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

يحتل 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 تقنياً في تكنولوجيا الاتصال يحدث هزة ثقافية خاصة، فاكتشاف الكتابة أوجد لغة الرموز، واكتشاف الإذاعة، والتلفزيون أدخل ثقافة سمعية بصرية، وأخيرا أدى اكتشاف الحاسوب، والشبكات المعلوماتية كالإنترنت إلى بروز الثقافة التفاعلية(1).

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)(2) ، وكما تعتبر شبكة الإنترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الإعلام(3).

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 74 سنة، واحتاج التلفزيون إلى 13 سنة ليحصل على النتيجة ذاتها"(4)،وتشير أحدث الإحصائيات إلى أن العالم يوجد به ما يفوق ملياري مستخدم، بما يقارب حوالي 30% من عدد سكان العالم وذلك في نهاية عام 2011(5).

وفي ظل هذه الثورة الاتصالية التي ساهمت في صناعتها 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 ،وباتت تنافس 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 مملكة البحرين، ومثال ذلك فإن الموقع يحتل المرتبة الأولى في عدد المتصفحين في مملكة البحرين(6)، وفي أحدث إحصائية أجريت خلال شهر سبتمبر 2012بلغ عدد مستخدمي الموقع في مملكة البحرين 375.000 مستخدماً(7).

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

**الدراسات السابقة :**

**2- دراسة عبدالكريم علي الدبيسي ، زهير ياسين الطاهات ، 2013(8)**

تتلخص أهداف الدراسة في معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية،والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات ال أ ري العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات. واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميماستبانة لمسح آراءالطلبة، وجمع الحقائق والمعلومات، ثم تحليلها.وخلصت الد ا رسة 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 ال أ ري العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابيا مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبيا مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أوالإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أف ا رد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليهاالحكومة.

**3- دراسة مريم نريمان نومار (2012)**(9)

سعت الدرسة 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 الأستبيان بالتطبيق على عينة قوامها 265 مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: 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 وأقاربهم وأصدقائهم، كما يؤدي إلى الإنسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي، كما كشفت الدراسة أيضاً أن هنالك فروقاً ذات دالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث، وتبين أن المبحوثين الأكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع الفيس بوك.

**5- دراسة حمزة السيد خليل(2012)**(10)

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية ومشاركتهم الالكترونية في إطلاق ثورة 25 يناير المصرية ومعرفة الإشباعات المتحققة لديهم نتيجة هذا الاستخدام، واستخدم الباحث استمارة الإستبيان واشتملت على 400 مفردة من الشباب الجامعي المصري موزعة على أربعة جامعات(طنطا- الأزهر- 6 أكتوبر- الأمريكية) بواقع 100مفردة 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 بلغت56%، 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 ثورة25 يناير المصرية.

**6- دراسة السيد المحافظة (2012)**(11)

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير موقع الفيس بوك في تشكيل الرأي العام السياسي في البحرين، بالتطبيق على عينة قوامها 400 مفردة من شباب مملكة البحرين الذين تتراوح أعمارهم بين (18-40 سنة) ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أن هناك اهتمام ومتابعة سياسية لفئة الشباب في مملكة 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 بالاخبار ذات الطابع السياسي التي تثير اهتمامهم، وأيضا من خلال دعوات الأصدقاء للمشاركة في المجموعات والصفحات السياسية.

**7- دراسة نها الاسدودي (2012)**(12)

سعت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير، بالتطبيق على عينة قوامها 400 مفردة من طلاب أربع جامعات مصرية ، **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، ومن أهمها:** يشترك 50.8% من أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي منذ ثلاث سنوات، فيما يشترك 25% مشتركين من سنتين إلى أقل من ثلاث سنوات، ونسبة 24.2% منهم تشترك فيها منذ أقل من سنتين ، كما كشفت الدراسة أن نسبة 51% من أفراد العينة ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور الي حد ما في مساعدتهم في اتخاذ قراراً بالمشاركة في أحداث الثورة ، وكشفت نتائج الدراسة أن مقاطع الفيديو الشخصية التي يشاهدها الشباب الجامعي في اليوتيوب جاءت في المرتبة الاولى بنسبة 72.6% من إجمالي مقاطع الفيديو، بينما مثلت مقاطع الفيديو المستقطعة من قنوات وشبكات تليفزيونية نسبة 27.4% من إجمالي مقاطع الفيديو، وأوضحت الدراسة أن الاطلاع علي صفحات المستخدمين جاء علي رأس الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون في موقع التواصل الاجتماعي بنسبة 68.5%..

**8- دراسة فاتن المنتشري (2012)**(13)

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة لهم، بالتطبيق على عينة قوامها 600 مفردة من ثلاث جامعات سعودية، معتمدة على أسلوب العينة العشوائية متعددة المراحل ،**وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:** يقضي 42.8% من أفراد العينة من ساعة إلى ساعتين في متابعة موقع اليوتيوب في كل مرة يدخلون فيها، 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 والبث المباشر، كما كشفت الدراسة أيضاً أن نسبة 64.6% من المبحوثين يرى أن اليوتيوب يساهم بدرجة كبيرة جداً وكبيرة في تحقيق إشباعات لا تحققها الوسائل الاعلامية التقليدية.

**9- دراسة Monica Ancu ، 2012(14)**

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات كبار السن من 50 سنة فأكثر لموقع الفيس بوك، بالتطبيق على عينة قوامها 218 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 84%، تمضية أوقات الفراغ 80%، لمشاهدة ماذا يقوم الأصدقاء على الموقع77%، التواصل مع أهم الأحداث بالمجتمع 74%، الاتصال بالآخرين 32%، والتعبير عن الرأي 44% ، وكشفت الدراسة أن من أهم الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون على موقع الفيس بوك: الألعاب 67.4%، قراءة ملفات الأصدقاء 58.1%، تبادل الصور والملفات 41.6%، الرد على الرسائل التي أرسلت إليهم 34.9% ، كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن الإناث أكثر استخداماً لموقع الفيس بوك مقارنةً بالرجال، حيث أفادت نسبة 67% من النساء بأنهم يستخدمون الموقع يومياً مقابل 42% للذكور.

**10- دراسة C.Mckinney, Kelly, & L.Duran، 2012(15)**

سعت الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعي لموقعي الفيس بوك وتويتر، بالتطبيق على عينة قوامها 233 مفردة من الطلاب في جامعة(Southerm 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 79%، المشاركة مع الأصدقاء في المعلومات والصور 68%،التسلية 72%، للإسترخاء 63%، 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 3.10، في مقابل 4.41 لموقع الفيس بوك، ومعدل إرسال رسائل للأصدقاء في تويتر2.71 ، في مقابل 2.79 في الفيس بوك.

**11- دراسة Senguta Anirban & Chaudhri Anshua ، 2011(16)**

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 53% فقط من المراهقين تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ، كما كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة مركز لمرتكبي الجرائم الجنسية ، وكشفت النتائج إلى أن المراهقين الذين يستخدمون أجهزة الكمبيوتر الخاصة بعيداً عن أعين آبائهم 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 الإتصال بالغرباء ، وتجنب أي آثار سلبية.

**12- دراسة Christy, Chiu & Matthew، 2011(17)**

سعت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تدفع الطلاب إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت، واستخدم الباحثان منهج المسح، من خلال استمارة استبيان وزعت على عينة قوامها 182 مفردة من مستخدمي الفيس بوك وتتراوح أعمارهم بين 19-23 سنة ، **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:** أن معظم الطلاب يستخدمون الفيس بوك للحصول على الإتصالات الفورية والإتصال 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.

**13- دراسة Zuh & Chang ، 2011(18)**

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي قبل وبعد الإعتماد على أساس نظرية السلوك المخطط لها، واستخدام الباحثان المنهج المقارن بالإعتماد على أداة الاستبيان على مستخدمي الإنترنت في الصين، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، ومن أهمها: أن التواصل مع الأصدقاء القدامى له اختلافات واضحة بين ماقبل ومابعد الإعتماد، موضحاً أن مواقع التواصل الاجتماعي ليس لديها تأثيراً كبيراً في السابق ولكن تأثيرها كبيراً فيما بعد الاعتماد ، وكشفت النتائج أنه لاتوجد اختلافات كبيرة بين المجموعتين فيما يتعلق بدافع الحصول على المعلومات المفيدة، قبل وبعد الإعتماد ، أما دافع التسلية نجد أن هناك اختلافاً كبيراً، حيث تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي الألعاب الاجتماعية بإعتبارها نقطة تحول في استقطاب مشاركة المستخدم.

**14- دراسة عمرو محمد أسعد(2011)**(19)

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 400 مفردة من مستخدمي موقع اليوتيوب والفيس بوك من طلاب جامعات مصر للعلوم والتكنولوجيا والقاهرة والأزهر والجامعة الأمريكية ، و توصلت 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 تقضي بضرورة إجراء مزيداً من الدراسات حول الإعلام الجديد والتعرف على تأثيراتها الاجتماعية والنفسية لدى الشباب والمراهقين، ومن ثم توجيهها لخدمة مصالح المجتمع بقدر الإمكان.

**15- دراسة Tiffany.A ,Yevdokiya.A & Sandra.L، 2009(20)**

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 92 من طلاب الجامعات متوسط العمر لهم 20 سنة ، **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:** أن نسبة 15% 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 76.79% وكان له تأثير إيجابي بنسبة 14.3%.

**16- دراسة Aurista, Dong, &Day، 2009(21)**

سعت الدراسة إلى الكشف عن أسباب ودوافع استخدام الشباب الجامعي لموقعي فيس بوك وماي سبيس، وقد أجريت مجموعات النقاش المستهدفة على عينة قوامها 50 طالباً ، **و توصلت 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 ويسر.

**17- دراسة نرمين زكريا خضر(2009)**(22)

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 68 مفردة من طلبة جامعة القاهرة، 68 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 بالاصدقاء القدامي 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.

**18- دراسة رضا عبدالواجد أمين (2009)**(23)

سعت الدراسة للتعرف على استخدامات الشباب الجامعي في مملكة البحرين لموقع اليوتيوب ، بالتطبيق علي عينة قوامها 122 مفردة مبحوث من خلال استمارة الاستقصاء، بالتطبيق على طلبة جامعة البحرين وأربع جامعات خاصة ،وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أنه يتصفح 76% من الشباب الجامعي بمملكة البحرين الإنترنت بشكل يومي ، كما كشفت الدراسة أن دافع استخدام اليوتيوب لدى الشباب الجامعي البحريني تمثل في الرغبة في إمدادهم بالأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، ثم التسلية والترفيه ، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن الإشباعات المتحققة تركزت في زيادة المعرفة والإطلاع على أحدث التطورات العالمية، وجاء بعدها التسلية وشغل أوقات الفراغ.

**19- دراسة Pavica Sheldom ،2008(24)**

سعت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك، بالتطبيق على عينة قوامها 172 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 18 شهراً، وبلغ متوسط تعرضهم للموقع 47 دقيقة يومياً، منهم 54% يتعرضون للموقع مرات عديدة بصفة يومية،و29% 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 الطقوسية ومعدل التعرض لموقع الفيس بوك.

**20- دراسة Sean P.Hagrety ، 2008(25)**

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات ودوافع استخدام اليوتيوب و الاشباعات 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 133 مفردة، وقد استخدم الباحث الاستبيان لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ومنها: أنه يشاهد التلفزيون ما يزيد على 96% من أفراد العينة، بينما 100% 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 علي التحكم والاختيار، التسلية، قتل الوقت، الهروب، الصحبة والتواصل الاجتماعي.

**21- دراسة أميرة العيسوي(2008)**(26)

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 400 مفردة ، **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:** وجود علاقة ارتباطية بين كثافة متابعة المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي، وزيادة الاستعداد لديهم لتبنى 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 لتبنى 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.

