أشكال جديدة من المواقع أصبحت من أكثر المواقع تأثيراً في العالم وتسمى بمواقع التواصل الاجتماعي، والتي تقدم العديد من الخدمات الاتصالية، وبانت تقاسم وسائل الاتصال التقليدية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون لما لها من خصائص تفاعلية آنية وبأشكال وطرق متعددة.

وتحتل موقع تويتر مراتب متقدمة في عدد المستخدمين والمتصفحين على شبكة الإنترنت على مستوى العالم، وقد أثبتت بعض الإحصائيات الحديثة الارتفاع المتسارع لعدد مستخدمي موقع تويتر وخاصة في ملكة البحرين، ومثال ذلك فإن الموقع يحتل المرتبة الأولى في عدد المتصفحين في ملكة البحرين،^(٢٥) وفي أحدث إحصائية أجريت خلال شهر سبتمبر ٢٠١٢ بلغ عدد مستخدمي الموقع في ملكة البحرين ٣٧٥,٠٠٠ مستخدماً.^(٢٦)

وفي ضوء الاستخدام المتزايد لموقع تويتر، جاءت أهمية دراسة استخدامات الشباب الجامعي لموقع تويتر في ملكة البحرين، وذلك للتعرف على أسباب تعرضهم لها، والتعرف على أنماط وعادات متابعتهم ومدى مشاركتهم وتفاعلهم في موقع تويتر.

الدراسات السابقة:

١. دراسة عبدالكريم علي الديبسي، زهير ياسين الطاهات (٢٠١٣)^(١٤) تتلخص أهداف الدراسة في معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات. واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة لمسح آراء الطلبة، وجمع الحقائق والمعلومات، ثم تحليلها. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابياً مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبياً مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما بثته وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحرير على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

٢. دراسة مريم نزيهان نومار (٢٠١٢)^(٢٤) سعت الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها ٢٦٥ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها

على مستخدمي الإنترنت في الصين، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، ومن أهمها أن التواصل مع الأصدقاء القدامى له اختلافات واضحة بين ما قبل وما بعد الاعتماد، موضحاً أن مواقع التواصل الاجتماعي ليس لديها تأثيراً كبيراً في السابق ولكن تأثيرها كبيراً فيما بعد الاعتماد، وكشفت النتائج أنه لا توجد اختلافات كبيرة بين المجموعتين فيما يتعلق بدافع الحصول على المعلومات المفيدة، قبل وبعد الاعتماد، أما دافع التسلية نجد أن هناك اختلافاً كبيراً، حيث تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي الألعاب الاجتماعية باعتبارها نقطة تحول في استقطاب مشاركة المستخدم.

١٢. دراسة عمرو محمد أسعد (٢٠١١)^(١٦) سعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية، وقد اعتمد الباحث على منهج المسح بالتطبيق على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من مستخدمي موقع اليوتيوب والفيس بوك من طلاب جامعات مصر للعلوم والتكنولوجيا والقاهرة والأهر والجامعة الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أن وسائل الاتصال الشخصي ساهمت في تعريف طلاب الجامعات بموقع اليوتيوب، يليه مواقع الإنترنت الأخرى، وأظهرت نتائج الدراسة أن معظم الشباب الجامعي يقضون وقتاً طويلاً على موقع الفيس بوك؛ يرجع ذلك إلى طبيعة الأنشطة الاتصالية والتطبيقات المتنوعة التي تمكن الطلاب من قضاء وقتاً طويلاً عليه، وخلصت الدراسة بتوصية تقضى بضرورة إجراء مزيداً من الدراسات حول الإعلام الجديد والتعرف على تأثيراتها الاجتماعية والنفسية لدى الشباب والمراهقين، ومن ثم توجيهها لخدمة مصالح المجتمع بقدر الإمكان.

١٣. دراسة Tiffany. A, Yevdokiya. A& Sandra. L (2009)^(١٧) سعت الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى الوقت الذي يقضونه في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامهم، بالتطبيق على عينة قوامها ٩٢ من طلاب الجامعات متوسط العمر لهم ٢٠ سنة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أن نسبة ١٥% من الطلاب يستخدمون الفيس بوك للتواصل مع الأصدقاء، كما كشفت الدراسة بأن الطلاب نادراً ما يستخدمون الفيس بوك في الدراسة، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن الفيس بوك له تأثيراً سلبياً بنسبة ٧٦,٧٩% وكان له تأثير إيجابي بنسبة ١٤,٣%.

١٤. دراسة Aurista, Dong& Day (2009)^(١٨) سعت الدراسة إلى الكشف عن أسباب ودوافع استخدام الشباب الجامعي لموقعي فيس بوك وماي سبيس، وقد أجريت مجموعات النقاش المستهدفة على عينة قوامها ٥٠ طالباً، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أن مواقع الشبكات الاجتماعية تمكن الطلاب من التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة، وكشفت نتائج الدراسة أن الشباب الجامعي يقومون بتحديث صفحاتهم الشخصية لنقل انطباعات عن أنفسهم وحياتهم للعديد من الأصدقاء، دون الحاجة إلى التواصل مع كل مستخدم على حدة، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن الشباب الجامعي يستخدمون موقعي الفيس بوك وماي سبيس للتواصل والتعرف على الأحداث الاجتماعية في حياة الأصدقاء بسهولة وبسر.

١٥. دراسة نزمين زكريا خضر (٢٠٠٩)^(١٩) سعت الدراسة إلى التعرف على الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية بالتطبيق على موقع الفيس بوك، واستخدمت الدراسة منهج المسح والمنهج المقارن، وقد تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة عمدية من مستخدمي الفيس بوك من الشباب الجامعي قوامها ٦٨ مفردة من طلبة جامعة القاهرة، ٦٨ مفردة من طلبة الجامعة البريطانية، كما اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء ومجموعة النقاشات المركزة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها أن دوافع الاستخدامات الأساسية للطلاب لموقع الفيس بوك تمثلت في التسلية والترفيه عن النفس والتفاعل مع الآخرين، والاتصال بأصدقائهم ومقابلة أصدقاء جدد، والحفاظ على العلاقات الموجودة بالفعل مع الآخرين، وإعادة الاتصال بالأصدقاء القدامى الذين فقدوا الاتصال بهم، وكشفت نتائج الدراسة أن موقع الفيس بوك يساعد الشباب على اكتساب الخبرات والثقة الاجتماعية التي تحد من القلق الذي ينتابهم تجاه الحياة الاجتماعية، وذلك من خلال الاتصال الاجتماعي بشبكات الانترنت، ويساعدهم أيضاً على التركيز على النجاح بصورة أكبر في حياتهم الأكاديمية.

١٦. دراسة رضا عبدالوحد أمين (٢٠٠٩)^(٢٠) سعت الدراسة للتعرف على استخدامات الشباب الجامعي في مملكة البحرين لموقع اليوتيوب، بالتطبيق على عينة قوامها ١٢٢

وكشفت نتائج الدراسة أن موقع اليوتيوب يحتل المرتبة الأولى في المواقع التي يتصفحها الشباب السعودي بالنسبة للمواقع الأخرى، وحول الخدمات التي يستخدمها المبحوثون في موقع اليوتيوب، جاءت خدمة البحث في اليوتيوب في المرتبة الأولى، ومتابعة عدد الزوار لمقاطع أفلام الفيديو في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة جاءت خدمة تقييم الأفلام وخدمة رفع الفيديو، وثم خدمة التعليق على المقاطع والبلث المباشر، كما كشفت الدراسة أيضاً أن نسبة ٦٤,٦% من المبحوثين يرى أن اليوتيوب يساهم بدرجة كبيرة جداً وكبيرة في تحقيق إنباعات لا تحققها الوسائل الإعلامية التقليدية.

٧. دراسة Monica Ancu (2012)^(٢١) سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات كبار السن من ٥٠ سنة فأكثر لموقع الفيس بوك، بالتطبيق على عينة قوامها ٢١٨ مفردة، واستخدم الباحث أداة الاستبيان لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها أن دوافع استخدام موقع الفيس بوك تمثلت فيما يلي التسلية بنسبة ٨٤%، تفضية أوقات الفراغ ٨٠%، لمشاهدة ماذا يقوم الأصدقاء على الموقع ٧٧%، التواصل مع أهم الأحداث بالمجتمع ٧٤%، الاتصال بالآخرين ٣٢%، والتعبير عن الرأي ٤٤%، وكشفت الدراسة أن من أهم الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون على موقع الفيس بوك الألعاب ٦٧,٤%، قراءة ملفات الأصدقاء ٥٨,١%، تبادل الصور والملفات ٤١,٦%، الرد على الرسائل التي أرسلت إليهم ٣٤,٩%، كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن الإناث أكثر استخداماً لموقع الفيس بوك مقارنة بالرجال، حيث أفادت نسبة ٦٧% من النساء بأنهم يستخدمون الموقع يومياً مقابل ٤٢% للذكور.

٨. دراسة C. Mckinney, Kelly& L. Duran (2012)^(٢٢) سعت الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعي لموقعي الفيس بوك وتويتر، بالتطبيق على عينة قوامها ٢٣٣ مفردة من الطلاب في جامعة (Southern University) وجامعة (Northeastern University) بالولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها أنه من أهم دوافع استخدام موقع الفيس بوك وتويتر التواصل مع الأصدقاء المحيطين بنسبة ٧٩%، المشاركة مع الأصدقاء في المعلومات والصور ٦٨%، التسلية ٧٢%، لإسترخاء ٦٣%، كما كشفت الدراسة عن وجود انفتاح لدى الذكور في تبادل المعلومات مع الآخرين بالمقارنة مع الإناث اللاتي يتحفظن عن تبادل المعلومات مع الآخرين، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن متوسط معدل استخدام الطلاب لموقع تويتر بلغ ٣,١٠، في مقابل ٤,٤١ لموقع الفيس بوك، ومعدل إرسال رسائل للأصدقاء في تويتر ٢,٧١، في مقابل ٢,٧٩ في الفيس بوك.

٩. دراسة Senguta Anirban& Chaudhri Anshua (2011)^(٢٣) سعت الدراسة إلى التعرف على إجابة سؤال رئيس وهو هل مواقع التواصل الاجتماعي مصدر للمضايقة على الإنترنت للشباب؟ وتستخدم الدراسة تحليل (Logit) الذي يدرس العوامل التي تزيد من احتمال التعرض للإيذاء المشروط على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، ومن أهمها أن ٥٣% فقط من المراهقين تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، كما كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة مركز لمرتكي الجرائم الجنسية، وكشفت النتائج إلى أن المراهقين الذين يستخدمون أجهزة الكمبيوتر الخاصة بعيداً عن أعين أبائهم على الأرجح يكون تعرضهم للمخاطر أكثر، وأوصت الدراسة على أن توجيه الوالدين والرقابة الأبوية تساعد في تعليم المراهقين للاستخدام المناسب لشبكة الإنترنت، وحماية أنفسهم من الإلتصال بالغرباء، وتجنب أي آثار سلبية.

١٠. دراسة Christy, Chiu& Matthew (2011)^(٢٤) سعت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تدفع الطلاب إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت، واستخدام الباحثان منهج المسح، من خلال استمارة استبيان وزعت على عينة قوامها ١٨٢ مفردة من مستخدمي الفيس بوك وتتراوح أعمارهم بين (١٩-٢٣) سنة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أن معظم الطلاب يستخدمون الفيس بوك للحصول على الاتصالات الفورية والاتصال مع أصدقائهم، وكشفت نتائج الدراسة أن أهداف استخدام الفيس بوك هو مساعدة المستخدمين لمعرفة المزيد عن الأحداث والأحزاب والسياسة، كما كشفت نتائج الدراسة أن من أكثر الدوافع أهمية في استخدام موقع الفيس بوك كان دافع الترفيه.

١١. دراسة Zuh& Chang (2011)^(٢٥) سعت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي قبل وبعد الاعتماد على أساس نظرية السلوك المخطط لها، واستخدام الباحثان المنهج المقارن بالاعتماد على أداة الاستبيان

البحريني، وتناولت بقية الدراسات بعض المجتمعات الغربية مثل الولايات المتحدة الأمريكية وبعض المجتمعات العربية مثل جمهورية مصر العربية، حيث تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في تركيزها على دراسة الشباب الجامعي الخليجي الدارس في الجامعات الحكومية بمملكة البحرين.

٣. لاحظ الباحث اعتماد بعض الدراسات السابقة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي (عمرو أسعد، ٢٠١١)، واعتماد معظمها على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن (نرمين خضر، ٢٠٠٩)، أو المنهج المقارن (Zuh & Chang, 2009)، ومنهج العلاقات المتبادلة (أميرة العيسوي، ٢٠٠٨).
٤. لاحظ الباحث التنوع في استخدام العينات في الدراسات السابقة بما يتفق مع طبيعة ومنهج كل دراسة على حدة، حيث لاحظ الباحث أن بعض الدراسات اعتمدت على العينات الاحتمالية مثل العينة العشوائية متعددة المراحل (فاتن المنتشري، ٢٠١٢)، والينات غير الاحتمالية مثل العينة العمدية (عمرو أسعد، ٢٠١١) والعينة المتاحة (فرح النغميش، ٢٠١٢)، وقد لاحظ الباحث اعتماد إحدى الدراسات على أسلوب الحصر الشامل (فريد أبو ظهير، ٢٠١٢).

