

## استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها "دراسة ميدانية"

إعداد/

سمر فاروق غندر

دراسة بمرحلة الدكتوراه - كلية التربية النوعية جامعة بورسعيد

٢٠١٥



## استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

### والإشباع المتحققة منها " دراسة ميدانية "

إعداد / سمر فاروق غندر

دراصة بمرحلة الدكتوراه - كلية التربية النوعية جامعة بورسعيد

#### مستخلص /

- تهدف الدراسة إلى التعرف علي العلاقة بين إستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي الإشباعات المتحققة منها، والتعرف علي أهم مواقع التواصل الإجتماعي المفضلة لدي الشباب الجامعي ، التعرف علي الدوافع(النفعية-الطوقسية) لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي، إبراز الإشباعات المتحققة للشباب الجامعي من هذا الاستخدام، وطبقت الدراسة علي عينة عشوائية من الشباب الجامعي بلغت ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث، كما استخدمت الباحثة إستمارة الإستبيان.
- وتوصلت الدراسة إلي عده نتائج من أهمها:-
- - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدي استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي والإشباعات المتحققة منها.
- -أن موقع الفيس بوك جاء في الترتيب الأول ،بينما تلاه في المرتبة الثانية موقع تويتر ، كما جاء موقع اليوتيوب في المركز الثالث ، ثم جاء موقع جوجل بلس في المرتبة ، ثم موقع إنستجرام في المرتبة الخامسة ، بينما جاء موقع الفليكر في المرتبة السادسة ، كما جاء موقع ماي سبيس في المرتبة السابعة ، بينما احتل كل من موقعي هاي فايف ولينكدن المرتبة الثامنة .
- - أن أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي تمثل في دافع "ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل والوحدة "،حيث جاء في مقدمة الدوافع الطوقسية ،بينما جاء دافع التواصل مع الآخرين ومتابعة كل ما هو جديد من أمور علي الساحة الإعلامية في مقدمة الدوافع النفعية لاستخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الإجتماعي .
- - أهم الإشباعات المتحققة للشباب الجامعي من استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي تمثل في إشباع "إعطاء الجرأة في تناول القضايا المختلفة والتعبير عن الرأي بوضوح" حيث جاء في مقدمة الإشباعات، بينما جاء إشباع "المساعدة علي المشاركة في الأحداث الجارية في المجتمع" في الترتيب الثاني .

## Abstract

- The aim of this study is to highlight gratification achieved universities' youth from using social networking sites, and identify the most important social networking sites have a favorite universities' youth, and Identify the motivations for using universities' youth to social networking sites, sample of the study were applied on (400 cases) from males and females) between the ages of (18-21years ),that are equally distributed among the four universities ,the study relied on a questionnaire.
- The most important results of the study are:
- 1- Has proved the validity of the hypothesis of the study, which stated:
- "There is a statistically significant relationship between the extent of using universities' youth of social networking sites and the gratification achieved for them"
- 2- The study showed that Facebook ranked as the first place as the most popular social networking sites among respondents, followed by Twitter and YouTube, Google plus, Instagram, Flickr, and Myspace.
- 3-The most important reasons to use universities' youth (study sample) for social networking sites is Fill leisure time and get rid of the boredom and loneliness which came on top of the ritual, while the connect with others and follow all the new things on the media scene in the introduction to the utilitarian motivation to use the respondents to social networking sites.
- 4- The study concluded that the gratification for universities' youth (study sample) of their use of social networking sites is the gratification you give me courage for dealing with the various issues and express their views boldly and clearly stating in the introduction to the gratification, while gratification for me to participate in events in society in the second place, and gratification the increasing knowledge of current events in Egypt in the third place.



# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

## • مقدمة الدراسة

لقد تزايدت في الآونة الأخيرة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي "social networking sites" وأعداد مستخدمي هذه المواقع بشكل كبير في الألفية الجديدة، وذلك مع تزايد رغبة الفرد في ان يظل علي إتصال بالآخرين، وأن يكون علي وعي بما يحيط به في المجتمع، وبعد أن أضحى الإنترنت يمثل جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للعديد من الناس، حيث بلغ إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت بنهاية الفترة يناير-مارس ٢٠١٤ (٤٢.١٦) مليون مستخدم مقارنة بنحو (٣٣.٣٤) مليون مستخدم بنهاية الفترة يناير - مارس ٢٠١٣. (١)

ونتيجة للتزايد المستمر لاستخدام الإنترنت نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك والتويتر واليوتيوب وجوجل بلس وفليكر وإنستجرام وغيرها، قد اجتذبت الملايين من البشر لاسيما من الشباب الذين يستخدمون هذه المواقع في ممارستهم اليومية ، نظراً لكونها تلبي مدي واسعاً من إهتماماتهم، كما أنها ذات قدرات تكنولوجية متنوعة، فوجد هناك مايزيد عن ٧١ مليون مستخدم نشط للإعلام الاجتماعي من بين ١٣٥ مليون مستخدم للإنترنت في العالم العربي. (٢)

إن استخدام الشباب للإعلام الجديد والتي تعد مواقع التواصل الاجتماعي إحدى صورته، وسعيه لتحقيق دوافع وإشباعات من جراء استخدامه لها، مثل إستكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي، والتفاعل والحضور الافتراضي، فقد توصلت دراسة عمرو أسعد إلي أن نسبة ٩٧% من أفراد العينة صفحتهم الشخصية متاحة لجميع مستخدمي موقع الفيس بوك وهو ما يعد إنفتاحاً من جانب الطلاب علي جميع المستخدمين، ولذلك تري الباحثة أن مدخل الإستخدامات والإشباعات من أنسب المداخل للدراسة حيث يعد محاولة لتفسير طريقة استخدام الأفراد لوسائل الاعلام بوصفها مصدراً مهماً وحيوياً لإشباع حاجاتهم ومتطلباتهم. (٣)

ومن هنا سيكون هذا المدخل منطلقاً للدراسة ، وسيتم الإعتماد عليه للتعرف علي العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها .

(١) وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. نشرة مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات، عدد مارس ٢٠١٤.

(٢) برنامج الحوكمة والإبتكار. "إتجاهات استخدام الإنترنت والهاتف المحمول في المنطقة العربية"، كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية بالتعاون مع بيت كوم، ٢٠١٤.

(٣) عمرو أسعد. "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية: دراسة علي موقعي يوتيوب you tube والفيس بوك facebook"، رسالة دكتوراة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١١.

• مشكلة الدراسة:

لقد تغيّرت البيئة الإتصالية للإنسان تغيّراً جذرياً، وذلك منذ العقد الأخير من القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، وتمثّل ذلك بإستحداث وسائل جديدة كالإنترنت، وما نتج عنها مستحدثات كمواقع التواصل الإحتماعي المختلفة، مما إنعكس بشكل أو بآخر على الفرد في المجتمع، وطريقة تفاعله مع هذه الوسائل وفضاءاتها المختلفة.

ولما كان موقع التواصل الاجتماعي قد أنتشر استخدامها في المجتمعات كافة، وبين مختلف الطبقات والفئات التي تُكون هذه المجتمعات، فإن مشكلة الدراسة تتحدد في رصد وقياس مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإحتماعي والإشباع المتحققة منها، لا سيما بعد ما حصل من ثورات وإحتجاجات في بعض البلدان العربية.

ونتيجة لذلك تسعى الدراسة للتعرف علي العلاقة بين إستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإحتماعي والإشباع المتحققة منها، من خلال الكشف عن كثافة إستخدام الشباب الجامعي لهذه المواقع والتعرف علي الدوافع (النفسية-الطوقسية) والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام .

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: ما العلاقة بين إستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإحتماعي والإشباع المتحققة منها ؟

• أهمية الدراسة:

١- تتبع أهمية الدراسة من تناول مواقع التواصل الإحتماعي والتي أصبحت منافساً قوياً لوسائل الإعلام التقليدية، ويات يتعاظم إستخدامها بين الشباب.