**التعليق على الدراسات السابقة:** أظهرت الدراسات السابقة الانتشار الكبير لموقع تويتر 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 والاحداث التي تمر بها المجتمعات.

* لاحظ الباحث قلة الدراسات التي تناولت موقع تويتر في دول الخليج العربي، حيث تناولت هذه المواقع ثلاث دراسات هي: (فرح إبراهيم النغميش،2012) عن الشباب الجامعي الكويتي ،(السيد محسن المحافظة،2012) والتي تناولت الشباب بوجه عام في مملكة البحرين، ودراسة (فاتن المنتشري،2012) عن استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب، (رضا عبدالواجد أمين،2009) عن الشباب الجامعي 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.
* لاحظ الباحث اعتماد بعض الدراسات السابقة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي (عمرو أسعد،2011)، واعتماد معظمها على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن (نرمين خضر،2009)، أو المنهج المقارن (Zuh & Chang,2009)، ومنهج العلاقات المتبادلة (أميرة العيسوي،2008).
* 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،2012)، والعينات غير الاحتمالية مثل العينة العمدية(عمرو أسعد،2011) والعينة المتاحة (فرح النغميش،2012)، وقد لاحظ الباحث اعتماد إحدى الدراسات على أسلوب الحصر الشامل (فريد أبوظهير،2012).

**مدى استفادة الباحث من الدراسات السابقة:**

تعددت أوجه استفادة الباحثة من الد ا رسات السابقة فيما يتعلق بالمعالجة البحثية قيد الدراسة ،تمثلت فيما يلي:

* تحديد وبلورة مشكلة البحث ووضع تساؤلات وفروض الدراسة (فرح النغميش،2012).
* تحديد مجال الدراسة بالتركيز على دراسة استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإشباعات التي تحققها لهم .
* اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة كما ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحث فيما يتعلق بتحديد الشروط اللازمة لاختيار وعينة الدراسة الميدانية .
* الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة وهو موقع تويتر ، ونظرية الاستخدامات والإشباعات(حمزة خليل،2012).
* كما استفادت الدراسة الحالية 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 ومعارفهم، ويمكنهم من إقامة علاقات إنسانية قائمة على الاهتمامات والانشطة 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 2012 بلغ عدد مستخدمي التويتر في مملكة البحرين 375.000 مستخدماً(27)، من إجمالي عدد السكان في مملكة البحرين 1.234.596 نسمة ،ووصل عدد مستخدمي موقع تويتر 61.900 بنسبة 5.01%(28)

لذلك فإن الدراسة تسعى إلى التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر ودوافع التعرض سواء كانت نفعية أو طقوسية، وقياس نوعية الإشباعات المتحققة من تلك المواقع كمتغيرات تابعة، للوصول في النهاية لمعرفة كيفية استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر وإشباعاتها.

**أهمية الدراسة:**

تأتي أهمية الدراسة في ضوء المحددات الآتية:

1. حداثة الموضوع والمتمثل في استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر .
2. أكدت بعض الدراسات على زيادة استخدام الشباب في دول الخليج على استخدام هذه المواقع والتي تسهل عملية التواصل بين الأفراد من ذوي الاهتمامات المشتركة.
3. جاءت الدراسة لإثراء المكتبة العلمية بيبب قلة الدراسات التي أجريت على موقع تويتر مثل الفيس بوك وتويتر واليوتيوب في مملكة البحرين، حيث ركزت معظم الدراسات على الولايات المتحدة ودول أوروبا الغربية ومصر في المنطقة العربية.
4. تركز الدراسة على الشباب الجامعي باعتبارهم العنصر الأهم في تطوير المجتمع، حيث لايمكن تحقيق تنمية شاملة بدون مساهمة جادة من جانبهم ، وتطوير دورهم وأدائهم في المجتمع.
5. تدعيم الاتجاه البحثي والذي يتمثل في اعتماد الباحثين على نظريات التأثير لوسائل الإعلام، وتطوير الفروض واختبار العلاقات بين المتغيرات المختلفة.
6. 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 اشتلمت 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:**

1) التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر .

2) رصد دوافع استخدام الشباب الجامعي في لموقع تويتر .

3) التعرف على أهم موقع تويتر التي يفضل الشباب الجامعي استخدامها.

4) الكشف عن اتجاهات الشباب الجامعي لموقع تويتر .

5) رصد الإشباعات المترتبة من استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر .

**تساؤلات الدراسة:**

تسعى الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

1) ما عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر ؟

2) ما دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر ؟

3) ما أهم موقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الجامعي استخدامها؟

4)ما اتجاهات الشباب الجامعي لموقع تويتر ؟

5) ما الإشباعات المترتبة من استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر ؟

**فروض الدراسة:**

1) توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً في معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام.

2) توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً في معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإشباعات المترتبة من هذا الاستخدام.

3) توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والإشباعات المترتبة.

4) توجد فروق ذات دلالة احصائية طبقا للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق بمعدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر .

5) توجد فروق ذات دلالة احصائية طبقا للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق بدوافع الشباب الجامعي لموقع تويتر .

6) توجد فروق ذات دلالة احصائية طبقا للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق باتجاهات الشباب الجامعي لموقع تويتر .

7) 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(29)، 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(30)، 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(31) ، 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 استخداماتهم والإشباعات المتحققة.

**مفاهيم ومصطلحات الدراسة:**

**الدوافع:** تعرف بأنها "حالة فسيولوجية أو نفسية تؤدي إلى توجه الفرد إلى أهداف معينة من شأنه أن يقوي استجابة محدودة بين عدة استجابات، وهناك دوافع نفعية ودوافع طقوسية تشمل إشباع حاجة الفرد من المعلومات والمعرفة تتضمن حاجة الفرد إلى الاسترخاء والهروب من المشكلات"(32).

**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(33).

**الإشباعات:** يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات اجتماعية ونفسية لاستخدام وسائل الإعلام بهدف الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباعات، وهناك نوعان من الاشباعات، اشباعات المحتوى واشباعات العملية(34).

ويعرف الباحث الاشباعات 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 يتعمد الباحث ان تكون من حالات معينة او وحدات معينة لأنها تمثل المجتمع الاصل(35)، 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 طبقاً لما من هؤلاء الطلاب من سمات وخصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث(36).

وقد قام الباحثان باختيار مرحلة الشباب تحديداً للأسباب الآتية:

* لأن في هذه المرحلة تحدث تغييرات في طبيعة الشباب المعرفية، ويبدأ الشباب بالتفكير في العالم الذي يعيش فيه(37).
* يسعى الشباب في هذه المرحلة إلى إشباع مجموعة من الحاجات التي تعتبر أساسية بالنسبة له ومن أهمها الحاجات المعرفية والنفسية(38).
* يتأثر الشباب في هذه المرحلة بما تقدمه وسائل الاعلام التي تسهم في إمداده بالمعلومات في مختلف المجالات، وتعد موقع تويتر من أهم هذه الوسائل(39).

 وقد بلغت إجمالي العينة (400) 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.

**أولاً : خصائص عينة الدراسة**

جدول (1) **خصائص عينة الدراسة**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الفئة** | المتغير | التكرار | النسبة المئوية |
| **النوع** | ذكور | 206 | 51.28 |
| إناث | 194 | 48.72 |
| **السن** | أقل من 20 سنة | 54 | 13.50 |
| من 20 سنة لأقل من 22 سنة | 187 | 46.75 |
| من 22 سنة لأقل من 24 سنة | 101 | 25.25 |
| 24 سنة فأكثر | 58 | 14.50 |
| **التخصص العلمي** | نظري | 241 | 60.25 |
| علمي | 159 | 39.75 |
| **الجامعة** | جامعة البحرين | 222 | 55.5 |
| جامعة الخليج العربي | 178 | 44.5 |
| **الجنسية** | بحريني | 165 | 41.25 |
| سعودي | 102 | 25.50 |
| كويتي | 133 | 33.25 |

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

**أ- بالنسبة للنوع :** تتوزع عينة الدراسة طبقاً للنوع إلى : الذكور بنسبة 51.28% ، والإناث بنسبة 48.72 % .

**ب- بالنسبة للسن :** تتوزع عينة الدراسة طبقاً للسن كما يلي : أقل من 20 سنة بنسبة 13.50 % ، من 20 سنة لأقل من 22 سنة بنسبة 46.75 % ، من 22 سنة لأقل من 24 سنة بنسبة 25.25 % ، 24 سنة فأكثر بنسبة 14.50 % .

**ج – بالنسبة للتخصص العلمي :** تتوزع عينة الدراسة طبقاً للتخصص العلمي كما يلي : نظري 60.25 % ، عملي 39.75 % .

ء- **بالنسبة لنوع الجامعة :** تتوزع عينة الدراسة طبقاً لنوع الجامعة كما يلي : جامعة البحرين 55.5

 % ، جامعة الخليج العربي 44.5 % .

**ه- بالنسبة للجنسية :** تتوزع عينة الدراسة طبقاً للجنسية كما يلي : بحريني 41.25 % ، سعودي 25.50 % ، كويتي 33.25 % .

**متغيرات الدراسة:**

تنقسم متغيرات الدراسة إلى:

المتغير المستقل: دوافع استخدام الشباب الجامعي بمملكة البحرين لموقع تويتر

المتغيرات الوسيطة: السن، النوع، الجنسية، الحالة الإجتماعية.

المتغير التابع: الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر

**الحدود الزمانية والمكانية للدراسة:**

**الموضوعية:** المتمثلة في موضوع الدراسة وهو" دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والاشباعات 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 2012/2013.

**أداة جمع البيانات:**

اعتمدت الدراسة الحالية على استمارة الاستبيان لجمع البيانات في إطار منهج المسح لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتم تطبيق الاستبيان من خلال توزيعه على عينة عمدية قوامها 400 مفردة، وتم إعداد استمارة الاستبيان لتحقيق أهداف الدراسة.

الاختبار القبلي (Pre-test): تم تطبيق الاستمارة في شكلها الأول على عينة من الجمهور قوامها 40 مفردة (حوالي 10%)، وروعي فيها التنوع من حيث النوع، السن، الجنسية، المستوى التعليمي، وذلك للتعرف على فهم المبحوثين لأسئلة الاستمارة.

* الأسئلة الصعبة التي تحتاج إلى توضيح من الباحث.
* الفترة الزمنية المناسبة التي تتطلبها الإجابة على تساؤلات الاستبيان.

**اختبار الصدق والثبات:**

**أ- اختبار الصدق:** وقد تم اختبار الصدق من خلال تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها وترجمتها في شكل فروض، بعد الإطلاع على التراث العلمي لنظرية الاستخدامات والاشباعات، ومراجعة بعض الدراسات السابقة، وفي إطار ذلك تم عرض الاستمارة على الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام\*[[1]](#footnote-2).

**ب- اختبار الثبات:** تم إجراء الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة عبر فترة زمنية من إجابات المبحوثين على عينة قوامها 40 مفردة ( حوالي 10% ) 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 و الثاني، وكانت قيمة معامل الثبات للاستمارة 88%، وهو معامل ثبات مرتفع.