مدى استفادة الباحث من الدراسات السابقة:

- تمثلت أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة فيما يتعلق بالمعالجة البحثية كما يلي:
١. تحديد وبلاورة مشكلة البحث ووضع تساؤلات وفروض الدراسة.
 ٢. تحديد مجال الدراسة بالتركيز على دراسة استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإشباع التي تحققها لهم.
 ٣. اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة كما ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحث فيما يتعلق بتحديد الشروط اللازمة لاختيار وعينة الدراسة الميدانية.
 ٤. الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة وهو موقع تويتر، ونظرية الاستخدامات والإشباع (حمزة خليل، ٢٠١٢).
 ٥. استفادت من هذه الدراسات في مصطلحات الدراسة واختيار بعض أدوات جمع البيانات، واختيار الأساليب الإحصائية الملائمة لمعالجة البيانات المتعلقة بالدراسة.

مشكلة الدراسة:

ازدادت أهمية موقع تويتر في الفترة الأخيرة مع تنوع استخداماتها، وتنوع عدد المستخدمين لها، حيث لا تنحصر أهمية هذه المواقع في مجال التواصل بين الأفراد وتبادل المعلومات فقط، بل أصبحت تؤدي أدواراً سياسية واقتصادية وثقافية واجتماعية وعلمية، حيث استطاعت هذه المواقع استقطاب اهتمام الشباب، حيث أصبحوا يعتمدون عليها بشكل كبير للحصول على المعلومات والترفيه، خاصة وأن هذه المواقع لها جاذبية كبيرة لدى الشباب، وتوفر لهم معظم الخدمات المتاحة عبر الإنترنت في مكان واحد، بالإضافة إلى تحقيق التفاعل المباشر مع أصدقائهم ومعرفهم، ويمكنهم من إقامة علاقات إنسانية قائمة على الاهتمامات والأنشطة المشتركة، فيستطيع الشباب الوصول إلى الكثير من المعلومات الهامة والتي لا توفرها وسائل الإعلام التقليدية، وتستطيع هذه المواقع الإسهام في نشر المعرفة بين الشباب وتحفيزهم للتواصل مع المجموعات التي تلائم الاهتمامات الخاصة به، خاصة مع ازدياد عدد مستخدمي موقع تويتر، وفي أحدث إحصائية أجريت خلال شهر سبتمبر ٢٠١٢ بلغ عدد مستخدمي التويتير في مملكة البحرين ٣٧٥,٠٠٠ مستخدماً،^(١٧) من إجمالي عدد السكان في مملكة البحرين ١,٢٣٤,٥٩٦ نسمة، ووصل عدد مستخدمي موقع تويتير ٦١,٩٠٠ بنسبة ٥,٠١%^(١٨) ولذلك فإن الدراسة تسعى إلى التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتير ودوافع التعرض سواء كانت نفعية أو طوقسية، وقياس نوعية الإشباع المتحققة من تلك المواقع كمتغيرات تابعة، للوصول في النهاية لمعرفة كيفية استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتير وإشباعاتها.

أهمية الدراسة:

١. حداثة الموضوع والمتمثل في استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتير.
٢. أكدت بعض الدراسات على زيادة استخدام الشباب في دول الخليج على استخدام هذه المواقع والتي تسهل عملية التواصل بين الأفراد من ذوي الاهتمامات المشتركة.
٣. جاءت الدراسة لإثراء المكتبة العلمية ببيد قلة الدراسات التي أجريت على موقع تويتير مثل الفيس بوك وتويتير واليوتيوب في مملكة البحرين، حيث ركزت معظم الدراسات على الولايات المتحدة ودول أوروبا الغربية ومصر في المنطقة العربية.
٤. تركز الدراسة على الشباب الجامعي باعتبارهم العنصر الأهم في تطوير المجتمع، حيث لا يمكن تحقيق تنمية شاملة بدون مساهمة جادة من جانبهم، وتطوير دورهم

مفردة مبحوث من خلال استمارة الاستقصاء، بالتطبيق على طلبة جامعة البحرين وأربع جامعات خاصة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أنه يتصفح ٧٦% من الشباب الجامعي بمملكة البحرين الإنترنت بشكل يومي، كما كشفت الدراسة أن دافع استخدام اليوتيوب لدى الشباب الجامعي البحرينى تمثل في الرغبة في إمدادهم بالأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، ثم التسلية والترفيه، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن الإشباع المتحققة تركزت في زيادة المعرفة والإطلاع على أحدث التطورات العالمية، وجاء بعدها التسلية وشغل أوقات الفراغ.

١٧. دراسة (Pavica Sheldom (2008)^(١٦) سعت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك، بالتطبيق على عينة قوامها ١٧٢ مفردة من جامعة (Large Southom University) في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد استخدم الباحث أداة الاستبيان للحصول على المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها أن متوسط اشتراك الطلاب في موقع الفيس بوك بلغ ١٨ شهراً، وبلغ متوسط تعرضهم للموقع ٤٧ دقيقة يومياً، منهم ٥٤% يتعرضون للموقع مرات عديدة بصفة يومية، و٢٩% يتعرضون مرة كل يوم، كما كشفت الدراسة أن دوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك تمثلت في إرسال رسائل إلى الأصدقاء، قضاء وقت الفراغ، الإحساس بالإحباط، البقاء على تواصل مع الأصدقاء، والتعرف على أصدقاء جدد، وكشفت الدراسة أيضاً أنه توجد علاقة ارتباطية بين دوافع التعرض النفعية ومعدل تعرض الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك، ولاتوجد علاقة بين الدوافع الطوقسية ومعدل التعرض لموقع الفيس بوك.

١٨. دراسة (Sean P. Hagerty (2008)^(١٧) سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات ودوافع استخدام اليوتيوب والإشباع التي يحققها، ومقارنة هذه الاستخدامات والدوافع بتلك المتعلقة بالتلفزيون، وقد استخدم الباحث منهج المسح من خلال عينة من طلاب إحدى الجامعات في شرق الولايات المتحدة الأمريكية، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ١٣٣ مفردة، وقد استخدم الباحث الاستبيان لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ومنها أنه يشاهد التلفزيون ما يزيد على ٩٦% من أفراد العينة، بينما ١٠% يشاهدون موقع اليوتيوب، وكشفت نتائج الدراسة أن أفراد العينة كانت لديهم مجموعة من الدوافع تتشابه مع دوافعهم من مشاهدة التلفزيون، كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن أن الدوافع التي حددها المبحوثون هي القدرة على التحكم والاختيار، التسلية، قتل الوقت، الهروب، الصحة والتواصل الاجتماعي.

١٩. دراسة أميرة العيسوي (٢٠٠٨)^(١٨) سعت الدراسة إلى الكشف عن أثر التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، واعتمدت الباحثة في الدراسة التحليلية على تحليل المواد، وفي الدراسة الميدانية من خلال استمارة الاستبيان التي وزعت على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها وجود علاقة ارتباطية بين كثافة متابعة المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي، وزيادة الاستعداد لديهم لتبني قيم الحرية والانتماء التي تروج لها هذه المواقع، ولا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة كثافة متابعة المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة درجة الاستعداد لديهم لتبني القيم الدينية والسياسية والعلمية والجمالية والفلسفية وقيم العمل، كما كشفت النتائج اختلاف النسق القيمي الواجب عن النسق القيمي السائد لدى المراهقين يزداد بين كثيفي المشاهدة لدى طلاب مدارس اللغات الخاصة أكثر من أبناء المدارس الحكومية والتجريبية.

التطبيق على الدراسات السابقة:

١. أظهرت الدراسات السابقة الانتشار الكبير لموقع تويتير بين فئات الشباب والمراهقين، وزيادة استخدامهم لهذه المواقع خصوصاً في ضوء الأحداث والثورات التي تمر بها المنطقة العربية، والتي كشفت عن استخدام متزايد لهذه المواقع بين الشباب، حيث سهلت هذه المواقع من التواصل بين هؤلاء الشباب وتبادل المعلومات حول مختلف القضايا والأحداث التي تمر بها المجتمعات.
٢. لاحظ الباحث قلة الدراسات التي تناولت موقع تويتير في دول الخليج العربي، حيث تناولت هذه المواقع ثلاث دراسات هي (فرح إبراهيم النغميش، ٢٠١٢) عن الشباب الجامعي الكويتي، (السيد محسن المحافظة، ٢٠١٢) والتي تناولت الشباب بوجه عام في مملكة البحرين، ودراسة (فاتن المنتشري، ٢٠١٢) عن استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب، (رضا عبدالوحد أمين، ٢٠٠٩) عن الشباب الجامعي

وأدلتهم في المجتمع.

٥. تدعيم الاتجاه البحثي والذي يتمثل في اعتماد الباحثين على نظريات التأثير لوسائل الإعلام، وتطوير الفروض واختبار العلاقات بين المتغيرات المختلفة.
٦. مجتمع الدراسة يعتبر من أول المجتمعات التي يتم دراسة مدى استخدام وسيلة اتصالية فيها، في حدود علم الباحث أنه لا توجد دراسة ركزت على الشباب الجامعي في جامعة البحرين وجامعة الخليج العربي اشتملت على ثلاث جنسيات من دول الخليج العربي- في حدود ما اطلع عليه الباحث من دراسات- بمملكة البحرين على رغم كثرة أعداد الطلاب على مدى السنوات الماضية.

أهداف الدراسة:

١. التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر.
٢. رصد دوافع استخدام الشباب الجامعي في موقع تويتر.
٣. التعرف على أهم موقع تويتر التي يفضل الشباب الجامعي استخدامها.
٤. الكشف عن اتجاهات الشباب الجامعي لموقع تويتر.
٥. رصد الإشباع المترتبة من استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

١. ما عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر؟
٢. ما دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر؟
٣. ما أهم موقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الجامعي استخدامها؟
٤. ما اتجاهات الشباب الجامعي لموقع تويتر؟
٥. ما الإشباع المترتبة من استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر؟

فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا في معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام.
٢. توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا في معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإشباع المترتبة من هذا الاستخدام.
٣. توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإشباع المترتبة.
٤. توجد فروق ذات دلالة احصائية طبقا للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق بمعدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر.
٥. توجد فروق ذات دلالة احصائية طبقا للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق بدوافع الشباب الجامعي لموقع تويتر.
٦. توجد فروق ذات دلالة احصائية طبقا للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق باتجاهات الشباب الجامعي لموقع تويتر.
٧. توجد فروق ذات دلالة احصائية طبقا للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق بمعدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر.

نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة، أو موقف يغلب عليه صفة التحديد؛ وعلى هذا يقوم البحث الوصفي بوصف ماهو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة وجدولتها وتبويبها ثم تفسير تلك البيانات واستخلاص النتائج،^(٢٣) حيث تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام موقع تويتر وإشباعاتها على الشباب الجامعي في مملكة البحرين.

منهج الدراسة:

يعتبر منهج المسح من أفضل المناهج للدراسات الوصفية بشكل عام والذي يسعى إلى وصف ظاهرة معينة أو موقف محدد وذلك من أجل الحصول على مجموعة من النتائج التي تصف الظاهرة موضوع الدراسة وتحدد خصائصها،^(٢٤) كما أنه يقوم بدراسة وإيضاح خصائص الظاهرة أو حالة معينة كما هي كائنة في الواقع، وتفسرها وتحدد علاقتها في إطار ظواهرها والمتغيرات المحيطة بها، بالإضافة إلى الإحداثيات التي تقود إلى تعميمات متباينة،^(٢٥) وفي إطار منهج المسح، سوف يقوم الباحث بإجراء مسح على عينة من الشباب الجامعي بمملكة البحرين بهدف التعرف على الخصائص الأساسية التي تميز هؤلاء الطلاب ومدى إقبالهم على استخدام موقع تويتر ودوافع استخدامهم والإشباع المترتبة.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

- الدافع: تعرف بأنها "حالة فيسيولوجية أو نفسية تؤدي إلى توجه الفرد إلى أهداف معينة من شأنه أن يقوى استجابة محدودة بين عدة استجابات، وهناك دوافع نفسية ودوافع طقوسية تشمل إشباع حاجة الفرد من المعلومات والمعرفة تتضمن حاجة الفرد إلى الاسترخاء والهروب من المشكلات".^(٢٦)
- الاستخدامات: هي اختيار الشباب الجامعي الخليجي المستخدم لمواقع التواصل من بين كم هائل من الرسائل التي يريد هو نفسه أن يتلقاها من هذه المواقع.
- موقع تويتر: هي خدمة على شبكة الإنترنت تتركز في بناء وتعزيز الشبكات الاجتماعية لتبادل الاتصال بين الناس الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة أو لمن يهتمون باكتشاف ميول وأنشطة الآخرين، وتسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، وغاية هذه الخدمات في المقام الأول تعتمد على مجموعة متنوعة من طرق التفاعل بين المستخدمين مثل المحادثة، الرسائل، البريد، الفيديو، المحادثة تبادل الملفات، التدوين، والمناقشات الجماعية.^(٢٧)
- الإشباعات: يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات اجتماعية ونفسية لاستخدام وسائل الإعلام بهدف الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات، وهناك نوعان من الإشباعات، إشباعات المحتوى وإشباعات العملية.^(٢٨) ويعرف الباحث الإشباعات بأنها النتائج التي يتوقع الشباب الجامعي الحصول عليها عند استخدامه لموقع تويتر.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي الذي يدرسون في الجامعات في مملكة البحرين، وهما جامعة البحرين وجامعة الخليج العربي، من الذكور والإناث.

