

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال



استخدام طلبة الجامعة لموقع التدوين المصغر Twitter و

الاشباعات المحققة

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

جامعة سطيف -2-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

إعداد الطالبة:

بوعزيز بوبكر

كواشي نجوى

الصفة	الجامعة	الأستاذ
ممتحننا ومناقشا	جامعة المسيلة	فيصل بيبي
مشرفا ومقرر	جامعة المسيلة	بوعزيز بوبكر
رئيسا	جامعة المسيلة	عبد المالك صاولي

السنة الجامعية: 2018 / 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء :

الحمد لله الذي أعطى اللسان ، وخلق الإنسان ، فبأي آلاء ربكما تكذبان

الصلاة والسلام على معلم الإعلام ، و إمام كل إمام ، مبلغ الرسالة ومؤدي الأمانة إلى نبي الرحمة

محمد بن عبد الله وعلى آله وصحبه أجمعين .

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب ومعنى الحنان..... إلى بسمه الحياة وسر الوجود

إلى من كان دعائها سر نجاحي وحننها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب أمي الحبيبة .

إلى من كان بالهيبة والوقار إلى من علمني العطاء بدون انتظار والدي العزيز.

إلى شموع أضاءت لي دربي إخواني وأخواتي

إلى كل أفراد العائلة صغيرهم وكبيرهم

(أسامة، أصيل)

إلى أصدقائي الأعرزاء أنارهم الله (آسيا ، أمال ، أميرة ، حسيبة ، إيمان ، إكرام ، رحمة،

عايدة ، شهرة ، خولة ، بثينة، بسمه ، رزيقة .، سليمة، هاجر .، زبيدة ، منيرة ، سعيده

(.....)

إلى كافة أساتذة وزملاء الدراسة في قسم علوم الإعلام والاتصال

ولا ننسى طاقم مكتبة السلام الذي جعل من الأوراق المبعثرة مذكرة منظمة تروق للناظر قرائتها .

أهدي لهم هذا الجهد المتواضع.

" اللهم انفعنا وزدنا علما يكون فيه رضا ويكون فيه منفعة "

الشكر والتقدير:

الحمد لله تعالى حتى يبلغ الحمد منتهاه ، المستحق الثناء لسعة كرمه ومدى توفيقه
وعظيم رضاه ، المسير الأحوال والموفق الأمور ، الأمر بالعلم والناهي عن الجهل ،
والصلاة والسلام على رسول الخاتم به ربه النبيين والصديقين ، وعلى آله وصحبه
ومن تبعه أجمعين .

أتوجه إلى الشكر والتقدير والاعتراف بالجميل لكل من ساعدني في إنجاز هذا
العمل العلمي المتواضع وإخراجه إلى حيز الوجود ونخص بالذكر الأستاذ الدكتور
بوعزيز بوبكر التي قبل الإشراف على المذكرة ثم خصنا بإرشاداته وتوجيهاته
ونصائحه القيمة التي كانت لها الأثر الطيب على أنفسنا وعلى تنفيذ هذا العمل
وإتمامه ، له جزيل الشكر والعرفان على حسن المعاملة والإشراف ، ونقول له
بشراك قول رسول الله صلى الله عليه وسلم " إن الحوت في البحر والطير في
السماء ليصلون على معلم الناس الخير " .

ملخص الدراسة :

حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة موضوع " استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر " تويتر " و الاشباكات المحققة منه " ، بهدف التعرف على أهم استخدامات الطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد لين دباغين سطيف -2- لموقع تويتر ،ومعرفة أهم الاشباكات التي يحققها لهم ، وقد وقع اختيارنا على دراسة العلاقة بين المتغيرات التالية : الطلبة الجامعيين ،موقع تويتر ، وذلك من خلال طرح التساؤل التالي: ما هي دوافع استخدام طلبة جامعة سطيف -2- لموقع التدوين المصغر "تويتر " وما هي الاشباكات المحققة ؟ وهذا انطلاقا من مدخل الاستخدامات و الاشباكات ، لأنها المدخل النظري الذي يؤكد على فعالية المستخدم في تعاطيه مع الوسيلة الإعلامية سعيا منه لتحقيق اشباكات ،معينة وهو ما ينطبق على مستخدم تويتر .

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي هو أحد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ، وصفا دقيقا ،وقد اخترنا نوع العينة القصدية ، لتمكنا من الوصول إلى مستخدم موقع تويتر مباشرة مع اختصار الوقت والجهد . واعتمدنا في عملية جمع البيانات على استمارة استبيان 41 سؤال ، والتي وزعت على 60 طالب على قسم علوم الإعلام والاتصال ، وبالتالي كان إجمالي عدد الاستمارات 60 استمارة. وبعد التحليل الكمي والكيفي للبيانات ، أسفر التحليل عن النتائج التالية أهمها :

- يستخدم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال موقع تويتر بصفة نادرة بنسبة 68.3% وبدؤوا باستخدامه أقل من سنة بنسبة 58.3% عن طريق الهاتف المحمول ،وذلك حسب حاجتهم إليه .
- يستخدمون الطلبة موقع تويتر لدوافع مختلفة ، أبرزها التواصل مع والتفاعل مع الآخرين اجتماعيا وفكريا وشخصيا ومتابعة أخبارهم وما يتعلق بهم .
- يلبي موقع تويتر اشباكات مختلفة للطلبة الجامعيين التعبير عن الآراء بحرية .والتعرف بأحداث و القضايا المستجدة .

-عدم تفاعل الطلبة قيد الدراسة حول مستقبل موقع تويتر وعدم الترحيب بالفكرة .

Résumé de l' étude :

A Travers cette étude ; nous avons essayé de traiter le sujet de « l' utilisation du site de micro – blogging Twitter par les étudiants universitaires et ses implications ; » pour identifier les principales utilisations des étudiants du département des sciences de l' informations et de la communication de l' université Mohamed Lamine Dhabaghin , Sétif -2- de site twitter et en apprendre les impressions les plus importantes. Et nous avons choisi d' étudier la relation entre les variables suivantes: les étudiants universitaires, site TWITTER ; à par terre la question suivante : Quelles sont les raisons d' utiliser les étudiants de l' université de SETIF la site micro –blogging Twitter ? Quelles sont les attentes obtenues ?

Ceci est basé sur l' introduction des utilisations et de la saturation obtenues par l' approche théorique ; que souligne l' efficacité de l' utilisation à traiter avec les médias pour tenter d' obtenir certaines satisfactions et dans le but de répondre à certaines attentes ce qui s' applique à Twitter .

Dans cette étude , nous avons utilisé la méthode d' enquête qui est l' une des principales méthodes de la recherche descriptive ; qui est basée sur l' étude du phénomène qu' il est en réalité ; une description précise, et nous avons choisi un type d' échantillon, qui nous permet de toucher directement les utilisateurs de twitter avec un temps et des efforts réduits .

Lors de la collecte des données ; nous sommes basés sur un questionnaire, le nombre total de candidatures a été 60.

Après l' analyse quantitative et qualitative des données ; l' analyse quantitative et des données ; l' analyses a donné les résultats suivants :

- Les étudiants du département des sciences de l' information et de la communication utilisent TWITTER avec un ratio de 68.3% et ils l' utilisent depuis moins d' un an à 58.37 % par téléphone mobile , selon leurs besoins .
- Les étudiants utilisent le site TWITTER avec pour diverses raisons notamment la communication et l' interaction sociale , intellectuelle et personnelle avec les autres et le suivi de leurs actualités et de tout ce qui les concerne .
- Le site TWITTER répond aux différentes attentes des étudiants universitaires ; telles que l' expression libre d' opinions et l' apprentissage des différents événements ou des problèmes émergents .

مقدمة

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الانترنت في أرجاء المعمورة كافة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب والتعارف، وتبادل الآراء و الأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، ومن أهم النتائج المترتبة على هذه التقنية فتح مجالات خصبة من التواصل المعلوماتي، وظهر لدينا مفهوم القرية الكونية الصغيرة التي تختفي فيها عناصر الزمان والمكان والمسافات والحدود، سواء من خلال مواقعها وأدواتها كالمواقع والخدمات الجماعية لهذه الشبكة مثل موقع الفيسبوك وتويتر أو من خلال ما ينشأ عليها يوميا من مجموعات، وينشر من معلومات تساعد في تلبية احتياجات الأفراد المختلفة للاتصال بالآخرين .

وبفضل نظامها التفاعلي ظهرت مواقع وشبكات وأخذت بالتطور إلى أن ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي التي احتلت الصدارة عند معظم مستخدمي شبكة الانترنت، وبدأت بالتنافس والتطور، وكل منها له ميزاته وخصائصه التي تميزه عن غيره من المواقع، ومن بينها تويتر واعتبرت من أهم الوسائل الاتصالية التي أتاحت الفرصة للجميع لنقل أفكارهم والتعبير عنها بحرية، ونقل معارفهم متجاوزين الحدود الزمنية والجغرافية .

ومع تزايد عدد مستخدميها واتساع دائرة تأثيرها لجأ إليها الكثير من الأشخاص خاصة الطلبة لتحويلها إلى فضاءات علمية يتبادلون من خلالها خبراتهم، ومعارفهم العلمية فقد انتشر موقع التدوين المصغر " تويتر " في أوساط الطلبة، وفرض وجوده نتيجة الدور الهام الذي لعبه من خلال سهولة استخدام فقد تعددت استخدامات موقع تويتر لدى الطلبة حيث مكنت من تبادل الآراء والمعلومات في شتى الميادين ، وإثراء المكتسبات خاصة العلمية، كما يستخدم الطلبة موقع التدوين المصغر "تويتر " في مجالات أخرى ولأغراض متعددة كالترفيه، حب الإطلاع وغيرها. وفي هذا الصدد جاءت هذه الدراسة التي حاولنا من خلالها تسليط الضوء على استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع "تويتر" ، وعن أهم اشباكات التي يحققها هذا الموقع لهذه الفئة الطلبة .

وقد قمنا بتقسيم الدراسة إلى إطار المنهجي، إطار نظري، وإطار تطبيقي.

إذ تطرقنا في الإطار المنهجي إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، المتغيرات الأساسية في الدراسة، والعلاقة بين المتغيرات، الإطار الزماني والمكاني التساؤلات، و أهدافها، وأهميتها، وأسباب اختيار الموضوع ، النظرية المتبعة ، المنهج الأدوات ، مجتمع وعينة البحث .

في حين شمل الإطار النظري فصلين، الفصل الأول بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي وتضمن مباحث بدأ بتعريف مواقع التواصل الاجتماعي، النشأة ، مميزات، إيجابيات والسلبيات وأبرز مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر، انستغرام).

أما الفصل الثاني بعنوان تويتر موقع من مواقع التواصل الاجتماعي وتضمن مباحث أولاً نشأة تويتر، مميزاتة، استخداماته، آلية نقل الأخبار في تويتر، إيجابيات وسلبيات تويتر.

أما الإطار التطبيقي فقد خصص لعرض وتحليل البيانات تحليلًا كميًا وكيفيًا بواسطة جداول ودوائر نسبية وأعمدة بيانية بالإضافة إلى تعليق على الجداول وعرض النتائج الدراسة بالإضافة إلى التوصيات والاقتراحات .

الإطار المنهجي

1- الإشكالية :

إن ظهور الانترنت أضاف الكثير في الحياة البشرية، فاستطاعت هذه الوسيلة الاتصالية احتلال مكانة كبيرة في وقت وجيز، بفضل تقنياتها المتطورة ألغت الحواجز، واختصرت المسافات، وحولت الساعات إلى دقائق وثواني بكبسة زر واحدة، ما جعل الفرد يجلس في منزله ويجمع العالم على شاشته الصغيرة، وبالتالي مهدت الطريق لكافة شعوب العالم من التقارب والتعارف وتبادل الثقافات

وقد استغل الإنسان هذا التطور الرقمي الهائل في مختلف مجالات حياته وجعله من بين حاجاته الأساسية التي لا غنى عنها، وبفضل النظام التفاعلي الذي يميز الانترنت أفرز هذا الأخير عدة تطبيقات اتصالية شكلت ما يسمى بالإعلام الجديد الذي منح الأفراد فرصا للتواصل، وتبادل الآراء، والمعارف، والخبرات، والمعلومات بالصوت والصورة . ولعل أهم حدث شهدته الساحة الافتراضية هو انتشار تطبيقات وخدمات الكترونية غيرت ولدرجة كبيرة المعادلة الاتصالية التقليدية وأظهرت مفاهيم جديدة جعلت المواطن البسيط مساهما في تقديم الأخبار، وحولته إلى مرسل للمعلومة ومستقبلا لها في آن واحد، و يتجسد ذلك جليا عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة والتي نذكر منها : ماي سبيس، فيس بوك، تويتر..... الخ

وبالرغم من الانتقادات الكثيرة التي وجهت لهذه المواقع إلا أن عدد مستخدميها في تزايد مستمر يزداد يوما بعد يوم . وأصبحت هذه المواقع تتنافس فيما بينها من حيث عدد المستخدمين، ففي وقت سابق كان موقع الفيس بوك يحتل الصدارة في لائحة مواقع التواصل الاجتماعية، لكن وبظهور موقع تويتر والتحديثات التي أتى بها أصبح أقوى منافس لموقع الفيس بوك، وذلك لميزاته المختلفة فيما أننا في عصر السرعة فالأفراد يودون الحصول على المعلومة والخبر بسرعة واختصار وهذا سر نجاح تويتر بالإضافة أن أغلب مستخدمي موقع التدوين المصغر " تويتر " قد يكون من المحترفين والمتخصصين أي أن أغلبهم يدخل الموقع لنشر أعماله أو الحصول على معلومة أو أخبار هامة، ومنه موقع تويتر يمكن أن يكون أقل اجتماعية من الفيس بوك الذي أغلب مستخدميها يمكن أن يكون هدفهم الترفيه و التسلية والبحث عن صداقات وتكوين علاقات .

وحول أغلب مستخدمي تويتر هذا الأخير إلى فضاءات علمية يلتقون فيها لميزاته الكثيرة التي سهلت الحصول على المعلومة وتقديمها في أسرع وقت، ومن بين هؤلاء المستخدمين شريحة الطلبة الجامعيين .

اعتمدنا في دراستنا هذه التعرف على استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر " تويتر "، ومنه نطرح الإشكال التالي :

ما هي دوافع استخدام طلبة جامعة سطيف- 2- لموقع التدوين المصغر " توتير " وما هي الاشباع المحققة؟

2- التساؤلات :

- ما أنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر "توتير " ؟
- ما دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التوين المصغر "توتير " ؟
- ما الموضوعات التي يفضلها طلبة الجامعات في موقع التدوين المصغر "توتير " ؟
- ما الاشباع التي يحققها موقع التدوين المصغر "توتير " لطلبة الجامعات ؟

3- أهمية الدراسة :

انصرفت أغلب استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي إلى دراسة الظاهرة بعموم مواقعها فيما يخص مذكرة هذه الدراسة لموقع التدوين المصغر "توتير" تحديدا وهو ما يوفره لها صفة التركيز ويعطي لتنائجها الدقة والمباشرة في طبيعة استخداماته لدى الطلبة .

يشكل " توتير " ظاهرة اتصالية غير مسبقة، يشارك فيها أطراف مختلفة من شرائح المجتمع، يقومون من خلاله بأدوار اتصالية عدة ويمثل الطلبة الجامعيين شريحة مهمة من مستخدميهم ومتابعيه والمتفاعلين معه . وهناك علاقة خاصة تربط بين الطلبة وتوتير وتعتبر دراسة استخدامات الطلبة لتوتير مجالا جاذبا للباحثين المهتمين بهذه الظاهرة لذا من الضروري إجراء المزيد من الدراسات حول طابع هذه العلاقة وحدود كظاهرة اتصالية و إعلامية تستحق البحث والتقصي .

تفاوت استخدامات توتير بين الاستخدام النشط أو المتابعة فقط وترصد هذه الدراسة نوعية التعامل الطلابي مع توتير واستخداماتهم وأنماطهم الاشباع المحققة للطلبة الجامعيين بإجراء هذا الاستخدام

4- أهداف الدراسة :

- معرفة طبيعة استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر " توتير " .
- الوقوف على أنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر " توتير " .
- تحديد دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر " توتر " .
- بيان الموضوعات التي يفضلها الطلبة الجامعيين موقع التدوين المصغر " توتير " .
- الاشباع التي يحققها موقع التدوين المصغر " توتير " لطلبة الجامعات الجزائرية.

5- أسباب اختيار الموضوع:

لكل باحث الرغبة في اختيار موضوع يشد انتباهه ولا بد أن يكون لديه أسباب تدفعه لاختيار موضوع دون غيره في حين يكون اقتناعه بهذا الموضوع محفز ليملك القدرة والرغبة في مواصلة البحث والأسباب التي تدفعنا لاختيار هذا الموضوع.