**أسلوب تحليل البيانات والمعاملات الإحصائية المستخدمة:** 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 المعاملات الإحصائية التالية:

1. 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.
2. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
3. معامل ارتباط بيرسون للارتباط الخطي البسيط لقياس اتجاه العلاقة بين المتغيرات.
4. اختبار T- test لاختبار الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين.
5. اختبار Z- test لاختبار الدلالة الإحصائية للفروق بين نسبتين مئويتين لمجموعتين من المبحوثين.
6. اختبار F- test ( تحليل التباين في اتجاه واحد One Way Amove) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين.
7. الاختبارات البعدية (LSD)Lease significance Difference لإجراء مقارنة بين كل مجموعتين من المجموعات اثبت 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 400 مفردة من الشباب الدارسين بجامعتي البحرين والخليج العربي، واستخدم الباحث أداة الاستبيان للحصول على المعلومات من مفردات الدراسة، وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة الميدانية:

**أولاً: المؤشرات التحليلية لنتائج الدراسة الميدانية :**

جدول ( 2 ) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدى استخدامهم لموقع تويتر .

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **مدى التعرض** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **دائما**  | 165 | 75 | 130 | 73 | 295 | 73.75 | 0.29 |
| **احيانا** | 45 | 20 | 44 | 25 | 89 | 22.25 | 1.06 |
| **نادرا** | 12 | 5 | 4 | 2 | 16 | 4 | 1.60 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثل مدى تعرض المبحوثين لموقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : دائماً بنسبة 73.75 % ، يليه أحيانا بنسبة 22.25 % ، وجاء في المرتبة الأخيرة نادرا بنسبة 4%، وتشير النتائج السابقة إلى ارتفاع نسبة استخدام موقع تويتر في مملكة البحرين بين فئات الطلاب، باعتبارهم من أكثر الفئات استخداماً لوسائل الاتصال الحديثة.

جدول (3) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومواقع التواصل الاجتماعي التي يحرصون على استخدامها.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **المواقع** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **تويتر** | 212 | 95.50 | 161 | 90.45 | 373 | 93.25 | 2.00 |
| **الفيس بوك** | 176 | 79.27 | 141 | 79.21 | 317 | 79.25 | 0.02 |
| **يوتيوب** | 205 | 92.34 | 162 | 91.01 | 367 | 91.75 | 0.48 |
| **ماي سبيس** | 21 | 9.46 | 4 | 2.25 | 25 | 6.25 | 2.96 |
| **فلكلر** | 165 | 74.32 | 67 | 37.64 | 232 | 58 | 7.39 |
| **انستغرام** | 188 | 84.68 | 153 | 85.96 | 341 | 85.25 | 0.36 |
| **هاي فايف** | 12 | 5.41 | 6 | 3.37 | 18 | 4.5 | 0.98 |
| **ليكند** | 5 | 2.25 | 4 | 2.25 | 9 | 2.25 | 0.00 |
| **جوجل بلس** | 67 | 30.18 | 32 | 17.98 | 99 | 24.75 | 2.81 |
| **جملة من سئلوا** | 222 | 178 | 400 |

**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 93.25 % ، يليه اليوتيوب بنسبة 91.75 % ، ثم انستغرام بنسبة 85.25 % ، الفيس بوك بنسبة 79.25% ، يليها فلكلر بنسبة 58% ، ثم جوجل بلس بنسبة 24.75% ، هاي فايف بنسبة 4.5% ، وجاء في المرتبة الأخيرة موقع ليكند بنسبة 2.25%.

وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة **(فاتن المنتشري،2012)**، والتي كشفت أن موقع اليوتيوب يحتل المرتبة الأولى التي يتصفحها الشباب السعودي بالنسبة للمواقع الأخرى.

* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً طبقاً لنوع الجامعة ومواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص المبحوثون على استخدامها في مواقع ماي سبيس و فلكلر وجوجل بلس لصالح جامعة البحرين بنسبة ، 9.46 % ، 74.32 % ، 30.18 % مقابل نسبة 2.25 % ، 37.64 % ، 17.98 % لجامعة الخليج العربي على الترتيب، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01 ، كما أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً طبقاً لنوع الجامعة ومواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص المبحوثون على استخدامها في موقع تويتر بنسبة 95.50 % لجامعة البحرين مقابل 90.45 % لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05.

جدول (4) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدة اشتراكهم فى موقع تويتر .

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **مدى الاشتراك** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **أقل من6 شهور** | 10 | 4.5 | 0 | 0 | 10 | 2.5 | 2.87 |
| **من 6 شهور لأقل من سنة** | 8 | 3.61 | 2 | 1.123 | 10 | 2.5 | 1.58 |
| **سنة فأكثر** | 204 | 91.89 | 176 | 98.88 | 380 | 95 | 3.19 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثل مدى اشتراك المبحوثين فى موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : من سنة فأكثر بنسبة 95%، ويتساوى أقل من 6 شهور و من 6 شهور لأقل من سنة بنسبة 2.5% لكل منهما على حدة.
* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة و اشتراكهم فى موقع تويتر لأقل من 3 شهور لصالح جامعة البحرين بنسبة 4.5 % مقابل 0 % لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05 ، كما أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وموقع تويتر التي يحرص المبحوثون على استخدامها من 6 شهور لاقل من سنتين بنسبة 98.88 % لجامعة الخليج العربى مقابل نسبة 91.89 % لجامعة البحرين ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01 .

جدول (5) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدة استخدامهم لموقع تويتر يومياً.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **مدة الاستخدام** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **أقل من ساعة**  | 42 | 19 | 50 | 28.3 | 92 | 23 | 2.17 |
| **من ساعة لأقل من ساعتين** | 64 | 28.8 | 41 | 23 | 105 | 26.25 | 1.31 |
| **من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات** | 67 | 30.2 | 50 | 28 | 117 | 29.25 | 0.46 |
| **أكثر من ثلاث ساعات** | 49 | 22 | 37 | 20.70 | 86 | 21.5 | 0.55 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثلت المدة التي يقضيها المبحوثون في استخدام موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي: من من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات بنسبة 29.25%، يليه من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة 26.25%، ثم أقل من ساعة بنسبة 23% ، و جاءت فى المرتبة الأخيرة أكثر من ثلاث ساعات بنسبة 21.5% .
* 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 العربى بنسبة 28.3 % مقابل 19 % لجامعة البحرين ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05.

جدول (6) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة والفترات التي يفضلون استخدام موقع تويتر فيها.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الفترات** | **نوع الجامعة** | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **الفترة الصباحية(8-12ص)** | 25 | 11.26 | 15 | 8.42 | 40 | 10 | 0.94 |
| **فترة الظهيرة(12-4)** | 19 | 8.56 | 16 | 8.98 | 35 | 8.75 | 0.15 |
| **فترة العصر(4-8)** | 39 | 17.57 | 32 | 17.97 | 71 | 17.75 | 0.11 |
| **فترة السهرة(8-12)** | 67 | 30.18 | 63 | 35.39 | 130 | 32.5 | 1.11 |
| **الفترة الليلية(12-8ص)** | 72 | 32.43 | 52 | 29.21 | 124 | 31 | 0.69 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثلت الفترات التي يفضل المبحوثون استخدام موقع تويتر فيها - بالترتيب - على النحو التالي : فترة السهرة(8-12) بنسبة 32.5% ، يليه الفترة الليلية(12-8ص ) بنسبة 31%، ثم فترة العصر(4-8)بنسبة 17.75% ، ثم الفترة الصباحية(8-12ص) بنسبة 10%و جاءت فترة الظهيرة فى المرتبة الأخيرة (12-4)بنسبة 8.75 % .
* أوضحت الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لنوع الجامعة والأوقات التى يفضل المبحوثون استخدام موقع تويتر فيها، حيث جاءت قيمة z المحسوبة أصغر من القيمة الجدولية 1.96 وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95%.

جدول (7) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وكيفية تعرفهم على موقع تويتر (\*) .

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **كيفية التعرف** | **نوع الجامعة** | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **عن طريق الأهل والأصدقاء** | 107 | 48.20 | 92 | 51.69 | 199 | 49.75 | 0.69 |
| **عن طريق زملاء الدراسة** | 181 | 81.53 | 163 | 91.57 | 344 | 86 | 2.88 |
| **عن طريق وسائل الإعلام** | 65 | 29.28 | 45 | 25.28 | 110 | 27.5 | 0.89 |
| **عن طريق تصفح الإنترنت** | 88 | 39.64 | 111 | 62.36 | 199 | 49.75 | 4.52 |
| **جملة من سئلوا** | 222 | 178 | 400 |

**\*** تم اختيار أكثر من بديل**.**

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثلت طرق تعرف المبحوثين على موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : عن طريق زملاء الدراسة بنسبة 86 % ، وتساوت نسبة كل من : عن طريق الأهل والأصدقاء ، عن طريق تصفح الإنترنت بنسبة 49.75% لكل منهما على حدة ، وجاء في المرتبة الأخيرة عن طريق وسائل الإعلام بنسبة 27.50 % .
* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً طبقاً لنوع الجامعة طرق تعرف المبحوثين على موقع تويتر في: عن طريق زملاء الدراسة ، عن طريق تصفح الإنترنت لصالح جامعة الخليج العربي بنسبة 91.57 % ،62.36% مقابل 81.53 % ، 39.64 % لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01 .

جدول (8) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة العلاقات المفضلة التى يقومون بها على موقع تويتر

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **طبيعة العلاقة** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **التواصل مع زملاء الدراسة والعمل** | 184 | 82.88 | 159 | 89.33 | 343 | 85.75 | 1.83 |
| **العلاقات العاطفية** | 14 | 6.30 | 5 | 2.8 | 19 | 4.75 | 1.63 |
| **الدراسة و البحث العلمى** | 15 | 6.75 | 4 | 2.25 | 19 | 4.75 | 2.11 |
| **التواصل مع بعض الجهات والمنظمات** | 9 | 4.05 | 10 | 5.62 | 19 | 4.75 | 0.73 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثل طبيعة العلاقات التى يقيمها المبحوثون على موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : التواصل مع زملاء الدراسة و العمل بنسبة 85.75 %، يليها العلاقات العاطفية ، الدراسة و البحث العلمى، و التواصل مع بعض الجهات و المنظمات بنسبة 4.75%، 4.75% ، و 4.75 % .

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 الجامعة وطبيعة العلاقات التى تقام على موقع تويتر للدراسة و البحث العلمى لصالح جامعة البحرين بنسبة 6.75 % مقابل 2.25 % لجامعة الخليج العربى ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05.

جدول (9) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الإسم الخاص بالاشتراك الذى يتم الدخول به فى موقع تويتر .

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **طبيعة الإسم** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **الأسم الحقيقى** | 178 | 80.2 | 158 | 88.76 | 336 | 84 | 2.33 |
| **أسم مستعار** | 44 | 19.82 | 20 | 11.24 | 64 | 16 | 2.33 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تتمثل طبيعة الإسم الخاص بالاشتراك الذى يتم الدخول به فى موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : الإسم الحقيقى بنسبة 84%، يليه الإسم المستعار بنسبة 16 % .
* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الإسم الخاص بالاشتراك الذى يتم الدخول به فى موقع تويتر في: الإسم الحقيقى لصالح جامعة الخليج العربى بنسبة 88.76% مقابل 80.2 % لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 05. ، كما أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الإسم الخاص بالاشتراك الذى يتم الدخول به فى موقع تويتر في: الإسم المستعار لصالح جامعة البحرين بنسبة 19.82% مقابل نسبة 11.24 % لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05 .

جدول (10) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدى الحرص على إعطاء معلومات صحيحة عن شخصية المبحوثين للأخرين فى موقع تويتر .