عينة الدراسة:

تم سحب عينة الدراسة بأسلوب العينة العمدية، التي يعتمد الباحث ان تكون من حالات معينة او وحدات معينة لأنها تمثل المجتمع الاصل،^(٢٩) من الشباب بالجامعات في مملكة البحرين في ضوء واقع وأهداف الدراسة، والأخذ في الاعتبار مواصفات العينة الجيدة، حيث تم اختيار المفردات في هذه العينة بطريقة عمدية، حيث تطبق على الطلاب الذين يستخدمون موقع تويتر طبقا لما من هؤلاء الطلاب من سمات وخصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث.^(٣٠)

وقد قام الباحث باختيار مرحلة الشباب تحديدا للأسباب الآتية:

١. لأن في هذه المرحلة تحدث تغييرات في طبيعة الشباب المعرفية، ويبدأ الشباب بالتفكير في العالم الذي يعيش فيه.^(٣١)
 ٢. يسعى الشباب في هذه المرحلة إلى إشباع مجموعة من الحاجات التي تعتبر أساسية بالنسبة له ومن أهمها الحاجات المعرفية والنفسية.^(٣٢)
 ٣. يتأثر الشباب في هذه المرحلة بما تقدمه وسائل الاعلام التي تسهم في إمداده بالمعلومات في مختلف المجالات، وتعد موقع تويتر من أهم هذه الوسائل.^(٣٣)
- وقد بلغت إجمالي العينة ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي ومن عدة جنسيات من دول مجلس التعاون الخليجي (البحريني والكويتي والسعودي) باعتبارها من أكثر الجنسيات الخليجية التي تدرس في الجامعات في مملكة البحرين.

خصائص عينة الدراسة:

جدول (١) خصائص عينة الدراسة

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكور	٢٠٦	٥١,٢٨
	إناث	١٩٤	٤٨,٧٢
السن	أقل من ٢٠ سنة	٥٤	١٣,٥٠
	من ٢٠ سنة لأقل من ٢٢ سنة	١٨٧	٤٦,٧٥
	من ٢٢ سنة لأقل من ٢٤ سنة	١٠١	٢٥,٢٥
	٢٤ سنة فأكثر	٥٨	١٤,٥٠
التخصص العلمي	نظري	٢٤١	٦٠,٢٥
	علمي	١٥٩	٣٩,٧٥
الجامعة	جامعة البحرين	٢٢٢	٥٥,٥
	جامعة الخليج العربي	١٧٨	٤٤,٥
الجنسية	بحريني	١٦٥	٤١,٢٥
	سعودي	١٠٢	٢٥,٥٠
	كويتي	١٣٣	٣٣,٢٥

المعاملات الإحصائية التالية:

- الإحصاءات الوصفية الخاصة بالتوزيع التكراري وذلك لجدولة هذه التكرارات في فئات تستهدف معرفة نسب هذه الفئات، مما يتيح جدولتها في سياق ونظام منطقي، يستخدم الجداول الخاصة ويقرنها بنسبها المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- معامل ارتباط بيرسون للارتباط الخطي البسيط لقياس اتجاه العلاقة بين المتغيرات.
- اختبار T- test لاختبار الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين.
- اختبار Z- test لاختبار الدلالة الإحصائية للفروق بين نسبتيين مؤبقتين لمجموعتين من المبحوثين.
- اختبار F- test لتحليل التباين في اتجاه واحد One Way Amove لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين.
- الاختبارات البعدية (LSD) Lease significance Difference لإجراء مقارنة بين كل مجموعتين من المجموعات أثبت تحليل التباين أحادي الاتجاه وجود فروق بينهما. سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي في مملكة البحرين لموقع تويتر، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الدارسين بجامعة البحرين والخليج العربي، واستخدم الباحث أداة الاستبيان للحصول على المعلومات من مفردات الدراسة.

نتائج الدراسة الميدانية:

فيما يلي عرض لنتائج الدراسة الميدانية:

المؤشرات التحليلية لنتائج الدراسة الميدانية:

جدول (٢) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدى استخدامهم لموقع تويتر.

Z- Test	المجموع		نوع الجامعة				مدى التعرض
			جامعة الخليج العربي		جامعة البحرين		
	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٢٩	٧٣,٧٥	٢٩٥	٧٣	١٣٠	٧٥	١٦٥	دائماً
١,٠٦	٢٢,٢٥	٨٩	٢٥	٤٤	٢٠	٤٥	أحياناً
١,٦٠	٤	١٦	٢	٤	٥	١٢	نادراً
	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٧٨	١٠٠	٢٢٢	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن مدى تعرض المبحوثين لموقع تويتر (بالترتيب) تمثل على النحو التالي دائماً بنسبة ٧٣,٧٥%، يليه أحياناً بنسبة ٢٢,٢٥%، وجاء في المرتبة الأخيرة نادراً بنسبة ٤%، وتشير النتائج السابقة إلى ارتفاع نسبة استخدام موقع تويتر في مملكة البحرين بين فئات الطلاب، باعتباره من أكثر الفئات استخداماً لوسائل الاتصال الحديثة.

جدول (٣) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومواقع التواصل الاجتماعي التي يحرصون على استخدامها

Z- Test	المجموع		نوع الجامعة				المواقع
			جامعة الخليج العربي		جامعة البحرين		
	%	ك	%	ك	%	ك	
٢,٠٠	٩٣,٢٥	٣٧٣	٩٠,٤٥	١٦١	٩٥,٥٠	٢١٢	تويتر
٠,٠٢	٧٩,٢٥	٣١٧	٧٩,٢١	١٤١	٧٩,٢٧	١٧٦	الفيس بوك
٠,٤٨	٩١,٧٥	٣٦٧	٩١,٠١	١٦٢	٩٢,٣٤	٢٠٥	يوتيوب
٢,٩٦	٦,٢٥	٢٥	٢,٢٥	٤	٩,٤٦	٢١	ماي سبيس
٧,٣٩	٥٨	٢٣٢	٣٧,٦٤	٦٧	٧٤,٣٢	١٦٥	فلكلر
٠,٣٦	٨٥,٢٥	٣٤١	٨٥,٩٦	١٥٣	٨٤,٦٨	١٨٨	انستغرام
٠,٩٨	٤,٥	١٨	٣,٣٧	٦	٥,٤١	١٢	هاي فايف
٠,٠٠	٢,٢٥	٩	٢,٢٥	٤	٢,٢٥	٥	ليكند
٢,٨١	٢٤,٧٥	٩٩	١٧,٩٨	٣٢	٣٠,١٨	٦٧	جوجل بلس
	٤٠٠		١٧٨		٢٢٢		جملة من سئوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها تمثلت ومواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص المبحوثون على استخدامها (بالترتيب) على النحو التالي موقع تويتر بنسبة ٩٣,٢٥%، يليه اليوتيوب بنسبة ٩١,٧٥%، ثم انستغرام بنسبة ٨٥,٢٥%، الفيس بوك بنسبة ٧٩,٢٥%، يليها فلكلر بنسبة ٧٩,٢٥%، ثم جوجل بلس بنسبة ٧٤,٣٢%، هاي فايف بنسبة ٥,٤١%، وجاء في المرتبة الأخيرة موقع ليكند بنسبة ٢,٢٥%، وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (فاتن المنتشري، ٢٠١٢)، والتي كشفت أن موقع اليوتيوب يحتل المرتبة الأولى التي يتصفحها الشباب

- تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها بالنسبة للنوع تتوزع عينة الدراسة طبقاً للنوع إلى الذكور بنسبة ٥١,٢٨%، والإناث بنسبة ٤٨,٧٢%.
- بالنسبة للجنس: تتوزع عينة الدراسة طبقاً للجنس كما يلي: أقل من ٢٠ سنة بنسبة ١٣,٥٠%، من ٢٠ سنة لأقل من ٢٢ سنة بنسبة ٤٦,٧٥%، من ٢٢ سنة لأقل من ٢٤ سنة بنسبة ٢٥,٢٥%، ٢٤ سنة فأكثر بنسبة ١٤,٥٠%.
- بالنسبة للتخصص العلمي: تتوزع عينة الدراسة طبقاً للتخصص العلمي كما يلي: نظري ٦٠,٢٥%، عملي ٣٩,٧٥%.
- بالنسبة لنوع الجامعة: تتوزع عينة الدراسة طبقاً لنوع الجامعة كما يلي: جامعة البحرين ٥٥,٥%، جامعة الخليج العربي ٤٤,٥%.
- بالنسبة للجنسية: تتوزع عينة الدراسة طبقاً للجنسية كما يلي: بحريني ٤١,٢٥%، سعودي ٢٥,٥٠%، كويتي ٣٣,٢٥%.

متغيرات الدراسة:

تتقسم متغيرات الدراسة إلى:

- المتغير المستقل: دوافع استخدام الشباب الجامعي بمملكة البحرين لموقع تويتر
- المتغيرات الوسيطة: السن، النوع، الجنسية، الحالة الاجتماعية.
- المتغير التابع: الإنباعيات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر

حدود الدراسة:

- الموضوعية: المتمثلة في موضوع الدراسة وهو دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإنباعيات المتحققة لهم.
- المكانية: تم تطبيق الدراسة في الجامعات في مملكة البحرين (جامعة البحرين، جامعة الخليج العربي).
- الزمانية: تم القيام بالدراسة الميدانية خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ٢٠١٢/٢٠١٣.

أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة الحالية على استمارة استبيان لجمع البيانات في إطار منهج المسح لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتم تطبيق الاستبيان على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة، وتم إعداد استمارة الاستبيان لتحقيق أهداف الدراسة. تم إجراء اختبار قبلي Pre- test للاستمارة في شكلها الأول على عينة من الجمهور قوامها ٤٠ مفردة (حوالي ١٠%)، وروى فيها التنوع من حيث النوع، السن، الجنسية، المستوى التعليمي، وذلك للتعرف على فهم المبحوثين لأسئلة الاستمارة، والأسئلة الصعبة التي تحتاج إلى توضيح من الباحث، والفترة الزمنية المناسبة التي تتطلبها الإجابة على تساؤلات الاستبيان.

اختبار الصدق والثبات:

- اختبار الصدق: وقد تم اختبار الصدق من خلال تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها وترجمتها في شكل فروض، بعد الإطلاع على التراث العلمي لنظرية الاستخدامات والإنباعيات، ومراجعة بعض الدراسات السابقة، وفي إطار ذلك تم عرض الاستمارة على الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام.
- اختبار الثبات: تم إجراء الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة عبر فترة زمنية من إجابات المبحوثين على عينة قوامها ٤٠ مفردة (حوالي ١٠%) من الشباب الجامعي وذلك بعد مرور خمسة عشر يوماً من التطبيق الأول للاستمارة، وقد تم الاعتماد في حساب ثبات النتائج على حساب كمية الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني، وكانت قيمة معامل الثبات للاستمارة ٨٨%، وهو معامل ثابت مرتفع.

أسلوب تحليل البيانات والمعاملات الإحصائية:

بمجرد الانتهاء من إعداد صحيفة الاستبيان، ومراجعتها مكتبياً وميدانياً، بالإضافة للبيانات الأخرى الخاصة بالدراسة، تم القيام بالتحليل الإحصائي المطلوب، واختبار العلاقات بين المتغيرات، وذلك بالاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS، مستفيداً من

أسماء المحكمين:

- أ.د همت حسن عبدالمجيد، أستاذ الإعلام بقسم الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين
- أ.د عصام نصر سليم، أستاذ الإعلام ورئيس قسم الاتصال الجماهيري بجامعة الشارقة بدولة الإمارات.
- أ.د محمود حسن إسماعيل، أستاذ الإعلام ورئيس قسم إعلام الطفولة بمعهد الطفولة-جامعة عين شمس.
- د.كاظم عزيز مؤنس، أستاذ الإعلام المشارك- بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين.
- د.محمد خير بني دومي، أستاذ الإعلام المساعد- الجامعة الأهلية بمملكة البحرين.
- د.مدوح عبدالله مكاوي، مدرس الإعلام بجامعة بني سويف.

جدول (٦) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة والفترة التي يفضلون استخدام موقع تويتر فيها.

Z-Test	المجموع		نوع الجامعة				الفترة
			جامعة الخليج العربي		جامعة البحرين		
	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٩٤	١٠	٤٠	٨,٤٢	١٥	١١,٢٦	٢٥	الفترة الصباحية (٨-١٢ص)
٠,١٥	٨,٧٥	٣٥	٨,٩٨	١٦	٨,٥٦	١٩	فترة الظهيرة (١٢-٤)
٠,١١	١٧,٧٥	٧١	١٧,٩٧	٣٢	١٧,٥٧	٣٩	فترة العصر (٤-٨)
١,١١	٣٢,٥	١٣٠	٣٥,٣٩	٦٣	٣٠,١٨	٦٧	فترة المساء (٨-١٢)
٠,٦٩	٣١	١٢٤	٢٩,٢١	٥٢	٣٢,٤٣	٧٢	الفترة الليلية (١٢-٨ص)
	١٠٠	٤٠٠	١٧٨	١٠٠	٢٢٢		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن الفترات التي يفضل المبحوثون استخدام موقع تويتر فيها (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي فترة المساء (٨-١٢) بنسبة ٣٢,٥%، يليه الفترة الليلية (١٢-٨ص) بنسبة ٣١%، ثم فترة العصر (٤-٨) بنسبة ١٧,٧٥%، ثم الفترة الصباحية (٨-١٢ص) بنسبة ١٠% وجاءت فترة الظهيرة في المرتبة الأخيرة (١٢-٤) بنسبة ٨,٧٥%.

أوضحت الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة والأوقات التي يفضل المبحوثون استخدام موقع تويتر فيها، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أصغر من القيمة الجدولية ١,٩٦ وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٩٥%.

جدول (٧) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وكيفية تعرفهم على موقع تويتر *

Z-Test	المجموع		نوع الجامعة				كيفية التعرف
			جامعة الخليج العربي		جامعة البحرين		
	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٦٩	٤٩,٧٥	١٩٩	٥١,٦٩	٩٢	٤٨,٢٠	١٠٧	عن طريق الأهل والأصدقاء
٢,٨٨	٨٦	٣٤٤	٩١,٥٧	١٦٣	٨١,٥٣	١٨١	عن طريق زملاء الدراسة
٠,٨٩	٢٧,٥	١١٠	٢٥,٢٨	٤٥	٢٩,٢٨	٦٥	عن طريق وسائل الإعلام
٤,٥٢	٤٩,٧٥	١٩٩	٦٢,٦٦	١١١	٣٩,٦٤	٨٨	عن طريق تصفح الإنترنت
	٤٠٠		١٧٨		٢٢٢		جملة من سئوا

* تم اختيار أكثر من بديل.