أ- الأسباب الذاتية:

- الملاحظة الأفراد المحيطين بنا في واقعنا الاجتماعي يميلون لاستخدام الانترنت أكثر من النشاطات الأخرى في حياتهم اليومية.
- رغبتنا الذاتية في دراسة هذه الظاهرة لتأثرنا الشخصي بهذا المواقع وطول الوقت الذي تقضيه في تصفحه والرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق.

ب- الأسباب الموضوعية:

- قلة الأبحاث والدراسات حول هذا الموضوع.
- التوافد الهائل على هذه المواقع من خلال متابعتنا للإحصائيات حول مشتركين هذه المواقع.
- ملاحظة الأفراد الذين يستخدمون هذا الموقع ومعرفة إن كان له تأثير على العلاقات.
- انتشار الظاهرة والإقبال الكبير من طرف الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي بالأخص موقع التدوين المصغر "توتير" من قبل الفئات العمرية والمستويات التعليمية للمجتمع .
- الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع خاصة الطلبة الجامعيين.

6- المدخل النظري للدراسة:

نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

نظرية الاستخدامات و الاشباعات قدم هذا المدخل للمرة الأولى في عام 1959م حينما تحدث عالم الاتصال المعروف " إلهيو كاتز " katez Eliho عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال والتركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلا من الحديث عن تأثيرها على الجمهور واقترح على الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دورا وسيطا في هذا التأثير من خلال البحث عن إجابة السؤال : ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام ؟ فدراستي تشهد معرفة دوافع إقبال الطلبة الجامعيين نحو مواقع التدوين المصغر "تويتر " .

وتقوم هذه النظرية على عدد من الفروض يمكن تلخيصها فيما يلي :

• السلوك الاتصالي سلوك هادف وذو دوافع ، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابيته لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل (مكاوي ، و السيد ، 2003 ، ص. 239).

فجمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة ، وبالتالي فإنها تتناسب مع دراستي لأنها تدرس علاقة الجمهور بوسائل الإعلام (صلاح ، 2006، ص. 210/209)

• إضافة إلى أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون بعملية الاتصال الجماهيري و يستخدمون وسائل الإعلام لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم .

• استخدام وسائل الاتصال عند الحاجة التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع حاجات الجمهور .

• يستطيع الأفراد دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات (بن مسعود ، 2003 ، ص. 78)

ويحقق منظور الاستخدامات و الاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي :

1- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار واستخدام الوسائل التي تشبع حاجاته .

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة ، والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض .

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري . (ومكاوي و السيد ، 1998، ص. 214)

أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات :

- أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدوافع والإشباع ، الهدف الوظيفة وهذه المفاهيم ليس تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.
- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر ، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى .
- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوعن وسائل الإعلام استخدام معتمد ومقصود وهادف والواقع يختلف في أحيان كثيرة ذلك فغير فهناك أيضا استخدام غير هادف(كافي ، 2015 ، ص.216)

إسقاط النظرية على الدراسة :

يمكننا من خلال منظور الاستخدامات و الاشباعات معرفة آراء الطلبة الجامعيين عن طريق اختيارهم وتعرضهم لمحتويات موقع التويتير دون المواقع الأخرى، وهو ما نجده في المقابل ضمن الاستخدامات و الاشباعات في الفكرة الخاصة بأن المتلقي يقوم باستمرار باختيار الوسائل الإعلامية .

بما أن جمهور الطلبة الجامعيين فإنهم سيقومون باختيار ما يناسبهم ويتوافق مع رغباتهم واهتماماتهم، أي أنهم ليسوا جماهير سلبية بل جماهير فعالة، وهذه الميزة ركزت عليها نظرية الاستخدامات و الاشباعات في وصفها لهؤلاء الجماهير " بالجماهير النشط " .

إن موقع تويتير يتنافس مع بقية المواقع في جذب الجماهير وهي المسلمة التي اتجه إليها كاتر في هذه النظرية بالتنافس ووسائل الإعلام مع الوسائل الأخرى لإشباع حاجات الجماهير .

إن اتجاه الطلبة الجامعيين نحو موقع تويتير نظرا لخصائصه المتعددة بغض النظر عن المضامين التي يقدمها بإمكانه إثبات مدى اهتمام الطلبة بالموقع وهو ما تعكسه مسلمة نظرية الاستخدامات و الاشباعات المتمثلة في استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدرکها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية .

استفادت هذه الدراسة من نموذج الاستخدامات و الاشباعات من خلال التعرف على فروضها وأهدافها من شأنها أن توصلنا إلى معرفة مدى استخدام الطلبة الجامعيين لموقع تويتير و الاشباعات التي يحققها لهم .

7- منهج الدراسة :

يعد منهج الدراسة الأصل بل الأساس في البحث العلمي وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي وبالضبط المسح بالعينة وهو أنسب منهج لدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد أو أوضاع معينة لاكتشاف حقائق جديدة، أو التحقق من صحة حقائق قديمة وآثارها، والعلاقة التي تتصل بها وتفسيرها وكشف الجوانب التي تحكمها (م شفيق، 2011، ص. 100)

ومنهج المسح الاجتماعي هو أحد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية ويتناول الدراسة العلمية للظواهر الموجودة في جماعة معينة في كل مكان معين متناولا أشياء موجودة بالفعل وفي الوقت الحاضر (مسعد، 2000، ص.44)

وهو منهج قائم على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن وضمن ظروفها الطبيعية، فهو يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية (بن مرسلي، 2005، ص. 290)

وقد تم استخدام منهج المسح الاجتماعي لاقتراب هذا المنهج من طبيعة الدراسة الوصفية فهو من أكثر المناهج ملائمة لموضوع هذا البحث لأنه يعتمد على الوصف والتحليل والتفسير التي عن طريقها يمكن الوصول إلى معرفة دوافع وأسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المختلفة لدى طلبة الجامعة ومن ثم وضع مقترحات وحلول لتدعيم الإيجابيات والحد من السلبيات عن هذا الاستخدام .

وبما أن موضوع دراستنا حول استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر "تويتر" فهو موضوع من الواقع والمنهج الوصفي يدرس الظاهرة بكافة أبعادها في الواقع كما يهدف إلى اكتشاف حقائق جديدة وتفسيرها وهذا ما تسعى في إليه دراستنا وبالتالي المنهج الوصفي أنسب منهج لهذه الدراسة .

8- أداة الدراسة :

تعتبر عملية جمع البيانات خطوة مهمة في إجراء الدراسة لا يمكن الاستغناء عنها، لذلك على الباحث أن يختار أداة لجمع البيانات قبل الشروع في البحث .

وقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان الموجهة لجمهور الطلبة الجامعيين أي جامعة محمد لمين دباغين سطيف -2- قسم علوم الإعلام والاتصال .

الاستبيان : هو أداة أو وسيلة لجمع البيانات في شكل استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة للمبحوثين ليقوم المبحوث بالإجابة بنفسه عليها (أبو ناصر، 2004، ص.169)

كما يعرف أيضا على أنه : أداة ووسيلة لجمع البيانات في شكل استمارة مطبوعة تتكون من قائمة من الأسئلة توجه إلى الأفراد المفحوصين للإجابة عنها بأنفسهم وذلك من أجل الحصول على معلومات حول موضوع .

تتضمن استمارة الاستبيان عدة أنواع من الأسئلة : الأسئلة المفتوحة، الأسئلة محددة الخيارات، أسئلة ذات خيارين، أسئلة بصيغة استفهامية، أسئلة بشكل جملة.... (القاضي و البياتي، 2007، ص. 137)

الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانب المختلفة .

يعتبر من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها لنفسه في المجال المبحوث، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها . (بن مرسلبي، 2005، ص. 220)

ويشمل استبيان دراستنا على المحاور التالية :

المحور الأول : البيانات الشخصية

المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع تويتر .

المحور الثالث : دوافع استخدام الطلبة لموقع تويتر .

المحور الرابع : الاشباع التي يحققها موقع تويتر لطلبة الجامعيين .

صدق الأداة :

يتحدد صدق أداة البحث عادة من خلال العلاقة بين أداة المستجيب عليها وبين وظيفة تلك الأداة ، ويمكن الحصول على عدد من المؤشرات التي تعزز صدق الأداة بعدة طرق وقد اعتمدنا في طريقة صدق المحكمين ويتم ذلك ب عرض الأداة على عدد من المحكمين من المتخصصين في المجال الذي تقيسه الأداة ويسمى أحيانا صدق الخبراء. بعد الانتهاء من تصميم استمارة في صورتها النهائية عرضت بعد ذلك على مجموعة من المحكمين ينتمون إلى الأسرة الجامعية وعددهم ثلاثة: الأستاذ زواوي و الأستاذ غزال والأستاذة حيمر أستاذة في جامعة لمسيلة محمد بوضياف وهذا المعرفة مدى صلاحية هذه الاستمارة لإشكالية الدراسة المطروحة للبحث ، وبعد وضع التصحيح الذي شمل بعض الإضافات والحذف والتصويب والتوجيه ، وذلك حسب توجيهات الخبراء والمختصين وقمنا بعدها بإعادة تصميم استمارة جديدة في صورتها النهائية .

مجتمع البحث و عينة الدراسة :

إن مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية والاجتماعية هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي تجري عليها البحث (بن مرسلبي ، 2005، ص.190)

وتمثل مجتمع بحثنا من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد لمين دباغين سطيف -2- ونظرا لكبر حجم هذا الجمهور واستحالة القيام بدراسة مسحية شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث ارتقينا إلى اختيار أسلوب العينة

وقد بلغ الحجم الكلي للعينة على 60 موزعة على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال شرط أن يكون المبحوث يستخدمون موقع التدوين المصغر " تويتر " وعلى وعي تام مع هذه وقد تم تحقيق هذا الشرط عن طريق سؤال المبحوثين قبل توزيع القبل توزيع الاستمارات عليهم إذا كانوا يستخدمون تويتر وعليه تم استبعاد من لا يتعامل هذه المواقع من الدخول في العينة وجرت عليه جمع البيانات من المبحوثين خلال تواجدهم في المحاضرات الدراسية أو في أماكن أخرى داخل الجامعة وذلك بعد أن وضحت لهم أهداف الدراسة وطلبت منهم المصادقية والوضوح والحرية في المشاركة أو عدمها حيث تم توزيع استمارات عوضا منها إلى أن بلغ العدد الإجمالي للاستمارات الخاضعة للتحليل 60 استمارة .

عينة الدراسة:

العينة هي جزء من المجتمع أو هي عدد من الحالات التي تؤخذ من المجتمع وتجمع منها البيانات بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي وبهذه الطريقة فإنه تمكن دراسة الكل عن طريق دراسة الجزء بشرط أمن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذة منه وقد اعتمدنا في دراستنا على أسلوب العينة القصدية.

العينة القصدية: تعرف العينة القصدية التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكومية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة، التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة (بن مرسل، 2005، ص. 198)

9- متغيرات الدراسة:

- المتغيرات المستقلة: المتغيرات الشخصية والديمغرافية وتتألف من الجنس والعمر وتاريخ استخدام موقع التدوين المصغر تويتر.
- المتغيرات التابعة: تقييم المبحوثين للاستخدامات المتنوعة إعلامية، سياسية، فنية، ثقافية لموقع التدوين المصغر " تويتر " .
- العلاقة بين المتغيرات: استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر " تويتر "
- الإطار الزمني:

الحدود البشرية: وتتكون من الطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة محمد لمين دباغين سطيف - 2- في الفترة العمرية من 18 إلى 33 فما فوق.

الحدود المكانية : تقتصر هذه الدراسة في حدودها المكانية على جامعة سطيف -2- قسم علوم الإعلام

والاتصال ،وقد تم اختيار هذا المكان دون غيره للأسباب التالية :

- الرغبة في حرص البحث والتحكم فيه من خلال جامعة سطيف -2- فقط .
- القرب المكاني باعتبار الطالبة مقيمة في ولاية سطيف .

الحدود الزمانية : يجري القسم الميداني من هذه الدراسة في الفترة 2019/2018 حيث شرع في جانبه النظري

في بداية شهر فيفري 2019 ثم في جانبه الميداني في شهر مارس من نفس السنة بتصميم الاستبانة ، مراجعتها ، ثم تعديلها تبعا للملاحظات المسجلة عليها .

10- تحديد مفاهيم الدراسة :

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمرا لا بد منه في الدراسات والبحوث العلمية ويرجع ذلك إلى أن المفاهيم تتعدد في البحوث الاجتماعية والإعلامية والنفسية تبعا لتلك التمعنات وخصائصها وكما أن الباحثين أنفسهم اختلفوا حول إعطاء مفهوم واحد لظاهرة معينة . وبذلك اختلف المفاهيم من باحث إلى آخر، وفي دراستنا هذه سنتطرق إلى المفاهيم التالية :

1- الاستخدام 2- الإشباع 3- مواقع التواصل الاجتماعي 4 - موقع التدوين المصغر 5- الطالب الجامعي .
لغويا :

1- الاستخدام :

لغة : مصدر يغني عن الجمع إلا أنه عندما يدل على التنوع فإنه يجوز جمعه بالألف والتاء ليكون استخداما .

2- الإشباع:

مأخوذة من شبعه بمعنى أكل ما يكفيه فهو شبعان كما أنه يقال سبع عقله ، فهو شبيح ومشبع ضد الجوع ، كما جاء في قاموس الأداء بمعنى ممتلئ بطنه من الطعام والمكتفي والذي ملئ الأمر . (بن زكوبا ، 1402هـ ، ص. 241)
اصطلاحيا :

أما الاستخدامات و الاشباعات في الاصطلاح الإعلامي فإن الباحثين لم يتمكنوا من الوصول إلى المفهوم المحدد والدقيق للنظرية بحيث يكون تعريفا اصطلاحيا فقال " ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات وحاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه المادة " (محيا ، 1994 ، ص.100)

وقد جاء في الموسوعة الإعلامية لمحمد منير حجاب في تعريف الاستخدامات و الاشباعات إن الاستخدامات كما يتضح من اسمها معروفة ، أما الإشباع فهو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع وتدل الكلمة أيضا على

الحالة التي يتم فيها ذلك تشكل فكرة الاستخدام و الاشباكات إحدى الركائز الأساسية التي تركز عليها المدخل الوظيفي، فنظرية الاستخدامات و الاشباكات إحدى الركائز الأساسية أن تشرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام وكيف يشبعون رغباتهم من خلال هذا الاستعمال (حجاب ، 2003، ص. 214)

إجرائيا :

يقصد بها استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر " تويتر " من أجل تلبية حاجاتهم مختلفة وإشباع معرفية، اجتماعية ، نفسية ، وغيرها .

مواقع التواصل الاجتماعي :

● **الموقع لغة :** يعرف بأنه مكان أو مساحة يتم تخصيصها على شبكة الانترنت وهو يحتوي على الكثير من المعلومات كما أنه يجب أن يقدم خدمات تفاعلية أخرى للمستخدم .

● **التواصل الاجتماعي لغة :** بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب ، زملاء ، أصدقاء) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع (ربحي ، 2003 ، ص.127)

● **اصطلاحا :**

هناك عدة تعاريف للباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي حيث يعرفها :

موقع ويكيبيديا : تتصف تلك المواقع ضمن الجيل الثاني للويب وتسمى مواقع الشبكات الاجتماعية تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى وإتاحة التواصل بينهم سواء كانوا أصدقاء تعرفهم على أرض الواقع أو كانوا أصدقاء عرفتهم في العالم الافتراضي .

تعريفها هبة محمد خليفة بأنها : صفحات على الويب التي يمكن إن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على تفاعل الأعضاء مع بعضهم البعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية ، الفيديو ، الدردشة

(شقرة ، 2014، ص. 127)

إجرائيا : هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع للتفاعل والتواصل بين الأفراد على شبكة الانترنت يتصفحها الطلبة الجامعيين من أجل تلبية رغباتهم وإشباع حاجاتهم .

تعريف موقع التدوين المصغر " تويتر " :

اصطلاحيا :

التغريدات (tweets) : وهو الكلام الذي تنشره على صفحتك ، أو ينشره الآخرون على صفحاتهم .
 التغريد : (twitter) : وهو الموقع الخاص الذي يعتمد مدونة قصيرة لا تتجاوز 140 حرفا .
 المتابعون (following) : وهم الأشخاص الذين تتابعهم وتظهر لك تغريدا تم على واجهة صفحة تويتر .
 التابعون : (followers) : وهم الأشخاص الذين يتابعونك وتظهر تغريداتك لديهم على واجهة صفحة تويتر .
 الرد (reply) : هو الخاصية التي تستخدمها للرد على تغريده ما وتظهر لكل المتابعين أو مستخدمي الانترنت .
 المفضلة (favorite) : هي المكان الذي تحتفظ به التغريدات التي تفضلها سواء كانت لك أو لغيرك .
 الوسم (hashtag) : هو رمز التجربة بجانب عنوان أو اسم موضوع معين يسهل للباحث عنها الوصول إليها مجتمعة في مكان واحد . والوسم يقوم بعملية أشبه بالفرز التغريدات وتصنيفها كل موضوع تحت وسم .
 (التميمي ، 2014، ص. 16)

إجرائيا : هو موقع شبكات اجتماعية تفاعلية يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات tweets عن حالتهم بحد أقصى يتكون من 140 حرف للرسالة الواحدة .