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الحرص على اعطاء معلومات صحيحة عن الشخصية** | **نوع الجامعة** | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **دائما** | 114 | 51.35 | 101 | 56.74 | 215 | 23 | 1.07 |
| **احيانا** | 68 | 30.63 | 40 | 22.47 | 108 | 26.25 | 1.83 |
| **نادرا** | 10 | 4.51 | 11 | 6.18 | 21 | 50.75 | 0.75 |
| **لا** | 30 | 13.52 | 26 | 6.28 | 56 | 5.25 | 0.31 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثل مدى حرص المبحوثين على إعطاء معلومات صحيحة عن الشخصية للآخرين فى موقع تويتر . – بالترتيب - على النحو التالي : نادرا بنسبة 50.75 % ، يليه أحياناً بنسبة 26.75 % ، ثم دائماً وذلك بنسبة 23 % ، وجاء في المرتبة الأخيرة لا بنسبة 5.25% .
* أوضحت الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لنوع الجامعة ومدى الحرص على اعطاء معلومات صحيحة عن شخصية المبحوثين للآخرين فى موقع تويتر ، حيث جاءت قيمة z المحسوبة أصغر من القيمة الجدولية 1.96، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95%.

جدول (11) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الصورة التعريفية الخاصة بالمبحوثين فى موقع تويتر .

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **طبيعة الصورة التعريفية** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **أعرض صورتى الحقيقية** | 101 | 46 | 110 | 62 | 211 | 52.75 | 3.25 |
| **أعرض صورة مستعارة لشخصية أخرى** | 47 | 21 | 25 | 14 | 72 | 18 | 1.84 |
| **اترك مكان الصورة فارغا** | 33 | 15 | 13 | 7 | 46 | 11.5 | 2.36 |
| **اضع رسم تعبيرى** | 41 | 18 | 30 | 17 | 71 | 17.75 | 0.42 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تتمثل طبيعة الصورة التعريفية الخاصة بالمبحوثين فى موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي: أعرض صورتى الحقيقية بنسبة 52.75 % ، يليه أعرض صورة مستعارة لشخصية أخرى بنسبة 18 % ، ثم أضع رسم تعبيرى بنسبة 17.75 % ، وجاء في المرتبة الأخيرة أترك مكانالصورة فارغابنسبة 11.5% .
* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وعرض الصورة الحقيقية على موقع تويتر لصالح جامعة الخليج العربى بنسبة 62 % مقابل 46% لجامعة البحرين، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01 ، كما أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الصورة التعريفية للمبحوثين في: ترك مكان الصورة فارغاعلى موقع تويتر بنسبة 15% لصالح جامعة البحرين مقابل نسبة 7% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05 .

جدول (12) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الموضوعات التي يفضلون مطالعتها في موقع تويتر (\*).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **طبيعة الموضوعات** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **علمية** | 17 | 7.66 | 51 | 28.65 | 68 | 17 | 5.56 |
| **ثقافية** | 55 | 24.77 | 18 | 10.11 | 73 | 18.25 | 3.77 |
| **رياضية** | 109 | 49.10 | 78 | 43.82 | 187 | 46.75 | 1.05 |
| **سياسية** | 145 | 65.32 | 101 | 56.74 | 246 | 61.5 | 1.75 |
| **اقتصادية** | 33 | 14.86 | 13 | 7.30 | 46 | 11.5 | 2.36 |
| **اجتماعية** | 189 | 85.14 | 114 | 64.04 | 303 | 75.75 | 4.89 |
| **جملة من سئلوا** | 222 | 178 | 400 |

**\*** تم اختيار أكثر من بديل**.**

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثلت طبيعة الموضوعات التي يفضل المبحوثون مطالعتها في موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : الموضوعات الاجتماعية بنسبة 75.75 % ، يليها الموضوعات السياسية بنسبة 61.50 % ، ثم الموضوعات الرياضية بنسبة 46.75 % ، والموضوعات الثقافية بنسبة 18.25 ، والموضوعات العلمية بنسبة 17 %، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الأخيرة بنسبة 11.50 % .

تختلف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة **(حمزة خليل،2012)** 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 طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الموضوعات التي يفضل المبحوثون مطالعتها في موقع تويتر في: الموضوعات الثقافية والاجتماعية لصالح جامعة البحرين بنسبة 24.77% ، 85.14% مقابل 10.11% ، 64.04% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01 ، ولصالح جامعة البحرين أيضاً في الموضوعات الاقتصادية بنسبة 14.86% مقابل 7.30% لصالح جامعة الخليج العربي ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05 ، كما كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً طبقاً لنوع الجامعة وطبيعة الموضوعات التي يفضل المبحوثون مطالعتها في موقع تويتر لصالح جامعة الخليج العربي في: الموضوعات العلمية لصالح جامعة الخليج العربي بنسبة 28.65% مقابل 7.66% لجامعة البحرين ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01.

جدول (13) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة والوسائل التي يطالعون من خلالها موقع تويتر (\*).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الوسائل** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **الكمبيوتر المكتبي** | 114 | 51.82 | 89 | 50.00 | 203 | 50.75 | 0.27 |
| **الكمبيوتر المحمول** | 206 | 93.64 | 152 | 85.39 | 358 | 89.5 | 2.40 |
| **الكمبيوتر اللوحي( (IPAD** | 56 | 25.45 | 82 | 46.07 | 138 | 34.5 | 4.36 |
| **الهاتف النقال** | 202 | 91.82 | 161 | 90.45 | 363 | 90.75 | 0.19 |
| **جملة من سئلوا** | 222 | 178 | 400 |

**\*** تم اختيار أكثر من بديل**.**

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثلت الوسائل التي يطالع من خلالها المبحوثون موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : عن طريق الهاتف النقال بنسبة 93.64 % ، يليه الكمبيوتر المحمول بنسبة 89.50 % ، والكمبيوتر المكتبي بنسبة 50.75 % وجاء الكمبيوتر اللوحي ((IPAD في المرتبة الأخيرة بنسبة 34.50 % .
* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة والوسائل التي يطالع من خلالها المبحوثون موقع تويتر في: الكمبيوتر المحمول لصالح جامعة البحرين بنسبة 93.64% مقابل 85.39 % لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05 ، كما أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً طبقاً لنوع الجامعة والوسائل التي يطالع من خلالها المبحوثون موقع تويتر في: الكمبيوتر اللوحي ( (IPADلصالح جامعة الخليج العربي بنسبة 46.07 % مقابل نسبة 25.45 % لصالح جامعة البحرين.

جدول (14) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة والمكان المفضل لتصفح موقع تويتر .

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **مكان التصفح** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **المنزل** | 131 | 59 | 112 | 63 | 243 | 60.75 | 0.80 |
| **الجامعة** | 58 | 26 | 47 | 26 | 105 | 26.25 | 0.06 |
| **المقهى** | 7 | 3 | 2 | 1 | 9 | 2.25 | 1.36 |
| **العمل** | 18 | 8 | 9 | 5 | 27 | 6.75 | 1.21 |
| **الأماكن العامة** | 8 | 4 | 8 | 5 | 16 | 4 | 0.45 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثل المكان المفضل لتصفح موقع تويتر لدى المبحوثين – بالترتيب - على النحو التالي : المنزل بنسبة 60.75 % ، يليه الجامعة بنسبة 26.25 % ، ثم العمل بنسبة 6.75 %،ثم الأماكن العامة بنسبة 4% ،ثم جاء المقهى فى المرتبة الأخيرة بنسبة 2.25 %.
* أوضحت الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لنوع الجامعة و المكان المفضل لتصفح موقع تويتر ، حيث جاءت قيمة z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية 1.96 ،وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05.

جدول (15) يوضح توزيع استجابات المبحوثين طبقاً لدوافعهم النفعية فى استخدامهم لموقع تويتر .

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **الدوافع النفعية** | **دائماً** | **أحياناً** | **نادراً** | **المتوسط الحسابي** | **الانحراف المعياري** |
| **ت** | **%** | **ت** | **%** | **ت** | **%** |
| **التواصل مع الاهل والاصدقاء** | 311 | 77.8 | 81 | 20.3 | 8 | 2.0 | 1.242 | 0.473 |
| **التعرف على أحداث و أخبار بلدك و العالم** | 226 | 56.5 | 155 | 38.8 | 19 | 4.8 | 1.482 | 0.587 |
| **اكتساب خبرات و معلومات جديدة تفيدنى** | 185 | 46.3 | 177 | 44.3 | 38 | 9.5 | 1.632 | 0.650 |
| **لنشر أحداث سأقوم بها** | 105 | 26.3 | 183 | 45.8 | 112 | 28.0 | 2.017 | 0.737 |
| **تبادل الصور و الموضوعات و المقاطع مع الأخرين** | 111 | 27.8 | 254 | 63.5 | 35 | 8.8 | 1.810 | 0.574 |
| **الحصول على معلومات** | 162 | 40.5 | 190 | 47.5 | 48 | 12.0 | 1.715 | 0.667 |
| **تبادل الأراء مع الأخرين من خلال المناقشة** | 147 | 36.8 | 199 | 49.8 | 44 | 11.0 | 1.735 | 0.648 |
| **التواصل مع أشخاص لا أستطيع التواصل معهم مباشره** | 226 | 56.5 | 144 | 36.0 | 30 | 7.5 | 1.510 | 0.633 |
| **إجادة التعامل مع الناس** | 167 | 41.8 | 162 | 40.5 | 71 | 17.8 | 1.760 | 0.733 |
| **التعرف على السلع و الخدمات الجديدة فى الأسواق** | 125 | 31.3 | 172 | 43.0 | 103 | 25.8 | 1.945 | 0.753 |
| **لأكتشاف عالم موقع تويتر.** | 149 | 37.3 | 174 | 43.5 | 77 | 19.3 | 1.820 | 0.730 |
| **أكتساب صداقات من الإنترنت لم أجدها فيمن حولى.** | 90 | 22.5 | 156 | 39 | 154 | 38.5 | 2.160 | 0.765 |

**تمثلت دوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع تويتر في النواحي الآتية:**

* جاء دافع " اكتساب صداقات من الإنترنت لم أجدها فيمن حولى " في مقدمة الدوافع النفعية فى استخدام المبحوثين لموقع تويتر بمتوسط حسابي 2.160، يليها " لنشر أحداث سأقوم بها " بمتوسط حسابي 2.017، " التعرف على السلع و الخدمات الجديدة فى الأسواق " ، " لاكتشاف عالم موقع تويتر ." بمتوسط حسابي 1.820، " تبادل الصور و الموضوعات و المقاطع مع الآخرين " بمتوسط حسابي 1.810، " إجادة التعامل مع الناس بمتوسط حسابي 1.760، " تبادل الأراء مع الأخرين من خلال المناقشة " بمتوسط حسابي 1.735، " الحصول على معلومات " بمتوسط حسابي 1.715، " معرفة خبرات و معلومات جديدة تفيدنى " بمتوسط حسابي 1.632، " التواصل مع أشخاص لا أستطيع التواصل معهم مباشره " بمتوسط حسابي 1.510، " التعرف على أحداث و أخبار بلدك و العالم " بمتوسط حسابي 1.482، " التواصل مع الاهل والاصدقاء " بمتوسط حسابي 1.242.

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة **(C.Mckinney, Kelly, & L.Duran,2012)** والتي كشفت أن أهم دوافع استخدام موقع تويتر هي التواصل مع الأصدقاء بنسبة 79%،المشاركة مع الأصدقاء في المعلومات والصور بنسبة 68%.

جدول (16) يوضح توزيع استجابات المبحوثين طبقاً لدوافعهم الطقوسية فى استخدامهم لموقع تويتر .