٢- تتبع أهمية الدراسة من إستخدام مدخل الإستخدامات والإشباع Uses & Gratification للإجابة علي تساؤلات الدراسة لان هذه الدراسة تفترض أن وسائل الإعلام الحديثة ومنها مواقع التواصل الإحتماعي قد تولد دوافع (نفسية - طوقسية) وإشباع جديدة لمستخدميها، و تم من خلال هذه الدراسة إختبار إستخدام الشباب لمواقع شبكات التواصل الإحتماعي علي الإنترنت ومدى إشباعها لإحتياجاتهم.

• أهداف الدراسة:

- ١- التعرف علي أهم مواقع التواصل الإحتماعي المفضلة لدي الشباب الجامعي.
- ٢- التعرف علي الدوافع (النفسية-الطوقسية) لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإحتماعي.
- ٣- إبراز الإشباع المتحققة للشباب الجامعي من استخدام مواقع التواصل الإحتماعي.

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

## • تساؤلات الدراسة:

- ١- ما أهم مواقع التواصل الإجتماعي المفضلة لدي الشباب الجامعي ؟
- ٢- ما الدوافع (النفعية-الطوقسية) لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي؟
- ٣- ما الإشباع المتحققة للشباب الجامعي من استخدام مواقع التواصل الإجتماعي؟

## فرض الدراسة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي والإشباع المتحققة منها.

## • ثانياً : الدراسات السابقة.

إتجه العديد من الباحثين إلي رصد الواقع الذي نحياه حالياً في مصر علي وجه الخصوص ، وفي كثير من البلدان العربية علي وجه العموم ، والذي يؤكد علي الأهمية القصوي والدور الكبير الذي أصبحت تؤديه مواقع التواصل الإجتماعي، وما ما تقدمه من استخدامات متنوعة المجالات والأساليب ، وما تحققة من إشباع متعددة للفرد، فقد قامت الباحثة بإستعراض الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الإجتماعي في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع .

اتجهت دراسة باركر فاليري Valerie Barker (٢٠٠٨)<sup>(١)</sup> إلي التعرف علي دوافع إستخدام مواقع شبكات التواصل الإجتماعي SNS، وتم إستخدام نظرية الإستخدامات والإشباع وإستخدام نظرية الهوية الإجتماعية، اعتمدت الدراسة علي أسلوب المسح ، وتوصلت الدراسة إلي أن ٨١% من أفراد العينة يستخدم موقع ماي سبيس My Space، بينما نسبة ١٨% يستخدم الفيسبوك Facebook، وأن أهم دوافع استخدام الشباب عينة الدراسة لتلك المواقع هي تضيئه الوقت، الترفية، إشباع الهوية الإجتماعية والرقابة الإفتراضية.

بينما سعت دراسة عمرو أسعد(٢٠١١)<sup>(٢)</sup> إلي التعرف علي العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقتها بقيمهم المجتمعية إيجاباً وسلباً، وتوصلت الدراسة إلي أن أهم دوافع استخدام أفراد العينة لموقع الفيس بوك Facebook هي الحصول علي المعلومات حول الأحداث

(١) Barker, Valerie. "Older Adolescents` Motivations for Use of Social Networking Sites: The Influence of Group Identity and Collective Self-esteem". Paper Presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Montreal, Quebec, Canada. 2008.

(٢) عمرو أسعد. مرجع سابق، ٢٠١١.



# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

دراسة ميدانية

اعداد / سمر فاروق غندر

الجارية، وأظهرت الدراسة أيضاً أن الشباب عينة الدراسة يشاهد المقاطع الوثائقية ومقاطع الفيديو التي تتناول موضوعات واحداث سياسية وقضايا إجتماعية .

واختلفت معها دراسة آمال كمال (٢٠١١)<sup>(١)</sup> في أن أهم دوافع إستخدام الفيس بوك هي الاتصال بالاصدقاء الحاليين في الجامعة والحرص علي الإبقاء علي العلاقات بالاصدقاء القدامي من ناحية أخرى ، وأن نسبة ٦٧% منهم يعتقدون أن الزملاء في الجامعة هم الذين يشاهدون صفحاتهم الشخصية ، يليهم من يرون أن الاصدقاء القدامي في المدرسة.

وأظهرت دراسة حنان بنت شعشوع الشهري(٢٠١٢)<sup>(٢)</sup> أن أغلب المبحوثات يفضلن استخدام موقعي الفيس بوك وتويتر معاً بنسبة بلغت ٤٨% ، يلي ذلك من يفضلن موقع الفيس بوك فقط بنسبة ٣٧% ، وأن غالبية المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الإجتماعي لأقل من ساعتين يومياً حيث بلغت نسبتهن ٣٤.٧% . كشفت دراسة احمد يونس محمد حمودة(٢٠١٣)<sup>(٣)</sup> أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الإجتماعية إذ جاءت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم بنسبة ٩٦,١ % ، بينت الدراسة أن شبكة الفيس بوك جاءت في المرتبة الأولى كأكثر شبكات التواصل الإجتماعي استخداماً وتفاعلاً ، ثم المحادثات (سكاى بي والمانسجرات ) ، يتبعها اليوتيوب، ثم جوجل بلس ، يتبعها التدوين المصغر مثل تويتر، وأشارت الدراسة أيضاً إلى أن نسبة ٥٨,٨ % من المبحوثين يستخدم شبكات التواصل الإجتماعي من ساعتين فأكثر، كما أن نسبة ٥٧.٣ % من المبحوثين يستخدمونها منذ أربع سنوات ، وأن نسبة ٣٠.٥ % يستخدمونها منذ سنتين إلى أقل من أربع سنوات .

وحاولت دراسة أسامة محمد عبد الرحمن حسانين(٢٠١٤)<sup>(٤)</sup> التعرف علي دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، أظهرت الدراسة أن التواصل مع الآخرين ومتابعة كل ما هو جديد من أمور علي الساحة الإعلامية تأتي في مقدمة أسباب متابعة صفحات الفيس بوك ، بينما يأتي متابعة الأحداث في الترتيب الثاني.

(١) آمال كمال. "استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته برأس المال الإجتماعي بالتطبيق علي موقع facebook"،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر ، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو- ديسمبر ، ٢٠١١ .  
(٢) حنان بنت شعشوع الشهري."أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية علي العلاقات الإجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجاً"،رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الملك عبد العزيز ، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٢ .  
(٣) احمد يونس محمد حمودة . "دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلاطيني في القضايا المجتمعية"، رسالة ماجستير، معد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، ٢٠١٣ .  
(٤) أسامة محمد عبد الرحمن حسانين."دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري"،رسالة دكتوراه. معهد الدراسات العليا للطفولة،جامعة عين شمس، ٢٠١٤ .



# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

## • مصطلحات الدراسة:

مواقع التواصل الاجتماعي: وهي إحدى وسائل الاتصال الجديدة، من خلال شبكة الإنترنت، والتي تسمح للمستخدم أو المستخدم من التواصل مع الآخرين، وتقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات ومن أمثلة مواقع التواصل الاجتماعي Facebook, Flickr, linkedin, twitter, youtube, my space وغيرها.

## • أبرز مواقع التواصل الاجتماعي :

الفييس بوك Facebook: هو موقع يساعد علي تكوين علاقات مع المستخدمين ، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمن والمكان.

تويتر Twitter: هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات (Tweets) ، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (١٤٠) حرفاً للرسالة الواحدة، وإتخذ من العصفورة رمزاً له.

اليوتيوب youtube : موقع على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

## • الشباب الجامعي Universities' youth.

ويقصد بمفهوم الشباب الجامعي إجرائياً في هذه الدراسة، الطلاب الذين ينتمون للجامعات المصرية والذين تتراوح أعمارهم ما بين (١٨-٢١ سنة) من الذكور والإناث، كما أن هذه المرحلة يطلق عليها مرحلة المراهقة المتأخرة.

## • نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية "Descriptive Study" التي تسعى لرصد استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي "Social Networking Sites" والإشباع المتحققة منها، وفي هذا الإطار تستخدم الدراسة منهج المسح بالعينة الذي يعد من أنسب المناهج ملائمة لأغراض هذه الدراسة ، ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بكلاً من موضوع الدراسة وأهدافها، وذلك من خلال مسح لعينة من الشباب الجامعي للتعرف العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام.

## • مجتمع الدراسة:

ويتمثل في شباب الجامعات المصرية (الذكور - الإناث) في المرحلة العمرية من ١٨-٢١ سنة والتي تقابلها في الدراسة "المرحلة الجامعية".

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

## • عينة الدراسة:

قامت الباحثة بالتطبيق علي عينة من شباب الجامعات المصرية قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي ، وتم إختيارها بالطريقة العشوائية، وتقسم بأسلوب التوزيع المتساوي علي الجامعات المصرية المختلفة ( بورسعيد- ٦ أكتوبر- عين شمس- الأزهر) ، ووزعت العينة علي هذه الجامعات لكل جامعة ١٠٠ مبحوث من الذكور والإناث، ممن تتراوح أعمارهم (١٨-٢١) سنة وتقابلها في الدراسة "المرحلة الجامعية" أي مرحلة المراهقة المتأخرة .

## أدوات جمع البيانات:

قامت الباحثة بجمع بيانات الدراسة عن طريق:

- تطبيق إستمارة الإستقصاء لجمع البيانات حول استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي . (وطبقت علي الشباب الجامعي عينة الدراسة).
- تطبيق مقياس الاستخدام والإشباع. (وطبق علي الشباب الجامعي عينة الدراسة)..
- تطبيق مقياس المستوي الإقتصادي الإجتماعي للشباب الجامعي (عينة الدراسة).

استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها  
دراسة ميدانية  
إعداد / سمر فاروق غندر

• نتائج الدراسة:

١ - مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي الآتية:

جدول رقم (١)  
يوضح التكرارات والنسب المئوية  
لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الأوزان	الاستجابات						مواقع التواصل الاجتماعي
			لا استخدمها		أحياناً		دائماً		
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	٢.٥٦	٩٦٠	٠	٠	٤٤	١٦٥	٥٦	٢١٠	الفيس بوك
٢	١.٩٨	٧٤٣	١٩.٢	٧٢	٦٣.٥	٢٣٨	١٧.٣	٦٥	تويتر
٣	١.٨٢	٦٨٤	٣٠.٢	١١٣	٧٥.٣	٢١٥	١٢.٥	٤٧	اليوتيوب
٤	١.٦٦	٦٢١	٤٥.٨	١٧٢	٤٢.٧	١٦٠	١١.٥	٤٣	جوجل بلس
٥	١.٦٠	٦٠٠	٥١.٢	١٩٢	٣٧.٦	١٤١	١١.٢	٤٢	إنستجرام
٦	١.٥٠	٥٦١	٦٠.٨	٢٢٨	٢٨.٨	١٠٨	١٠.٤	٣٩	الفليكر
٧	١.٢٩	٤٨٤	٧٣.٩	٢٧٧	٢٣.٢	٨٧	٢.٩	١١	ماي سبيس
٨	١	٣٧٥	١٠٠	٣٧٥	٠	٠	٠	٠	هاى فايف
٨ مكرر	١	٣٧٥	١٠٠	٣٧٥	٠	٠	٠	٠	لينكدن

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة ٥٦% من أفراد العينة يستخدم موقع الفيس بوك دائماً، ونسبة ٤٤% يستخدمه أحياناً.

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

إعداد / سمر فاروق غندر

دراسة ميدانية

بينما نسبة ١٧.٣% من أفراد العينة يستخدم موقع تويتر دائماً، ونسبة ٦٣.٥% يستخدمه أحياناً، ونسبة ١٩.٢% لا يستخدمه.

وأن نسبة ١٢.٥% من أفراد العينة يستخدم موقع اليوتيوب دائماً، ونسبة ٧٥.٣% يستخدمه أحياناً، ونسبة ٣٠.٢% لا يستخدمه.

ويتضح أيضاً أن نسبة ١١.٥% من أفراد العينة يستخدم موقع جوجل بلس دائماً، وأن نسبة ٤٢.٧% يستخدمه أحياناً، ونسبة ٤٥.٨% لا يستخدمه.

بينما نسبة ١١.٢% من أفراد العينة يستخدم موقع إنستجرام دائماً، ونسبة ٣٧.٦% يستخدمه أحياناً، ونسبة ٥١.٢% لا يستخدمه.

وأن نسبة ١٠.٤% من أفراد العينة يستخدم موقع الفليكر دائماً، ونسبة ٢٨.٨% يستخدمه أحياناً، ونسبة ٦٠.٨% لا يستخدمه.

كذلك يتضح أن نسبة ٢.٩% من أفراد العينة يستخدم موقع ماي سبيس دائماً، وأن نسبة ٢٣.٢% يستخدمه أحياناً، ونسبة ٧٣.٩% لا يستخدمه، بينما لا يستخدم أفراد العينة كلاً من موقعي هاي فايف ولينكدن.

**يتبين من بيانات الجدول السابق:** أن موقع الفيس بوك جاء في الترتيب الأول بوزن نسبي قدره (٢.٥٦) بينما تلاه في المرتبة الثانية موقع تويتر بوزن نسبي قدره (١.٩٨)، كما جاء موقع اليوتيوب في المركز الثالث بوزن نسبي قدره (١.٨٢)، ثم جاء موقع جوجل بلس في المرتبة الرابعة بوزن نسبي قدره (١.٦٦)، ثم موقع إنستجرام في المرتبة الخامسة بوزن نسبي قدره (١.٦٠)، بينما جاء موقع الفليكر في المرتبة السادسة بوزن نسبي قدره (١.٥٠)، كما جاء موقع ماي سبيس في المرتبة السابعة بوزن نسبي قدره (١.٢٩)، بينما احتل كلاً من موقعي هاي فايف ولينكدن المرتبة الثامنة بوزن نسبي قدره (١).

**مما سبق يتضح أن:**

أن موقع الفيس بوك من أكثر التواصل الاجتماعي استخداماً، إذ جاء في المرتبة الأولى، وهذا قد يعود الى أن التفاعل بين المتصلين يتم بشكل مباشر، وردود الفعل تكون سريعة جداً على الرسائل المرسله، أو نتيجة لأن الحديث يتم فيه مباشرة بالصوت والصورة والكلمة، يليه في المرتبة الثانية تويتر ثم اليوتيوب.

**ومن خلال استعراض نتائج الدراسات السابقة حول ذات النقطة نجد أن هذه النتيجة تتفق مع**

**نتائج كل من:**

١- دراسة جيلان محمود عبد الرازق (٢٠١١) التي أظهرت أن الفيس بوك facebook جاء في الترتيب الأول من حيث معدل الاستخدام بنسبة ٩٢.٨%، يليها في الترتيب الثاني اليوتيوب youtube بنسبة ٧٧.٢%،

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

1- يليها في الترتيب الثالث تويتر twitter بنسبة ٣٦.١%، يليها في الترتيب الرابع ماي سبيس my spsce بنسبة ٣٣.١%.

٢- دراسة كيجل فتيحة (٢٠١٢) والتي أظهرت أن الجامعيين أكثر الفئات استخداماً لموقع فيس بوك بنسبة ٧٦.٩%.

٣- دراسة كل من احمد يونس محمد حمودة (٢٠١٣) ورحاب طلعت محمد علي (٢٠١٣) والتي توصلت إلي أن موقع الفيس بوك جاء في الترتيب الأول ، بينما جاء في المرتبة الثانية موقع اليوتيوب، تلاه في المرتبة الثالثة موقع تويتر.