الطلبة (الطلاب) : إن الطلبة من وجهة النظر العلمية التقليدية يمثلون جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة ، إذ يتركز المئات أو الألوف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية مما يضعف ويخفف إلى حد ما من ارتباطهم الطبقي والعائلي و" الطلاب ليسوا طبقة ولكنهم حالة وقتية يجمعهم وقت الدراسة ثم يصبحون قوة إنتاجية ويصطدمون بالمجتمع القائم ولذلك فإنهم يحاولون تحقيق الذات وهم مجتمعون (وهبي ، 1996 ، ص. 238)

الأساليب الإحصائية المستخدمة :

لاختبار فرضيات الدراسة فقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية في برنامج (SPSS) ، وقد تم استخدامنا الأسلوب الإحصائي المتمثل في النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي و الانحراف المعياري ، ويستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما ويفيد الباحث في وصف عينة الدراسة . وكذلك برنامج Microsoft Office Excel 2007.

11- الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى : " استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي " تويتر " وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية " أعدت هذه الدراسة من طرف محمد بن علي بن محمد السويد بحث

مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعية - التطبيقات والإشكالية المهنية - كلية الإعلام والاتصال،
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 2015.

إشكالية الدراسة: استهدفت الدراسة التعرف على أهم استخدامات عينة من الشباب السعودي لموقع " توتير"،
كما استهدفت أيضا دراسة علاقة هؤلاء الشباب بوسائل الإعلام التقليدي وتأثير استخدامهم لموقع " توتير" على
تلك الوسائل .

وقد حاول الباحث الإجابة عن التساؤلات التالية :

- ما حجم استخدام الشباب لموقع " توتير" ؟
- ما طبيعة استخدام الشباب لموقع توتير ؟
- ما أهم العوامل التي تجذب الشباب لموقع توتير ؟
- ما الموضوعات التي يهتم الشباب بمتابعتها على موقع توتير ؟
- ما تأثير استخدامات الشباب لموقع توتير على علاقتهم بوسائل الإعلام ؟

المنهج و العينة :

اتبع الباحث في دراسته الاستكشافية على المنهج المسحي لأنه يساهم في التعرف على خفايا الموضوعات
الإنسانية والاجتماعية منها بشكل خاص وكان مجتمع الدراسة يشمل عينة طلابية جامعية مكونة من 800 طالب
من التخصصات الإنسانية والتطبيقية مناصفة .

وقد وقع اختيار الباحث على العينة العشوائية الطبقية التي تناسب المجموعات ذات الخصائص المتفاوتة فيمجتمع
البحث .

النتائج الدراسة :

من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث من خلال دراسته مايلي :

- عمق ارتباط الشباب بموقع توتير، وكثافة استخدامه للمتابعة والقراءة .
- رفع موقع توتير من مستوى الشباب في الإطلاع على الصحافة الالكترونية كما أنه قلل من استخدامهم
للصحافة الورقية .

الدراسة الثانية :

"استخدامات النخبة الأكاديمية الجزائرية لموقع " توتير twitter" الاشباع المحققة منه دراسة
ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة أم البواقي جامعة العربي بن مهيدي

- أم البواقي - للطالبتين صبرينة عيساوي وعفاف الواعر مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال السنة الجامعية 2015/2016.

إشكالية الدراسة :

استهدفت هذه الدراسة على أهم استخدامات أساتذة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة أم البواقي لموقع توتير و الاشباعات المحققة لهم منه .

- وتندرج ضمن عدة تساؤلات فرعية وهي :
- ما هي أنماط استخدام الأساتذة قيد الدراسة لموقع توتير ؟
- ما هي دوافع استخدام الأساتذة قيد الدراسة لموقع توتير ؟
- ما هي الاشباعات التي يحققها موقع توتير للأساتذة قيد الدراسة ؟

المنهج و العينة :

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي وبالضبط المسح بالعينة وهو أنسب منهج لدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد أو أوضاع معنية بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو التحقق من صحة حقائق قديمة وآثارها والعلاقة التي تتصل بها وتفسيرها وكشف الجوانب التي تحكمها . وموضوع الدراسة حول استخدام النخبة لموقع توتير فهو موضوع من الواقع والمنهج الوصفي يدرس الواقع والظاهرة بكافة أبعادها والظاهرة بكافة أبعادها في الواقع كما يهدف المنهج إلى اكتشاف حقائق جديدة وتفسيرها وبالتالي المنهج الوصفي أنسب منهج لهذه الدراسة .

نتائج الدراسة :

- يستنتج أن استخدام الأساتذة قيد الدراسة كان مؤخرا وذلك بصفة غير منتظمة و حسب الحاجة إليه .
- يستنتج أن دافع استخدام الأساتذة قيد الدراسة تعليمي علمي .
- يستنتج أن موقع توتير يلبي اشباعات مختلفة للأساتذة قيد الدراسة منه المعرفية الإخبارية والاجتماعية .

الدراسة الثالثة:

الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "توتير" من قبل الشباب الكويتي أعدت هذه الدراسة من طرف حسين قطيم طماح المطيري قدمت هذه الدراسة استكمالا للحصول على درجة ماجستير في علوم الإعلام كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط أبريل نيسان 2013.

إشكالية الدراسة :

استهدفت الدراسة الكشف عن طبيعة الاستخدامات السياسية لموقع توتير وأغراضها ومضامينها المختلفة من قبل الشباب الكويتي الذي يشارك بفعالية في النشاط السياسي الذي تشهده البلاد من الانتخابات البرلمانية إلى الاجتماعات والمسيرات الاحتجاجية إلى إطلاق التصريحات ونشر المعلومات وغير ذلك من أنشطة سياسية ويمكن التعبير عن مشكلة الدراسة بالسؤال التالي: ما طبيعة استخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "توتير" من قبل الشباب الكويتي؟

و يتفرع السؤال الرئيسي إلى الأسئلة التالية:

- 1- ما طبيعة الاستخدامات المختلفة لموقع التواصل الاجتماعي توتير من قبل مستخدميهم من قبل الشباب الكويتي ؟
- 2- ما طبيعة الأغراض السياسية لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي توتير من قبل الشباب الكويتي ؟
- 3- ما طبيعة الاستخدامات الإعلامية لموقع التواصل الاجتماعي توتير من قبل مستخدميهم من الشباب الكويتي ؟
- 4- ما تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي توتير نحو استخدامات وسائل الإعلام الأخرى ؟

المنهج و العينة :

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي لأنه مناسب للدراسة لأنها تسعى لوصف ظاهرة تتمثل في كيفية استخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعي "توتير" وتأثير ذلك على الاتجاهات السياسية للشباب . واختيار العينة العشوائية البسيطة من شرائح الخمس : (طلبة جامعيين، موظفون قطاع خاص، موظفون قطاع عام، شباب ديوانيات، أندية وتجمعات شبابية).

نتائج الدراسة :

- 1- عرض لدرجات استخدام أفراد عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي توتير و فيس بوك و المواقع الأخرى يتضح من الجدول رقم(1) أن 90% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع توتير للتواصل الاجتماعي بدرجات متفاوتة تقع بين الاستخدام الدائم إلى الاستخدام النادر إذ أن (39.1%) منهم يستخدم توتير استخداما دائما و (31.2%) استخداما غالبا، أي أن حوالي (70%) من أفراد العينة يستخدمون توتير استخداما مكثف، بينما الباقون، يستخدمون موقع توتير (28%) تقريبا أحيانا أو نادرا، فيما لم يستخدمه أبدا (2%) فقط من أفراد العينة .

2- موقع فيس بوك : أظهر تحليل النتائج أن درجة استخدام عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" يتضح من الجدول رقم (2) أن (59.4%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع فيس بوك للتواصل الاجتماعي بدرجات متفاوتة تقع بين الاستخدام الدائم إلى النادر، إذ إن (16.3%) منهم فيس بوك يستخدم فيس بوك استخداما دائما (3.5%) استخداما غالبا، أي أن (19.8%) من أفراد العينة لا يستخدمون فيس بوك استخداما مكثفا، بينما يستخدم الباقون (40.6%) يستخدمون موقع فيس بوك نادرا أو أحيانا، فيما لم يستخدمه أبدا (39.6%) من أفراد العينة .

3- مواقع أخرى : أظهر تحليل النتائج أن درجة استخدام عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي الأخرى غير تويتر وفيس بوك بدرجات متفاوتة تقع بين الاستخدام الدائم إلى الاستخدام النادر، إذ أن (38.1%) منهم يستخدمون المواقع الأخرى استخداما دائما و(21.3%) استخداما غالبا، أي أن (59.4%) من أفراد العينة يستخدمون المواقع الأخرى استخداما مكثفا، بينما الباقون (28.7%) يستخدمون المواقع الأخرى أحيانا أو نادرا، فيما لم يستخدمه أبدا (11.9%) من أفراد العينة .

الدراسة الرابعة:

"شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب جامعة *تويتير نموذجاً* (دراسة تطبيقية عضو هيئة على طلاب جامعة الملك سعود) دكتور فهد بن علي الطيار عضو هيئة التدريس بكلية الملك خالد العسكرية .

إشكالية الدراسة :

استهدفت الدراسة لكي تبين بصورة ميدانية الآثار السلبية والايجابية لشبكة التواصل الاجتماعي "تويتير " مع بيان تأثيرها على القيم الاجتماعية وذلك من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي : "ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي "تويتير نموذجاً " على القيم لدى طلاب الجامعة ؟
أسئلة الدراسة :

- 1- ما الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي ؟
- 2- ما الآثار الايجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي ؟
- 3- ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ؟

المنهج والعينة :

اعتمد الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف بأنه المنهج الذي لا يتوقف فقط عند وصف جمع البيانات المتعلقة بالظاهرة، بل يتعداه إلى حدود استقصاء مظاهرها وعلاقتها المختلفة، وكذلك يقوم على تحليل الظاهرة وتفسيرها والوصول إلى استنتاجات في تطوير الواقع وتحسينه وكان مجتمع البحث يتكون من جميع الطلاب المنتسبين لجامعة الملك سعود بالرياض لعام 1433/1434 البالغ عددهم (31003).

واعتمد الباحث على العينة العشوائية وقام بتوزيع (3000) استبانة استرد منها (2351) استبانة واستبعد منها (77) استبانة لعدم صلاحيتها للتحليل لتكون العينة النهائية (2274) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي .

نتائج الدراسة :

الآثار السلبية من وجهة نظر الطلاب تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، الإهمال في الشعائر الدينية مثل تأخر الصلاة، أدت إلى عزليتي وضعف تفاعلي مع المجتمع، تضعف قدراتي على التعبير، تساعد على الهروب من مواجهة الواقع، يتسبب طول مدة استخدامي لشبكات التواصل الاجتماعي في مشكلات الوالدين .

الآثار الايجابية من وجهة نظر الطلاب تمثلت في الإطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن آرائي مكنتني من التعبير بحرية وتخطي حاجز الخجل، ترسيخ القيم والمبادئ والأخلاق والقدوة الحسنة، أسهمت خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الديني، تعريف الأفراد من المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي بثقافتنا .

أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة من وجهة نظر طلاب تمثلت في : يعزز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة، أدى استخدامها إلى تكوين قيم جديدة تناقض قيم الأسرة، تشكو أسرتي طوال الوقت الذي أقضيه مشغولاً باستخدام شبكات التواصل، تؤثر على زيادة الشخص لأصدقائه وزملائه .

استخدام الطالب لها يجعله يميل لتقليد الحياة الغربية من مأكلاً ومشرباً وملبساً، العلاقة التي تربطني بمن تعرفت عليهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي تجعلني أفكر في الزواج منهم لو كنت عازباً .

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة :

من خلال الاطلاع على مجموعة الدراسات السابقة ، استفاد الباحث منها في الجوانب التالية :

- 1- تم اختيار وضبط عنوان الدراسة .
- 2- التعرف على أهم المناهج والأساليب المستخدمة في الدراسات السابقة ، وكذا الأدوات المستعملة في جميع البيانات .
- 3- التعرف إلى المداخل النظرية المناسبة لموضوع الدراسة ، حيث تم اعتماد نظرية الاستخدامات و الاشباعات في دراستنا .
- 4- تمكنا من الاطلاع على أدوات جمع البيانات (الاستمارات) والتعرف إلى أهم الأسئلة التي ساهمت في بلورة وصياغة أسئلة الاستمارة الخاصة بدراستنا بما يتناسب وطبيعة الموضوع .
- 5- الاستفادة من الدراسات السابقة في مجال بناء خطة الفصول النظرية .
- 6- الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة ومحاوله استثمارها في الجانب الميداني في الدراسة .

الفصل الأول : مواقع التواصل الاجتماعي .

- . المبحث الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
- . المبحث الثاني : التطور التاريخي لمواقع التواصل الاجتماعي
- . المبحث الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- . المبحث الرابع : ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
- . المبحث الخامس : أبرز مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد :

إن التطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصالات غيرت من حياة الأفراد من حيث تواصلهم في علاقاتهم إنسانية حيث تحول الاتصال من مواجهه إلى افتراضي وذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا الفصل سوف نتعرف على نشأة هذه المواقع وأبرزها إضافة إلى ايجابياتها سلبياتها وخصائصها.

المبحث الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي .

1- هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات، والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية تصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (web 2.0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء المجتمعات" وبهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الانترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه في شبكة الانترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه ومشاركة صورة ومذكراته وملفاته مع العائلة وأصدقائه وزملاء العمل .

(خضر فضل الله، 2011، ص.7)

2- يعرفها راضي زاهر : " منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها " (راضي، 2003، ص.23)

يعرفها محمد عواد : بأنها " تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد باسم العقدة (node) بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص". (خضر فضل الله، 2011، ص.15)

المبحث الثاني: التطور التاريخي لموقع التواصل الاجتماعي

يرجع ظهور مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي إلى عالم الاجتماع جون بارنز في عام 1954 حيث كانت تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي تستخدم في ربط علاقات الأفراد في مختلف الدول باستخدام الرسائل المكتوبة إلا أن ظهور شبكة الانترنت ساعد على انتشار هذا المفهوم بشكل واسع من خلال التطبيقات والمواقع الالكترونية التي تركز على بناء شبكات اجتماعية تربط ذوي الاهتمام والنشاط المشترك بحيث يكون لكل مشترك حساب خاص يحتوى على ملف شخصي وسياسة حماية لحسابه، تسمح للمستخدمين بتبادل وتشارك المعلومات والبيانات والأفكار والرؤى .

وفي عام 1995 ظهر موقع the glob.com في أمريكا كأول موقع للتواصل الاجتماعي ثم تلاه في نفس العام موقع geocities وموقع tripod حيث كانت تركز هذه المواقع على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات وفي نفس العام ظهرت مواقع كانت تهدف لربط الأفراد من خلال عناوين البريد الالكتروني وكان أهمها موقع www.classmales.com و يربط الاتصال بين الزملاء .

وفي عام 1997 ظهر موقع six degress .com الذي يركز على الروابط غير المباشرة والملفات الشخصية للمستخدمين والرسائل المتبادلة المدججة ضمن قائمة أصدقاء ومنح المستخدمين إمكانية التحكم في المحتوى والتواصل وما بين عام 2002 و 2003 زاد الإقبال على شبكات التواصل الاجتماعي في مختلف أرجاء العالم من خلال ظهور عدة مواقع هي التي ساعدت على ذلك الأول موقع friedster الذي ظهر عام 2003 الثاني موقع face book الذي أنشأه مارك زوكربيرج mark zuckerberg ليجمع زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكية وأصبح بسرعة كبيرة أهم مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم ومن ثم جاء بعده في عام 2005 موقعين هما my space و bebo حيث كان موقع my space هو الأكثر إقبالا وبهذا بدأ الانتشار العريض لشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت (مقال الدكتور الدوي، 2018، ص. 4)

وفي عام 2008 أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى (twister) و (youtube) لتستمر ظاهرة مواقع الاجتماعية في التنوع والتطور تلك المواقع الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مل الخصوصية والهوية ورأس المال المجتمعات واستعمالات المراهقين (م.م خنتوش، 2017، ص. 16)

المبحث الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي .

لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص عديدة تنتشر عبر العالم ويمكن أن نذكر منها مايلي :

1- التفاعلية و التشاركية : يتسم التواصل عبر الشبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته أو ما يتعلق بموطنه التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين، وتسمح شبكات التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو إبداء الإعجاب لها ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين ومدى تفاعلهم والرد عليهم مباشرة (عودة الشمائلة وآخرون، 2014، ص.28)

2- التواصل والتعبير عن الذات : أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين، وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتصال مع الآخرين والتعبير عن الذات (الأنصاري، 2013، ص.21)

3- الحضور الدائم غير المادي :توفر هذه الشبكات إمكانية التواصل بين مستخدم وآخر دون الحاجة لأن التقيا في وقت متزامن، وذلك من خلال ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومة أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الذي بمقدوره أن يرد عليه بنفس الطريقة كما يمكن أن يتوصلا مباشرة سواء من خلال الدردشة النصية أو الشفهية باستعمال الميكروفون (هتيمي، 2014، ص.98)

4- الانفتاح : معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مقترحة لردود فعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى .(قتلوني، 2014، ص.26)

5- التوفير و الاقتصادية :اقتصادية في الوقت والجهد والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكات التواصل الاجتماعي وليس حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى (عباس، 2008، ص.117)

6- إنشاء مجموعات (groups) : تتيح مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعة يمكن إنشاء مجموعة بسمى معين وأهداف محددة ومن خلالها يتم التواصل بين مجموعة ذات اهتمام مشترك .

7- إزالة القيود المفروضة على العالم الحقيقي : تتمتع مواقع التواصل الاجتماعي تميزه لإزالة القيود المفروضة على السلوك الاجتماعي والتعاوني والمتمثلة في اللغة، الموقع الجغرافي وقيود الزمان والمكان (ديهمي، 2012، ص.

8- سهولة الاستخدام : لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومعظم

الشبكات توفر الصفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع (الشمالية وآخرون، 2014 ، ص. 86)

9- خاصية الأهداف العامة : (events) تتيح هذه الخاصية للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به .

10- خاصية الإعلان makket place: تمكن للمستخدمين من الإعلان عن أي منتج يودون الإعلان عنه والبحث عن أي منتج يرغبون في شرائه (خضر فضل الله، 2011 ، ص.8)

11- الأصدقاء الشخصية أو الصفحات الشخصية : ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف إلى اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات .

12- ألبومات الصور albums: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها (المدني، 2015، ص. 399)

المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

1/إيجابيات:

- العالمية حيث استطاعت أن تلغي الحواجز المكانية و الزمانية وسمحت للتواصل سهولة ويسر في بيئة افتراضية تقنية تجمع مجموعة من الأفراد .
- تساعد على تبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب .
- تمكن من ممارسة العديد من الأنشطة التي تساعد على التقرب والتواصل مع الآخرين .(مقال الدكتور الدوي، 2018،ص. 7)

- التواصل مع العالم الخارجي وتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات .

- تفتح أبواب يمكن من خلالها إطلاق الإبداعات والمشاريع التي يحقق الأهداف وتساعد المجتمع على النمو (موقع الدكتورة الحكمي)

- أسرع وسيلة لتلقي الأخبار والمعلومات .
- فضاء كبير للنقاش حول مختلف القضايا .
- أدت إلى ظهور صحافة المواطن .

- تدعم انتشار الإعلام الرقمي .

- تساعد طالبين العلم والباحثين . (عامر ، 2011 ، ص.204)

2/سلبيات:

- الإدمان عندما يعتاد الشخص على استعمال هذه الشبكات عندما يصاب بالإدمان وبالتالي في وقت لاحق يصاب بأمراض مختلفة كتنقص البصر والقلق وعدم الاستقرار .

- الانعزال على العالم الافتراضي مع زيادة استخدام الشبكات الاجتماعية قلت الحاجة للتعامل مع الناس على أرض الواقع (الدليمي ، 2011 ، ص.18)

- عدم رقابة على مضامينها .

- كثرة الإشاعات والمبالغة .

- بعض النقاشات التي تباعد عن الاحترام وتقبل الآراء الأخرى .

- انعدام الخصوصية ما يؤدي إلى أضرار مختلفة .

- غياب مصادر في عالم الشبكات الاجتماعية تعيب المصادر الموثوقة للمعلومات وتغيب حقوق الملكية الفردية . (دهيمي ، 2012 ، ص. 20)

المبحث الخامس: أبرز مواقع التواصل الاجتماعي

-فيس بوك (face book)

يعد فيسبوك واحدا من أوائل شبكات التواصل الاجتماعي ويزيد عمره على عشر سنوات، وله شهرة واستخدام وتأثير على مستوى العالم .

تم إنشاء موقع الفيسبوك في فبراير عام 2004 بواسطة مارك زوكربيرغ في جامعة هارفارد وكان الموقع في البداية متاحا لطلاب جامعة فقط، ثم افتتح لطلبة الجامعات، وبعدها لطلبة الثانوية و لعدد محدود من الشركات ثم أخيرا تمت إتاحة لأي شخص يرغب في فتح حساب به يرى مؤسس الموقع أن الفيسبوك حركة إجتماعية social movement) وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل ويوصف الموقع بأنه : *دليل سكان العالم* وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يضعوا من أنفسهم كيانا عاما من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم وحسب الدراسات الحالية في مجال الإعلام

الجديد ينظر لموقع الفيسبوك أنه سوف يزيح البريد الإلكتروني ويحل محله ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العام مكانا أكثر انفتاحا. (إعداد مركز المحاسب الاستشارات، 1438، ص. 26)

-موقع اليوتيوب: (youtube)

اختلف الآراء حول موقع اليوتيوب وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أولا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتبار موقع مشاركة الفيديو video sharing site غير أن تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع .

تأسس يوتيوب كموقع مستقبل في الرابع عشر من فيفري من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة paypal المتخصصة في التجارة الإلكترونية بيد أن جاود كريم ترك رفقاه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور يوتيوب الذي نراه اليوم للشنائي الآخرين اللذان نجحا في تكون أحد أكبر الكيانات في العالم الويب في الوقت الحالي (الدليمي، 2011، ص. 194)

ويقوم موقع يوتيوب على فكرة مبدئية هي بث أودع لنفسك broadcast yourself يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو الشعبي إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم بعضها تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك لنقل حدث ما غريب أو محك أو مثير وكثير منها تم إتاحة لدواع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى الاتصال رسالة شخصية حول مسألة ما لم نتج القيم ويتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليبات الفيديو اليومية أو ما يطلق عليها الفيديو بلوغين video blogging يعمل لدى يوتيوب وفق المنظومة التالية (صادق، 2008، ص. 216)

يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء .

العثور على جماعات الفيديو والالتحاق وتسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع .

دمج مقاطع الفيديو الخاصة اليوتيوب الخاصة مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة يستطيع المستخدمون لاختيار وعرض مقاطعهم بشكل عام أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم بصورة خاصة عند التحميل .

يحتوي الموقع المقاطع الأحداث الحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش والأكثر تفضيلا والأكثر اتصلا بمواقع أخرى . تصنف أيضا مقاطع الفيديو إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا وتخضع خدمات يوتيوب لعدد من الشروط : ألا يكون صاحب للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل لا يسمح الموقع بنشر الأفلام الإباحية (الدليمي ، 2011 ، ص. 195)

- الويكي :

هو موقع يسمح للزوايا بإضافة المحتويات وتعديلها بدون أي قيود في الغالب، وربما تسير كلمة الويكي إلى مرجع ويكي المستخدمة في إدارة هذا النوع من الواقع وتعني هذه الكلمة بلغة شعب جزر هاواي الأصليين بسرعة أو أسرع واستخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من أنظمة إدارة المحتوى للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات المواقع.

ظهر أول موقع عن الويكي في 25 مارس 1990 وهو موقع "بورتلاند باترن ريبازيتوري " أي مستودع للنموذج أو الصيغ وقد أنشأه ووردكانينغام وهو الذي اختار لفظ ويكي وفي أواخر التسعينات من القرن الماضي، ازداد استخدام الويكي لإنشاء قواعد معلومات عامة وخاصة .

ومن ميزاته تتيح موقع الويكي للزوار أن يكتبوا المواضيع بشكل جماعي وبلغة ترميز بسيطة وباستخدام المتصفح، ما يميز مواقع ويكي بشكل عام وهو سهولة إنشاء مواضيع جديدة أو تحديث مواضيع قديمة وتعديلها دون الحاجة إلى وجود رقابة توافق على إنشاء الصفحات وتعديلها، ومعظم مواقع ويكي تكون مفتوحة لعامة الناس ولا يحتاج أي شخص إلى التسجيل في الموقع ليتمكن من إنشاء وتعديل المواضيع بل يستطيع مباشرة المساهمة في الموقع دون أي قيد أو شرط .

التحكم والتعديل : مواقع الويكي صممت بحيث يستطيع أي شخص أن يصحح الأخطاء بسهولة، بدلا من التركيز على تجنب الأخطاء لذلك مواقع ويكي تعتبر حرة تماما ويمكن لأي شخص نفسه أو من قبل أناس آخرين .

البعث والتخريب : طبيعة مواقع ويكي المفتوحة للجميع والتي تتيح للجميع تعديل المقالات تسمح للبعض أن يعيشوا في المواضيع ، وأسباب هذا التخريب كثيرة فالبعض يبعث برد العيث وتجربة الموقع الخ

تنظيم المحتويات لا توجد هيكلية محددة لهذه المحتويات في المواقع الويكي ، فيمكن لأي موقع أن ينظم بالأسلوب الذي يناسبه (علوان، جمل، 2009، ص18)

-ماي سبيس : (my space)

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب تقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات الموصفات الشخصية للأعضاء المسجلين غازي المدني، 2015، ص.400)

-تويتير : (twitter)

تويتير بالانجليزية twitter هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديتات tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف.

تويتير يعني المعرد وهو عبارة عن موقع من فئة المواقع الاجتماعية تقنية Micro blogging أو التدوين المصغر ، فكرته ببساطة بأن تؤسس مجموعة من أصدقاتك وزملائك في العمل وأقاربك .وهو يتحول إلى أجمل وسيلة لإخبار الأشخاص الذين يهتمونك بماذا تفعل الآن ، بالإضافة لذلك ، فإنه يقيك على إطلاع دائم على ماذا يفعلون .وهذه الخدمة مجانية ، والموقع إلى الآن لا يحمل أي شكل من أشكال الإعلان المأجور فيه . ويتم استخدام هذا الموقع في الوقت الحالي من قبل الأشخاص أو الشركات أو المجموعات لتبادل الأفكار والأخبار وخلافه . كل ما على من يريد الدخول إلى هذا العالم إلا أن يتوجه إلى [http //twitter .com](http://twitter.com) ويقوم بإنشاء حساب فيه ،ومن ثم يياشر بإضافة أصدقاته ومن يرغب بتتبع أخبارهم . (مؤتمر الإعلام الإسلامي ، 2011، ص. 6)

خلاصة:

من خلال استعراضنا لما جاء في الطفرة الرقمية التي تجسدها شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها الظاهرة الإعلامية الأبرز في علمنا اليوم كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة الطلبة باعتبارهم الأكثر تأثراً في أي مجتمع ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي نتاج للثورة الاجتماعية، تساعد متصفحها على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في مجالات عديدة بتبادل الأخبار والمعلومات، وضعت أساساً لخدمة مستخدميها ولا يمكن أن تقود جماعة أو أفراد دون رغبتهم أو إرادتهم إلى عوامل أخرى تؤثر سلباً على الواقع الاجتماعي لهؤلاء الناس، فهي كأداة صالحة للاستخدام يقرر مستخدميها الفعل الذي تسوديه فيما أن يكون فعلاً حسناً يستفيد منه الفاعل ومن حوله أو فعلاً سيئاً يضر بالفاعل ومن حوله وهذا ما ينطبق بالفعل على شبكات التواصل التي يمكن سر انتشارها في حيوية وفاعلية مستخدميها والهدف من استخدامها .

الفصل الثاني :تويتر "twitter"

المبحث الأول : نشأة تويتر

المبحث الثاني : مميزات تويتر

المبحث الثالث : استخدامات تويتر

المبحث الرابع : آلية نقل الأخبار في تويتر

المبحث الخامس : ايجابيات تويتر

المبحث السادس : سلبيات تويتر

تمهيد :

شكل تويتر قفزة هائلة في البنية الاتصالية، و أنماط التأثير الاجتماعي في المجتمعات الإنسانية ، فأصبح من أهم وسائل تحقيق التواصل الإنساني والاستكشاف المعرفي والنقاش المجتمعي ، ممهدا لنشأة واقع جديد تتغير فيه صورة المجتمع وتفاعلاته ومؤثراته .

وأصبح تويتر من مواقع التواصل الاجتماعي الحديثة بديلا للوسائل التقليدية من خلال التفاعل لكبير للمستخدمين لها ، ومع التقدم الملحوظ في تزايد أعداد المستخدمين يوما بعد يوم ، سعت هذه المواقع لتقديم أفضل وأجود الخدمات للتميز .

لكن يبقى موقع تويتر له ما يميزه عن غيره من خصائص وخدمات لا توفرها المواقع الأخرى ، وبالرغم من التطور الهائل والتسهيلات التي قدمتها للأفراد إلا أنها تلقت العديد من الانتقادات ومن بينها عزل الأفراد عن الواقع الأسري فيصبح الفرد يميل إلى العالم الافتراضي والعلاقات الافتراضية .

المبحث الأول: نشأة تويتر :

ظهر موقع تويتر عام 2006 على يد جاك درزي "jack dorsey" وبيرسون "bizstone" وايفان ويلامز "evanwuliams" ويسمى موقع التدوين المصغر (محارب، 2011، ص. 117)

وظهر تويتر بصفته مشروعاً تطورياً تابعاً لشركة "obvious" الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وأتيح للعموم في أكتوبر من نفس العام قبل أن تقوم الشركة بفضله عنها، ليكون نشاطاً خاصاً بشركة تابعة لها، تحمل اسم تويتر في أبريل من عام 2007 (المقداوي، 2013، ص. 205)

بدأ الانتشار كخدمة جديدة على الساحة من حيث تقديم التدوينات المصغرة وفي 2007 تكوين شركة جديدة باسم twitter. لم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية ولكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك كثرة عدد المستخدمين من اليابان ونشاطهم البارز على الموقع ولقيت النسخة اليابانية استحسان المستخدمين اليابان وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الإنجليزية - use / www.ekayf.com (twitter 2019)

وفي عام 2009 تكونت شركة جديدة لمدخلات المستخدمين عن طريق تويتر وتمخض عنها نتائج فورية وبشكل أكبر عن النسخة الإنجليزية حيث أصبح في الإمكان وضع إعلانات في النسخة اليابانية على عكس النسخة الإنجليزية التي لا تدعم الآن نظام الإعلانات (المقداوي، 2013، ص. 206)

ومع ذلك النمو تحول تويتر إلى وسيلة تدوين مصغر فائقة القوة متعددة الاستخدامات من التسويق إلى الإعجاب بالمشاهير وتوزيع الأخبار وحتى المساعدة في عمليات الإغاثة والإنقاذ كما حصل خلال كارثة تسونامي في اليابان وهذا النمو لم يقتصر على عدد التغريدات لكن عدد المشتركين في المواقع تزايد أيضاً ففي مارس 2011 بل عدد متوسط الاشتراكات الجديدة اليومية في الموقع 460 ألف حساب جديد وفي شهر جديد وأعلن تويتر أن عدد المغردين بواسطة هواتفهم النقالة زاد بمعدل 82 عن العدد الذي كان عليه في العام السابق. (صادق، 2005، ص. 16)

المبحث الثاني: مميزات تويتر :

هذا الموقع كأحد مواقع التواصل الاجتماعي ميزات عديدة :

1- أن هذا الموقع مساحة بعدد محدود من المداخلات والتي لا يتجاوز 140 حرفا لا يسمح بالثرثرة أو الحديث المسهب ،بل يدفع مستخدميه إلى الدخول في الفكرة أو الرأي أو الخبر الذي يريده مباشرة بعكس موقع الفيس بوك والذي يسمح بإدخال معلومات كبيرة ومتشعبة .

2- السرعة في نشر الخبر على الانترنت فبمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين المشتركين في الانترنت حتى لو لم يكن مشتركين في موقع تويتر قراءة ما كتب والاستفادة منه .

3- يتيح تويتر إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طري رسائل SMS حيث يمكن استقبال آخر أخبار أصدقائك أينما كنت وفي أي وقت من خلال رسالة قصيرة وبعد أن يكون قد تم تفعيل رقم الهاتف من خلال الموقع.

4- متابعة آخر أخبار المدونات والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية وخلصات IPSS دون الحاجة إلى زيادة كل موقع منها على حدة .