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **الدوافع** | **دائماً** | **أحياناً** | **نادراً** | **المتوسط الحسابي** | **الانحراف المعياري** |
| **ت** | **%** | **ت** | **%** | **ت** | **%** |
| **التسلية و الترفيه** | 223 | 55.8 | 164 | 41.0 | 13 | 3.3 | 1.475 | 0.561 |
| **ملء وقت الفراغ و التخلص من الملل** | 240 | 60.0 | 141 | 35.3 | 19 | 4.8 | 1.447 | 0.585 |
| **بدافع الفضول** | 66 | 16.5 | 195 | 48.8 | 139 | 34.8 | 2.182 | 0.693 |
| **للهروب من مشاكل الحياة اليومية** | 75 | 18.8 | 117 | 29.3 | 208 | 52.0 | 2.332 | 0.773 |
| **حتى لا أشعر بالغربة و الوحدة** | 63 | 15.8 | 147 | 36.8 | 190 | 47.5 | 2.317 | 0.730 |
| **لأن كل من حولى يستخدمها** | 80 | 20.0 | 171 | 42.8 | 149 | 37.3 | 2.172 | 0.737 |
| **استخدمه عندما أكون محبطا** | 56 | 14.0 | 152 | 38.0 | 192 | 48.0 | 2.340 | 0.711 |
| **جزء من الروتين الذى أفعله عندما أكون على شبكة الإنترنت** | 201 | 50.3 | 152 | 38.0 | 47 | 11.8 | 1.615 | 0.687 |
| **استخدمها لأنها مواقع ممتعة** | 187 | 46.8 | 138 | 34.5 | 75 | 18.8 | 1.720 | 0.760 |
| **نسيان هموم الغربة و البعد عن الأهل و الأصدقاء.** | 127 | 31.8 | 84 | 21.0 | 189 | 47.3 | 2.155 | 0.876 |

**تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، منها :**

* جاء دافع " استخدمه عندما أكون محبطا " في مقدمة الدوافع الطقوسية فى استخدام المبحوثين لموقع تويتر بمتوسط حسابي 2.340، يليه " للهروب من مشاكل الحياة اليومية بمتوسط حسابي 2.332، " حتى لا أشعر بالغربة و الوحدة " بمتوسط حسابي 2.317، " بدافع الفضول " بمتوسط حسابي 2.182، " لأن كل من حولى يستخدمه " في المرتبة الخامسة من الدوافع الطقوسية فى استخدام المبحوثين لموقع تويتر بمتوسط حسابي 2.172، " نسيان هموم الغربة و البعد عن الأهل و الأصدقاء." بمتوسط حسابي 2.155، " استخدمها لأنها مواقع ممتعة " بمتوسط حسابي 1.720، " جزء من الروتين الذى أفعله عندما أكون على شبكة الأنترنت " بمتوسط حسابي 1.475، " التسلية و الترفيه " بمتوسط حسابي 1.475، " ملء وقت الفراغ و التخلص من الملل" في المرتبة الأخيرة من الدوافع الطقوسية فى استخدام المبحوثين لموقع تويتر بمتوسط حسابي 1.447

تتفق نتائج الدراسة مع نتائج دراسة **(Monica Ancu,2012)**، والتي كشفت أن دافع التسلية جاء في مقدمة دوافع استخدام موقع الفيس بوك بنسبة 84%، تمضية أوقات الفراغ بنسبة 80%.

جدول (17) يوضح توزيع استجابات المبحوثين طبقاً لطريقة استخدامهم لموقع تويتر .

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **طرق الاستخدام** | **دائماً** | **أحياناً** | **نادراً** | **المتوسط الحسابي** | **الانحراف المعياري** |
| **ت** | **%** | **ت** | **%** | **ت** | **%** |
| **أقوم بالتحدث مع الأخرين أثناء استخدام موقع تويتر**  | 178 | 44.5 | 132 | 33.0 | 90 | 22.5 | 1.780 | 0.894 |
| **استخدم موقع تويتر فى فترات الأنتظار فى الشارع أو أثناء المراجعات** | 161 | 40.3 | 178 | 44.5 | 61.0 | 15.3 | 1.750 | 0.702 |
| **أنتبه جيدا لمواصفات الشخص الذى أتحدث معه عبر موقع تويتر**  | 140 | 35.0 | 214 | 53.3 | 46 | 11.5 | 1.765 | 0.640 |
| **أتوقع ماذا سيحدث عن تطورات علاقتى مع الآخرين عبر موقع تويتر**  | 128 | 32 | 151 | 37.8 | 121 | 30.3 | 1.982 | 0.789 |
| **أتحدث مع الأهل و الأصدقاء عن صداقاتى بموقع تويتر**  | 120 | 30 | 163 | 40.8 | 117 | 29.3 | 1.992 | 0.770 |
| **أنظم وقتى حتى لا تشغلنى بعض الأمور عن الدخول لموقع تويتر**  | 81 | 20.3 | 170 | 42.5 | 149 | 37.3 | 2.170 | 0.739 |

**تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، منها :**

* جاءت طريقة " أنظم وقتى حتى لا تشغلنى بعض الأمور عن الدخول لموقع تويتر " في مقدمة طرق استخدام موقع تويتر بمتوسط حسابي 2.170، يليها" أتحدث مع الأهل و الأصدقاء عن صداقاتى بموقع تويتر " بمتوسط حسابي 1.992 ، " أتوقع ماذا سيحدث عن تطورات علاقتى مع الأخرين عبر موقع تويتر ، " بمتوسط حسابي 1.982، " أقوم بالتحدث مع الأخرين أثناء أستخدام موقع تويتر " بمتوسط حسابي 1.780، " أنتبه جيدا لمواصفات الشخص الذى أتحدث معه عبر موقع تويتر " بمتوسط حسابي 1.765، " أستخدام موقع تويتر فى فترات الأنتظار فى الشارع أو أثناء المراجعات " في المرتبة الأخيرة لطرق استخدام موقع تويتر بمتوسط حسابي 1.750

جدول (18) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة والأنشطة التي يقومون بها خلال تصفحهم لموقع تويتر (\*).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الأنشطة** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **الاطلاع على صفحات المستخدمين الآخرين** | 194 | 87.39 | 169 | 94.94 | 363 | 90.75 | 2.59 |
| **توثيق المذكرات في صفحتي الشخصية** | 115 | 51.80 | 89 | 50.00 | 204 | 51.00 | 0.36 |
| **إضافة الروابط الإلكترونية** | 67 | 30.18 | 33 | 18.54 | 100 | 25.00 | 2.67 |
| **استخدام التطبيقات المختلفة** | 18 | 8.11 | 16 | 8.99 | 34 | 8.50 | 0.31 |
| **استخدام البريد الإلكتروني في الموقع** | 85 | 38.29 | 96 | 53.93 | 181 | 45.25 | 3.12 |
| **المشاركة بالنقاشات والتعرف على آخر الأخبار والمستجدات** | 152 | 68.47 | 68 | 38.20 | 220 | 55.00 | 1.05 |
| **المشاركة في الأحداث الاجتماعية والإنسانية** | 34 | 15.32 | 29 | 16.29 | 63 | 15.75 | 0.27 |
| **الاطلاع على الإعلانات** | 22 | 9.91 | 17 | 9.55 | 39 | 9.75 | 0.12 |
| **جملة من سئلوا** | 222 | 178 | 400 |

**\*** تم اختيار أكثر من بديل**.**

**بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثلت الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون خلال تصفحهم لموقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : الاطلاع على صفحات المستخدمين الآخرين بنسبة 90.75 % ، يليه المشاركة بالنقاشات والتعرف على آخر الأخبار والمستجدات بنسبة 55.00 % ، ثم توثيق المذكرات في صفحتي الشخصية بنسبة 51.00% ، استخدام البريد الإلكتروني في الموقع بنسبة 45.25 % ، يليها إضافة الروابط الإلكترونية بنسبة 25.00% ، ثم المشاركة في الأحداث الاجتماعية والإنسانية بنسبة 15.75% ، استخدام التطبيقات المختلفة بنسبة 8.50% ، وجاء في المرتبة الأخيرة الاطلاع على الإعلانات بنسبة 9.75% .

تتفق نتائج الدراسة مع نتائج دراسة **(نها الأسدودي،2012)** 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 30.18 % مقابل 18.54% لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05 ، كما أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة والأنشطة التي يقوم بها المبحوثون خلال تصفحهم لموقع تويتر لصالح جامعة الخليج العربي في : الاطلاع على صفحات المستخدمين الآخرين، بنسبة 94.94 % ، 53.93% مقابل نسبة 87.39 % ، 38.29 % لجامعة البحرين ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01.

جدول (19) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدى قيام المبحوثين بتحديث صفحاتهم فى موقع تويتر

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **تحديث الصفحة** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **نعم**  | 162 | 73 | 139 | 78 | 301 | 75.25 | 1.18 |
| **لا** | 60 | 27 | 39 | 22 | 99 | 24.75 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثل قيام المبحوثين بتحديث صفحاتهم فى موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : نعم بنسبة 75.25% ، يليه لا بنسبة 24.75%.
* أوضحت الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لنوع الجامعة ومدى قيام المبحوثين بتحديث صفحاتهم فى موقع تويتر ، حيث جاءت قيمة z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية 1.96، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95%.

جول (20) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وعدد المرات التي يقوم المبحوثين فيها بتحديث صفحاتهم فى موقع تويتر .

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **تحديث الصفحة** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **نادراً ما أحدث صفحتي الشخصية** | 22 | 13.58 | 56 | 40.29 | 78 | 25.91 | 5.27 |
| **عدة مرات في شهرياً** | 109 | 67.28 | 59 | 42.45 | 168 | 55.81 | 4.33 |
| **بشكل يومي** | 31 | 19.14 | 24 | 17.27 | 55 | 18.27 | 0.42 |
| **الإجمالى** | 162 | 100 | 139 | 100 | 301 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تقوم نسبة 55.81 % من المبحوثين بتحديث صفحاتهم على موقع تويتر عدة مرات شهرياً، بينما تقوم نسبة 25.91% بذلك نادراً ، ونسبة 18.27% بشكل يومي .
* أوضحت الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لنوع الجامعة وعدد المرات التي يقوم المبحوثين فيها بتحديث صفحاتهم فى موقع تويتر ، لصالح جامعة البحرين في : عدة مرات في شهرياً بنسبة 67.28 % مقابل 42.45 % لصالح جامعة الخليج العربي ، ولصالح جامعة الخليج العربي في : نادراً ما أحدث صفحتي الشخصية بنسبة 40.29 % مقابل 13.58 % لجامعة البحرين ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01 .

جدول (21) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة والأشخاص الذين يفضلون التواصل معهم في موقع تويتر (\*) .

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الأشخاص** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **الأصدقاء المقربون** | 186 | 83.78 | 135 | 75.84 | 321 | 80.25 | 1.98 |
| **زملاء في الدراسة أو العمل** | 192 | 86.49 | 141 | 79.21 | 333 | 83.25 | 1.94 |
| **الأهل والاقارب** | 137 | 61.71 | 93 | 52.25 | 230 | 57.5 | 1.90 |
| **زملاء قدامى في الدراسة أوالعمل** | 81 | 36.49 | 66 | 37.08 | 147 | 36.75 | 0.12 |
| **مستخدمون تعرفت عليهم في الموقع** | 132 | 59.46 | 101 | 56.74 | 233 | 58.25 | 0.55 |
| **جملة من سئلوا** | 222 | 178 | 400 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* يتوزع الأشخاص الذين يفضل المبحوثون التواصل معهم من خلال موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : زملاء في الدراسة بنسبة 83.25 % ، يليها الأصدقاء المقربون بنسبة 80.25% ، ثم مستخدمون تعرفت عليهم في الموقع بنسبة 58.25% ، الأهل والأقارب بنسبة 57.5 % ، وجاء زملاء قدامى في الدراسة أوالعمل في المرتبة الأخيرة بنسبة 36.75 % .
* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً طبقاً لنوع الجامعة والأشخاص الذين يفضلون التواصل معهم في موقع تويتر في: الأصدقاء المقربون لصالح جامعة البحرين بنسبة 83.78 % مقابل 75.84 % لجامعة الخليج العربي، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05.

جدول (22) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وسبب قبول صداقات فى موقع تويتر .