٤- دراسة الباز محمد محمد توفيق (٢٠١٤) والتي أظهرت أن نسبة ٩٩% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لديهم حساب شخصي علي فيس بوك ، ونسبة ١% فقط لا يستخدمونه.

- بينما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة حسن قطيم طماح المطيري (٢٠١٣) في أن نسبة ٩٠% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع تويتر للتواصل الاجتماعي بدرجات متفاوتة تقع بين الاستخدام الدائم إلي الاستخدام النادر، بينما نسبة ٥٩.٤% من أفراد العينة يستخدمون موقع فيس بوك للتواصل الاجتماعي بدرجات متفاوتة تقع بين الاستخدام الدائم إلي الاستخدام النادر.

## وحول تناول الدراسات السابقة لمدي استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

١- دراسة جيلان محمود عبد الرازق (٢٠١١) التي أظهرت أن نسبة ٥٦.٧% من أفراد العينة تتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم ، بينما نسبة ٣٦.١% منهم يستخدمونها "أحياناً".

٢- دراسة حمزة السيد حمزة خليل (٢٠١٢) والتي توصلت إلي أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل دائم وأغلبهم يتعرض لها بشكل يومي.

٣- واتفقت معها دراسة احمد يونس محمد حمودة (٢٠١٣) في أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية إذ جاءت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم بنسبة ٩٦.١% ، ونسبة ٣.٩% منهم يستخدمونها أحياناً .

٤- دراسة أحمد محمد حسن الرفاعي (٢٠١٤) والتي أثبتت أن نسبة ٥٤.٥% من أفراد العينة يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت دائماً، ونسبة ٣٧% منهم يستخدمونها أحياناً.

٥- ودراسة عبد الصادق حسن عبد الصادق (٢٠١٤) والتي أظهرت أن نسبة ٧٩.٤٢% من الشباب الجامعي عينة الدراسة تتعرض دائماً لمواقع التواصل الاجتماعي ، بينما نسبة ١٤.٣٨% من أفراد العينة تتعرض أحياناً.

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

- وتتعارض معها دراسة حنان بنت شعشوع الشهري (٢٠١٢) والتي أظهرت أن الطالبات عينة الدراسة لا يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي بنسبة ٢٦.٧%.

**مما سبق نستنتج أن:**

تفوق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أوساط الشباب الجامعي، وذلك نتيجة زيادة استخدام الشباب الجامعي للتكنولوجيا الحديثة والدخول علي الإنترنت.

## ٢- دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

### (أ) الدوافع الطقوسية لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

للدوافع الطقوسية لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الأوزان	الاستجابات						العبارة
			معارض		محايد		موافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	٢.٤٠٨	٩.٣	١٠.٤	٣٩	٣٨.٤	١٤٤	٥١.٢	١٩٢	ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل والوحدة.
٢	٢.١٣٠	٧٩٩	١٧.٦	٦٦	٥١.٧	١٩٤	٣٠.٧	١١٥	تساعدني في التنفيس عن الغضب .
٣	٢.١٢٨	٧٩٨	٧.٥	٢٨	٥٠.٩	١٥١	٤١.٦	١٥٦	التسلية والإسترخاء.
٤	١.٩٣٨	٧٢٧	٢٨	١٠.٥	٥٠.١	١٨٨	٢١.٩	٨٢	استخدامها لأنها وسيلة اتصال سهلة ومريحة.
٥	١.٨١٣	٦٨٠	٣٣.٩	١٢٧	٥٠.٩	١٩١	١٥.٢	٥٧	بحكم العادة وإرتباطها بالكمبيوتر واستخداماته.

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

إعداد / سمر فاروق غندر

دراسة ميدانية

٦	١.٧٧٠	٦٦٤	٣٥.٧	١٣٤	٥١.٥	١٩٣	١٢.٨	٤٨	بدافع الفضول.
٧	١.٦١٦	٦٠٦	٤٧.٧	١٧٩	٤٢.٩	١٦١	٩.٣	٣٥	للتميز عن الآخرين.
٨	١.٥٤٦	٥٨٠	٥٤.١	٢٠٣	٣٧.١	١٣٩	٨.٨	٣٣	استخدمها لأن الآخرين يستخدمونها.

ويتضح من بيانات الجدول السابق: أن دافع "ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل والوحدة" جاء في مقدمة الدوافع الطقوسية لاستخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي قدره ٢.٤٠٨، بينما جاء دافع "تساعدني في التنفيس عن الغضب" في الترتيب الثاني بوزن نسبي قدره ٢.١٣٠، وجاء "التسلية والإسترخاء" في الترتيب الثالث بوزن نسبي قدره ٢.١٢٨، وجاء دافع "استخدامها لأنها وسيلة اتصال سهلة ومريحة" في الترتيب الرابع بوزن نسبي قدره ١.٩٣٨، وجاء دافع "بحكم العادة وإرتباطها بالكمبيوتر واستخداماته" في الترتيب الخامس قدره ١.٨١٣، بينما جاء دافع "بدافع الفضول" في الترتيب السادس بوزن نسبي قدره ١.٧٧٠، وجاء دافع للتمييز عن الآخرين في الترتيب السابع بوزن نسبي قدره ١.٦١٦، وأخيراً جاء دافع "استخدمها لأن الآخرين يستخدمونها" في الترتيب الثامن بوزن نسبي قدره ١.٥٤٦.

ومما سبق نلاحظ أن:

أن أهم الدوافع الطقوسية لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي هي ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل والوحدة، يليه التنفيس عن الغضب، ثم التسلية والإسترخاء.

ويستعرض الدراسات السابقة حول الدوافع الطقوسية لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل

الإجتماعي لوضع اتفاق هذه النتيجة مع نتائج كل من:

- ١- دراسة باركر فاليري Valerie Barker (٢٠٠٨) والتي أظهرت أن أهم دوافع استخدام الشباب عينة الدراسة لتلك المواقع هي تضيئه الوقت، الترفيه.
- ٢- دراسة نرمين زكريا خضر (٢٠٠٩) والتي أوجدت أن أهم دوافع استخدام الشباب لموقع facebook التسلية والترفيه، يليه خلق صداقات جديدة والتواصل مع الآخرين، وتطوير علاقات إجتماعية معهم.
- ٣- دراسة جيلان محمود عبد الرازق (٢٠١١) والتي توصلت إلي أن دافع قضاء الوقت والتسلية في المرتبة الثانية بنسبة ١٢.٧% يستخدمونها من أجل قضاء الوقت والتسلية.

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

إعداد / سمر فاروق غندر

دراسة ميدانية

٤- دراسة رامي حسين الشرافي (٢٠١٢) والتي أثبتت أن "دافع لقضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة والتسلية" جاء في الترتيب الثاني لاستخدام الشباب من طلاب وطالبات الجامعات الفلسطينية للإعلام التفاعلي.  
٥- دراسة عبد الصادق حسن عبد الصادق (٢٠١٤) والتي توصلت أن الدوافع الطقوسية جاءت في المرتبة الثانية مثل تقليل الإحساس بالوحدة ، وفي المقابل جاءت الدوافع الطقوسية في المرتبة الأولى للتليفزيون والإذاعة ثم الدوافع النفعية.

## (ب) الدوافع النفعية لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٢)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

للدوافع النفعية لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الأوزان	الاستجابات						العبارة
			معارض		محايد		موافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	٢.٤٢١	٩٠.٨	٨.٨	٣٣	٤٠.٣	١٥١	٥٠.٩	١٩١	تتيح لي التواصل مع الآخرين ومتابعة كل ما هو جديد من أمور علي الساحة الإعلامية.
٢	٢.٢١٨	٨٣٢	١٠.٧	٤٠	٥٦.٨	٢١٣	٣٢.٥	١٢٢	معرفة أهم وأحدث الأخبار، وتطلعي علي أحدث المستجدات علي الساحة السياسية المصرية.
٣	٢.١٧٣	٨١٥	١٨.٤	٦٩	٤٥.٩	١٧٢	٣٥.٧	١٣٤	تدفعني للتعرف علي آراء الآخرين وتعليقاتهم علي الموضوعات السياسية المصرية.