5- يمكن تويتر أن يؤدي نظرا لميزة السرعة التي يتمتع بها دورا كبيرا في التسويق وترويج المنتجات خاصة في الدول الصناعية (شقرة، 2004، ص.7)

6- سرعة الأصدقاء في تويتر مقارنة بالفيس بوك يكفي أن نقر على زر FOLLOW لتكوين صداقة بشكل آلي مع أي شخص بينما الفيس بوك يجب أن نطلب إضافة صديق والانتظار القبول هذه الصداقة .

7- لا يوجد حد لعدد الصداقات والأصدقاء في تويتر .

8- الاستفادة من الوقت لا توجد في تويتر ألعاب تضيع الوقت ولا يمكن لأحدهم أن يزعمك بعمل تافه في صور ليست جزء منها .

9- من أفضل مميزات تويتر hashtag الهاش تاق ولا يحتاج سوى أن تضيف الهاش تاق في رسالتك لتصل إلى متابعي الموضوع (الصاعدي، 1434، ص.18)

10- يعلمك بالخبر حال وقوعه ومن موقع الحدث كما أنه يضعك في معرفة دائمة عن أخبار الذين تهتم بهم وتستطيع من خلاله الحصول على الاستشارة والاستفادة من تجارب الأصدقاء وبتيح أيضا إقامة علاقات صداقة جديدة وإجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهتمك إضافة إلى إمكانية الحصول على خلاصة وافية لما تنشره المواقع الإلكترونية التي تربط بها مباشرة أو من خلال أصدقائك (الديهي، 2015،

ص.470)

- 11- وسيلة مناسبة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد المعروفين وغير المعروفين وتكوين شبكة اجتماعية كبيرة .
- 12- تبادل الأفكار والآراء والمعلومات بين أطراف متعددة وتنوع في هذه المعلومات و الأفكار .
- 13- غياب وبعد الرقابة الإعلامية التي من الممكن أن يتم تسليطها على الرسائل الأخرى والذي يمنح حرية أكبر للتعبير عن الرأي (طماح المطيري، 2013، ص.32)
- 14- ولعل أهم ما يميز تويتر هو أن المشارك فيه لا يحتاج إلى مهارات كتابية عالية ولا متوسطة فكل ما يحتاجه أن يكون لديه رأي أو موقف ليسجله عبر جملة القصيرة تعبيرا عن رفضه أو تأييده أو نقده ويعتقد أن تويتر يقوم بمهمة لم يستطيع أي موقع الكتروني قبله أن يفعلها وهي نقل أحاديث الناس وتعليقاتهم السريعة عن حياتهم اليومية... في جلساتهم الخاصة إلى العلن، متيحا لهم فرص النشر والتعبير بعد أن كانوا سابقا لا يملكون القدرة على ذلك، فالميزة الكبرى له أنه يوسع من شريحة المهتمين بالشأن العام، إضافة إلى تميزه - أيضا- بخاصية الاحتشاد والتركيز، وذلك عبر جمع الأفكار والعبارات المتناثرة من أشخاص لا علاقة -بالضرورة- بينهم تحت كلمة واحدة ما يجتمع تحت ما يسمى بالوسم يتحول إلى زحم إعلامي مؤثر (السويد، 2015، ص.23)
- 15- أداة تسويق فعالة : فالיום صدر "تويتر" يستخدم من قبل الشركات والمعلنين للترويج عن منتجاتهم وعروضهم الجديدة عبر رسالة قصيرة مجانية تستطيع أن تعلن عن منتجك للعالم أجمع مجانا كما يسمح بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة.
- 16- شعار مميز " Unique badge " يوفر التوتير إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل html أو java مما يعطي طابعا شخصيا موثقا مع كل تدوينة (خولاء غانم المري، 2016، ص. 48)

المبحث الثالث: استخدامات تويتر :

- 1- الحديث عن الحياة الخاصة كونه انطلق لتحقيق هذه الغاية ونسبة كبيرة مما ينشره عبر عبارة عن يوميات للمستخدمين .
- 2- التواصل مع الآخرين باستخدامه لإرسال الرسائل بين الأعضاء تحت أنظار الجمع دون سرية .
- 3- إرسال رسائل قصيرة SMS مجانية وهذه الخدمة غير متاحة لبعض الدول إذ يلجأ كثيرون من المستخدمين لإرسال رسائل إلى أصدقائهم مجاناً بتشغيل خدمة الإخطار الآلي عبر الرسائل القصيرة وبمجرد وصول الرسالة إلى الموقع يحولها إلى الهاتف المحمول الشخص المعني بالرسالة مجاناً .
- 4- المتابعة المباشرة للملتقيات والأحداث المختلفة يقوم بعضهم بتغطية المعارض عن طريق التدوين المصغر خاصة الأخبار والمعلومات التي لا تحتاج إلى الكثير من التفاصيل .
- 5- استخدامه لنشر الروابط كأن يضع المستخدمون عنواناً لما يحدث عنه الرابط، ويتم تقليص طوله ليتسع لحجم التحديث .
- 6- استخدامه كملحق للمدونات يستخدم كإضافة على المدونات الشخصية في حالة استخدام تطبيقات مضافة (wid gests) لكتابة مواضيع سريعة وأخبار عاجلة وحصريّة (Scoops).
- 7- استجواب شبكة الأصدقاء ومناقشتهم يستخدم هنا كأداة لعرض الأسئلة والحصول على الإجابات والمناقشات بطريقة آنية (المطيري، 2013، ص. 33)

المبحث الرابع: آلية نقل الأخبار في تويتر (كيف يعمل موقع تويتر)

تدور الأخبار والمدونات والتحديثات في تويتر حول سؤال أساسي وهو ماذا تفعل الآن؟

Waht are youdoing وهي نموذج فقط لملايين الأسئلة المشابهة التي ما أن يكتبها المدون ثم يرسلها إلى واحد أو حشد تصل إلى الملايين في وقت واحد بعد إعادة إرسالها في ثوان، إذ يعتمد تويتر وغيره من الخدمات المماثلة على أشخاص يتابعون تحديثات المدون followers لتصلهم أحدث رسائله .

لا توجد سلطة مركزية لإدارة تويتر وتوجيهه، ويقدم فيه كل إنسان رأيه بأي شيء وبحرية كاملة ويكون لكل مستخدم الحرية التامة في دعوة الناس لمشاركة التراسل، كما يعتمد هو ذاته لمشاركة من يختارهم من مستخدمي الموقع ليكون شريكاً لهم حتى يتمكن من استلام رسائلهم، وهذا الأسلوب في التواصل الاجتماعي الرقمي جديد تماماً وغير متوفر في تقنية مواقع الشبكات الاجتماعية ومنذ ابتكاره عام 2006 بواسطة الأمريكي نال تويتر حظاً واسعاً في استقطاب ملايين المستخدمين حول العالم ليتحول إلى أحد الظاهر الإعلامية المستحدثة وقد هر أولاً كمشروع تطوير بحثي لشركة Obvious الأمريكية في سان فرانسيسكو ثم أصبح مستقلاً عن الشركة ولا يقف استخدامه على الأفراد العاديين بل مؤثلاً لوسائل الإعلام التقليدية مثل سي أن و بي بي سي وقناة الجزيرة الإنجليزية (صادق، 2008، ص. 16)

المبحث الخامس: ايجابيات موقع تويتر "Twitter"

- 1- متابعة أخبار الشخصيات الهامة في المجتمع المحلي والعالمي ومتابعة الأصدقاء بشكل يومي .
- 2- طريقة سهلة للنقاش والحوار .
- 3- طريقة سريعة لمتابعة الأخبار والتفاعل والمشاركة في إعادة نشرها .
- 4- التعويد على الكتابة الإعلامية والتفاعل المباشر مع الشخصيات الإعلامية (المنصور، 2012، ص. 93)
- 5- متابعة جديد الأخبار لحظة بلحظة من خلال حسابات القنوات الإخبارية والصحف على تويتر .
- 6- تحديد حجم رسائل تويتر ب 140 حرف يسهل القراءة ويجعل الجميع يتعلم الاختصار .
- 7- سهولة متابعة حسابك من أي مكان تقريبا عن طريق الاختصار الجوال أو الكمبيوتر
- 8- إذا كان المستخدم له موقع أو مدونة فإن نشر جديد الموقع على تويتر يعني زوارا أكثر للموقع .
- 9- التواصل مع أشخاص لهم نفس الاهتمامات (محارب، 2011، ص. 125)
- 10- طريقة حديثة للتثقيف والحملات والتنبيهات .
- 11- الإبداعات من كتابات ،رسوم، صور .
- 12- يظهر الناس على حقيقتهم .
- 13- وسيلة للتجارة والإعلان
- 14- الكتابة طريقة لعلاج النفس وتهدئته (المنصور، 2012، ص. 122)

المبحث السادس: سلبيات موقع تويتر " twitter "

ولهذا الموقع سلبيات يمكن تلخيصها بمايلي :

- 1- إن هذا الموقع بعدم سماحه للتحديثات إلا بمساحة محدودة لا يمكن أن تكون مجالاً للبناء لعلاقات اجتماعية وإنشاء علاقات صداقة مع الغير كموقع الفيس بوك .
- 2- قد يسبب سرعته وسهولة نشر الخبر عن طريق تويتر بالإدمان عليه لمتابعة أخبار الأصدقاء، حتى الشخصية منها والتي قد لا تقيد المتابع لها أو تغنيه (شقرة، 2014، ص. 76)
- 3- وجود إعلانات مزعجة تظهر على صفحة المستخدم، وحاول الموقع تدارك هذه المشكلة عن طريق خاصية حجب هذه الإعلانات حيث أصبحت لا تظهر للمستخدم ولكنها في المقابل تظهر للأشخاص المتصفحين لحسابه لذلك لا تزال المشكلة بدون حل .
- 4- هناك شكاوي من كثير من مستخدمي تويتر twitter بسبب تغيير صورة صفحتهم الشخصية من قبل الموقع إلى صورة البيضة وهي الصورة التي تغطي للمستخدمين الجدد أو أي مستخدم لم يرفع صورته الشخصية وقد عرف الموقع بهذه المشكلة وأوضح أنه جازي البحث عن حل لها .
- 5- تويتر ليس مثالي للمحتوى المرئي، تويتر أساه في الغالب نصي، فمثلاً إذا كنت ترغب في مشاركة الكثير من الصور فإن الانستغرام قد يكون مناسب بشكل أفضل (صادق ، 2008، ص. 12)
- 6- هناك من ينتحلون شخصيات المشاهير فيجب العلم بذلك .
- 7- كثرة التهريج وعدم الاستفادة الجدية منه بالنسبة للبعض ومن ثمة ضياع الأوقات .
- 8- وجود بعض صور النساء المترجحة في بعض ملفات التعريف فيجب النصح وغض البصر .
- 9- استخدامه فيما يفسد ويضر كأي آلة أو جهاز له وجه حسن وآخر سيء حسب من يستخدمه (http

2019. teqnlology 4allword press.com ://

خلاصة :

من خلال استعراضنا لما جاء في موقع التدوين المصغر "تويتر" أنه له مميزات وعيوب واضحة ، فمن ميزاته يعلمك بالخبر حال وقوعه ومن موقع الحدث ، كما أنه يضعك في معرفة دائمة بالأخبار الذين تهتم بهم ، ويتيح أيضا إقامة علاقات صداقة جديدة وإجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهتمك . ومع كل ذلك فإن تويتر لا يخلو من النواقص والعيوب العديدة ، يأتي في مقدمتها الترويج السريع للشائعات ، والإدعاءات الكاذبة بانتحال الشخصيات وهمية ، وقد يحتوي تويتر في بعض الأحيان على صور خاصة لا تليق بالذوق العام ، كما وأن البعض يلجأ في استخدام تويتر في أمور ضارة وغير مفيدة .

الإطار التطبيقي

المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية وعرض النتائج

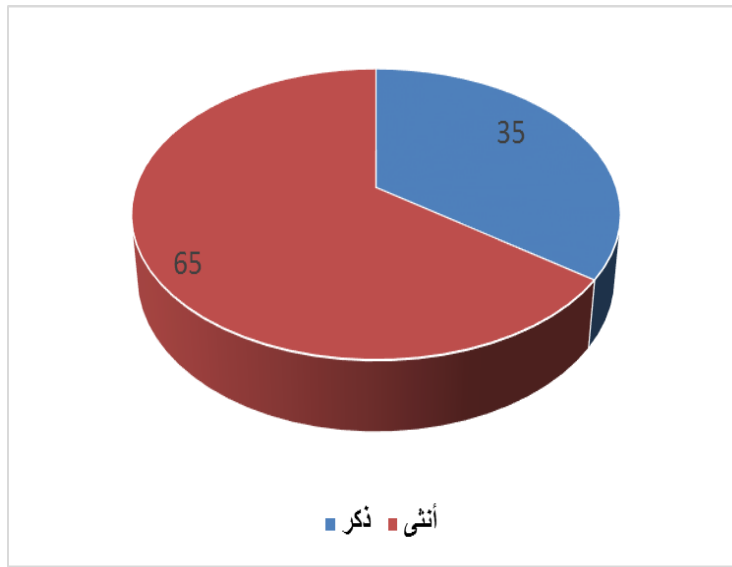
1- تفرغ البيانات وتحليلها .

2- نتائج الدراسة .

المحور الأول : البيانات الشخصية .

الجدول رقم (1) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس .

النسبة %	التكرار	البديل
35	21	ذكر
65	39	أنثى
100	60	المجموع

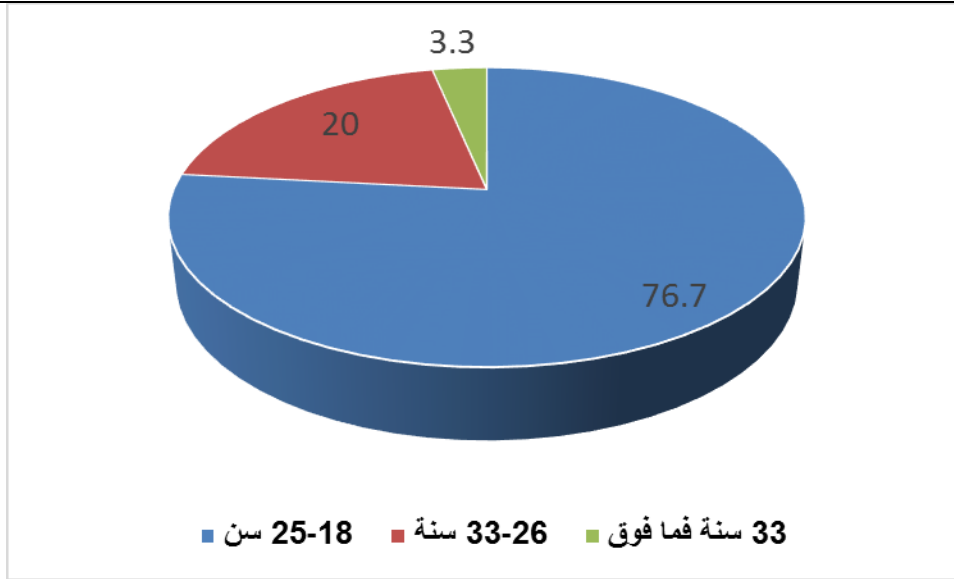


الشكل رقم (1) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن 21 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 35.0%، أما حجم الإناث فقد بلغ 39 أنثى بنسبة قدرت بـ 65.0%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (1).

الجدول رقم (2) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن .

العمر		
النسبة %	التكرار	البديل
76,7	46	سن 18-25
20	12	سنة 26-33
3,3	2	33 سنة فما فوق
100	60	المجموع



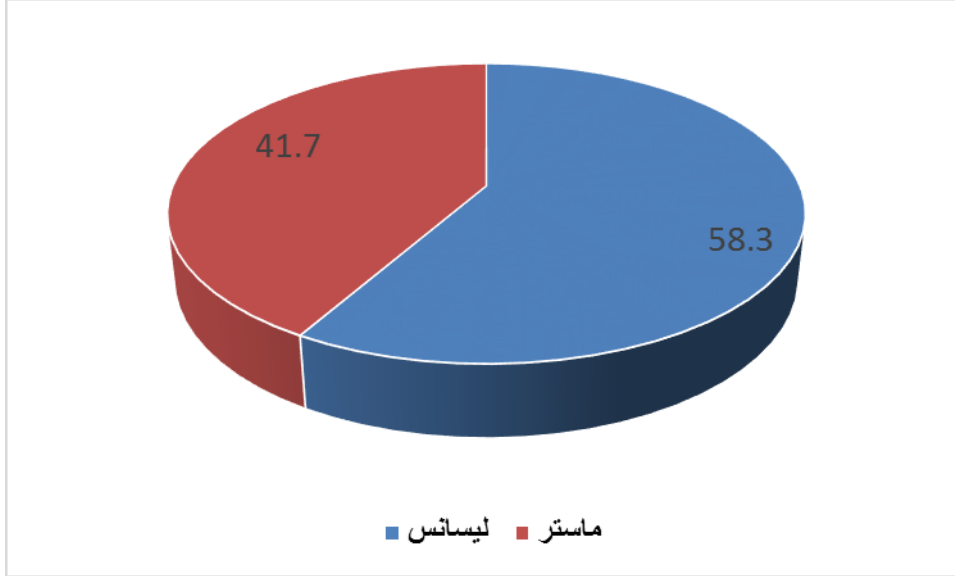
الشكل رقم (2) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن عدد الذين بلغت أعمارهم ما بين 18-25 سنة يقدر بـ 46 أفراد بنسبة بلغت 76.7 %، أما حجم الذين بلغت أعمارهم ما بين 26-33 سنة فيقدر بـ 12 فرداً بنسبة 20.0 %، وأما الذين بلغت أعمارهم أكثر من 33 سنة فقدر تكراره بـ 02 ونسبته 3.3 %، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (2).