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن طرق تعرف المبحوثين على موقع تويتر (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي عن طريق زملاء الدراسة بنسبة ٨٦%، وتساوت نسبة كل من: عن طريق الأهل والأصدقاء، عن طريق تصفح الإنترنت بنسبة ٤٩,٧٥% لكل منهما على حدة، وجاء في المرتبة الأخيرة عن طريق وسائل الإعلام بنسبة ٢٧,٥%.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة طرق تعرف المبحوثين على موقع تويتر في عن طريق زملاء الدراسة، عن طريق تصفح الإنترنت لصالح جامعة الخليج العربي بنسبة ٩١,٥٧%، ٦٢,٣٦% مقابل ٨١,٥٣%، ٣٩,٦٤% لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١.

جدول (٨) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة العلاقات التي يقومون بها على موقع تويتر

Z-Test	المجموع		نوع الجامعة				طبيعة العلاقة
			جامعة الخليج العربي		جامعة البحرين		
	%	ك	%	ك	%	ك	
١,٨٣	٨٥,٧٥	٣٤٣	٨٩,٣٣	١٥٩	٨٢,٨٨	١٨٤	التواصل مع زملاء الدراسة والعمل
١,٦٣	٤,٧٥	١٩	٢,٨	٥	٦,٣٠	١٤	العلاقات العاطفية
٢,١١	٤,٧٥	١٩	٢,٢٥	٤	٦,٧٥	١٥	الدراسة والبحث العلمي
٠,٧٣	٤,٧٥	١٩	٥,٦٢	١٠	٤,٠٥	٩	التواصل مع بعض الجهات والمنظمات
	١٠٠	٤٠٠	١٧٨	١٠٠	٢٢٢		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن طبيعة العلاقات التي يقيمها المبحوثون على موقع تويتر (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي التواصل مع زملاء الدراسة والعمل بنسبة ٨٥,٧٥%، يليها العلاقات العاطفية، الدراسة والبحث العلمي، والتواصل مع بعض الجهات والمنظمات بنسبة ٤,٧٥%، ٤,٧٥%، و ٤,٧٥%.

تتفق نتائج الدراسة مع نتائج دراسة Tiffany, A, Yevdokiya, A& Sandra, L. (2009) والتي كشفت أن الطلاب نادراً ما يستخدمون الفيس بوك في الدراسة.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع

السعودي بالنسبة للمواقع الأخرى.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة ومواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص المبحوثون على استخدامها في مواقع ماي سبيس وفلكر وجوجل بلس لصالح جامعة البحرين بنسبة ٩٦,٤٦%، ٧٤,٣٢%، ٣٠,١٨% مقابل نسبة ٢,٢٥%، ٣٧,٦٤%، ١٧,٩٨% لجامعة الخليج العربي على الترتيب، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١، كما أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة ومواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص المبحوثون على استخدامها في موقع تويتر بنسبة ٩٥,٥٠% لجامعة البحرين مقابل ٩٠,٤٥% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥.

جدول (٤) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدة اشتراكهم في موقع تويتر

Z-Test	المجموع		نوع الجامعة				مدى الاشتراك
			جامعة الخليج العربي		جامعة البحرين		
	%	ك	%	ك	%	ك	
٢,٨٧	٢,٥	١٠	٠	٠	٤,٥	١٠	أقل من ٦ شهور
١,٥٨	٢,٥	١٠	١,١٢٣	٢	٣,٦١	٨	من ٦ شهور لأقل من سنة
٣,١٩	٩٥	٣٨٠	٩٨,٨٨	١٧٦	٩١,٨٩	٢٠٤	سنة فأكثر
	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٧٨	١٠٠	٢٢٢	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن مدى اشتراك المبحوثين في موقع تويتر (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي من سنة فأكثر بنسبة ٩٥%، ويتساوى أقل من ٦ شهور ومن ٦ شهور لأقل من سنة بنسبة ٢,٥% لكل منهما على حدة.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة واشتراكهم في موقع تويتر لأقل من ٣ شهور لصالح جامعة البحرين بنسبة ٤,٥% مقابل ٠% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥، كما أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وموقع تويتر التي يحرص المبحوثون على استخدامها من ٦ شهور لأقل من سنتين بنسبة ٩٨,٨٨% لجامعة الخليج العربي مقابل نسبة ٩١,٨٩% لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١.

جدول (٥) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدة استخدامهم لموقع تويتر يوميا.

Z-Test	المجموع		نوع الجامعة				مدة الاستخدام
			جامعة الخليج العربي		جامعة البحرين		
	%	ك	%	ك	%	ك	
٢,١٧	٢٣	٩٢	٢٨,٣	٥٠	١٩	٤٢	أقل من ساعة
١,٣١	٢٦,٢٥	١٠٥	٢٣	٤١	٢٨,٨	٦٤	من ساعة لأقل من ساعتين
٠,٤٦	٢٩,٢٥	١١٧	٢٨	٥٠	٣٠,٢	٦٧	من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات
٠,٥٥	٢١,٥	٨٦	٢٠,٧٠	٣٧	٢٢	٤٩	أكثر من ثلاث ساعات
	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٧٨	١٠٠	٢٢٢	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن المدة التي يقضيها المبحوثون في استخدام موقع تويتر (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي من من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات بنسبة ٢٩,٢٥%، يليه من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة ٢٦,٢٥%، ثم أقل من ساعة بنسبة ٢٣%، وجاءت في المرتبة الأخيرة أكثر من ثلاث ساعات بنسبة ٢١,٥%.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة والمدة التي يقضيها المبحوثون في تصفح موقع تويتر في فئة أقل من ساعة لصالح جامعة الخليج العربي بنسبة ٢٨,٣% مقابل ١٩% لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥.

بنسبة ١٨%، ثم أضع رسم تعبيرى بنسبة ١٧,٧٥%، وجاء في المرتبة الأخيرة أترك مكان الصورة فارغا بنسبة ١١,٥%.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وعرض الصورة الحقيقية على موقع تويتر لصالح جامعة الخليج العربي بنسبة ٦٢% مقابل ٤٦% لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١، كما أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الصورة التعريفية للمبجوثين في ترك مكان الصورة فارغا على موقع تويتر بنسبة ١٥% لصالح جامعة البحرين مقابل نسبة ٧% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥.

جدول (١٢) يوضح توزيع المبجوثين طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الموضوعات التي يفضلون مطالعتها في موقع تويتر*

Z-Test	المجموع	نوع الجامعة					
		جامعة البحرين			جامعة الخليج العربي		
		ك	%	ك	%	ك	%
علمية	١٧	٧,٦٦	٥١	٢٨,٦٥	٦٨	١٧	٥,٥٦
ثقافية	٥٥	٢٤,٧٧	١٨	١٠,١١	٧٣	١٨,٢٥	٣,٧٧
رياضية	١٠٩	٤٩,١٠	٧٨	٤٣,٨٢	١٨٧	٤٦,٧٥	١,٠٥
سياسية	١٤٥	٦٥,٣٢	١٠١	٥٦,٧٤	٢٤٦	٦١,٥	١,٧٥
اقتصادية	٣٣	١٤,٨٦	١٣	٧,٣٠	٤٦	١١,٥	٢,٣٦
اجتماعية	١٨٩	٨٥,١٤	١١٤	٦٤,٠٤	٣٠٣	٧٥,٧٥	٤,٨٩
جملة من سئولا	٢٢٢		١٧٨		٤٠٠		

* تم اختيار أكثر من بديل.

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن طبيعة الموضوعات التي يفضل المبجوثون مطالعتها في موقع تويتر (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٧٥,٧٥%، يليها الموضوعات السياسية بنسبة ٦١,٥٠%، ثم الموضوعات الرياضية بنسبة ٤٦,٧٥%، والموضوعات الثقافية بنسبة ١٨,٢٥%، والموضوعات العلمية بنسبة ١٧%، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الأخيرة بنسبة ١١,٥٠%. كذلك تختلف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (حمزة خليل، ٢٠١٢) والتي كشفت أن الموضوعات السياسية جاءت كأكثر الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر موقع تويتر.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الموضوعات التي يفضل المبجوثون مطالعتها في موقع تويتر في الموضوعات الثقافية والاجتماعية لصالح جامعة البحرين بنسبة ٥٤,٧٧%، ٨٥,١٤% مقابل ١٠,١١%، ٦٤,٠٤% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١، ولصالح جامعة البحرين أيضاً في الموضوعات الاقتصادية بنسبة ١٤,٨٦% مقابل ٧,٣٠% لصالح جامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥، كما كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الموضوعات التي يفضل المبجوثون مطالعتها في موقع تويتر لصالح جامعة الخليج العربي في الموضوعات العلمية لصالح جامعة الخليج العربي بنسبة ٢٨,٦٥% مقابل ٧,٦٦% لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١.

جدول (١٣) يوضح توزيع المبجوثين طبقاً لنوع الجامعة والوسائل التي يطالعون من خلالها موقع تويتر*

Z-Test	المجموع	نوع الجامعة					
		جامعة البحرين			جامعة الخليج العربي		
		ك	%	ك	%	ك	%
الكمبيوتر المكتبي	١١٤	٥١,٨٢	٨٩	٥٠,٠٠	٢٠٣	٥٠,٧٥	٠,٢٧
الكمبيوتر المحمول	٢٠٦	٩٣,٦٤	١٥٢	٨٥,٣٩	٣٥٨	٨٩,٥	٢,٤٠
الكمبيوتر اللوحي (Ipad)	٥٦	٢٥,٤٥	٨٢	٤٦,٠٧	١٣٨	٣٤,٥	٤,٣٦
الهاتف النقال	٢٠٢	٩١,٨٢	١٦١	٩٠,٤٥	٣٦٣	٩٠,٧٥	٠,١٩
جملة من سئولا	٢٢٢		١٧٨		٤٠٠		

* تم اختيار أكثر من بديل.

الجامعة وطبيعة العلاقات التي تقام على موقع تويتر للدراسة والبحث العلمي لصالح جامعة البحرين بنسبة ٦٧,٥٥% مقابل ٢٢,٢٥% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥.

جدول (٩) يوضح توزيع المبجوثين طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الإسم الخاص بالاشتراك الذي يتم الدخول به في موقع تويتر

Z-Test	المجموع	نوع الجامعة					
		جامعة البحرين			جامعة الخليج العربي		
		ك	%	ك	%	ك	%
الإسم الحقيقي	١٧٨	٨٠,٢	١٥٨	٨٨,٧٦	٣٣٦	٨٤	٢,٣٣
أسم مستعار	٤٤	١٩,٨٢	٢٠	١١,٢٤	٦٤	١٦	٢,٣٣
الإجمالي	٢٢٢		١٧٨		٤٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن طبيعة الإسم الخاص بالاشتراك الذي يتم الدخول به في موقع تويتر (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي الإسم الحقيقي بنسبة ٨٤%، يليه الإسم المستعار بنسبة ١٦%.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الإسم الخاص بالاشتراك الذي يتم الدخول به في موقع تويتر في الإسم الحقيقي لصالح جامعة الخليج العربي بنسبة ٨٨,٧٦% مقابل ٨٠,٢% لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥، كما أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الإسم الخاص بالاشتراك الذي يتم الدخول به في موقع تويتر في الإسم المستعار لصالح جامعة البحرين بنسبة ١٩,٨٢% مقابل نسبة ١١,٢٤% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥.

جدول (١٠) يوضح توزيع المبجوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدى الحرص على إعطاء معلومات صحيحة عن شخصية المبجوثين الآخرين في موقع تويتر.

Z-Test	المجموع	نوع الجامعة					
		جامعة البحرين			جامعة الخليج العربي		
		ك	%	ك	%	ك	%
دائما	١١٤	٥١,٣٥	١٠١	٥٦,٧٤	٢١٥	٢٣	١,٠٧
أحيانا	٦٨	٣٠,٦٣	٤٠	٢٢,٤٧	١٠٨	٢٦,٢٥	١,٨٣
نادرا	١٠	٤,٥١	١١	٦,١٨	٢١	٥,٠٧٥	٠,٧٥
لا	٣٠	١٣,٥٢	٢٦	٦,٢٨	٥٦	٥,٢٥	٠,٣١
الإجمالي	٢٢٢		١٧٨		٤٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن مدى حرص المبجوثين على إعطاء معلومات صحيحة عن الشخصية للآخرين في موقع تويتر (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي نادرا بنسبة ٥,٠٧٥%، يليه أحيانا بنسبة ٢٦,٢٥%، ثم دائما بنسبة ٥١,٣٥%، وجاء في المرتبة الأخيرة لا بنسبة ١٣,٥٢%.

أوضحت الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة ومدى الحرص على إعطاء معلومات صحيحة عن شخصية المبجوثين للآخرين في موقع تويتر، حيث جاءت قيمة z المحسوبة أصغر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٩٥%.

جدول (١١) يوضح توزيع المبجوثين طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الصورة التعريفية الخاصة بالمبجوثين في موقع تويتر

Z-Test	المجموع	نوع الجامعة					
		جامعة البحرين			جامعة الخليج العربي		
		ك	%	ك	%	ك	%
أعرض صورتي الحقيقية	١٠١	٤٦	١١٠	٦٢	٢١١	٥٢,٧٥	٣,٢٥
أعرض صورة مستعارة لشخصية أخرى	٤٧	٢١	٢٥	١٤	٧٢	١٨	١,٨٤
أترك مكان الصورة فارغا	٣٣	١٥	١٣	٧	٤٦	١١,٥	٢,٣٦
أضع رسم تعبيرى	٤١	١٨	٣٠	١٧	٧١	١٧,٧٥	٠,٤٢
الإجمالي	٢٢٢		١٧٨		٤٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن طبيعة الصورة التعريفية الخاصة بالمبجوثين في موقع تويتر (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي أعرض صورتي الحقيقية بنسبة ٤٦%، يليه أعرض صورة مستعارة لشخصية أخرى

جدول (١٤) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة والمكان المفضل لتصفح موقع تويتر.