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

## دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

٤	٢.١٢٨	٧٩٨	١٧.٣	٦٥	٥٢.٥	١٩٧	٣٠.١	١١٣	إبداء الرأي فيما يحدث بحرية وجرأة، وممارسة حرية التعبير والمشاركة السياسية.
٥	٢.١٢	٧٩٥	٢١.٩	٨٢	٤٤.٣	١٦٦	٣٣.٩	١٢٧	تعطيني فرصة للإشتراك في الأنشطة السياسية بشكل أكثر فاعلية.
٦	٢.٠٧٧	٧٧٩	٢١.١	٧٩	٥٠.١	١٨٨	٢٨.٨	١٠٨	مصدر مهم للمعلومات في القضايا المختلفة.
٧	١.٩١٧	٧١٩	٢٩.١	١٠٩	٥٠.١	١٨٨	٢٠.٨	٧٨	مناقشة القضايا السياسية و تحليلها والمساعدة في تكوين رأي محدد حيالها.
٨	١.٩٠٦	٧١٥	٢٦.٤	٩٩	٥٦.٥	٢١٢	١٧.١	٦٤	التعرف على أصدقاء جدد والإندماج مع العالم المحيط والإطلاع على وجهات النظر المختلفة.

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن دافع " التواصل مع الآخرين ومتابعة كل ما هو جديد من أمور علي الساحة الإعلامية" جاء في مقدمة الدوافع النفعية لاستخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي قدره ٢.٤٢١، بينما جاء دافع "معرفة أهم وأحدث الأخبار، والإطلاع علي أحدث المستجدات علي الساحة السياسية المصرية" في الترتيب الثاني بوزن نسبي قدره ٢.٢١٨، وجاء دافع "التعرف علي آراء الآخرين وتعليقاتهم علي الموضوعات السياسية المصرية" في الترتيب الثالث بوزن نسبي قدره ٢.١٧٣، وجاء دافع "إبداء الرأي فيما يحدث بحرية وجرأة، وممارسة حرية التعبير والمشاركة السياسية" في الترتيب الرابع بوزن نسبي ٢.١٢٨، وجاء دافع "إعطاء فرصة للإشتراك في الأنشطة السياسية بشكل أكثر فاعلية" في الترتيب الخامس بوزن نسبي ٢.١٢، بينما جاء دافع "مصدر مهم للمعلومات في القضايا المختلفة" في الترتيب السادس بوزن نسبي ٢.٠٧٧، بينما جاء دافع "مناقشة القضايا السياسية و تحليلها والمساعدة في تكوين رأي محدد حيالها" في الترتيب السابع بوزن نسبي قدره ١.٩١٧، وأخيراً جاء دافع "التعرف علي أصدقاء

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

إعداد / سمر فاروق غندر

دراسة ميدانية

جدد والإندماج مع العالم المحيط والإطلاع عي وجهات النظر المختلفة" في الترتيب الثامن بوزن نسبي قدره ١.٩٠٦ .

## مما سبق نلاحظ أن:

أهم الدوافع النفسية لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي هي التواصل مع الآخرين ومتابعة كل ما هو جديد من أمور علي الساحة الإعلامية، يليه معرفة أهم وأحدث الأخبار، والإطلاع علي أحدث المستجدات علي الساحة السياسية المصرية، ثم التعرف علي آراء الآخرين وتعليقاتهم علي الموضوعات السياسية المصرية.

## وإجمالاً يتضح أن:

١- أن أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي تمثل في دافع ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل والوحدة، حيث جاء في مقدمة الدوافع الطقوسية، ثم جاء دافع التنفيس عن الغضب في الترتيب الثاني، يليه دافع التسلية والإسترخاء في الترتيب الثالث.

٢- بينما جاء دافع التواصل مع الآخرين ومتابعة كل ما هو جديد من أمور علي الساحة الإعلامية في مقدمة الدوافع النفسية لاستخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، و جاء دافع معرفة أهم وأحدث الأخبار، والإطلاع علي أحدث المستجدات علي الساحة السياسية المصرية في الترتيب الثاني، في حين جاء دافع التعرف علي آراء الآخرين وتعليقاتهم بشأن الموضوعات السياسية المصرية في الترتيب الثالث.

وباستعراض الدراسات السابقة حول الدوافع النفسية لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل

## الاجتماعي

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتائج كل من:

١- دراسة شيف، نيكول، وأليسون وآخرون، Ellison, Nicole B, Steinfeld, Charles & Lampe, Chiff, (2007)<sup>(١)</sup> والتي توصلت إلي بروز دافع التواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين في مقدمة دوافع استخدام الفيس بوك.

(١) Ellison, Nicole B, Steinfeld, Charles & Lampe, Chiff, "The Benefits of facebook" social capital and college students" use of online social Network sites, journal of computer- mediated communication, vol12, No4, 2007, available at <http://jeme.Indiana.edu/vol12/issue4/Ellison.html>.



# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

- ٢- وافقت معها دراسة كل من حلمي خضر ساري(٢٠٠٩) - نرمين خضر(٢٠٠٩) - عمرو محمد أسعد(٢٠١١) - محمد المنصور(٢٠١٢) في أن أهم أسباب متابعة الفيس بوك هو التواصل مع الأصدقاء ومتابعة الأحداث الجارية بالإضافة إلى التسلية والترفيه .
- ٣- دراسة حمزة السيد حمزة خليل(٢٠١٢) والتي أظهرت أن دوافع الاتصال والتفاعل الإجتماعي جاءت في مقدمة دوافع استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة لمواقع الشبكات الإجتماعية تليها في الترتيب الثاني دوافع التواصل مع الأحداث السياسية.
- ٤- وافقت معها دراسة آمال كمال (٢٠١١) في أن أهم دوافع إستخدام الفيس بوك هو الاتصال بالاصدقاء الحاليين في الجامعة والحرص علي الإبقاء علي العلاقات بالاصدقاء القدامي من ناحية أخرى.
- ٥- وكذلك دراسة جيلان محمود عبد الرازق(٢٠١١) والتي توصلت إلي أن من أهم أسباب استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع شبكات التواصل الإجتماعي هي التفاعل مع الآخرين ومناقشاتهم حيث جاءت في المرتبة الأولى، ثم جاء في المرتبة الثانية من أجل قضاء الوقت والتسلية.
- ٦- ودراسة السقاف Al-Saggaf(2011) والتي توصلت إلي أن أهم دوافع استخدام المبحوثات لموقع الفيس بوك هي الحفاظ على روابط الصداقة القائمة مع أقرانهم الجدد والقدامى، والتعبير عن شعورهن تجاه مختلف القضايا المطروحة ومشاركة الآخرين أفكارهم من خلال تحديث محتوى سيرتهن الذاتية على الموقع.
- ٧- دراسة أسامة محمد عبد الرحمن حسانين(٢٠١٤) التي أظهرت أن أهم دوافع استخدام أفراد العينة لموقع الفيس بوك هي التواصل مع الآخرين ومتابعة كل ما هو جديد من أمور علي الساحة الإعلامية ، بينما يأتي متابعة الأحداث في الترتيب الثاني ،ثم لأنها تناقش الموضوعات الخاصة بمصر .
- ٨- دراسة عبد الصادق حسن عبد الصادق(٢٠١٤) والتي كشفت أن دوافع التعرض النفعية جاءت في مقدمة دوافع الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي والصحف مثل التعرف على آراء الآخرين في مختلف قضايا المجتمع الذي يعيش فيه يسمح بعمل روابط علي صفحات آخري علي الإنترنت.
- بينما أختلفت هذه النتائج مع :**
- ١- دراسة كل من محمود حمدي عبد القوي(٢٠٠٩) - محمد عوني محمد نعمي(٢٠١٠) والتي توصلت إلي أن الفيس بوك يأتي في مقدمة مواقع التواصل الإجتماعي التي يعتمد عليها أفراد العينة للحصول علي المعلومات حول الأحداث الجارية.