ومن هنا يمكن القول إن الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة الأكثر استخداماً لموقع التدوين المصغر " تويتر " لأنهم مساهمين إلى التكنولوجيا الحديثة وهذا يدل على أن عينة البحث هي عينة فتيّة.

الجدول رقم (3) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي.

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
58,3	35	ليسانس
41,7	25	ماستر
100	60	المجموع

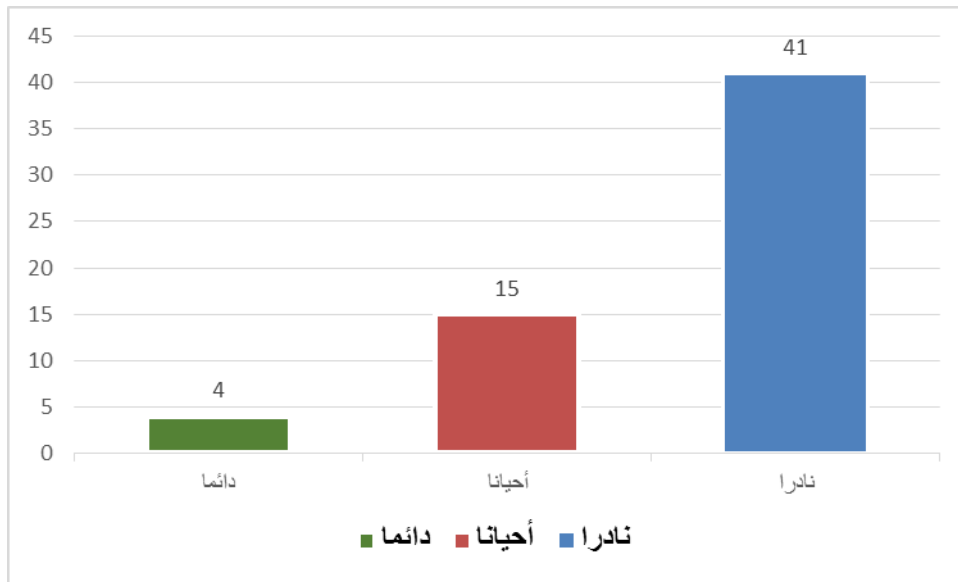


الشكل رقم (03) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن 35 فرداً لديهم مستوى ليسانس بنسبة بلغت 59.3%، أما اللذين لديهم مستوى ماستر فقد بلغ عددهم 25 طالباً بنسبة قدرت بـ 41.7%، مما سبق يمكن القول إن طلبة ليسانس هم الأكثر استخداماً لتوتير وذلك لسهولة استخدامه وولوج طلبة ليسانس إلى العالم الافتراضي أكثر من طلبة الماستر. وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (3)

الجدول رقم (4) حسب م يبين توزيع المبحوثين حسب استخدام تويتر .

النسبة %	التكرار	البديل
6,7	4	دائما
25	15	أحيانا
68,3	41	نادرا
100	60	المجموع



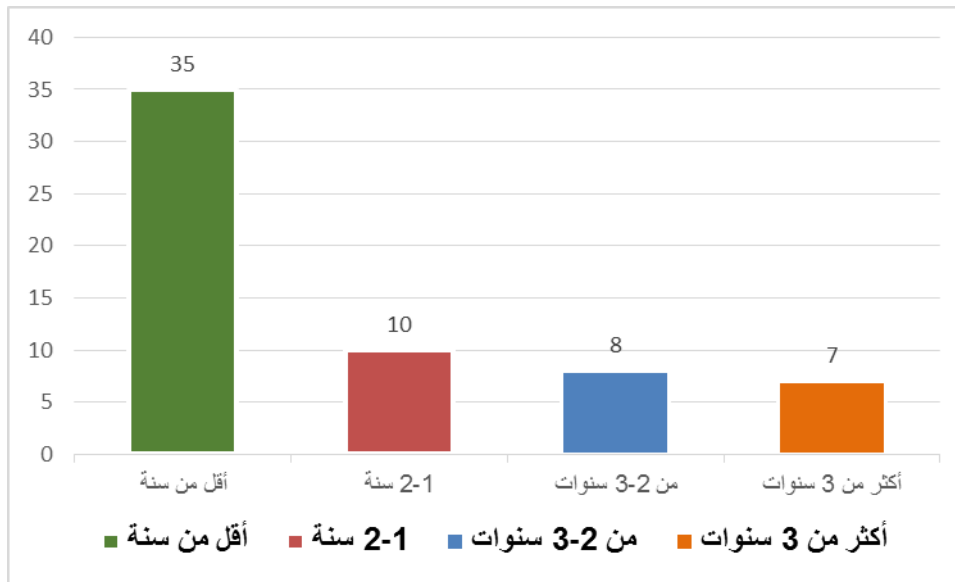
الشكل رقم (4) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدام تويتر

من خلال الجدول أعلاه رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا على السؤال "استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر"؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل «نادرا» بتكرار (41) فردا بنسبة مئوية بلغت 68.3%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 24.0%، في حين أن الإجابة بالبديل " دائما " فقد بلغ عددهم (04) فردا بنسبة مئوية بلغت 6.7%، مما يعني أن مجتمع الدراسة نادرا ما يستخدم موقع التدوين المصغر "تويتر" ومن هنا يمكن القول أن الطلبة الجامعيين لا يستخدمون موقع التدوين المصغر تويتر بصفة دائمة وذلك لكل ما أتاحت لهم الفرصة بما أنهم لديهم انشغالات والتزامات لذلك فلا يستطيعون أن يكونوا على اتصال دائم بالتويتر وهناك مواقع أخرى قد تكون أكثر من تويتر شعبية بالنسبة لهم مثل الفيس بوك الذي يوفر خصائص تسمح

للمستخدم بتناولها دون حدوث عراقيل لبساطتها وجودتها بنفس الوقت ، مما سمح للفييس بوك بالوصول إلى تسجيل 20 مليون تطبيق خلال 60 ثانية فقط ، على عكس تويتر الذي يستخدمه الخبراء والمختصين لذا فهو يحتاج إلى مهارات عالية . وهو ما لا نجده في أغلب الأحيان عند الطلبة الذين قد تكون مهاراتهم محدودة في هذا المجال .

الجدول رقم (5) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة الاستخدام .

النسبة %	التكرار	البديل
58,3	35	أقل من سنة
16,7	10	1-2 سنة
13,3	8	من 2-3 سنوات
11,7	7	أكثر من 3 سنوات
100	60	المجموع



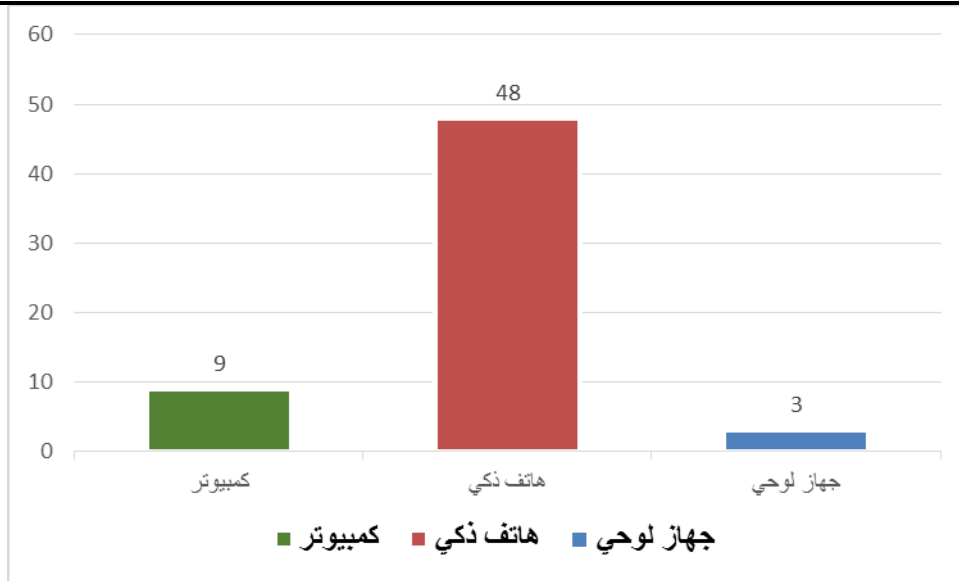
الشكل (05) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة الاستخدام

من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال "ما هي مدة الاستخدام؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "أقل من سنة" (35) فرداً بنسبة مئوية بلغت 58.3%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من 1-2 سنة" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.7%، في حين أن الإجابة بالبديل "من 2-3 سنوات" فقد بلغ عددهم (08) فرداً بنسبة مئوية بلغت 13.3%، أما نسبة 11.7% فتمثل إجابات أفراد العينة على السؤال بالبديل "أكثر من 3 سنوات" والبالغ عددهم (07) أفراد، مما يعني أن مجتمع الدراسة حديث الاستخدام لـ "تويتر"

ومن هنا يمكن القول بأن مدة استخدام قد تعود إلى كفاءة كل مبحوث ، ودرجة استخدامه لموقع التدوين المصغر وارتباطه بها ، ومدى الاستفادة منها في كل ما يتعلق بنشاط العمل، والواقع الاجتماعي ، كذلك هي تقنية جديدة على المجتمع الجزائري وخاصة الطلبة الذي يستغرق وقت لاستيعاب هذه الخدمات الالكترونية .

الجدول رقم(6) يبين الوسيلة التي يستخدمها الطلبة الجامعيين للولوج إلى موقع التدوين المصغر " تويتر "

النسبة %	التكرار	البدائل
15	9	كمبيوتر
80	48	هاتف ذكي
5	3	جهاز لوحي
100	60	المجموع



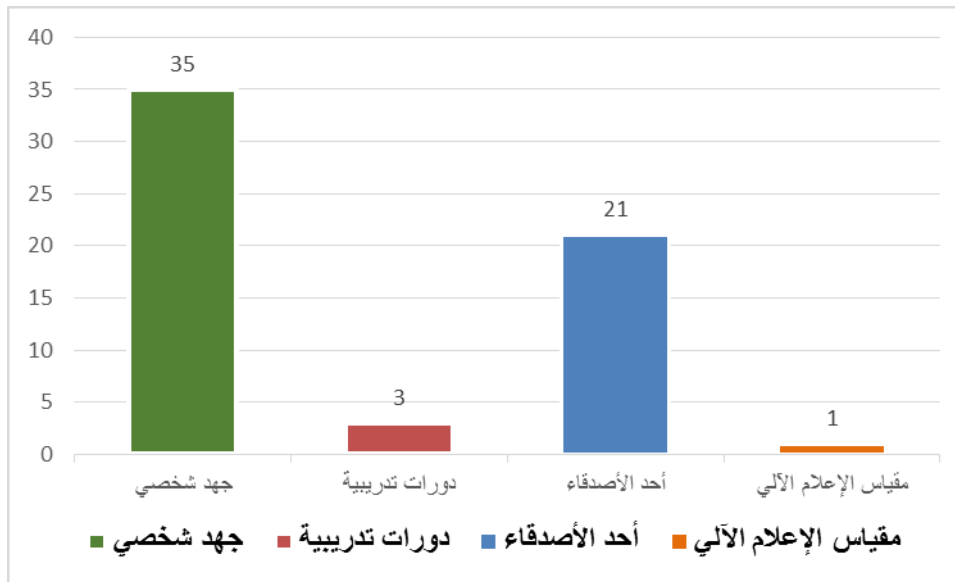
الشكل رقم (06) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوسيلة التي يتصفحون من خلالها حسابهم الخاص على تويتر

من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال "ما هي الوسيلة التي يتصفحون من خلالها حسابهم الخاص على تويتر؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "هاتف ذكي" ب (48) فرداً بنسبة مئوية بلغت 80.0%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "كمبيوتر" والبالغ عددهم (09) بنسبة مئوية قدرت ب 15.0%، في حين أن الإجابة بالبديل "جهاز وحي" فقد بلغ عددهم (03) فرداً بنسبة مئوية بلغت 05.0% ، مما يعني أن مجتمع الدراسة يتصفح تويتر من خلال الهاتف النقال

ومن هنا يمكن القول أن وسائل التكنولوجيا الحديثة ساهمت في تسهيل الوصول إلى الشبكات الاجتماعية بدرجة كبيرة، و ذلك لسرعتها وجودتها ، ولصغر حجمها مما يسهل الولوج للانترنت .

الجدول رقم (7) تعلمت استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر" بواسطة؟

النسبة %	التكرار	البدائل
58,3	35	جهد شخصي
5	3	دورات تدريبية
35	21	أحد الأصدقاء
1,7	1	مقياس الإعلام الآلي
100	60	المجموع



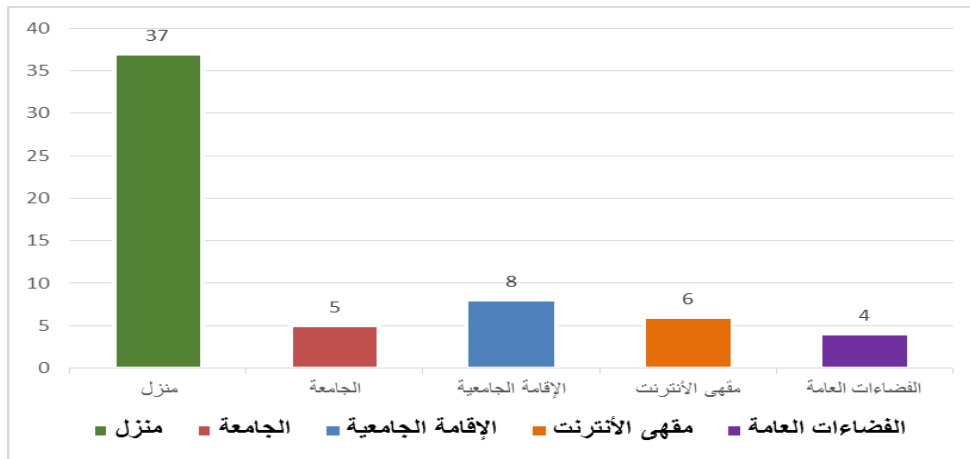
الشكل رقم (07) يوضح أفراد عينة الدراسة حسب كيفية تعلم استخدام موقع تويتر

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " تعلمت استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر" بواسطة؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدائل "جهد شخصي" بتكرار (35) فرداً بنسبة مئوية بلغت 58.3%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدائل "أحد الأصدقاء" والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 35.0%، في حين أن الإجابة بالبدائل "دورات تدريبية" فقد بلغ عددهم (03) فرداً بنسبة مئوية بلغت 5.0% ، أما نسبة 1.7% فتمثل إجابات أفراد العينة على السؤال بالبدائل "مقياس الإعلام الآلي" بتكرار قدره (01) مما يعني أن مجتمع الدراسة تعلمت استخدام موقع التدوين المصغر من خلال الأصدقاء.

من هنا يمكن القول بأن أغلب الطلبة تعلموا عن طريق الجهد الشخصي وذلك لحب التعلم ومواكبة التكنولوجيا الجديدة والإبحار في هذا العالم الافتراضي بكل راحة ، كما أن طبيعة استخدامهم تتطلب نوع من الخصوصية وعدم الأريحية عن طريق الأصدقاء والدورات التدريبية ومقياس الإعلام الآلي ذلك لحب الإطلاع وحب الاستكشاف عن طريق الجهد الشخصي .