Z-Test	المجموع		نوع الجامعة				مكان التصفح
			جامعة الخليج العربي		جامعة البحرين		
	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٨٠	٦٠,٧٥	٢٤٣	٦٣	١١٢	٥٩	١٣١	المنزل
٠,٠٦	٢٦,٢٥	١٠٥	٢٦	٤٧	٢٦	٥٨	الجامعة
١,٢٦	٢,٢٥	٩	١	٢	٣	٧	المقهى
١,٢١	٦,٧٥	٢٧	٥	٩	٨	١٨	العمل
٠,٤٥	٤	١٦	٥	٨	٤	٨	الأماكن العامة
	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٧٨	١٠٠	٢٢٢	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن المكان المفضل لتصفح موقع تويتر لدى المبحوثين (بالترتيب) تمثل على النحو التالي المنزل بنسبة ٦٠,٧٥%، يليه الجامعة بنسبة ٢٦,٢٥%، ثم العمل بنسبة ٦,٧٥%، ثم الأماكن العامة بنسبة ٤%، ثم جاء المقهى في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢,٢٥%.

أوضحت الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة والمكان المفضل لتصفح موقع تويتر، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنتهية بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥.

جدول (١٥) يوضح توزيع استجابات المبحوثين طبقاً لواقعهم النفعية في استخدامهم لموقع تويتر.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		الدوافع النفعية
		%	ت	%	ت	%	ت	
٠,٤٧٣	١,٢٤٢	٢,٠	٨	٢٠,٣	٨١	٧٧,٨	٣١١	التواصل مع الأهل والأصدقاء
٠,٥٨٧	١,٤٨٢	٤,٨	١٩	٣٨,٨	١٥٥	٥٦,٥	٢٢٦	التعرف على أحداث وأخبار بلدك والعالم
٠,٦٥٠	١,٦٣٢	٩,٥	٣٨	٤٤,٣	١٧٧	٤٦,٣	١٨٥	اكتساب خبرات ومعلومات جديدة تفيدني
٠,٩٣٧	٢,٠١٧	٢٨,٠	١١٢	٤٥,٨	١٨٣	٢٦,٣	١٠٥	لنشر أحداث سأقوم بها
٠,٥٧٤	١,٨١٠	٨,٨	٣٥	٦٣,٥	٢٥٤	٢٧,٨	١١١	تبادل الصور والموضوعات والمقاطع مع الآخرين
٠,٦٦٧	١,٧١٥	١٢,٠	٤٨	٤٧,٥	١٩٠	٤٠,٥	١٦٢	الحصول على معلومات
٠,٦٤٨	١,٧٣٥	١١,٠	٤٤	٤٩,٨	١٩٩	٣٦,٨	١٤٧	تبادل الآراء مع الآخرين من خلال المناقشة
٠,٦٣٣	١,٥١٠	٧,٥	٣٠	٣٦,٠	١٤٤	٥٦,٥	٢٢٦	التواصل مع أشخاص لا أستطيع التواصل معهم مباشرة
٠,٧٣٣	١,٧٦٠	١٧,٨	٧١	٤٠,٥	١٦٢	٤١,٨	١٦٧	إجادة التعامل مع الناس
٠,٧٥٣	١,٩٤٥	٢٥,٨	١٠٣	٤٣,٠	١٧٢	٣١,٣	١٢٥	التعرف على السلع والخدمات الجديدة في الأسواق
٠,٧٣٠	١,٨٢٠	١٩,٣	٧٧	٤٣,٥	١٧٤	٣٧,٣	١٤٩	لاكتشاف عالم موقع تويتر.
٠,٧٦٥	٢,١٦٠	٣٨,٥	١٥٤	٣٩	١٥٦	٢٢,٥	٩٠	اكتساب صداقات من الإنترنت لم أجدها فيمن حولي

تمثلت دوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع تويتر في النواحي الآتية:

جاء دافع "اكتساب صداقات من الإنترنت لم أجدها فيمن حولي" في مقدمة الدوافع النفعية في استخدام المبحوثين لموقع تويتر بمتوسط حسابي ٢,١٦٠، يليها "لنشر أحداث سأقوم بها" بمتوسط حسابي ٢,٠١٧، "التعرف على السلع والخدمات الجديدة في الأسواق"، "لاكتشاف عالم موقع تويتر" بمتوسط حسابي ١,٨٢٠، "تبادل الصور والموضوعات والمقاطع مع الآخرين" بمتوسط حسابي ١,٨١٠، "إجادة التعامل مع الناس" بمتوسط حسابي ١,٧٦٠، "تبادل الآراء مع الآخرين من خلال المناقشة" بمتوسط حسابي ١,٧٣٥، "الحصول على معلومات" بمتوسط حسابي ١,٧١٥، "معرفة

جدول (١٦) يوضح توزيع استجابات المبحوثين طبقاً لواقعهم الطقوسية في استخدامهم لموقع تويتر.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		الدوافع
		%	ت	%	ت	%	ت	
٠,٥٦١	١,٤٧٥	٣,٣	١٣	٤١,٠	١٦٤	٥٥,٨	٢٢٣	التسلية والترفيه
٠,٥٨٥	١,٤٤٧	٤,٨	١٩	٣٥,٣	١٤١	٦٠,٠	٢٤٠	ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل
٠,٦٩٣	٢,١٨٢	٣٤,٨	١٣٩	٤٨,٨	١٩٥	١٦,٥	٦٦	بدافع الفضول
٠,٧٧٣	٢,٣٣٢	٥٢,٠	٢٠٨	٢٩,٣	١١٧	١٨,٨	٧٥	للهرب من مشاكل الحياة اليومية
٠,٧٣٠	٢,٣١٧	٤٧,٥	١٩٠	٣٦,٨	١٤٧	١٥,٨	٦٣	حتى لا أشعر بالغيرة والوحدة
٠,٧٣٧	٢,١٧٢	٣٧,٣	١٤٩	٤٢,٨	١٧١	٢٠,٠	٨٠	لأن كل من حولي يستخدمها
٠,٧١١	٢,٣٤٠	٤٨,٠	١٩٢	٣٨,٠	١٥٢	١٤,٠	٥٦	استخدمتها عندما أكون محبطاً
٠,٦٨٧	١,٦١٥	١١,٨	٤٧	٣٨,٠	١٥٢	٥٠,٣	٢٠١	جزء من الروتين الذي أفعله عندما أكون على شبكة الإنترنت
٠,٧٦٠	١,٧٢٠	١٨,٨	٧٥	٣٤,٥	١٣٨	٤٦,٨	١٨٧	استخدمتها لأنها مواقع ممتعة
٠,٨٧٦	٢,١٥٥	٤٧,٣	١٨٩	٢١,٠	٨٤	٣١,٨	١٢٧	نسيان هموم الغربة والبعد عن الأهل والأصدقاء.

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج، منها:

جاء دافع "استخدمتها عندما أكون محبطاً" في مقدمة الدوافع الطقوسية في استخدام المبحوثين لموقع تويتر بمتوسط حسابي ٢,٣٤٠، يليه "للهرب من مشاكل الحياة

الأخيرة من الدوافع الطقوسية في استخدام المبحوثين لموقع تويتر بمتوسط حسابي ١,٤٤٧، وتتفق نتائج الدراسة مع نتائج دراسة (Monica Ancu, 2012)، والتي كشفت أن دافع التسلية جاء في مقدمة دوافع استخدام موقع الفيس بوك بنسبة ٨٤%، تمضية أوقات الفراغ بنسبة ٨٠%.

جدول (١٧) يوضح توزيع استجابات المبحوثين طبقاً لطريقة استخدامهم لموقع تويتر.

الانحراف المعياري	نادرًا		أحيانًا		دائمًا		طرق الاستخدام
	%	ت	%	ت	%	ت	
٠,٨٩٤	١,٧٨٠	٢٢,٥	٩٠	٣٣,٠	١٣٢	٤٤,٥	١٧٨
٠,٧٠٢	١,٧٥٠	١٥,٣	٦١,٠	٤٤,٥	١٧٨	٤٠,٣	١٦١
٠,٦٤٠	١,٧٦٥	١١,٥	٤٦	٥٣,٣	٢١٤	٣٥,٠	١٤٠
٠,٧٨٩	١,٩٨٢	٣٠,٣	١٢١	٣٧,٨	١٥١	٣٢	١٢٨
٠,٧٧٠	١,٩٩٢	٢٩,٣	١١٧	٤٠,٨	١٦٣	٣٠	١٢٠
٠,٧٣٩	٢,١٧٠	٣٧,٣	١٤٩	٤٢,٥	١٧٠	٢٠,٣	٨١

والأنشطة التي يقوم بها المبحوثون خلال تصفحهم لموقع تويتر لصالح جامعة الخليج العربي في الاطلاع على صفحات المستخدمين الآخرين، بنسبة ٩٤,٩٤%، ٥٣,٩٣% مقابل نسبة ٨٧,٣٩%، ٣٨,٢٩% لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئية بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١.

جدول (١٩) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدى قيام المبحوثين بتحديث صفحاتهم في موقع تويتر

Z-Test	المجموع		نوع الجامعة				تحديث الصفحة
	%	ك	%	ك	%	ك	
١,١٨	٧٥,٢٥	٣٠١	٧٨	١٣٩	٧٣	١٦٢	نعم
	٢٤,٧٥	٩٩	٢٢	٣٩	٢٧	٦٠	لا
	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٧٨	١٠٠	٢٢٢	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن قيام المبحوثين بتحديث صفحاتهم في موقع تويتر (بالترتيب) تمثل على النحو التالي نعم بنسبة ٧٥,٢٥%، يليه لا بنسبة ٢٤,٧٥%.

أوضحت الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة ومدى قيام المبحوثين بتحديث صفحاتهم في موقع تويتر، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئية بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٩٥%.

جدول (٢٠) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وعدد المرات التي يقوم المبحوثين فيها بتحديث صفحاتهم في موقع تويتر.

Z-Test	المجموع		نوع الجامعة				تحديث الصفحة
	%	ك	%	ك	%	ك	
٥,٢٧	٢٥,٩١	٧٨	٤٠,٢٩	٥٦	١٣,٥٨	٢٢	نادراً ما أحدث صفحتي الشخصية
	٤٢,٣٣	١٦٨	٤٢,٤٥	٥٩	٦٧,٢٨	١٠٩	عدة مرات في شهريا
٠,٤٢	١٨,٢٧	٥٥	١٧,٢٧	٢٤	١٩,١٤	٣١	بشكل يومي
	١٠٠	٣٠١	١٠٠	١٣٩	١٠٠	١٦٢	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن نسبة ٥٥,٨١% من المبحوثين تقوم بتحديث صفحاتهم على موقع تويتر عدة مرات شهريا، بينما تقوم نسبة ٢٥,٩١% بذلك نادراً، ونسبة ١٨,٢٧% بشكل يومي.

أوضحت الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وعدد المرات التي يقوم المبحوثين فيها بتحديث صفحاتهم في موقع تويتر، لصالح جامعة البحرين في عدة مرات في شهريا بنسبة ٦٧,٢٨% مقابل ٤٢,٤٥% لصالح جامعة الخليج العربي، ولصالح جامعة الخليج العربي في نادراً ما أحدث صفحتي الشخصية بنسبة ٤٠,٢٩% مقابل ١٣,٥٨% لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئية بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١.

حسابي ٢,١٧٢، "سيان هموم الغربية والبعد عن الأهل والأصدقاء" بمتوسط حسابي ٢,١٥٥، "استخدامها لأنها مواقع ممتعة" بمتوسط حسابي ١,٧٢٠، "جزء من الروتين الذي أفعله عندما أكون على شبكة الأنترنت" بمتوسط حسابي ١,٤٧٥، "التسلية والترفيه" بمتوسط حسابي ١,٤٧٥، "لمء وقت الفراغ والتخلص من الملل" في المرتبة جدول (١٧) يوضح توزيع استجابات المبحوثين طبقاً لطريقة استخدامهم لموقع تويتر.

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج، منها:

جاءت طريقة "أنظم وقتي حتى لا تشغلني بعض الأمور عن الدخول لموقع تويتر" في مقدمة طرق استخدام موقع تويتر بمتوسط حسابي ٢,١٧٠، يليها "أتحدث مع الأهل والأصدقاء عن صداقاتي بموقع تويتر" بمتوسط حسابي ١,٩٩٢، "أتوقع ماذا سيحدث عن تطورات علاقتي مع الآخرين عبر موقع تويتر"، بمتوسط حسابي ١,٩٨٢، "أقوم بالتحدث مع الآخرين أثناء استخدام موقع تويتر" بمتوسط حسابي ١,٧٨٠، "أنتبه جيداً لمواصفات الشخص الذي أتحدث معه عبر موقع تويتر" بمتوسط حسابي ١,٧٦٥، "استخدام موقع تويتر في فترات الانتظار في الشارع أو أثناء المراجعات" في المرتبة الأخيرة لطرق استخدام موقع تويتر بمتوسط حسابي ١,٧٥٠.