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

- ٢- دراسة طلعت عيسي (٢٠١١)<sup>(١)</sup> والتي أثبتت أن أهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور وإلى أماكن مختلفة في أرجاء العالم.
- ٣- دراسة حنان بنت شعشوع الشهري (٢٠١٢) والتي توصلت أن أكثر الأسباب التي دفعت المبحوثات لاستخدام الفيس بوك وتويتر هو الرغبة في التعبير عن آرائهن .
- ٤- دراسة حاتم سليم العلوانة (٢٠١٢) والتي أظهرت أن دافع "لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية" جاء في مقدمة الأسباب التي تدفع النقابيين للمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي ، تلاه دافع "الاتصال بالاصدقاء وبالمجتمع والتعرف على أصدقاء جدد"، ثم لأن هذه المواقع تتيح للمستخدم مناقشة قضايا المجتمع مع الآخرين، وبدافع التسلية والترفيه في مواقع التسلية التي توفرها هذه المواقع.
- ٥- دراسة رامي حسين الشرافي (٢٠١٢) والتي توصلت إلي أن أهم دوافع استخدام الشباب من طلاب وطالبات الجامعات الفلسطينية للإعلام التفاعلي المحور هي مصدر مهم للمعلومات في القضايا المختلفة " أكبر دافع من دوافع استخدام الإعلام التفاعلي، ثم في الترتيب الثاني وهي "لقضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة والتسلية .
- ٦- دراسة محمد المنصور (٢٠١٢) والتي خلصت إلي نتيجة توضح مدي تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي جمهور المتلقين ،لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة ، ومحادثة (دردشة) مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو ، إضافة إلي أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات .
- ٧- دراسة احمد محمد حسن رفاعي (٢٠١٤) والتي اظهرت أن أهم دوافع الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي هي كونها توفر لهم ما يحتاجون إليه من معلومات سياسية ،تليها التعرف علي آراء الآخرين وتعليقاتهم علي الموضوعات السياسية ، تليها توفر لهم مساحة للحرية المتاحة في التعبير عن الرأي والمشاركة السياسية.

## جدول (٢ب)

يوضح التكرارات والنسب المئوية لمستوى أفراد العينة في الدوافع الطقوسية

الدوافع الطقوسية	ك	%
منخفض	٤٩	١٣.١
متوسط	٣٠٩	٨٢.٤
مرتفع	١٧	٤.٥
الإجمالي	٣٧٥	١٠٠

(١) طلعت عيسي. "دور وسائل الإعلام الجديد في إنجاح فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني دراسة تحليلية لمواقع التواصل الاجتماعي"، بحث مقدم لمؤتمر الإعلام والتحول المجتمعية في الوطن العربي، جامعة اليرموك في الاردن، ٢٣-٢٥ تشرين أول ٢٠١١.



# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

إعداد / سمر فاروق غندر

دراسة ميدانية

تشير بيانات الجدول السابق: أن نسبة ١٣.١% من أفراد العينة لديهم دوافع طقوسية منخفضة، وأن ٨٢.٤% منهم لديهم دوافع طقوسية متوسطة، وأن نسبة ٤.٥% منهم لديهم دوافع طقوسية مرتفعة.

مما سبق نلاحظ أن:

أغلب أفراد العينة لديهم دوافع طقوسية متوسطة.

وتختلف معها دراسة بارعة حمزة شقير (٢٠٠٩) (١) في أن أغلبية أفراد العينة لديهم دوافع طقوسية ضعيفة بنسبة ٩٢% لديهم دوافع، وأن نسبة ٥.٧% لديهم دوافع طقوسية متوسطة، في حين لدي ٢.٣٥% منهم دوافع طقوسية مرتفعة.

جدول (٢ج)

يوضح التكرارات والنسب المئوية لمستوى أفراد العينة في الدوافع النفعية

الدوافع النفعية	ك	%
منخفض	٤٥	١٢
متوسط	٢٨٤	٧٥.٧
مرتفع	٤٦	١٢.٣
الإجمالي	٣٧٥	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق: أن نسبة ١٢% من أفراد العينة لديهم دوافع نفعية منخفضة، وأن نسبة ٧٥.٧% منهم لديهم دوافع نفعية متوسطة، وأن نسبة ١٢.٣% منهم لديهم دوافع نفعية مرتفعة.

مما سبق نلاحظ أن:

أغلب أفراد العينة لديهم دوافع نفعية متوسطة.

وتتفق معها دراسة بارعة حمزة شقير (٢٠٠٩) والتي أظهرت أن أغلبية أفراد العينة لديهم دوافع نفعية متوسطة بنسبة ٣٧.٥%.

جدول (٢د)

يوضح التكرارات والنسب المئوية لمستوى أفراد العينة في الدرجة الكلية للمقياس

الدرجة الكلية	ك	%
منخفض	٣٢	٨.٥
متوسط	٣٠٧	٨١.٩
مرتفع	٣٦	٩.٦
الإجمالي	٣٧٥	١٠٠

(١) بارعة حمزة شقير "استخدام اساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحققة منها"، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٥، العدد الأول+الثاني، ٢٠٠٩، available at: .www.damascusuniversity.edu.sy/mag/.../000455.pdf



# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

إعداد / سمر فاروق غندر

دراسة ميدانية

توضح بيانات الجدول السابق: أن نسبة ٨.٥% من أفراد العينة لديهم دوافع منخفضة، وأن نسبة ٨١.٩% منهم لديهم دوافع متوسطة، وأن نسبة ٩.٦% منهم لديهم دوافع مرتفعة.

مما سبق يتضح أن:

النسبة الأكبر من أفراد العينة لديهم دوافع طفوسية متوسطة بنسبة ٨٢.٤%، في حين لدي ٧٥.٧% منهم دوافع نفعية متوسطة، وإجمالاً فإن نسبة ٨١.٩% من أفراد العينة لديهم دوافع متوسطة. وتتفق معها دراسة بارعة حمزة شقير (٢٠٠٩) في أن أغلبية أفراد العينة لديهم دوافع متوسطة بنسبة ٥٦.٨%.

ويمكن إرجاع ذلك إلي:

- أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة للحصول علي المعلومات ومن خلالها يستطيع الجميع متابعة كل ما هو جديد من أمور علي الساحة الإعلامية، ومتابعة الحدث أو بأول من خلال نشر الأخبار من مصادرها كصفحات الصحف الإلكترونية التي تنشر الأخبار علي صفحاتها علي مواقع التواصل الاجتماعي، ومتابعة الأحداث التي تحدث علي الصعيد المصري والعربي والعالمي، وأيضاً لأن هذه المواقع أصبحت منبراً حراً يرحون فيه آرائهم.

## ٣- الإشباع المتحققة للمبوحين من استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٣)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

للإشباع التي تتحقق للمبوحين من وراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الأوزان	الاستجابات						رقم العبارة	
			معارض		محايد		موافق			
			%	ك	%	ك	%	ك		
١	٢.٢٩ ٠	٨٥٩	١١.٥	٤٣	٤٨	١٨٠	٤٠.٥	١٥	٢	تعطيني جراً في تناول القضايا المختلفة والتعبير عن الرأي بجرأة ووضوح.
٢	٢.٢٣ ٧	٨٣٩	١١.٧	٤٤	٥٢.٨	١٩٨	٣٥.٥	١٣	٣	تساعدني علي المشاركة في الأحداث الجارية في المجتمع.



# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

## دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

٣	٢.١٩ ٧	٨٢٤	١٢	٤٥	٥٦.٣	٢١١	٣١.٧	١١ ٩	زيادة المعرفة بالأحداث الجارية في مصر.
٤	٢.١٩ ٤	٨٢٣	١٢. ٨	٤٨	٥٤.٩	٢٠٦	٣٢.٣	١٢ ١	زيادة هامش الحرية في التعبير عن الرأي و تبادل الآراء ووجهات النظر مع الآخرين في كل الأمور المتعلقة بالقضايا السياسية.
٥	٢.١٧ ٨	٨١٧	١٢. ٨	٤٨	٥٦.٥	٢١٢	٣٠.٧	١١ ٥	التحول من العالم الافتراضي إلي العالم الواقعي والمشاركة الفعلية في المظاهرات والإستفتاءات والانتخابات الرئاسية وغيرها.
٦	٢.١٧ ٦	٨١٦	١٣. ١	٤٩	٥٦.٣	٢١١	٣٠.٧	١١ ٥	يمثل فرصة جيدة للتوعية بالأنشطة السياسية.
٧	٢.١٣ ٣	٨٠٠	١٥. ٢	٥٧	٥٦.٣	٢١١	٢٨.٥	١٠ ٧	تعزيز قدراتي علي إدارة النقاش مع الآخرين في الموضوعات العامة وتحقيق مزيد من الثقة بالنفس، ورفع درجة الوضوح.
٨	١.٩٣ ٠	٧٢٤	٢٥. ١	٩٤	٥٦.٨	٢١٣	١٨.١	٦٨	لإتفادها بقضايا تهم الرأي العام والمشاركة في وضع رؤي تصورية حولها.
٩	١.٩٢ ٥	٧٢٢	٢٥. ٦	٩٦	٥٦.٣	٢١١	١٨.١	٦٨	تقدم ما لا اجده في وسائل الإعلام التقليدية.
١٠	١.٨٦ ١	٦٩٨	٢٩. ١	١٠٩	٥٥.٧	٢٠٩	١٥.٢	٥٧	الوصول إلي كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة.
١١	١.٨٥ ٨	٦٩٧	٣٢. ٣	١٢١	٤٩.٦	١٨٦	١٨.١	٦٨	تمكني من القدرة علي تحليل للأحداث ورفع درجة الوعي بما يحدث بالمجتمع المصري.

وتوضح بيانات الحدود السابق: أن إشباع "إعطاء جرأة في تناول القضايا المختلفة والتعبير عن الرأي بجرأة ووضوح" جاء في مقدمة الإشباع التي تتحقق لأفراد العينة من استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي بوزن

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

إعداد / سمر فاروق غندر

دراسة ميدانية

نسبي قدره ٢٠٢٩٠، بينما جاء إشباع "المساعدة علي المشاركة في الأحداث الجارية في المجتمع" في الترتيب الثاني بوزن نسبي قدره ٢٠٢٣٧، وجاء إشباع "زيادة المعرفة بالأحداث الجارية في مصر" في الترتيب الثالث بوزن نسبي قدره ٢٠١٩٧، وجاء إشباع "زيادة هامش الحرية في التعبير عن الرأي و تبادل الآراء ووجهات النظر مع الآخرين في كل الأمور المتعلقة بالقضايا السياسية" في الترتيب الرابع بوزن نسبي قدره ٢٠١٩٤، بينما جاء إشباع "التحول من العالم الافتراضي إلي العالم الواقعي والمشاركة الفعلية في المظاهرات والإستفتاءات والانتخابات الرئاسية" وغيرها في الترتيب الخامس بوزن نسبي قدره ٢٠١٧٨، وجاء إشباع "التوعية بالأنشطة السياسية" في الترتيب السادس بوزن نسبي قدره ٢٠١٧٦، بينما جاء إشباع "تعزيز قدراتي علي إدارة النقاش مع الآخرين في الموضوعات العامة وتحقيق مزيد من الثقة بالنفس، ورفع درجة الوضوح" في الترتيب السابع بوزن نسبي قدره ٢٠١٣٣، وجاء إشباع "لإنفرادها بقضايا تهم الرأي العام والمشاركة في وضع رؤي تصويرية حولها" في الترتيب الثامن بوزن نسبي قدره ١٠٩٣٠، بينما جاء إشباع "تقدم ما لا اجده في وسائل الإعلام التقليدية" في الترتيب التاسع بوزن نسبي قدره ١٠٩٢٥، وجاء إشباع "الوصول إلي كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة" في الترتيب العاشر بوزن نسبي قدره ١٠٨٦١، وأخيراً جاء إشباع " القدرة علي تحليل للأحداث ورفع درجة الوعي بما يحدث بالمجتمع" في الترتيب الحادي عشر بوزن نسبي قدره ١٠٨٥٨.

ومما سبق يتضح أن :

أهم الإشباعات المتحققة للشباب الجامعي (عينة الدراسة) من استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي تمثل في إشباع إعطاء الجرأة في تناول القضايا المختلفة والتعبير عن الرأي بوضوح حيث جاء في مقدمة الإشباعات، بينما جاء إشباع المساعدة علي المشاركة في الأحداث الجارية في المجتمع في الترتيب الثاني ، ثم جاء إشباع زيادة المعرفة بالأحداث الجارية في الترتيب الثالث.

ويستعرض الدراسات السابقة التي تناولت الإشباعات المتحققة للشباب الجامعي من

استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لوحظ اختلاف هذه النتيجة مع كل من:

١- دراسة احمد يونس محمد حمودة (٢٠١٣) والتي توصلت إلي أن اشباعات المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية علي شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بالترتيب حسب الأكثر أهمية كالتالي : زيادة المعرفة للأحداث الجارية في فلسطين ، تعطي الفرصة للمشاركة والتفاعل بالقضايا المجتمعية في أي وقت ، الوصول إلي كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة ، تساعد علي المشاركة في الأحداث الجارية في المجتمع ، تقدم ما لا أجده في وسائل الإعلام التقليدية .

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

إعداد / سمر فاروق غندر

دراسة ميدانية

٢- دراسة عبد الصادق حسن عبد الصادق (٢٠١٤) والتي أظهرت أن إشباع العملية وهي الإشباع المتحققة نتيجة إنتقاء الأفراد لوسيلة مواقع التواصل الاجتماعي، مثل الشعور بالمتعة والتسلية ولعدم الشعور بالوحدة وللشعور بالاسترخاء جاءت في مقدمة إشباع الشباب الجامعي من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، وجاءت إشباع الوسيلة وتشمل الإشباع الناتجة من التعرض لمضامين وسائل الإعلام مثل زادت من معارفي عن مختلف القضايا المطروحة في المجتمع في المرتبة الثانية لإشباع الشباب الجامعي.

٣- دراسة صلاح محمد ابوصلاح (٢٠١٤)<sup>(١)</sup> والتي بينت أن إشباع التفاعل الاجتماعي تصدرت المقدمة بنسبة ٣٣.٢%، تلتها إشباع مراقبة البيئة بنسبة ٢٧.٣%، ثم إشباع المشاركة بالرأي بنسبة ٢٣.٨%، وأخيراً إشباع التسلية بنسبة ٢٠.١%

## ويمكن إرجاع ذلك إلى:

ان المبحوثين يولون إهتماماتهم الى قضاياهم الهامة التي تلامس كافة شرائح وأطياف المجتمع المصري، ويعبروا عن آرائهم من خلال هذ المواقع بجرأة، ومن هنا يجدر الإشارة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد اتاحت إمكانيات هائلة لم تستطع وسائل الاعلام التقليدية من اتاحتها للمبحوثين ومنها المساعدة علي المشاركة في الأحداث الجارية، وزيادة المعرفة بها.

## إختبار فرض الدراسة:

لإختبار صحة الفرض والذي ينص على أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدي استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها." استخدمت الباحثة معامل الارتباط التتابعي لبيرسون "Pearson correlation coefficient" لحساب معامل الارتباط بين مدي استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها ويوضح جدول (٤) نتائج هذا الفرض:

### جدول (٤)

يوضح قيمة معامل الارتباط ومستوى دلالته بين مدي استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
استخدام المواقع الإشباع المتحققة	٠.٧٤٩	٠.٠١**

\*\* = دالة إحصائية عند ٠.٠١

(١) صلاح محمد ابوصلاح "استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، ٢٠١٤.