الجدول رقم (8) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة ما هي الأماكن المفضلة لديك لتصفح موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

النسبة %	التكرار	البدائل
61,7	37	منزل
8,3	5	الجامعة
13,3	8	الإقامة الجامعية
10	6	مقهى الانترنت
6,7	4	الفضاءات العامة
100	60	المجموع



الشكل رقم (08) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الأماكن المفضلة لتصفح موقع تويتر

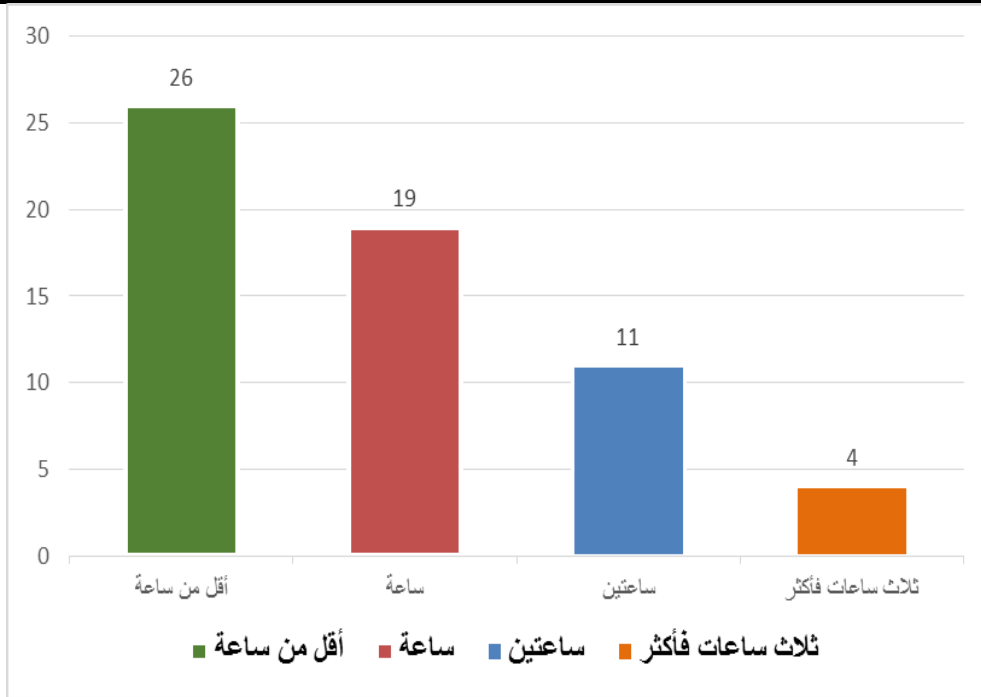
من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال "ما هي الأماكن المفضلة لديك لتصفح موقع التدوين المصغر "تويتر"؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدائل "منزل" بتكرار (37) فرداً بنسبة مئوية بلغت 61.7%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال

بالبديل "الإقامة الجامعية" والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.3%، أما نسبته 10.0% فتمثل إجابات أفراد العينة على السؤال بالبديل "مقهى الانترنت" بتكرار قدره بـ (06)، في حين أن الإجابة بالبديل "الجامعة" فقد بلغ عددهم (05) فردا بنسبة مئوية بلغت 8.3%، أما نسبة 6.7% فتمثل إجابات أفراد العينة على السؤال بالبديل "الفضاءات العامة" بتكرار قدره بـ (04) مما يعني أن الأماكن المفضلة لديك لتصفح موقع التدوين المصغر "تويتر" هي المنزل.

من هنا يمكن القول بأن المنزل هو أنسب مكان للتصفح، لأنه في أغلب الأماكن الأخرى قد تحدث عناصر تشويش تعرقل عملية التصفح والتركيز، وبالتالي البيت فيه كل ما يحتاجه المتصفح من خصوصية وهدوء وتهيئة الجو الذي يناسبه لاستخدام الانترنت، أيضا هناك من يستخدم تويتر من مكان الدراسة بالهاتف بين الحمصص، كما أن هناك من يقص مقاهي الانترنت لعدم توفر الانترنت في المنزل.

الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة ما المدة التي تقضيها في كل جلسة عند استخدامك لموقع التدوين المصغر "تويتر"؟

النسبة %	التكرار	البديل
43,3	26	أقل من ساعة
31,7	19	ساعة
18,3	11	ساعتين
6,7	4	ثلاث ساعات فأكثر
100	60	المجموع



الشكل رقم (09) يوضح توزيع أفراد عينة حسب متغير المدة المستغرقة لتصفح موقع تويتر

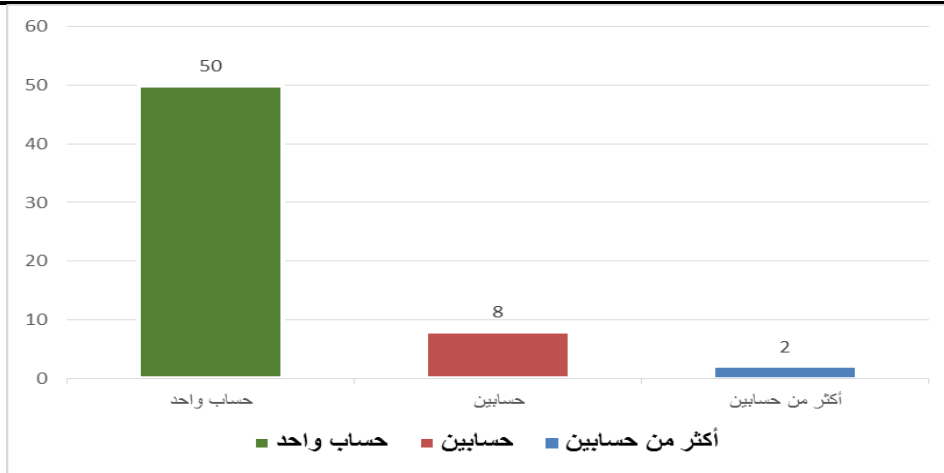
من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال "ما المدة التي تقضيها في كل جلسة عند استخدامك لموقع التدوين المصغر "تويتر"؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "أقل من ساعة" بتكرار (26) فرداً بنسبة مئوية بلغت 43.3%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ساعة" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 31.7%، أما نسبته 18.3% فتمثل إجابات أفراد العينة على السؤال بالبديل "ساعتين" بتكرار قدره (11) ، في حين أن

الإجابة بالبديل "ثلاث ساعات فأكثر" فقد بلغ عددهم (04) فردا بنسبة مئوية بلغت 6.7% ، مما يعني أن المدة التي تقضيها في كل جلسة عند استخدامك لموقع التدوين المصغر "تويتر"؟ هي اقل من ساعة

ومن هنا يمكن القول أن المبحوثين لا يطلعون على حسابهم على تويتر لفترة زمنية طويلة ،وقد يرجع ذلك لانشغالهم الدائم ،وعدم توفر الوقت الكافي ، ويرجع أيضا لسهولة استخدام الموقع التي تنطلق من مبدأ السرعة في تبديل المعلومات ، مما لا يتطلب وقتا طويلا ، أما بالنسبة للذين يستغرقون وقت أطول ، ربما يكون لديهم أكثر من حاجة كالإطلاع على أكثر من رسالة ، أو العمل على تنزيل كل ما هو جديد بصفة مستمرة وتحميل الأعمال المهمة والتي تخدم مجال دراستهم .

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة عدد الحسابات التي تمتلكها على موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

النسبة %	التكرار	البديل
83,3	50	حساب واحد
13,3	8	حسابين
3,3	2	أكثر من حسابين
100	60	المجموع



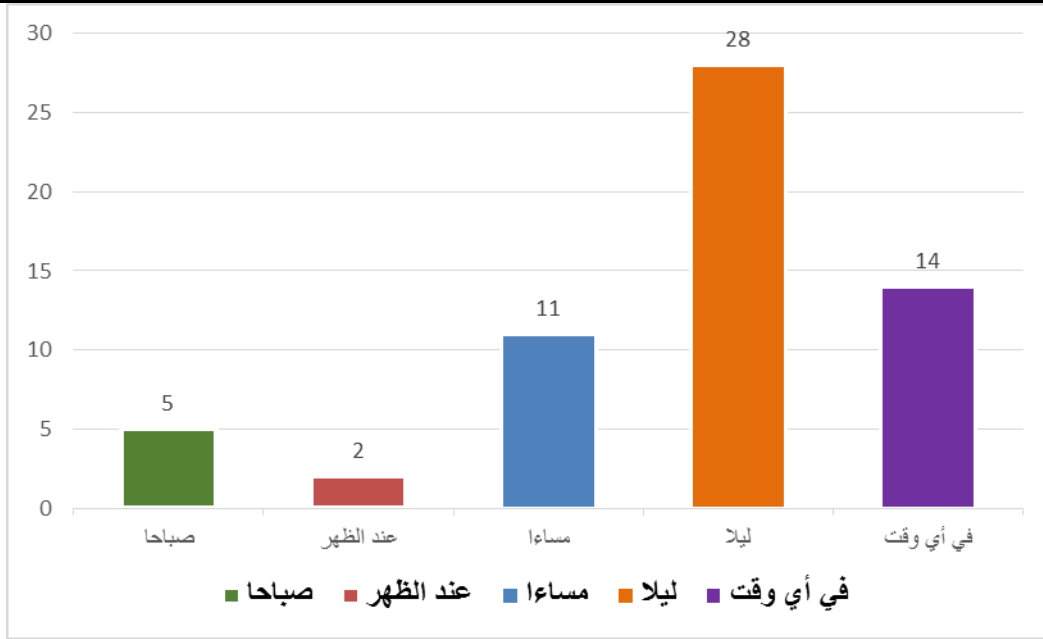
الشكل رقم (10) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد الحسابات التي يملكها على موقع تويتر

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا على السؤال "عدد الحسابات التي تمتلكها على موقع التدوين المصغر "تويتر"؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال

بالبديل "حساب واحد" وقد بلغ عددهم (50) فردا بنسبة مئوية بلغت 83.3%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "حاسبين" والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.3%، في حين أن الإجابة بالبديل "أكثر من حاسبين" فقد بلغ عددهم (02) فردا بنسبة مئوية بلغت 03.3%، مما يعني أن عدد الحسابات التي تمتلكها على موقع التدوين المصغر "تويتر" حساب واحد ومن هنا يمكن القول بأن أغلب الطلبة يملكون حساب واحد على تويتر ولأن الطلبة لا يملكون الوقت الكافي لفتح أكثر من حساب وباستنادنا إلى الجدول رقم (09) تحت عنوان عدد الساعات التي يقضيها الطلبة على موقع تويتر نجد أن معظم الطلبة يقضون اقل من ساعة بنسبة 43.3% وساعة بنسبة 19% وساعتين بنسبة 18% وثلاث ساعات بنسبة 6.7% وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن الطلبة لا يملكون الوقت الكافي لفتح أكثر من حساب واحد حتى ولو كانوا يستخدمونه لمدة ثلاث ساعات، وكذا انشغالهم بخدمات الانترنت الأخرى .

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة الأوقات المفضلة لديك لتصفح موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

النسبة %	التكرار	البديل
8,3	5	صباحا
3,3	2	عند الظهر
18,3	11	مساء
46,7	28	ليلا
23,3	14	في أي وقت
100	60	المجموع



الشكل رقم (11) يوضح أفراد عينة الدراسة حسب الأوقات التي يفضلها لتصفح موقع تويتر

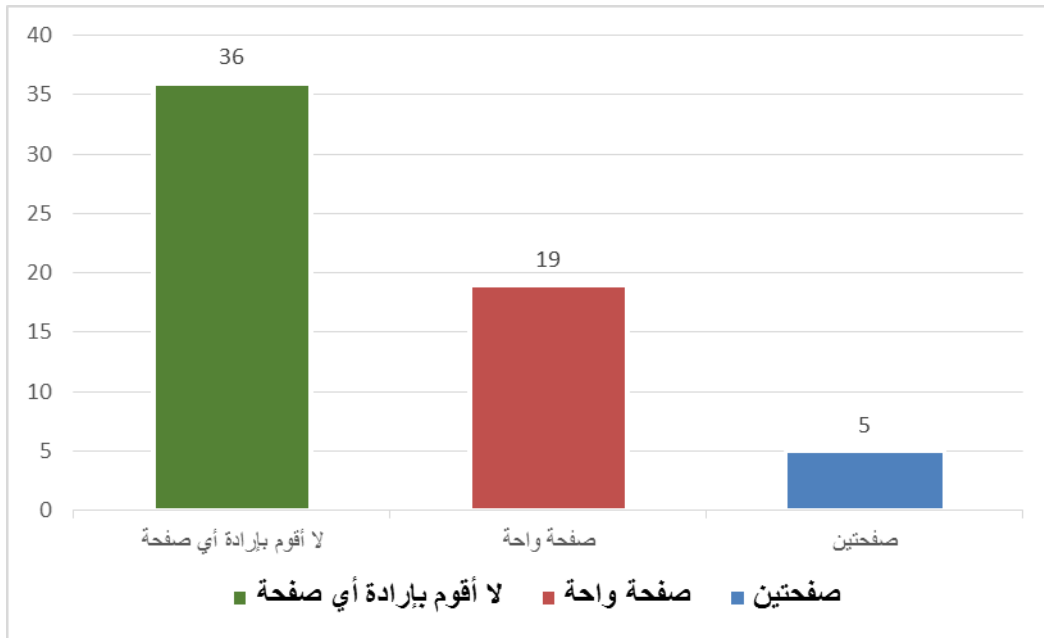
من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال "الأوقات المفضلة لديك لتصفح موقع التدوين المصغر "تويتر"؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " ليلا " وقد بلغ عددهم (28) فرداً بنسبة مئوية بلغت 46.7%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " في أي وقت " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.3%، في حين أن الإجابة بالبديل "مساء" فقد بلغ عددهم (11) فرداً بنسبة مئوية بلغت 18.3%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " صباحا " والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 8.3%، نسبة 3.3% فتمثل إجابات

أفراد العينة بالبديل "عند الظهر" بتكرار قدر ب(02) مما يعني أن الليل هو الوقت المفضلة لتصفح موقع التدوين المصغر "تويتر"

من هنا يمكن القول بأن فترات التي تتاح للمبحوث لتصفح حسابه على تويتر هي خلال الفترة الليلية ، و في أي وقت ، وهي تقريبا الفترات التي كون فيها المبحوث خارج أوقات الدراسة ، وهي أكثر الأوقات التي يكون الفرد مرتاحا في تصفحه للانترنت بصفة عامة ، فضلا عما يوفره المنزل من خصوصية في الاستخدام ، أما باقي الفترات فقد يكون المبحوثين منشغلين بمسؤوليات أخرى كالدراسة .

الجدول رقم (12) يبين عدد الصفحات الرسمية التي تقوم بإدارتها على موقع التدوين المصغر " تويتر "

النسبة %	التكرار	البديل
60	36	لا أقوم بإعادة أي صفحة
31,7	19	صفحة واحدة
8,3	5	صفحتين
100	60	المجموع



الشكل رقم (12) يوضح أفراد عينة الدراسة حسب عدد الصفحات الرسمية التي يقوم بإدارتها على موقع

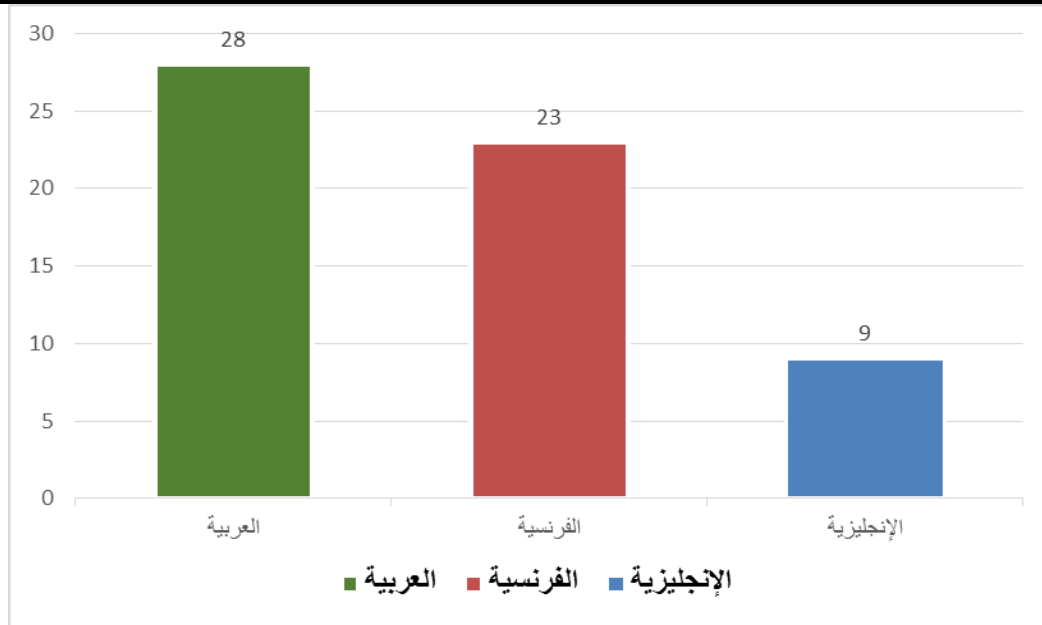
تويتر

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " ما هي عدد الصفحات الرسمية التي تقوم بإدارتها على موقع التدوين المصغر " تويتر؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " لا أقوم بإرادة أي صفحة " وقد بلغ عددهم (36) فرداً بنسبة مئوية بلغت 60.0%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " صفحة واحدة " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 31.7%، في حين أن الإجابة بالبديل "صفحتين" فقد بلغ عددهم (5) افراداً بنسبة مئوية بلغت 8.3%، مما يعني أن اغلب مجتمع الدراسة يدير صفحة واحدة

ومن هنا يمكن القول بأن الطلبة لا يقومون بإدارة أي صفحة على موقع التدوين المصغر " تويتر " وذلك لأنهم حديثو الاستخدام لهذا الموقع و مازالوا لم يتعرفوا جيداً على كيفية استخدامه .