جدول (١٨) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة والأنشطة التي يقومون بها خلال تصفحهم لموقع تويتر*

Z-Test	المجموع		نوع الجامعة				الأنشطة
	%	ك	%	ك	%	ك	
٢,٥٩	٩٠,٧٥	٣٦٣	٩٤,٩٤	١٦٩	٨٧,٣٩	١٩٤	الاطلاع على صفحات المستخدمين الآخرين
	٠,٣٦	٥١,٠٠	٢٠٤	٥٠,٠٠	٨٩	٥١,٨٠	١١٥
٢,٦٧	٢٥,٠٠	١٠٠	١٨,٥٤	٣٣	٣٠,١٨	٦٧	إضافة الروابط الإلكترونية
	٠,٣١	٨,٥٠	٣٤	٨,٩٩	١٦	٨,١١	١٨
٣,١٢	٤٥,٢٥	١٨١	٥٣,٩٣	٩٦	٣٨,٢٩	٨٥	استخدام البريد الإلكتروني في الموقع
	١,٠٥	٥٥,٠٠	٢٢٠	٣٨,٢٠	٦٨	٦٨,٤٧	١٥٢
٠,٢٧	١٥,٧٥	٦٣	١٦,٢٩	٢٩	١٥,٣٢	٣٤	المشاركة في الأحداث الاجتماعية والإنسانية
	٠,١٢	٩,٧٥	٣٩	٩,٥٥	١٧	٩,٩١	٢٢
	٤٠٠	١٧٨	١٧٨	٢٢٢	٢٢٢	جملة من سئلوا	

* تم اختيار أكثر من بديل.

بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون خلال تصفحهم لموقع تويتر (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي الاطلاع على صفحات المستخدمين الآخرين بنسبة ٩٠,٧٥%، يليه المشاركة بالناقشات والتعرف على آخر الأخبار والمستجدات بنسبة ٥٥,٠٠%، ثم توثيق المذكرات في صفحتي الشخصية بنسبة ٥١,٠٠%، استخدام البريد الإلكتروني في الموقع بنسبة ٤٥,٢٥%، يليها إضافة الروابط الإلكترونية بنسبة ٢٥,٠٠%، ثم المشاركة في الأحداث الاجتماعية والإنسانية بنسبة ١٥,٧٥%، استخدام التطبيقات المختلفة بنسبة ٨,٥٠%، وجاء في المرتبة الأخيرة الاطلاع على الإعلانات بنسبة ٩,٧٥%.

تتفق نتائج الدراسة مع نتائج دراسة (نها الأسدودي، ٢٠١٢) والتي أوضحت أن الاطلاع على صفحات المستخدمين جاء على رأس الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون في موقع تويتر.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة والأنشطة التي يقوم بها المبحوثون خلال تصفحهم لموقع تويتر في إضافة الروابط الإلكترونية لصالح جامعة البحرين بنسبة ٣٠,١٨% مقابل ١٨,٥٤% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئية بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥، كما أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة

جدول (٢١) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة والأشخاص الذين يفضلون التواصل معهم في موقع تويتر*

الأشخاص	نوع الجامعة					
	جامعة البحرين		جامعة الخليج العربي		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأصدقاء المقربون	١٨٦	٨٣,٧٨	١٣٥	٧٥,٨٤	٣٢١	٨٠,٢٥
زملاء في الدراسة أو العمل	١٩٢	٨٦,٤٩	١٤١	٧٩,٢١	٣٣٣	٨٣,٢٥
الأهل والأقارب	١٣٧	٦١,٧١	٩٣	٥٢,٢٥	٢٣٠	٥٧,٥
زملاء قدامى في الدراسة أو العمل	٨١	٣٦,٤٩	٦٦	٣٧,٠٨	١٤٧	٣٦,٧٥
مستخدمون تعرفت عليهم في الموقع	١٣٢	٥٩,٤٦	١٠١	٥٦,٧٤	٢٣٣	٥٨,٢٥
جملة من سئلا	٢٢٢		١٧٨		٤٠٠	

تشير بيانات الجدول إلى عدة نتائج، منها أن يتوزع الأشخاص الذين يفضل المبحوثون التواصل معهم من خلال موقع تويتر (بالترتيب) على النحو التالي زملاء في الدراسة بنسبة ٨٣,٢٥%، يليها الأصدقاء المقربون بنسبة ٨٠,٢٥%، ثم مستخدمون تعرفت عليهم في الموقع بنسبة ٥٨,٢٥%، الأهل والأقارب بنسبة ٥٧,٥%، وجاء زملاء قدامى في الدراسة أو العمل في المرتبة الأخيرة بنسبة ٣٦,٧٥%.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة والأشخاص الذين يفضلون التواصل معهم في موقع تويتر في الأصدقاء المقربون لصالح جامعة البحرين بنسبة ٨٣,٧٨% مقابل ٧٥,٨٤% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئية بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥.

جدول (٢٢) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وسبب قبول صداقات في موقع تويتر.

سبب قبول الصداقات	نوع الجامعة					
	جامعة البحرين		جامعة الخليج العربي		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
التخلص من الوحدة والعزلة	٤٦	٢٠,٧	٣٣	١٨,٥	٧٩	١٩,٧٥
توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية	١٠٧	٤٨	٨٩	٥٠	١٩٦	٤٩
شعوري بأن من عدم البلاقة رفض طلبات الصداقة	١٩	٨,٦	١١	٦,٢	٣٠	٧,٥
للفضول الذي يدفعني إلى معرفة الطرف الآخر	١٣	٦	١١	٦,٢	٢٤	٦
ليس لدى ما أخشى حبه عن الآخرين	٣٧	١٦,٧	٣٤	١٩,١٠	٧١	١٧,٧٥
الاجمالي	٢٢٢		١٧٨		٤٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن أسباب قبول صداقات جديدة في موقع تويتر (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية بنسبة ٤٩%، يليه التخلص من الوحدة والعزلة بنسبة ١٩,٧٥%، ثم ليس لدى ما أخشى حبه عن الآخرين بنسبة ١٧,٧٥%، ثم شعوري بأن من عدم البلاقة رفض طلبات الصداقة بنسبة ٧,٥%، وجاء في المرتبة الأخيرة للفضول الذي يدفعني إلى

جدول (٢٥) يوضح توزيع استجابات المبحوثين واتجاهاتهم حول طبيعة موقع تويتر.

الاستجابات	مواقف جدا						مواقف						مواقف جدا					
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
أشعر بحرية أكثر في التفاعل مع الآخرين على عكس ما يحدث في الحياة الواقعية	١٣١	٣٢,٨	١٧	٤,٣	١١١	٢٧,٨	١٣٦	٣٤	٥	١	٢,٦٦٧	٢,٦٦٧	١,٢٧٩	١	٥			
أشعر بأن موقع تويتر وسائل ممتعة ومفيدة للتعامل مع الأفراد من خلالها	١٣٥	٣٣,٨	٩	٢,٣	٣٥	٨,٨	٢٠١	٥٠,٣	٢٠	٥	٢,٩٠٥	٢,٩٠٥	١,٤٣٩	٥	٢٠			
أجد في موقع تويتر ما يفهم مشاكلي وأحلامي	١٠٠	٢٥	٧٥	١٨,٨	١٦٣	٤٠,٨	٥٥	١٣,٨	٧	١,٨	٢,٤٨٥	٢,٤٨٥	١,٠٦٤	٧	٢٨			
تتيح موقع تويتر الثقة بالنفس	٩٥	٢٣,٨	٧٥	١٨,٨	١٣٨	٣٤,٥	٨٤	٢١	٨	٢	٢,٥٨٧	٢,٥٨٧	١,١٢٢	٨	٢١			
تتيح موقع تويتر الشعور بالتنوع والتعرف على أفراد من بلاد أخرى	١٢٤	٣١	٩	٢,٣	٧١	١٧,٨	١٧٨	٤٤,٥	١٨	٤,٥	٢,٨٢٢	٢,٨٢٢	١,٣٧١	١٨	٤٤,٥			
يؤدي كثرة النحول إلى موقع تويتر إلى الاحساس بالانكئاب والقلق	١٣٣	٣٣,٣	٨١	٢٠,٣	١٤٥	٣٦,٣	٣٦	٩	٥	١,٣	٢,٢٤٧	٢,٢٤٧	١,٠٥٣	٥	١٣			
أدى التواصل مع الأصدقاء من خلال المواقع التي عدم التواصل معهم من الواقع الحقيقي	١٣٥	٣٣,٨	٦٨	١٧	٥٧	١٤,٣	١٣٤	٣٣,٥	٦	١,٥	٢,٥٢٠	٢,٥٢٠	١,٢٩٩	٦	١٥			

تشير بيانات الجدول إلى عدة نتائج، من أهمها أن "أشعر بأن موقع تويتر وسائل ممتعة ومفيدة للتعامل مع الأفراد من خلالها" في مقدمة طبيعة اتجاهات المبحوثين نحو موقع تويتر جاء بمتوسط حسابي ٢,٩٠٥، يليها "تتيح موقع تويتر الشعور بالتنوع والتعرف على أفراد من بلاد أخرى" بمتوسط حسابي ٢,٨٩٢، "أشعر بحرية أكثر في التفاعل مع الآخرين على عكس ما يحدث في الحياة الواقعية" بمتوسط حسابي ٢,٦٦٧، "تتيح موقع تويتر الثقة بالنفس" بمتوسط حسابي ٢,٥٨٧، "أدى التواصل مع الأصدقاء من خلال المواقع التي عدم التواصل معهم من الواقع الحقيقي" بمتوسط حسابي ٢,٥٢٠، "أجد في موقع تويتر ما يفهم مشاكلي وأحلامي" بمتوسط حسابي ٢,٤٨٥، "يؤدي كثرة النحول إلى موقع تويتر إلى الاحساس بالانكئاب والقلق" في المرتبة الأخيرة في طبيعة

معرفة الطرف الآخر بنسبة ٦%.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وسبب قبول صداقات جديدة في موقع تويتر، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦.

جدول (٢٢) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدى عرض المبحوثين لبياناتهم الشخصية للأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر موقع تويتر.

مدى عرض البيانات	نوع الجامعة					
	جامعة البحرين		جامعة الخليج العربي		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٤٦	٢٠,٧٢	٢٤	١٣,٤٨	٧٠	١٧,٥٠
لا	١٧٦	٧٩,٢٨	١٥٤	٨٦,٥٢	٣٣٠	٨٢,٥٠
الاجمالي	٢٢٢		١٧٨		٤٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن مدى عرض المبحوثين لبياناتهم الشخصية للأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر موقع تويتر (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي نعم بنسبة ٨٢,٥٠%، يليه لا بنسبة ١٧,٥٠%.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة ومدى عرض المبحوثين لبياناتهم الشخصية للأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر موقع تويتر، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦.

جدول (٢٤) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ونوعية البيانات التي يقوم المبحوثون بحجبها عن المستخدمين في موقع تويتر*

نوعية البيانات	نوع الجامعة					
	جامعة البحرين		جامعة الخليج العربي		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
البيانات الشخصية	٧٧	٤٣,٧٥	٦١	٣٩,٦١	١٣٨	٤١,٨٢
الصور	٣٢	١٨,١٨	٢٩	١٨,٨٣	٦١	١٨,٤٨
مقاطع الفيديو	٤٣	٢٤,٤٣	٥١	٣٣,١٢	٩٤	٢٨,٤٨
قائمة الأصدقاء	٨٩	٥٠,٥٧	٧٨	٥٠,٦٥	١٦٧	٥٠,٦١
ما ينشر على الحائط	٥٤	٣٠,٦٨	٤٩	٣١,٨٢	١٠٣	٣١,٢١
جملة من سئلا	٢٢٢		١٧٨		٤٠٠	

* يمكن اختيار أكثر من بديل.

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن نوعية البيانات التي يقوم المبحوثون بحجبها عن المستخدمين في موقع تويتر تمثلت فيما يلي قائمة الأصدقاء بنسبة ٥٠,٦١%، البيانات الشخصية بنسبة ٤١,٨٢%، ما ينشر على الحائط بنسبة ٣١,٢١%، مقاطع الفيديو بنسبة ٢٨,٤٨%، الصور بنسبة ١٨,٤٨%.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة ونوعية البيانات التي يقوم المبحوثون بحجبها عن المستخدمين في موقع تويتر، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئية بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١.

اتجاهات المبحوثين نحو موقع تويتر بمتوسط حسابي ٢,٢٤٧.

جدول (٢٦) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدى قيام المبحوثين بعلاقات مع الآخرين عبر موقع تويتر عن التواصل الحقيقي.

القيام بعلاقات عبر مواقع التواصل عن التواصل الحقيقي	نوع الجامعة					
	جامعة البحرين		جامعة الخليج العربي		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٨١	٣٦,٤٩	٥٠	٢٨	١٣١	٣٢,٧٥
لا	١٤١	٦٣,٥١	١٢٨	٧٢	٢٦٩	٦٧,٢٥
الاجمالي	٢٢٢		١٧٨		٤٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن مدى قيام المبحوثين بعلاقات

فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠٥.

جدول (٢٨) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وسليبات موقع تويتير*

Z-Test	المجموع		نوع الجامعة				السليبات
			جامعة الخليج العربي		جامعة البحرين		
	%	ك	%	ك	%	ك	
٤,٥٢	٢٧,٥٠	١١٠	٣,٨٧٦	٦٩	١٨,٤٧	٤١	محاولة اتصال مستخدمين غير مرغوب فيهم بالمستخدم
١,٠٢	٨٢,٥٠	٣٣٠	٨٠,٣٤	١٤٣	٨٤,٢٣	١٨٧	مشكلات اجتماعية تسببها التعرف على البيانات الشخصية
٠,٨٤	٧٧,٢٥	٣٠٩	٧٩,٢١	١٤١	٧٥,٦٨	١٦٨	مضيقية الكثير من الوقت
١,٧٥	٧٢,٥٠	٢٩٠	٧٦,٩٧	١٣٧	٦٨,٩٢	١٥٣	إمكانية التعرض لمحاولات النصب والسرقة من الآخرين
١,٥٨	٦٩,٢٥	٢٧٧	٦٥,١٧	١١٦	٧٢,٥٢	١٦١	وجود محتويات إباحية ومنافيه للأخلاق العامة
٤,٧٤	٣٠,٠٠	١٢٠	٤٢,١٣	٧٥	٢٠,٢٧	٤٥	العزلة عن الواقع الإجتماعي
٤,٧٠	٤٢,٧٥	١٧١	٢٩,٧٨	٥٣	٥٣,١٥	١١٨	وجود المعلومات الخاطئة والإشاعات
		٤٠٠		١٧٨		٢٢٢	جملة من سلّوا

* يمكن اختيار أكثر من بديل.