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **سبب قبول الصداقات** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **التخليص من الوحدة و العزلة** | 46 | 20.7 | 33 | 18.5 | 79 | 19.75 | 0.54 |
| **توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية** | 107 | 48 | 89 | 50 | 196 | 49 | 0.36 |
| **شعورى بأن من عدم اللباقة رفض طلبات الصداقة** | 19 | 8.6 | 11 | 6.2 | 30 | 7.5 | 0.90 |
| **للفضول الذى يدفعنى إلى معرفة الطرف الاخر** | 13 | 6 | 11 | 6.2 | 24 | 6 | 0.14 |
| **ليس لدى ما أخشى حجبه عن الأخرين** | 37 | 16.7 | 34 | 19.10 | 71 | 17.75 | 0.63 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثلت أسباب قبول صداقات جديدة فى موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية بنسبة 49%، يليه التخليص من الوحدة و العزلة بنسبة 19.75% ، ثم ليس لدى ما أخشى حجبه عن الأخرين بنسبة 17.75 % ، ثم شعورى بأن من عدم اللباقة رفض طلبات الصداقة بنسبة 7.5 % ، وجاء في المرتبة الأخيرة للفضول الذى يدفعنى الى معرفة الطرف الآخر بنسبة 6%.
* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لنوع الجامعة وسبب قبول صداقات جديدة فى موقع تويتر ، حيث جاءت قيمة z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية 1.96.
* جدول (23) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدى عرض المبحوثين لبياناتهم الشخصية للأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر موقع تويتر .

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **مدى عرض البيانات** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **نعم** | 46 | 20.72 | 24 | 13.48 | 70 | 17.50 | 1.89 |
| **لا** | 176 | 79.28 | 154 | 86.52 | 330 | 82.50 | 1.89 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثل مدى عرض المبحوثين لبياناتهم الشخصية للأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : نعم بنسبة 82.50% ، يليه لا بنسبة 17.50% .
* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لنوع الجامعة ومدى عرض المبحوثين لبياناتهم الشخصية للأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر موقع تويتر ، حيث جاءت قيمة z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية 1.96.
* جدول (24) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ونوعية البيانات التي التي يقوم المبحوثون بحجبها عن المستخدمين فى موقع تويتر (\*).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **نوعية البيانات** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **البيانات الشخصية** | 77 | 43.75 | 61 | 39.61 | 138 | 41.82 | 0.76 |
| **الصور** | 32 | 18.18 | 29 | 18.83 | 61 | 18.48 | 0.15 |
| **مقاطع الفيديو** | 43 | 24.43 | 51 | 33.12 | 94 | 28.48 | 1.74 |
| **قائمة الأصدقاء** | 89 | 50.57 | 78 | 50.65 | 167 | 50.61 | 0.01 |
| **ما ينشر على الحائط** | 54 | 30.68 | 49 | 31.82 | 103 | 31.21 | 0.22 |
| **جملة من سئلوا** | 222 | 178 | 400 |

**\***يمكن اختيار أكثر من بديل**.**

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثلت نوعية البيانات التي التي يقوم المبحوثون بحجبها عن المستخدمين فى موقع تويتر فيما يلي : قائمة الأصدقاء بنسبة 50.61 % ، البيانات الشخصية بنسبة 41.82 % ، ما ينشر على الحائط بنسبة 31.21 % ، مقاطع الفيديو بنسبة 28.48 % ، الصور بنسبة 18.48 % .
* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لنوع الجامعة ونوعية البيانات التي التي يقوم المبحوثون بحجبها عن المستخدمين فى موقع تويتر ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01 .
* جدول(25) يوضح توزيع استجابات المبحوثين واتجاهاتهم حول طبيعة موقع تويتر .

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **الاستجابات** | **موافق جداً** | **موافق** | **محايد** | **معارض** | **معارض جداً** | **الوسط الحسابى** | **الانحراف المعيارى** |
| **ت** | **%** | **ت** | **%** | **ت** | **%** | **ت** | **%** | **ت** | **%** |
| **أشعر بحرية أكثر في التفاعل مع الأخرين على عكس ما يحدث في الحياة الواقعية** | 131 | 32.8 | 17 | 4.3 | 111 | 27.8 | 136 | 34 | 5 | 1 | 2.667 | 1.279 |
| **أشعر بأن موقع تويتر وسائل ممتعة و مفيدة للتعامل مع الأفراد من خلالها** | 135 | 33.8 | 9 | 2.3 | 35 | 8.8 | 201 | 50.3 | 20 | 5 | 2.905 | 1.439 |
| **أجد في موقع تويتر ما يفهم مشاكلى و أحلامى** | 100 | 25 | 75 | 18.8 | 163 | 40.8 | 55 | 13.8 | 7 | 1.8 | 2.485 | 1.064 |
| **تتيح موقع تويتر الثقة بالنفس** | 95 | 23.8 | 75 | 18.8 | 138 | 34.5 | 84 | 21 | 8 | 2 | 2.587 | 1.122 |
| **تتيح موقع تويتر الشعور بالتنوع و التعرف على أفراد من بلاد أخرى** | 124 | 31 | 9 | 2.3 | 71 | 17.8 | 178 | 44.5 | 18 | 4.5 | 2.892 | 1.371 |
| **يؤدى كثرة الدخول الى موقع تويتر الى الاحساس بالأكتئاب و القلق** | 133 | 33.3 | 81 | 20.3 | 145 | 36.3 | 36 | 9 | 5 | 1.3 | 2.247 | 1.053 |
| **أدى التواصل مع الأصدقاء من خلال المواقع الى عدم التواصل معهم من الواقع الحقيقى** | 135 | 33.8 | 68 | 17 | 57 | 14.3 | 134 | 33.5 | 6 | 1.5 | 2.520 | 1.299 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* جاء " أشعر بأن موقع تويتر وسائل ممتعة و مفيدة للتعامل مع الأفراد من خلالها" في مقدمة طبيعة اتجاهات المبحوثين نحو موقع تويتر بمتوسط حسابى 2,905، يليها" تتيح موقع تويتر الشعور بالتنوع و التعرف على أفراد من بلاد أخرى" بمتوسط حسابى 2.892، " أشعر بحرية أكثر في التفاعل مع الأخرين على عكس ما يحدث في الحياة الواقعية " بمتوسط حسابى 2,667، " تتيح موقع تويتر الثقة بالنفس " بمتوسط حسابي 2.587، " أدى التواصل مع الأصدقاء من خلال المواقع الى عدم التواصل معهم من الواقع الحقيقى " بمتوسط حسابي 2.520، " أجد في موقع تويتر ما يفهم مشاكلى و أحلامى" بمتوسط حسابي 2.485، " يؤدى كثرة الدخول الى موقع تويتر الى الاحساس بالاكتئاب و القلق" في المرتبة الأخيرة في طبيعة اتجاهات المبحوثين نحو موقع تويتر بمتوسط حسابي 2.247.

جدول(26) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة ومدى قيام المبحوثين بعلاقات مع الآخرين عبر موقع تويتر عن التواصل الحقيقى.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **القيام بعلاقات عبر مواقع التواصل عن التواصل الحقيقى**  | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **نعم** | 81 | 36.49 | 50 | 28 | 131 | 32.75 | 1.78 |
| **لا** | 141 | 63.51 | 128 | 72 | 269 | 67.25 |
| **الاجمالى** | 222 | 100 | 178 | 100 | 400 | 100 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثل مدى قيام المبحوثين بعلاقات مع الآخرين عبر موقع تويتر عن التواصل الحقيقى – بالترتيب - على النحو التالي : لا بنسبة 67.25 % ، يليه نعم بنسبة 32.75 % .
* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لنوع الجامعة و أفضلية القيام بعلاقات مع الأخرين عبر موقع تويتر عن التواصل الحقيقى ، حيث جاءت قيمة z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية 1.96.

**جدول (27)** يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وأسباب تفضيل العلاقات مع الآخرين من خلال موقع تويتر (\*).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الأسباب** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **لأنها علاقات أقوى من تلك التي أكونها في الواقع** | 87 | 39.19 | 69 | 38.76 | 156 | 39.00 | 0.09 |
| **لأنني اعتدت عليها ومن الصعب التخلي عنها** | 73 | 32.88 | 109 | 61.24 | 182 | 45.50 | 5.66 |
| **يمكنني الالتقاء بالآخرين بسهولة ويسر** | 195 | 87.84 | 148 | 83.15 | 343 | 85.75 | 1.33 |
| **لأنني اتفاعل معهم أكثر من الذين التقي بهم في الواقع الحقيقي** | 167 | 75.23 | 114 | 64.04 | 281 | 70.25 | 2.43 |
| **لأنني اثق في هذه العلاقات أكثر من هؤلاء الذين أعايشهم في الواقع الحقيقي** | 161 | 72.52 | 139 | 78.09 | 300 | 75.00 | 1.28 |
| **لأن هناك اهتمامات مشتركة تجمعنا** | 86 | 38.74 | 77 | 43.26 | 163 | 40.75 | 0.91 |
| **جملة من سئلوا** | 222 | 178 | 400 |

**\***يمكن اختيار أكثر من بديل**.**

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثلت أسباب تفضيل المبحوثين للعلاقات مع الآخرين من خلال موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : يمكنني الالتقاء بالآخرين بسهولة ويسر بنسبة 85.75% ، يليها لأنني اثق في هذه العلاقات أكثر من هؤلاء الذين أعايشهم في الواقع الحقيقي بنسبة 75.00% ، ثم لأنني أتفاعل معهم أكثر من الذين التقي بهم في الواقع الحقيقي بنسبة 70.25 % ، لأنني اعتدت عليها ومن الصعب التخلي عنها بنسبة 45.50 % ، وجاءت لأن هناك اهتمامات مشتركة تجمعنا في المرتبة الأخيرة بنسبة 39.00 % .
* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع الجامعة وأسباب تفضيل العلاقات مع الآخرين من خلال موقع تويتر في: لأنني اعتدت عليها ومن الصعب التخلي عنها ، لصالح جامعة الخليج العربي بنسبة 61.24 % ، مقابل 32.88% لجامعة البحرين ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01 ، ولصالح جامعة البحرين في : لأنني اتفاعل معهم أكثر من الذين التقي بهم في الواقع الحقيقي بنسبة 75.23 % مقابل 64.04 % لجامعة الخليج العربي ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 1.96 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.05.

جدول (28) يوضح توزيع المبحوثين طبقاً لنوع الجامعة وسلبيات موقع تويتر (\*).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **السلبيات** | **نوع الجامعة**  | **المجموع** | **Z - TEST** |
| **جامعة البحرين** | **جامعة الخليج العربي** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **محاولة اتصال مستخدمين غير مرغوب فيهم بالمستخدم** | 41 | 18.47 | 69 | 38.76 | 110 | 27.50 | 4.52 |
| **مشكلات اجتماعية تسببها التعرف على البيانات الشخصية** | 187 | 84.23 | 143 | 80.34 | 330 | 82.50 | 1.02 |
| **مضيعة الكثير من الوقت** | 168 | 75.68 | 141 | 79.21 | 309 | 77.25 | 0.84 |
| **إمكانية التعرض لمحاولات النصب والسرقة من الآخرين** | 153 | 68.92 | 137 | 76.97 | 290 | 72.50 | 1.75 |
| **وجود محتويات إباحية ومنافيه للأخلاق العامة** | 161 | 72.52 | 116 | 65.17 | 277 | 69.25 | 1.58 |
| **العزلة عن الواقع الإجتماعي** | 45 | 20.27 | 75 | 42.13 | 120 | 30.00 | 4.74 |
| **وجود المعلومات الخاطئة والإشاعات** | 118 | 53.15 | 53 | 29.78 | 171 | 42.75 | 4.70 |
| **جملة من سئلوا** | 222 | 178 | 400 |

**\***يمكن اختيار أكثر من بديل**.**

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* تمثلت سلبيات موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : مشكلات اجتماعية تسببها التعرف على البيانات الشخصية بنسبة 82.50% ، يليها مضيعة الكثير من الوقت بنسبة 77.25% ، ثم إمكانية التعرض لمحاولات النصب والسرقة من الآخرين بنسبة 72.25 % ، وجود محتويات إباحية ومنافيه للأخلاق العامة بنسبة 69.25 % ، وجود المعلومات الخاطئة والإشاعات بنسبة 42.75 % ، العزلة عن الواقع الإجتماعي بنسبة 30.00 % ، وجاءت محاولة اتصال مستخدمين غير مرغوب فيهم بالمستخدم في المرتبة الأخيرة بنسبة 27.50 % .