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود علاقة موجبة دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ بين مدي استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، مما يشير إلى أنه كلما زاد استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي زادت الإشباع المتحققة منها. وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدي استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة جيلان محمود عبد الرزاق (٢٠١١) في أنه لا توجد فروق جوهرية بين الشباب عينة الدراسة من حيث معدل تعرضهم لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها. بينما كشفت دراسة صلاح محمد ابو صلاح (٢٠١٤)<sup>(١)</sup> عن وجود فروق في الاستخدام لصالح الذكور، كما كشفت عن فروق لصالح طلبة جامعة الأزهر في الاستخدام، وتصدرت إشباع التفاعل الاجتماعي المقدمة، تلتها إشباع مراقبة البيئة، ثم إشباع المشاركة بالرأي، وأخيراً إشباع التسلية.

**ويمكن إرجاع ذلك إلى:**

أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح للشباب معرفة الأحداث متابعتها، وتطلعهم علي الجديد اول بأول، وكذلك تحقق لهم إشباع تشبع لديهم دافع الفضول وحب الإستطلاع وغيره لما بهذه المواقع من مجال خصب للتأمل والإطلاع علي الجديد والغريب في كل المجالات.

(١) صلاح محمد ابوصلاح. استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، ٢٠١٤.



# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية

إعداد / سمر فاروق غندر

## • المراجع

### أولاً: المراجع العربية

#### أ- الدراسات والبحوث

- ١- آمال كمال. "استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته برأس المال الإجتماعي بالتطبيق علي موقع facebook"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر ، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو- ديسمبر ٢٠١١.
- ٢- بارعة حمزة شقير. استخدام اساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المتحققة منها، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٥ ، العدد الأول+الثاني، ٢٠٠٩،  
[available at: www.damascusuniversity.edu.sy/mag/.../000455.pdf](http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/.../000455.pdf)
- ٣- جيلان محمود عبد الرازق. "مواقع شبكات التواصل الإجتماعي كوسائط لإكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية". المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر ، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو- ديسمبر ٢٠١١.
- ٤- حاتم سليم العلاونة. " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري :دراسة ميدانية على النقابيين في إربد"، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان " ثقافة التغيير"، كلية الآداب ،جامعة فيلادلفيا، عمان،الأردن ٢٠١٢.
- ٥- حلمي خضر ساري. "تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الإجتماعية- دراسة ميدانية في المجتمع القطري"، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٤ ، العدد الأول والثاني،جامعة دمشق، سوريا، ٢٠٠٨.
- ٦- طلعت عيسى. "دور وسائل الإعلام الجديد في إنجاح فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني دراسة تحليلية لمواقع التواصل الاجتماعي"، بحث مقدم لمؤتمر الإعلام والتحويلات المجتمعية في الوطن العربي ،جامعة اليرموك في الاردن، ٢٣-٢٥ تشرين أول ٢٠١١.
- ٧- عبد الصادق حسن عبد الصادق. "تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الإجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية"، المجلة الأردنية للعلوم الإجتماعية ، المجلد ٧، العدد الأول، ٢٠١٤.
- ٨- محمد عوني محمد النعامي. " دور دائرة العلاقات العامة في الجامعة الإسلامية في تحسين الصورة الذهنية لدي طلبة الجامعة عبر صفحة الـ facebook"، بحث منشور ، الجامعة الإسلامية، غزة، ٢٠١٠.

# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

إعداد / سمر فاروق غندر

دراسة ميدانية

- ٩- محمود حمدي عبد القوي. "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، دراسة تطبيقية علي الشبكات الإجتماعية الافتراضية"، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر بعنوان الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة في الفترة من ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩ .
- ١٠- نرمين زكريا خضر. "الأثار النفسية والإجتماعية لإستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الإجتماعية: دراسة علي مستخدم موقع facebook"، المؤتمر العلمي الأول: الأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٥-١٧ فبراير، ٢٠٠٩.

## ب- الرسائل العلمية

- ١- أحمد محمد محمد حسن رفاعي. "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الإجتماعي وإكتسابهم بعض القيم السياسية"، رسالة دكتوراة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٤.
- ٢- أحمد يونس محمد حمودة. "دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"، رسالة ماجستير، معد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، ٢٠١٣.
- ٣- أسامة محمد عبد الرحمن حسانين. "دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري"، رسالة دكتوراه. معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٤.
- ٤- الباز محمد محمد توفيق. "لغة الشباب علي الفيس بوك وعلاقتها ببعض أبعاد الهوية الثقافية لديهم"، رسالة دكتوراة، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس، ٢٠١٤.
- ٥- حسن قطيم طماح المطيري. "الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الإجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٣.

Available at:

[www.meu.edu.jo/ar/index.php?option](http://www.meu.edu.jo/ar/index.php?option)

- ٦- حمزة السيد حمزة خليل. "استخدام الشباب مواقع الشبكات الإجتماعية إطلاق ثورة ٢٥ يناير المصرية والإشباع المتحققة منها": دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، القاهرة، ٢٠١٢.



# استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

إعداد / سمر فاروق غندر

دراسة ميدانية

٧- حنان بنت شعشوع الشهري. "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية علي العلاقات الإجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجاً"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الملك عبد العزيز ، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٢.

٨- رامي حسين الشرافي. "دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدي الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية علي طلبة الجامعات في قطاع غزة"، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، ٢٠١٢.

available at: [www.alazhar.edu.ps/library/aattachedFile.asp?id\\_no=0045881](http://www.alazhar.edu.ps/library/aattachedFile.asp?id_no=0045881)

٩- رحاب طلعت محمد علي. " استخدام المراهقين المصريين المغتربين لمواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بالإنتماء للوطن"، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس، ٢٠١٣.

١٠- عمرو أسعد. "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع شبكات التواصل الإجتماعي وقيمهم المجتمعية: دراسة علي موقعي يوتيوب you tube والفيس بوك facebook"، رسالة دكتوراة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١١.

١١- كичل فتيحة. "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي: دراسة في استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي موقع الفيس بوك أنموذجاً"، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر -باتنة، الجزائر، ٢٠١٢.

١٢- محمد المنصور. "تأثير شبكات التواصل الإجتماعي علي جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الإجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجاً"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الأكاديمية العربية في كوبنهاجن، الدنمارك، ٢٠١٢.

Available at: [www.aoacademy.com/doc/master\\_degree\\_letter\\_mohammad\\_almansour\\_02022012.doc](http://www.aoacademy.com/doc/master_degree_letter_mohammad_almansour_02022012.doc).

## ج-التقارير

١- برنامج الحوكمة والإبتكار. "إتجاهات استخدام الإنترنت والهاتف المحمول في المنطقة العربية"، كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية بالتعاون مع بيت كوم، ٢٠١٤.

٢- وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. نشرة مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات ، عدد مارس ٢٠١٤.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 1- Al-Saggaf, yeslam. "Saudi Females on Facebook: An Ethnographic Study".  
International Journal of Emerging Technologies & Society. Vol. 9, No. 1, 2011.
- 2- Barker, Valerie. "Older Adolescents` Motivations for Use of Social Networking Sites: The Influence of Group Identity and Collective Self-esteem" ,Paper Presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Montreal, Quebec, Canada. 2008.
- 3- Ellison, Nicole B, Steinfeld, Charles & Lampe, chiff, "The Benefits of face book" social capital and college students" use of online social Network sites" ,journal of computer- mediated communication, vol12, No4, 2007 ,available at <http://jeme.Indiana.edu/vol12/issue4/Ellison.html>.