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، منها أن سليات موقع تويتير (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي مشكلات اجتماعية تسببها التعرف على البيانات الشخصية بنسبة ٨٢,٥٠%، يليها مضيقية الكثير من الوقت بنسبة ٧٧,٢٥%، ثم إمكانية التعرض لمحاولات النصب والسرقة من الآخرين بنسبة ٧٢,٥٠%، ووجود محتويات إباحية ومنافيه للأخلاق العامة بنسبة ٦٩,٢٥%، ووجود المعلومات الخاطئة والإشاعات بنسبة ٤٢,٧٥%، العزلة عن الواقع الإجتماعي بنسبة ٣٠,٠٠%، وجاءت محاولة اتصال مستخدمين غير مرغوب فيهم بالمستخدم في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٧,٥٠%.

تختلف نتائج الدراسة مع نتائج دراسة (عمرو أسعد، ٢٠١١) والتي أظهرت أن موقع تويتير تضيق الكثير من الوقت جاءت في مقدمة السليات التي يجدها الشباب الجامعي في هذه المواقع، يليها اشتغالها على مواد إباحية.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وسليات موقع تويتير في محاولة اتصال مستخدمين غير مرغوب فيهم بالمستخدم، العزلة عن الواقع الإجتماعي لصالح جامعة الخليج العربي بنسبة ٣٨,٧٦% مقابل ٤٢,١٣%، ١٨,٤٧% مقابل ٢٠,٢٧% لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١، ولصالح جامعة البحرين في وجود المعلومات الخاطئة والإشاعات بنسبة ٥٣,١٥% مقابل ٢٩,٧٨% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١.

جدول (٢٩) يوضح توزيع استجابات المبحوثين التي تعبر عن ما تحققت من إشاعات من استخدام موقع تويتير.

الإشاعات	موافق جداً		موافق		محايد		معارض		معارض جداً		الانحراف الوسط الحسابي المعياري
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
تمتعتي وتسليني	٢٠	٥	١٠	٢,٥	٧١	١٧,٨	١٥٣	٣٨,٣	١٤٦	٣٦,٥	٤,١٨٧
أستطعت التواصل مع الآخرين وتعلم أشياء جديدة	١٠	٢,٥	٨٠	٢٠,٠	٢٠	٥	١٤٥	٣٦,٣	١٤٥	٣٦,٣	٤,١٣٧
تعطيني كافة المعلومات والآراء التي أريدها	١٣	٣,٣	٩	٢,٣	١١٥	٢٨,٨	١٤١	٣٥,٥	١٢٢	٣٠,٥	٣,٨٧٥
تلبى كافة احتياجاتي	٢٩	٧,٣	٨٤	٢١,٠	١٠٨	٢٧,٠	١٠٧	٢٦,٨	٧٢	١٨,٠	٣,٢٧٢
تسرعني بالاسترخاء والراحة عندما أشعر بالتعب	١٤	٣,٥	١٥	٣,٨	١٤٦	٣٦,٥	١٦٤	٤١,٠	٦١	١٥,٣	٣,٦٠٧
أنسى المشاكل التي أتعرض لها في العمل أو في الدراسة	٢٤	٦,٠	٨٥	٢١,٣	١٥٠	٣٧,٥	٩١	٢٢,٨	٩١	٢٢,٨	٣,١٤٥
تعرفت على شخصيات أخرى واندمجت معها	٣١	٧,٨	٣٧	٩,٣	١٥٦	٣٩,٠	١٢٣	٣٠,٨	١٢٣	٣٠,٨	٣,٣٢٥
تساعدني على التخلص من الشعور بالوحدة	٣٣	٨,٣	٥٠	١٢,٥	١٣٩	٣٤,٨	٩٩	٢٤,٨	٧٩	١٩,٨	٣,٣٥٢
عرفتني على عادات وتقاليد شعوب ودول أخرى.	٦	١,٥	٤٩	١٢,٣	٩٤	٢٣,٥	١٣٦	٣٤,٠	١١٥	٢٨,٨	٣,١٣٥
أعرف الأخبار في العالم من خلالها	٢٠	٥	١٠	٢,٥	٧٢	١٨,٠	١٥٢	٣٨,٠	١٤٦	٣٨,٠	٤,١٣٥
تعلمت مهارات وخبرات جديدة	٢٥	٦,٣	١٨	٤,٥	٩٥	٢٣,٨	١٦٧	٤١,٠	٩٥	٢٣,٨	٣,٧٢٢
زادت من معارفي ومعلوماتي	٢٠	٥	١٠	٢,٥	٥٨	١٤,٥	٢٠٠	٥٠,٠	١١٢	٢٨,٠	٤,٠٨٥
تعرفت على موضوعات تصلح للنقاش مع أهلي وأصدقائي.	٢٠	٦,٨	٢٥	٦,٣	١٢٣	٣٠,٨	١٢٩	٣٢,٣	٩٦	٢٤,٠	٣,٦٠٥
تعرفني على حلول للمشكلات التي تواجهني.	٢٥	٦,٣	٣٥	٨,٨	١٤٠	٣٥,٠	١١٩	٢٩,٨	٨١	٢٠,٣	٣,٤٩٠

٤,١٣٧، "أعرف الأخبار في العالم من خلالها" بمتوسط حسابي ٤,١٣٥، "زادت من معارفي ومعلوماتي" بمتوسط حسابي ٤,٠٨٥، "تعطيني كافة المعلومات والآراء التي أريدها" بمتوسط حسابي ٣,٨٧٥، "عرفتني على عادات وتقاليد شعوب ودول أخرى"

مع الآخرين عبر موقع تويتير عن التواصل الحقيقي (بالترتيب) تمثل على النحو التالي لا بنسبة ٦٧,٢٥%، يليه نعم بنسبة ٣٢,٧٥%.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وأفضلية القيام بعلاقات مع الآخرين عبر موقع تويتير عن التواصل الحقيقي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦. جدول (٢٧) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وأسباب تفضيل العلاقات مع الآخرين من خلال موقع تويتير*

Z-Test	المجموع		نوع الجامعة				الأسباب
			جامعة الخليج العربي		جامعة البحرين		
	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٩	٣٩,٠٠	١٥٦	٣٨,٧٦	٦٩	٣٩,١٩	٨٧	لأنها علاقات أقوى من تلك التي أكونها في الواقع
٥,٦٦	٤٥,٥٠	١٨٢	٦١,٢٤	١٠٩	٣٢,٨٨	٧٣	لأنني اعتدت عليها ومن الصعب التخلي عنها
١,٣٣	٨٥,٧٥	٣٤٣	٨٣,١٥	١٤٨	٨٧,٨٤	١٩٥	يمكنني الالتقاء بالآخرين بسهولة ويسر
٢,٤٣	٧٠,٢٥	٢٨١	٦٤,٠٤	١١٤	٧٥,٢٣	١٦٧	لأنني أتفاعل معهم أكثر من الذين التقي بهم في الواقع الحقيقي
١,٢٨	٧٥,٠٠	٣٠٠	٧٨,٠٩	١٣٩	٧٢,٥٢	١٦١	لأنني أتق في هذه العلاقات أكثر من هؤلاء الذين أعاشهم في الواقع الحقيقي
٠,٩١	٤٠,٧٥	١٦٣	٤٣,٢٦	٧٧	٣٨,٧٤	٨٦	لأن هناك اهتمامات مشتركة تجمعنا
		٤٠٠		١٧٨		٢٢٢	جملة من سلّوا

* يمكن اختيار أكثر من بديل.

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها أن أسباب تفضيل المبحوثين للعلاقات مع الآخرين من خلال موقع تويتير (بالترتيب) تمثلت على النحو التالي يمكنني الالتقاء بالآخرين بسهولة ويسر بنسبة ٨٥,٧٥%، يليها لأنني أتق في هذه العلاقات أكثر من هؤلاء الذين أعاشهم في الواقع الحقيقي بنسبة ٧٥,٠٠%، ثم لأنني أتفاعل معهم أكثر من الذين التقي بهم في الواقع الحقيقي بنسبة ٧٠,٢٥%، لأنني اعتدت عليها ومن الصعب التخلي عنها بنسبة ٤٥,٥٠%، وجاءت لأن هناك اهتمامات مشتركة تجمعنا في المرتبة الأخيرة بنسبة ٣٩,٠٠%.

أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وأسباب تفضيل العلاقات مع الآخرين من خلال موقع تويتير في لأنني اعتدت عليها ومن الصعب التخلي عنها، لصالح جامعة الخليج العربي بنسبة ٦١,٢٤%، مقابل ٣٢,٨٨% لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة ٠,٠١، ولصالح جامعة البحرين في لأنني أتفاعل معهم أكثر من الذين التقي بهم في الواقع الحقيقي بنسبة ٧٥,٢٣% مقابل ٦٤,٠٤% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة

مع نتائج دراسة (مريم نومار، ٢٠١٢) والتي كشفت بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث لموقع تويتر.

جدول (٣٤) دلالة الفروق في دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقاً لمتغير النوع

نوع الجامعة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة "ت"	درجات الحرية	مستوى الدلالة
جامعة البحرين	١,٥٧٦	٠,٨٥٦	٢,٥٠٣	٣٩٨	٠,٠١٣
جامعة الخليج العربي	١,٧٩٧	٠,٩٠٤			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لمتغير نوع الجامعة فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر لصالح جامعة الخليج العربي بمتوسط حسابي ١,٧٩٧ مقابل ١,٥٧٦، حيث بلغت قيمة "ت" ٢,٥٠٣، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية ٠,٠١٣.

جدول (٣٥) دلالة الفروق في دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقاً لمتغير التخصص العلمي

نوع الجامعة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة "ت"	درجات الحرية	مستوى الدلالة
التخصصات النظرية	١,٥٦٥	٠,٤٨٨	٢,٢٤١	٣٩٨	٠,٠٢٦
التخصصات العملية	١,٣٨٨	٠,٥٠١			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لمتغير التخصص العلمي فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر لصالح التخصصات النظرية بمتوسط حسابي ١,٥٦٥ مقابل ١,٣٨٨، حيث بلغت قيمة "ت" ٢,٢٤١، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٢٦.

جدول (٣٦) دلالة الفروق في دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقاً لمتغير الجنسية

الدوافع	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة "ف"	مستوى المعنوية
دوافع استخدام الشباب الجامعي في مملكة البحرين	بين المجموعات	٢,٨٢٢	١,٤١١	٢	٧,٧٦٠	٠,٠٠٠
	داخل المجموعات	٧٢,١٧٨	٠,١٨٢	٣٩٧		
	المجموع	٧٥,٠٠٠		٣٩٩		

تشير بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها أنه تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لمتغير الجنسية فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر، حيث بلغت قيمة "ف" ٧,٧٦٠، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، وللتعرف على مصادر هذه الفروق تم استخدام اختبار LSD للمقارنات البعدية، كما يوضحها الجدول التالي:

جدول (٣٧) مصادر هذه الفروق تم استخدام اختبار LSD للمقارنات البعدية

الجنسية	فروق المتوسطات	مستوى المعنوية
بحريني	كويتي	٠,٠٢٨
	سعودي	٠,١٨١
كويتي	بحريني	٠,٢٨٥
	سعودي	٠,٢١٠
سعودي	بحريني	٠,١٨١
	كويتي	٠,٢١٠

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب البحرينيين والطلاب السعوديين في دوافع استخدام موقع تويتر عند مستوى معنوية ٠,٠٠١، وبين الطلاب السعوديين والطلاب البحرينيين عند مستوى معنوية ٠,٠٢٠.

جدول (٣٨) دلالة الفروق في دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

الدوافع	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة "ف"	مستوى المعنوية
دوافع استخدام الشباب الجامعي في مملكة البحرين	بين المجموعات	٢,٥٧٧	١,٢٨٩	٢	١,٠٢٩	٠,٣٥٨
	داخل المجموعات	٤٩٧,٠١٣	١,٢٥٢	٣٩٧		
	المجموع	٤٩٩,٥٩٠		٣٩٩		

تشير بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، من أهمها أنه تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لمتغير الحالة الاجتماعية فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب لموقع تويتر، حيث بلغت قيمة "ف" ١,٠٢٩، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٣٥٨.

جدول (٣٩) دلالة الفروق في دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقاً لمتغير السنة الدراسية

الدوافع	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة "ف"	مستوى المعنوية
دوافع استخدام الشباب الجامعي في مملكة البحرين	بين المجموعات	٩,٣٨٣	٤,٦٩٢	٢	٨,٠٦٣	٠,٠٠٠
	داخل المجموعات	٢٢٥,١٨٤	٠,٥٨٢	٣٩٧		
	المجموع	٢٣٤,٥٦٧		٣٩٩		

بمتوسط حسابي ٣,٧٦٢، "تعلمت مهارات وخبرات جديدة" بمتوسط حسابي ٣,٧٢٢، "تشعرني بالأسترخاء والراحة عندما أشعر بالتعب" بمتوسط حسابي ٣,٦٠٧، "تعرفت على موضوعات تصلح للنقاش مع أعلى وأصدقائي" بمتوسط حسابي ٣,٦٠٥، "تعرفني على حلول للمشكلات التي تواجهني" بمتوسط حسابي ٣,٤٩٠، "ساعدني على التخلص من الشعور بالوحدة" بمتوسط حسابي ٣,٣٥٢، "تعرفت على شخصيات أخرى واندمجت معها" بمتوسط حسابي ٣,٣٢٥، "تلى كافة احتياجاتي" بمتوسط حسابي ٣,٢٧٢، "أنسى المشاكل التي أتعرض لها في العمل أو في الدراسة" بمتوسط حسابي ٣,١٤٥.