تختلف نتائج الدراسة مع نتائج دراسة **(عمرو أسعد،2011)** والتي أظهرت أن موقع تويتر تضيع الكثير من الوقت جاءت في مقدمة السلبيات التي يجدها الشباب الجامعي في هذه المواقع، يليها اشتمالها على مواد إباحية.

* أوضحت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً طبقاً لنوع الجامعة وسلبيات موقع تويتر في: محاولة اتصال مستخدمين غير مرغوب فيهم بالمستخدم ، العزلة عن الواقع الإجتماعي لصالح جامعة الخليج العربي بنسبة 38.76% ، 42.13% مقابل 18.47 % ، 20.27 % لجامعة البحرين ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01 ، ولصالح جامعة البحرين في : وجود المعلومات الخاطئة والإشاعات بنسبة 53.15% مقابل 29.78% لجامعة الخليج العربي ، حيث جاءت قيمة Z المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 2.58 ، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 0.01 .
* جدول(29) يوضح توزيع استجابات المبحوثين التى تعبر عن ما تحققه من اشباعات من استخدام موقع تويتر .

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **الإشباعات** | **موافق جداً** | **موافق** | **محايد** | **معارض** | **معارض جداً** | **الوسط الحسابى** | **الانحراف المعيارى** |
| **ت** | **%** | **ت** | **%** | **ت** | **%** | **ت** | **%** | **ت** | **%** |
| **تمتعنى و تسلينى** | 20 | 5 | 10 | 2.5 | 71 | 17.8 | 153 | 38.3 | 146 | 36.5 | 4.187 | 0.811 |
| **أستطعت التواصل مع الأخرين و تعلم أشياء جديدة** | 10 | 2.5 | 80 | 20.0 | 20 | 5 | 145 | 36.3 | 145 | 36.3 | 4.137 | 0.905 |
| **تعطينى كافة المعلومات و الأراء التى أريدها** | 13 | 3.3 | 9 | 2.3 | 115 | 28.8 | 141 | 35.5 | 122 | 30.5 | 3.875 | 0.980 |
| **تلبى كافة احتياجاتى** | 29 | 7.3 | 84 | 21.0 | 108 | 27.0 | 107 | 26.8 | 72 | 18.0 | 3.272 | 1.190 |
| **تشعرنى بالأسترخاء والراحة عندما أشعر بالتعب**  | 14 | 3.5 | 15 | 3.8 | 146 | 36.5 | 164 | 41.0 | 61 | 15.3 | 3.607 | 0.911 |
| **أنسى المشاكل التى أتعرض لها في العمل أو في الدراسة** | 24 | 6.0 | 85 | 21.3 | 150 | 37.5 | 91 | 22.8 | 91 | 22.8 | 3.145 | 1.077 |
| **تعرفت على شخصيات أخرى و اندمجت معها** | 31 | 7.8 | 37 | 9.3 | 156 | 39.0 | 123 | 30.8 | 123 | 30.8 | 3.325 | 1.066 |
| **تساعدنى على التخلص من الشعور بالوحدة** | 33 | 8.3 | 50 | 12.5 | 139 | 34.8 | 99 | 24.8 | 79 | 19.8 | 3.352 | 1.171 |
| **عرفتنى على عادات و تقاليد شعوب و دول أخرى.** | 6 | 1.5 | 49 | 12.3 | 94 | 23.5 | 136 | 34.0 | 115 | 28.8 | 3.762 | 1.045 |
| **أعرف الأخبار في العالم من خلالها** | 20 | 5 | 10 | 2.5 | 72 | 18.0 | 152 | 38.0 | 146 | 36.5 | 4.135 | 0.792 |
| **تعلمت مهارات و خبرات جديدة** | 25 | 6.3 | 18 | 4.5 | 95 | 23.8 | 167 | 41.0 | 95 | 23.8 | 3.722 | 1.069 |
| **زادت من معارفى و معلوماتى** | 20 | 5 | 10 | 2.5 | 58 | 14.5 | 200 | 50.0 | 112 | 28.0 | 4.085 | 0.720 |
| **تعرفت على موضوعات تصلح للنقاش مع أهلى و أصدقائى.** | 20 | 6.8 | 25 | 6.3 | 123 | 30.8 | 129 | 32.3 | 96 | 24.0 | 3.605 | 1.118 |
| **تعرفنى على حلول للمشكلات التى تواجهنى.** | 25 | 6.3 | 35 | 8.8 | 140 | 35.0 | 119 | 29.8 | 81 | 20.3 | 3.490 | 1.099 |

**تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :-**

* جاء " تمتعنى و تسلينى " في مقدمة الإشباعات المترتبة على استخدام المبحوثين لموقع تويتر بمتوسط حسابى 4.187، يليها " استطعت التواصل مع الأخرين و تعلم أشياء جديدة " بمتوسط حسابى 4.137، " أعرف الأخبار في العالم من خلالها " بمتوسط حسابى 4.135، " زادت من معارفى و معلوماتى " بمتوسط حسابي 4.085، " تعطينى كافة المعلومات و الأراء التى أريدها " بمتوسط حسابي 3.875، " عرفتنى على عادات و تقاليد شعوب و دول أخرى" بمتوسط حسابي 3.762، " تعلمت مهارات و خبرات جديدة " بمتوسط حسابي 3.722،" تشعرنى بالأسترخاء والراحة عندما أشعر بالتعب" بمتوسط حسابى 3.607، " تعرفت على موضوعات تصلح للنقاش مع أهلى و أصدقائى." بمتوسط حسابى 3.605، " تعرفنى على حلول للمشكلات التى تواجهنى " بمتوسط حسابى 3.490، " تساعدنى على التخلص من الشعور بالوحدة " بمتوسط حسابي 3.352، " تعرفت على شخصيات أخرى و اندمجت معها " بمتوسط حسابي 3.325، " تلبى كافة احتياجاتى " بمتوسط حسابي 3.272، " أنسى المشاكل التى أتعرض لها في العمل أو في الدراسة " بمتوسط حسابي 3.145.
* **ثالثاً : اختبار فروض الدراسة**
* **الفرض الأول:**

**"توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام".**

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون.

جدول (30) العلاقة بين معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **مستوى الدلالة**  | **العدد** | **قيمة معامل الارتباط " بيرسون "** |
| 0.001 | 400 | 0.161 |

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة المستوى " بيرسون = 0.161" ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام، وتتفق نتائج الدراسة مع نتائج دراسة (عبدالصادق حسن،2012) بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض الشباب الجامعي لموقع تويتر ودوافع التعرض، فكلما زاد استخدام الشباب الجامعي بمملكة البحرين لموقع تويتر كلما زادت الدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام.

**الفرض الثاني :**

**" توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام".**

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون.

جدول (31) العلاقة بين معدل استخدام الشباب لموقع تويتر والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **مستوى الدلالة**  | **العدد** | **قيمة معامل الارتباط " بيرسون "** |
| 0.000 | 400 | 0.295 |

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة المستوى " بيرسون = 0.295" ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام ، فكلما زاد استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر كلما زادت الإشباعات المترتبة على هذا الاستخدام.

**الفرض الثالث :**

**" توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والاشباعات المترتبة".**

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون.

جدول (32) العلاقة بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **مستوى الدلالة**  | **العدد** | **قيمة معامل الارتباط " بيرسون "** |
| 0.000 | 400 | 0.555 |

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة متوسطة المستوى " بيرسون = 0.555" ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام، فكلما زادت دوافع الشباب الجامعي لموقع تويتر كلما زادت الإشباعات المترتبة على هذا الاستخدام.

**الفرض الرابع :**

**" توجد فروق ذات دلالة احصائية طبقا 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 (33) **دلالة الفروق في دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقاً لمتغير النوع**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع** | **المتوسطات الحسابية** | **الانحرافات المعيارية** | **قيمة " ت"** | **درجات الحرية** | **مستوى الدلالة** |
| **ذكر** | 1.310 | 0.569 | 0.343 | 398 | 0.732 |
| **أنثى** | 1.292 | 0.503 |

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لمتغير النوع فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر ، حيث بلغت قيمة " ت " 0.343" ، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية 0.732 .

وتختلف نتائج الدراسة مع نتائج دراسة (مريم نومار،2012) والتي كشفت بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث لموقع تويتر .

جدول (34) **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** | 1.576 | 0.856 | 2.503 | 398 | 0.013 |
| **جامعة الخليج العربي** | 1.797 | 0.904 |

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لمتغير نوع الجامعة فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر لصالح جامعة الخليج العربي بمتوسط حسابي 1.797 مقابل 1.576 ، حيث بلغت قيمة " ت " 2.503 " ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.013.

جدول (35) **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** | 1.565 | 0.488 | 2.241 | 398 | 0.026 |
| **التخصصات العملية** | 1.388 | 0.501 |

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لمتغير التخصص العلمي فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر لصالح التخصصات النظرية بمتوسط حسابي 1.565 مقابل 1.388 ، حيث بلغت قيمة " ت " 2.241 " ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.026 .

جدول (36) **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** | 2.822 | 1.411 | 2 | 7.760 | 0.000 |
| **داخل المجموعات** | 72.178 | 0.182 | 397 |
| **المجموع** | 75.000 |  | 399 |

**تشير بيانات الجدول السابق على عدة نتائج ، من أهمها :**

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لمتغير الجنسية فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر ، حيث بلغت قيمة " ف " 7.760 " ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000 .

جدول (37) وللتعرف على مصادر هذه الفروق تم استخدام اختبارLSD للمقارنات البعدية ، كما يوضحها الجدول التالي:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الجنسية** | **فروق المتوسطات** | **مستوى المعنوية** |
| **بحريني** | **كويتي** | 0.028 | 0.917 |
| **سعودي** | 0.181 | 0.001 |
| **كويتي** | **بحريني** | 0.285 | 0.685 |
| **سعودي** | 0.210 | 0.746 |
| **سعودي** | **بحريني**  | 0181 | 0.001 |
| **كويتي** | 0.210 | 0.020 |

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب البحرينيين والطلاب السعوديين في دوافع استخدام موقع تويتر عند مستوى معنوية 0.001 ، وبين الطلاب السعوديين والطلاب البحرينيين عند مستوى معنوية 0.020.

جدول (38) **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** | 2.577 | 1.289 | 2 | 1.029 | 0.358 |
| **داخل المجموعات** | 497.013 | 1.252 | 397 |
| **المجموع** | 499.590 |  | 399 |

**تشير بيانات الجدول السابق على عدة نتائج ، من أهمها :**

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لمتغير الحالة الاجتماعية فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب لموقع تويتر ، حيث بلغت قيمة " ف " 1.029 " ، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية 0.358

جدول (39) **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** | **9.383** | **4.692** | **2** | **8.063** | **0.000** |
| **داخل المجموعات** | **225.184** | **0.582** | **397** |
| **المجموع** | **234.567** |  | **399** |

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقاً لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة "ف" 8.063 ، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة أقل من القيمة 0.05الدالة إحصائياً.