٢ اختيار فروض الدراسة:

١. الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام"، للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون.

جدول (٣٠) العلاقة بين معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام.

مستوى الدلالة	العدد	قيمة معامل الارتباط بيرسون
٠,٠٠١	٤٠٠	٠,١٦١

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة المستوى بيرسون = ٠,١٦١ ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام، وتتفق نتائج الدراسة مع نتائج دراسة (عبدالصالح حسن، ٢٠١٢) بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب الجامعي لموقع تويتر ودوافع التعرض، فكلما زاد استخدام الشباب الجامعي بمملكة البحرين لموقع تويتر كلما زادت الدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام.

٢. الفرض الثاني: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإشباع المترتبة من هذا الاستخدام"، للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون.

جدول (٣١) العلاقة بين معدل استخدام الشباب لموقع تويتر والإشباع المترتبة من هذا الاستخدام.

مستوى الدلالة	العدد	قيمة معامل الارتباط "بيرسون"
٠,٠٠٠	٤٠٠	٠,٢٩٥

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة المستوى بيرسون = ٠,٢٩٥ ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإشباع المترتبة من هذا الاستخدام، فكلما زاد استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر كلما زادت الإشباع المترتبة على هذا الاستخدام.

٣. الفرض الثالث: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإشباع المترتبة"، للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون.

جدول (٣٢) العلاقة بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإشباع المترتبة من هذا الاستخدام.

مستوى الدلالة	العدد	قيمة معامل الارتباط "بيرسون"
٠,٠٠٠	٤٠٠	٠,٥٥٥

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة متوسطة المستوى بيرسون = ٠,٥٥٥ ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإشباع المترتبة من هذا الاستخدام، فكلما زادت دوافع الشباب الجامعي لموقع تويتر كلما زادت الإشباع المترتبة على هذا الاستخدام.

٤. الفرض الرابع: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر"، للتحقق من صحة الفرض تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار "ت" تبعاً لاستجابة العينة حسب دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر، كما هو موضح من الجدول التالي:

جدول (٣٣) دلالة الفروق في دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقاً لمتغير النوع

النوع	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة "ت"	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	١,٣١٠	٠,٥٦٩	٠,٣٤٣	٣٩٨	٠,٧٢٢
أنثى	١,٢٩٢	٠,٥٠٣			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لمتغير النوع فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر، حيث بلغت قيمة "ت" ٠,٣٤٣، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٧٢٢، وتختلف نتائج الدراسة

٢. تقرير الاعلام العربي، الاعلام الاجتماعي والحراك المدني: تأثير الفيس بوك وتويتر (كلية دبي للإدارة الحكومية، الاصدار الثاني، مايو ٢٠١١)، ص ٩-١٧.
٣. جمال نفاحة، أبعاد مصدر الضبط لدى المراهقين الجانحين والأسوياء، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٢)، ص ١٠٥.
٤. جمال مختار، حقيقة الفيس بوك: عدو أم صديق (القاهرة: شركة مترو بول للطباعة، ٢٠٠٩)، ص ٩.
٥. حمد سليمان المشوخي، تقنيات ومناهج البحث العلمي (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢)، ص ١٧٧.
٦. حمزة السيد حمزة خليل، استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة ٢٥ يناير المصرية والإشباع المتحققة منه، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة: جامعة طنطا، كلية التربية النوعية، ٢٠١٢).
٧. رضا عبدالوهاد أمين استخدامات الشباب الجامعي في البحرين لموقع يوتيوب على شبكة الويب، المؤتمر الدولي الأول للإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، (جامعة البحرين، كلية الآداب، ٧-٩ أبريل ٢٠٠٩).
٨. سامي عبدالرؤوف طابع، استخدام الإنترنت في العالم العربي، دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي، المجلة المصرية لرأى العام (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الرابع)، ص ٣٨.
٩. سامي عبدالرؤوف طابع، المرجع السابق، ص ٣٩.
١٠. السيد محسن على المحافظة، تأثير موقع الفيس بوك في تشكيل الرأي العام السياسي في مملكة البحرين، رسالة ماجستير غير منشورة، (البحرين: الجامعة الأهلية، كلية الآداب والعلوم والتربية، ٢٠١٢).
١١. صابر فلوحت، محمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي (دمشق: دار علاء الدين، ١٩٩٩)، ص ٨.
١٢. عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٣)، ص ١٤٢.
١٣. عبدالرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٣)، ص ١٠١.
١٤. عبدالكريم علي الديبسي، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، المجلد ٤٠، العدد ١، ٢٠١٣، ص ٦٦-٨١.
١٥. على بن شويل القرني، من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة الوطن (الرياض: جامعة الملك سعود، ٢٠١١)، ص ٥٢.
١٦. عمرو محمد أسعد، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية دراسة على موقعي اليوتيوب Youtube والفيس بوك Facebook، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١١).
١٧. فاتن يثيم المنتشري، استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة الملك سعود: كلية الآداب، ٢٠١٢).
١٨. فايز عبدالله الشهري، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة (دبي: دار الحكمة، ٢٠٠٣)، ص ٢١.
١٩. لقاء مكّي، صحافة الإنترنت في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام (مؤتمر صحافة الأترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات (جامعة الشارقة، كلية الاتصال، ٢٠٠٥)، ص ٣.
٢٠. محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤)، ص ١٥٨.
٢١. محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص ١٤١.
٢٢. محمد عبدالحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧)، ص ٢١٧.
٢٣. محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث في إعلام الطفل (القاهرة: دار النشر للجامعات، ١٩٩٦)، ص ٩٧.
٢٤. مريم نريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقا لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة "ف" ٨,٠٦٣، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، وهي قيمة أقل من القيمة ٠,٠٥ الدالة إحصائياً.

جدول (٤٠) ولمعرفة مصدر التباين بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقا لمتغير السنة الدراسية، أجرى الباحث الاختبارات البعدية بطريقة LSD على النحو التالي

الفئة العمرية		فروق المتوسطات	مستوى المعنوية
السنة الأولى	السنة الثانية	٠,٠٨٣	٠,٣١٧
	السنة الثالثة	٠,٥٢٢	٠,٠٠٠
	السنة الرابعة	٠,٠٨٣	٠,٣١٧
السنة الثانية	السنة الأولى	٠,٤٣٩	٠,٠٠١
	السنة الثالثة	٠,٥٢٢	٠,٠٠٠
	السنة الرابعة	٠,٤٣٩	٠,٠٠١
السنة الثالثة	السنة الأولى	٠,٣١٩	٠,٠٠٠
	السنة الثانية	٠,٥٠٥	٠,٠٠٠
	السنة الرابعة	٠,٣١٩	٠,٠٠٠
السنة الرابعة	السنة الأولى	٠,١٨٦	٠,٠٤٤
	السنة الثانية	٠,٥٠٥	٠,٠٠٠
	السنة الثالثة	٠,١٨٦	٠,٠٤٤

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقا لمتغير السنة الدراسية، وذلك بين الفئات الآتية: السنة الأولى والسنة الثالثة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، وبين السنة الثانية وبين السنة الأولى والثالثة والرابعة عند مستوى معنوية ٠,٠٠١، ٠,٠٠٠، ٠,٠٠٠، على الترتيب، وبين السنة الثالثة وبين السنة الأولى والثانية والرابعة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، ٠,٠٠٠، ٠,٠٠٠، وبين السنة الرابعة وبين السنة الأولى والسنة الثانية والثالثة عند مستوى معنوية ٠,٠٤٤، ٠,٠٠٠، وهي فروق دالة إحصائياً، وهي قيم أقل من القيمة ٠,٠٥ الدالة إحصائياً.

توصيات الدراسة:

١. من خلال استعراض نتائج الدراسة الميدانية، يستخلص الباحث عدد من التوصيات المتعلقة باستخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر، وذلك على النحو الآتي:
 ١. تشجيع البحوث والدراسات بين فرق مشتركة (على مستوى وطني وقومي) من الباحثين في مجالات التربية وعلم النفس والاجتماع والإعلام لدراسة تأثيرات موقع تويتر الإيجابية والسلبية على الشباب.
 ٢. توعية الشباب الجامعي من مخاطر إقامة علاقات غير سوية على موقع تويتر مع أشخاص مجهولين، وعدم الثقة في الآخرين على الموقع إلا بعد التحقق من شخصياتهم؛ تجنباً للمشاكل التي ستحدث من تلك العلاقات على المواقع.
 ٣. دعم الأجهزة الرسمية وغير الرسمية التي تعمل في مجال المراقبة والشباب للبحوث في المجالات التربوية والاجتماعية والإعلامية والنفسية والطبية لتطوير وضع الشباب في المجتمع والتعرف على الواقع وتقديم الحلول المناسبة للمشكلات من خلال التنسيق بين الجهات الرسمية وغير الرسمية في مجالات ومشروعات التي تخدم هؤلاء الشباب، وتوعيتهم بأهمية الاستفادة بوقتهم بما هو مفيد ونافع.
 ٤. يجب الرجوع إلى القيم والأخلاق الحميدة المترسخة في المجتمع، وضرورة الاستفادة من موقع تويتر بالحصول على الأخبار والمعلومات المفيدة.
 ٥. ضرورة الاهتمام بما يطرح على موقع تويتر من قضايا وتسليط الضوء عليها وإبرازها بوصفها شديدة الصلة بحياة الناس.
 ٦. تأسيس مواقع للتواصل الاجتماعي عربية/ إسلامية من شأنها تعزيز التواصل بين الشباب العربي والمسلم والشباب في العالم، للمساهمة في زيادة فرص تنوع مصادر المعرفة والمعلومات ونشر الثقافة العربية الإسلامية.
 ٧. أهمية تدريس طلبة الجامعات موضوعاً يضاف إلى أحد المساقات يتناول معايير وأخلاقيات النشر الإلكتروني بهدف الرقي بمضمون موقع تويتر الرقمي، وإيجاد ثقافة في النشر الإلكتروني ترتكز على أسس من المصداقية والموضوعية في الحوار، بعيداً عن كل أشكال التطرف أو التحريض.

المراجع:

١. أميرة محمد محمود العيسوي، أثر التعرض لموقع تويتر على النسق القيمي للمراهقين، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٨).

- الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر، رسالة ماجستير، غير منشورة، (الجزائر: جامعة الحاج لخضر، قسم العلوم الانسانية، ٢٠١٣).
٢٥. موقع <http://www.alexa.com> تمت الزيارة بتاريخ ٢٧ / ١١ / ٢٠١٢
٢٦. موقع <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm> تمت الزيارة بتاريخ ٢٧ / ١١ / ٢٠١٢.
٢٧. موقع <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm> تمت الزيارة بتاريخ ٢٧ / ١١ / ٢٠١٢.
٢٨. نزمين زكريا خضر، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية دراسة على مستخدمي موقع الفيس بوك، المؤتمر العلمي الأول للأسرة والاعلام وتحديات العصر (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٥ فبراير ٢٠٠٩)، ص ٩٤٠.
٢٩. نها نبيل محمود الاسوددي، دور موقع تويتر في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركته السياسية في ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، ٢٠١٢).
٣٠. نهي عاطف عدلى العبد، علاقة الطفل المصر بالتقنيات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠٠٣)، ص ٣٥.
31. Aurista. M, Dong. O& Kenneth. D, 2009, "Explaining Why Young Adults Use Myspace And Facebook Through Uses And Gratifications Theory", **Human Communication Journal**, Vol. 12. No. 2., P 215- 229.
32. Bruce C. mckinney, lynne Kelly& Robert I. Duran, 2012, Narcissism or Openness? College Students Use of Facebook and Twitter, **Communication research reports**, Vol. 29, No.2, April- June, pp 108- 118.
33. Chang. Y& Zhu. D, 2011, "Understanding Twitter Adoption In China: A Comparison Of Pre- Adoption And Post- Adoption", **Computers In Human Behavior**, Vol. 27, P 1840- 1848.
34. Cheung Christy, Chiu. P& Lee Matthew, 2011, "Online Social Network: Why Do Students Use Facebook?" **Computers In Human Behavior Journal**, Vol. 27, P 1337- 1343.
35. Monica Ancu, 2012, Older Adults On Facebook: A Survey Examinaing Motives And Use Of Social Networking By People 50 And Older, **Florida Communication Journal**, Vol. 40, Issul. 2, P. P1- 12.
36. Pavica Sheldom, 2008, Student Favorite: Facebook And Motives For It Use, **Southwestern Mass Communication Journal**, Spring, Mar, Vol 23, Issue 2, pp 39- 53.
37. Sean P. Hagrety, 2008, An Examinations Of Uses And Gratifications Of YouTube, Graduation Requirements For The **Degree Of Master Of Arts In Communication**, Department Of Communication, Villanova University.
38. Senguta. A& Chaudhri.A , 2011, "Are Twitter A Source Of Online Harassment For Teens? Evidence From Survey Data", **Children And Youth Services Review**, Vol. 33, P. P 284- 290.
39. Tiffany. A, Yevdokiya. A& Sandra. L, 2009, "Collage Students Social Networking Experiences On Facebook", **Journal Of Applied Developmental Psychology**, Vol. 30, pp 227- 238