جدول (40) ولمعرفة مصدر التباين بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقاً لمتغير السنة الدراسية، أجرى الباحث الاختبارات البعدية بطريقة LSD على النحو التالي :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الفئة العمرية** | **فروق المتوسطات** | **مستوى المعنوية** |
| **السنة الأولى** | **السنة الثانية** | 0.083 | 0.317 |
| **السنة الثالثة** | 0.522 | 0.000 |
| **السنة الرابعة** | 0.083 | 0.317 |
| **السنة الثانية** | **السنة الأولى** | 0.439 | 0.001 |
| **السنة الثالثة** | 0.522 | 0.000 |
| **السنة الرابعة** | 0.439 (\*) | 0.001 |
| **السنة الثالثة** | **السنة الأولى** | 0.319 | 0.000 |
| **السنة الثانية** | 0.505 | 0.000 |
| **السنة الرابعة** | 0.319 | 0.000 |
| **السنة الرابعة** | **السنة الأولى** | 0.186 | 0.044 |
| **السنة الثانية** | 0.505 | 0.000 |
| **السنة الثالثة** | 0.186 | 0.044 |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (40) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر طبقاً لمتغير السنة الدراسية، وذلك بين الفئات الآتية : السنة الأولى والسنة الثالثة عند مستوى معنوية 0.000 ، وبين السنة الثانية وبين السنة الأولى والثالثة والرابعة عند مستوى معنوية 0.001 ، 0.000 ، 0.001 ، على الترتيب ، وبين السنة الثالثة وبين السنة الأولى والثانية والرابعة عند مستوى معنوية 0.00 ، 0.000 ، 0.000 ، وبين السنة الرابعة وبين السنة الأولى والسنة الثانية والثالثة عند مستوى معنوية 0.044 ، 0.000 ، 0.044 ، وهي فروق دالة إحصائياً ، وهي قيم أقل من القيمة 05 .الدالة إحصائياً .

**توصيات الدراسة**

من خلال استعراض نتائج الدراسة الميدانية ، يستخلص الباحث عدد من التوصيات المتعلقة باستخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر ، وذلك على النحو الآتي :

1. 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.
2. 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 .
3. دعم الأجهزة الرسمية وغير الرسمية التي تعمل في مجال المراهقة والشباب للبحوث في المجالات التربوية و الاجتماعية الإعلامية و النفسية و الطبية لتطوير وضع الشباب في المجتمع و التعرف على الواقع و تقديم الحلول المناسبة للمشكلات من خلال التنسيق بين الجهات الرسمية و غير الرسمية في مجالات و مشروعات التي تخدم هؤلاء الشباب، وتوعيتهم باهمية الاستفادة بوقتهم بما هو مفيد ونافع .
4. يجب الرجوع إلى القيم والأخلاق الحميدة المترسخة في المجتمع ، وضرورة الاستفادة من موقع تويتر بالحصول على الأخبار والمعلومات المفيدة .
5. ضرورة الاهتمام بما يطرح على موقع تويتر من قضايا وتسليط الضوء عليها وإبرازها بوصفها شديدة الصلة بحياة الناس.
6. تأسيس مواقع للتواصل الاجتماعي عربية – إسلامية من شأنها تعزيز التواصل بين الشباب العربي والمسلم والشباب في العالم، للمساهمة في زيادة فرص تنويع مصادر المعرفة والمعلومات ونشر الثقافة العربية الإسلامية.
7. أهمية تدريس طلبة الجامعات موضوعا يضاف إلى أحد المساقات يتناول معايير واخلاقيات النشر الإلكتروني بهدف الرقي بمضمون موقع تويتر الرقمية، وٕايجاد ثقافة في النشر الإلكتروني ترتكز على أسس من المصداقية والموضوعية في الحوار، بعيدا عن كل أشكال التطرف أو التحريض.

**المراجع**

1- عبدالرحمن عزي، **دراسات في نظرية الاتصال** (بيروت:مركز دراسات الوحدة العربية،2003) ص101.

2- صابر فلحوط ،محمد البخاري، **العولمة والتبادل الإعلامي الدولي** (دمشق: دار علاء الدين،1999) ص8.

3- فايز عبدالله الشهري، **التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الأتصال الجديدة**(دبي: دار الحكمة،2003)ص21.

4- لقاء مكي، **صحافة الإنترنت في ضوء المسؤولية الأجتماعية لوسائل الإعلام (مؤتمر صحافة الأنترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات** (جامعة الشارقة، كلية الأتصال،2005) ص3.

5- علي بن شويل القرني، **من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة الوطن** (الرياض: جامعة الملك سعود،2011) ص52.

6- موقع <http://www.alexa.com> تمت الزيارة بتاريخ 27/11/2012م

7- موقع <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm> تمت الزيارة بتاريخ 27/11/2012م.

8- عبدالكريم علي الدبيسي ، زهير ياسين الطاهات ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية ، **دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية**، الجامعة الأردنية ،المجلّد 40 ، العدد 1 ، 2013 ، ص ص 66-81 .

9- مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية:دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، **رسالة ماجستير،غير منشورة**(الجزائر:جامعة الحاج لخضر،قسم العلوم الأنسانية،2013).

10- حمزة السيد حمزة خليل، استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير المصرية والإشباعات المتحققة منه،دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير،غير منشورة**(القاهرة: جامعة طنطا، كلية التربية النوعية،2012).

11- السيد محسن علي المحافظة،تأثير موقع الفيس بوك في تشكيل الرأي العام السياسي في مملكة البحرين، **رسالة ماجستير غير منشورة**،(البحرين: الجامعة الأهلية، كلية الآداب والعلوم والتربية،2012).

12- نها نبيل محمود الاسدودي، دور موقع تويتر في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011، **رسالة ماجستير،غير منشورة**(جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية،2012).

13- فاتن يتيم المنتشري، استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة منها، **رسالة ماجستير،غير منشورة**(جامعة الملك سعود: كلية الآداب، 2012).

14- Monica Ancu, 2012, Older Adults On Facebook: A Survey Examinataing Motives And Use Of Social Networking By People 50 And Older, **Florida Communication Journal**,Vol.40,Issul.2,P.P1-12.

15- bruce c.mckinney, lynne Kelly, & robent l.duran, 2012, Narcissism or Openness? College Students Use of Facebook and Twitter, **Communication research reports**, Vol.29,No.2,April-June,P.P 108-118.

16- 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.

 17- 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.

18- 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.

19 -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،2011).

20- Tiffany.A ,Yevdokiya.A & Sandra.L, 2009,“Collage Students Social Networking Experiences On Facebook” **, Journal Of Applied Developmental Psyehology**, Vol.30, P.P 227-238

21- 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.

22- نرمين 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،15-فبراير2009)ص940.

23- رضا عبدالواجد أمين استخدامات الشباب الجامعي في البحرين لموقع يوتيوب على شبكة الويب ، **المؤتمر الدولي الأول "الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد**" ، (جامعة البحرين ، كلية الآداب ،7-9أبريل 2009) .

24- Pavica Sheldom,2008,Student Favorite: Facebook And Motives For It Use, **Southwestern Mass Communication Journal** , Spring, Mar,Vol 23,Issue 2,P.P 39-53.

25- 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 .

26- أميرة محمد محمود العيسوي، أثر التعرض لموقع تويتر على النسق القيمي للمراهقين، **رسالة دكتوراه، غيرمنشورة**(جامعة القاهرة:كلية الإعلام،2008).

27- موقع <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm> تمت الزيارة بتاريخ 27/11/2012م.

28- تقرير الاعلام العربي**، الاعلام الاجتماعي والحراك المدني: تأثير الفيس بوك وتويتر**(كلية دبي للإدارة الحكومية،الاصدار الثاني،مايو2011) ص9-17.

29- محمود حسن إسماعيل، **مناهج البحث في إعلام الطفل** (القاهرة: دار النشر للجامعات،1996) ص97.

30- محمد عبدالحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية** (القاهرة: عالم الكتب،2004) ص158.

31- حمد سليمان المشوخي، **تقنيات ومناهج البحث العلمي** (القاهرة:دار افكر العربي،2002) ص177.

32- محمد عبدالحميد **، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير** (القاهرة: عالم الكتب،1997) ص217.

33- جمال مختار، **حقيقة الفيس بوك:عدو أم صديق** (القاهرة: شركة مترو بول للطباعة،2009) ص9.

34-نهى عاطف عدلي العبد، علاقة الطفل المصر بالقنوات الفضائية العربية، **رسالة ماجستير،غير منشورة** (القاهرة: جامعة القاهرة،كلية الاعلام،2003) ص35.

35- عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي،1993) ص142.

36- محمد عبدالحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مرجع سابق،ص141.

37- جمال تفاحة، أبعاد مصدر الضبط لدى المراهقين الجانحين والأسوياء، **رسالة ماجستير، غير منشورة** (جامعة عين شمس:معهد الدراسات العليا للطفولة،1992) ص105.

38- سامي عبدالرؤوف طايع، استخدام الإنترنت في العالم العربي، دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي، **المجلة المصرية لرأي العام** (جامعة القاهرة:كلية الإعلام،العدد الرابع) ص38.

39- المرجع السابق، ص39.

**ملخص الدراسة**

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي لموقع تويتر ، وذلك في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات،واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية تتكون من 400 مفردة من الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية، جامعة البحرين وجامعة الخليج العربي.

**وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، أهمها:**

* تمثل مدى تعرض المبحوثين لموقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي : دائماً بنسبة 73.75 % ، يليه أحيانا بنسبة 22.25 % ، وجاء في المرتبة الأخيرة نادرا بنسبة 4%.
* تمثلت المدة التي يقضيها المبحوثون في استخدام موقع تويتر – بالترتيب - على النحو التالي: من من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات بنسبة 29.25%، يليه من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة 26.25%، ثم أقل من ساعة بنسبة 23% ، و جاءت فى المرتبة الأخيرة أكثر من ثلاث ساعات بنسبة 21.5% .
* تمثلت 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 مباشره، التعرف على أحداث وأخبار بلدك والعالم، التواصل مع الأهل والأصدقاء.
* تمثلت الدوافع الطقوسية من تعرض الشباب الجامعي لموقع تويتر بالترتيب كما يلي: استخدمه عندما أكون محبطا، للهروب من مشاكل الحياة اليومية، حتى لا أشعر بالغربة والوحدة، بدافع الفضول، لأن كل من حولي يستخدمونها، نسيان هموم الغربة والبعد عن الأهل والأصدقاء، استخدمها لأنها مواقع ممتعة، جزء من الروتين الذي أفعله عندما أكون على شبكة الأنترنت، التسلية والترفيه، ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل.
* تمثلت الإشباعات 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، تشعرني بالأسترخاء والراحة عندما أشعر بالتعب،تعرفت على موضوعات تصلح للنقاش مع أهلي وأصدقائي، تعرفني على حلول للمشكلات التي تواجهني، تساعدني على التخلص من الشعور بالوحدة، تعرفت على شخصيات أخرى واندمجت معها،تلبي كافة احتياجاتي،أنسى المشاكل التي أتعرض لها في العمل أو في الدراسة.
* **Abstract**

This Study aims t to identify the uses of University students to Twitter, 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.

**The study found some of results, including:**

- 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 finally I forget the problems that touch upon her at work or in school.

1. **\* أسماء المحكمين :**

	* أ.د همت حسن عبد المجيد ، أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين.
	* أ.د عصام نصر سليم أستاذ الإعلام ورئيس قسم الاتصال الجماهيري بجامعة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة .
	* 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. ممدوح عبد الله مكاوي ، مدرس الإعلام بجامعة بني سويف . [↑](#footnote-ref-2)