الجدول رقم (13) يبين اللغة المستخدمة على واجهة موقع التدوين المصغر " تويتر " .

النسبة %	التكرار	البديل
46,7	28	العربية
38,3	23	الفرنسية
15	9	الإنجليزية
100	60	المجموع



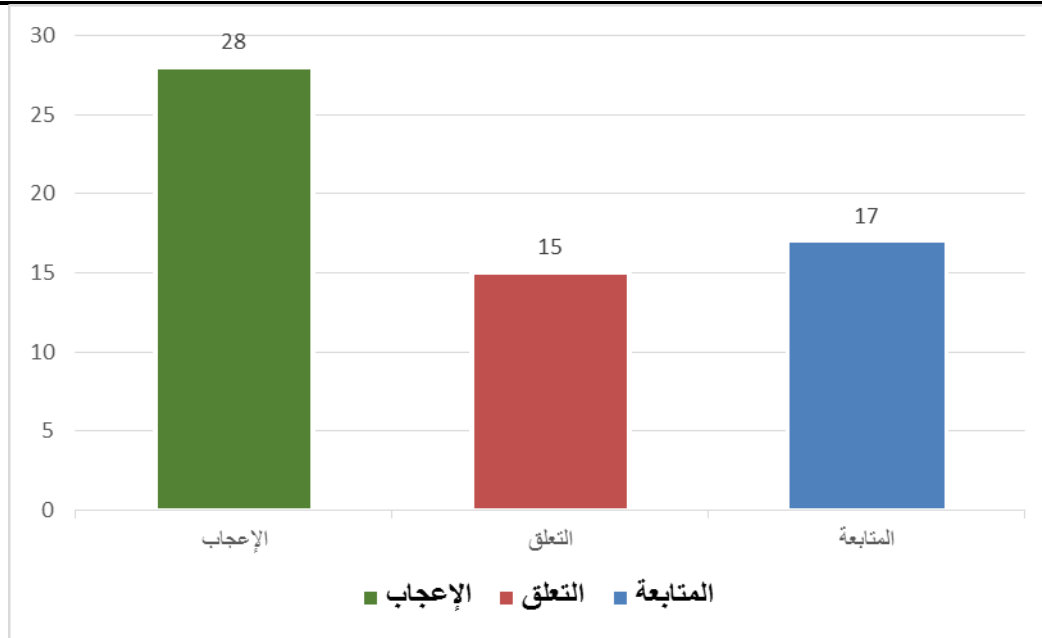
الشكل رقم (13) يوضح أفراد عينة الدراسة حسب اللغة المستخدمة على واجهة موقع تويتر

من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال "اللغة المستخدمة على واجهة موقع التدوين المصغر " تويتر " ؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "العربية" ب (28) فرداً بنسبة مئوية بلغت 46.7%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الفرنسية" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 38.3%، في حين أن الإجابة بالبديل "الإنجليزية" " فقد بلغ عددهم (9) فرداً بنسبة مئوية بلغت 15.0%، مما يعني أن أغلب الطلبة يستعملون اللغة العربية وذلك لعدم تمكنهم من اللغتين الفرنسية والإنجليزية وسهولة التعبير بها ووجود أريحية في التواصل وتبادل أطراف الكلام باللغة العربية وكذا خاصية استخدام تويتر تلزمه بعدم تجاوز 140 حرف، ولا توجد سلطة مركزية لإدارة تويتر وتوجيهه

، ويقدم فيه بأي شيء وبجربة كاملة ويكون لكل مستخدم الحرية التامة في دعوة الناس لمشاركة من يختارهم من مستخدمي الموقع .

الجدول رقم (14) يبين التفاعلات التي تقوم بها على موقع التدوين المصغر "تويتر "

النسبة %	التكرار	البديل
46,7	28	الإعجاب
25	15	التعلق
28,3	17	المتابعة
100	60	المجموع



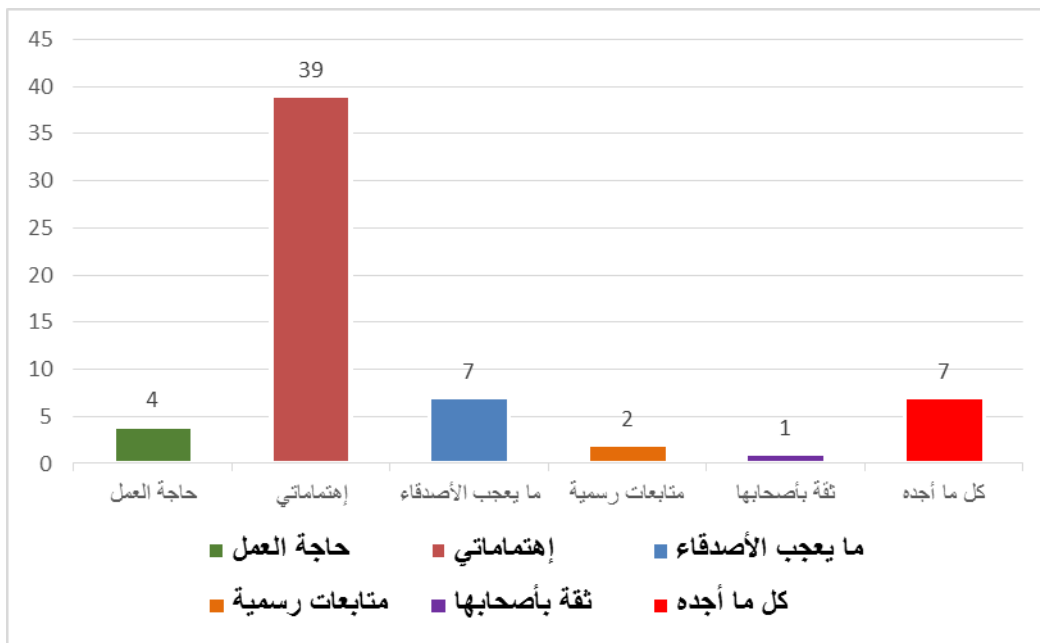
الشكل رقم (14) يوضح أفراد عينة الدراسة حسب التفاعلات التي يقوم بها على موقع تويتر

من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال "التفاعلات التي تقوم بها على موقع التدوين المصغر "تويتر "؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "الإعجاب " بتكرار (28) فرداً بنسبة مئوية بلغت 46.7%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " المتابعة " والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.7%، في حين أن الإجابة بالبديل " التعليق " فقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 25.0%، مما يعني أن أغلب الطلبة تتفاعل مع المنشورات وذلك بالضغط على الإعجاب حتى يصلها الجديد مما ينشر، وتعلق بنسبة قليلة وذلك لما تقضيه من وقت قليل لتصفح

موقع تويتر ، ويدل على أن أفراد العينة أحيانا يكونون متابعين ومعجبين فقط مع الأحداث والأخبار ، وقد يرجع هذا إلى ميولهم واهتماماتهم لأخبار وأحداث على حساب أخبار أخرى .

الجدول رقم (15) يبين أسباب تسجيل متابعة **follow** على موقع التدوين المصغر " تويتر " .

النسبة %	التكرار	البديل
6,7	4	حاجة العمل
65	39	اهتماماتي
11,7	7	ما يعجب الأصدقاء
3,3	2	متابعات رسمية
1,7	1	ثقة بأصحابها
11,7	7	كل ما أجده
100	60	المجموع



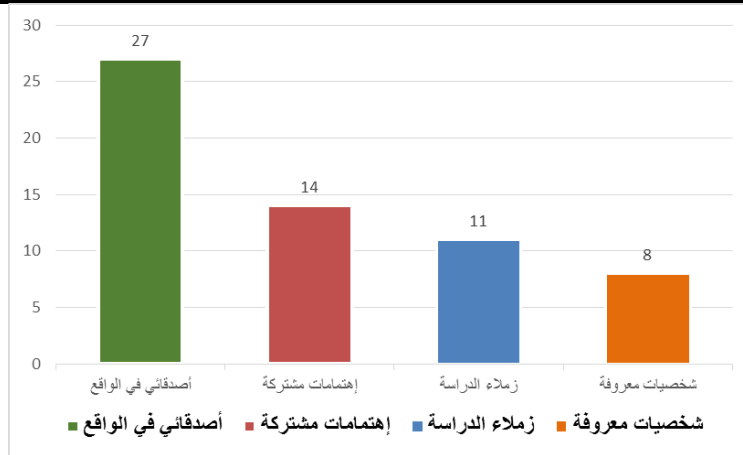
الشكل رقم (15) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أسباب تسجيل متابعة **follow** لموقع تويتر

من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال "أسباب تسجيل متابعة **follow** على موقع التدوين المصغر " تويتر "؟" ، تمثلت إجاباتهم على

السؤال بالبديل "اهتماماتي" بتكرار (39) فردا بنسبة مئوية بلغت 65.0%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " ما يعجب الأصدقاء " والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.7%، في حين أن الإجابة بالبديل "كل ما أجده" فقد بلغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.7%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "حاجة العمل" والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ 06.7%، في حين أن الإجابة بالبديل "متابعة رسمية" فقد بلغ عددهم (02) فردا بنسبة مئوية بلغت 03.3%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " ثقة بأصحابها " والبالغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت بـ 01.7%، مما يعني أن من هنا يمكن القول بأن أغلب الطلبة دافعهم لتسجيل المتابعة هو حسب اهتماماتهم وذلك بالنقر على الزر follow لتكوين صداقات جديدة بشكل آلي مع أي شخص ولا يوجد حد لعدد الصداقات والأصدقاء على موقع تويتر .

الجدول رقم (16) يبين الأصدقاء الذين تقوم بمتابعتهم follow عبر موقع التدوين المصغر " تويتر "

النسبة %	التكرار	البديل
45	27	أصدقائي في الواقع
23,3	14	اهتمامات مشتركة
18,3	11	زملاء الدراسة
13,3	8	شخصيات معروفة
100	60	المجموع

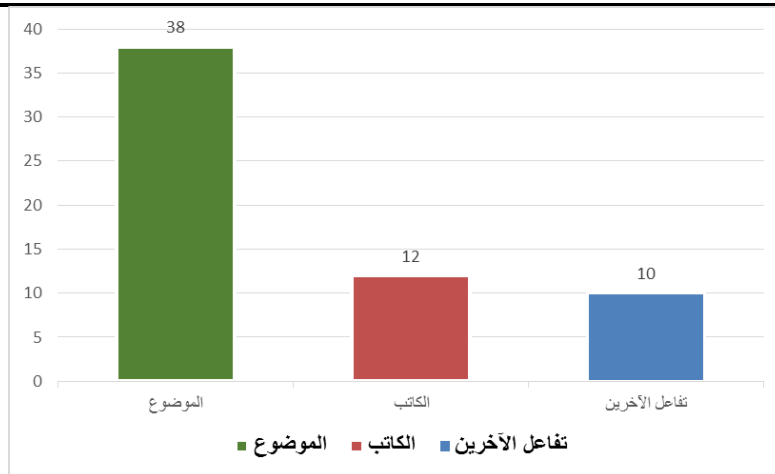


الشكل رقم (16) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الأصدقاء الذين تقومون بمتابعتهم follow عبر موقع تويتر

من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال "الأصدقاء الذين تقوم بمتابعتهم **follow** عبر موقع التدوين المصغر " تويتر "؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل «أصدقائي في الواقع» بتكرار (27) فرداً بنسبة مئوية بلغت 45.0%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " اهتمامات مشتركة " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.3%، في حين أن الإجابة بالبديل "زملاء الدراسة " فقد بلغ عددهم (11) فرداً بنسبة مئوية بلغت 18.0 %، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " شخصيات معروفة " والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.3%، مما يعني انو من هنا يمكن القول بأن الطلبة الجامعيين يقومون بمتابعتهم **follow** عبر تويتر للأصدقاء في الواقع لوصول أحدث الرسائل، وحازت بأعلى نسبة من إجمالي عدد العينة وذلك راجع أن المبحوث يتعامل مع أصدقائه في الواقع على غرار اهتمامات أخرى وهذا راجع لطبيعة المبحوث .

الجدول رقم (17) يبين تعامل مع التغريدات على موقع التدوين المصغر " تويتر " .

النسبة %	التكرار	البديل
63,3	38	الموضوع
20	12	الكاتب
16,7	10	تفاعل الآخرين
100	60	المجموع

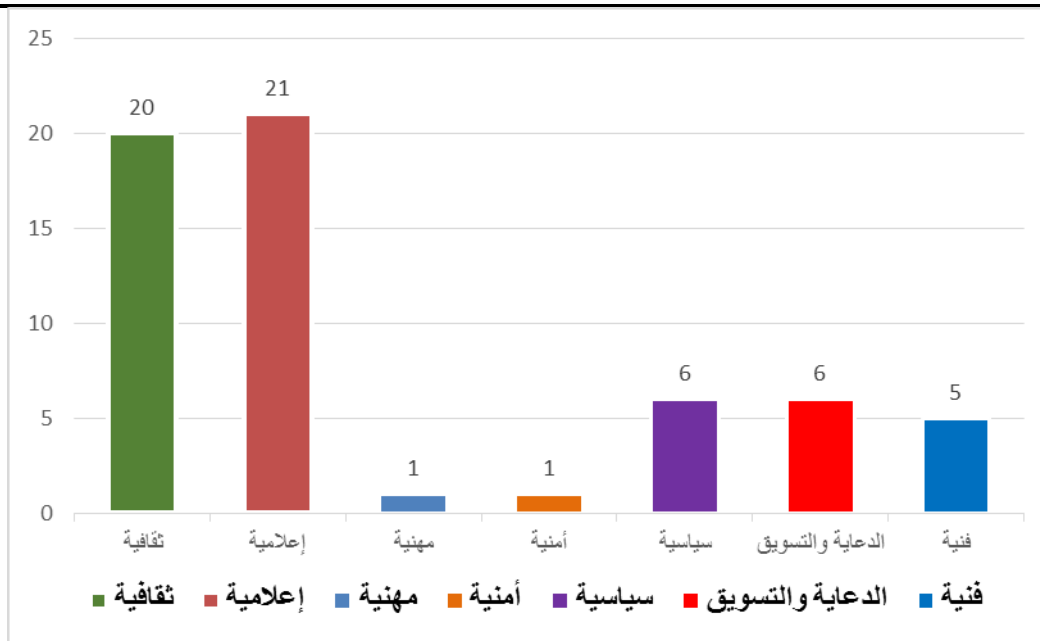


الشكل رقم (17) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التعامل مع التغريدات على موقع تويتر

من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال "تعامل مع التغريدات على موقع التدوين المصغر " تويتتر"؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل «الموضوع» بتكرار (38) فرداً بنسبة مئوية بلغت 63.3%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الكاتب " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 20.0%، في حين أن الإجابة بالبديل "تفاعل الآخرين " فقد بلغ عددهم (10) فرداً بنسبة مئوية بلغت 16.7%، مما يعني انو من هنا يمكن القول بأن أغلب الطلبة الجامعيين يتعاملون مع التغريدات حسب الميول الشخصية لكل فرد (مبحوث) ، وبالتالي قد تكون من أجل الاستفادة العلمية والمعرفية كالوصول إلى أبعد المسافات الافتراضية التي يعجزون عن الوصول إليها على أرض الواقع ومعرفة كل ما هو جديد في ميدان دراستهم وتخصصهم ،أيضا للتعارف وبناء صداقات عبر الدول ما يعطي الفرد فرصة التعرف على كل ما هو جديد ، كما أنه يعتبر ملجأً للترفيه والتسلية في أشياء مفيدة ، كمتابعة الأخبار المهمة ،ومشاركتها بإعادة نشرها ، بالنسبة للتغريد مكنهم من تدوين وإرسال رسائل فورية عن كل مجريات حياتهم ما يجعلهم أقرب من بعضهم البعض .

الجدول رقم (18) يبين الموضوعات التي تفضلها وتنال اهتمامك في موقع التدوين المصغر " تويتر " .

النسبة %	التكرار	البديل
33,3	20	ثقافية
35	21	إعلامية
1,7	1	مهنية
1,7	1	أمنية
10	6	سياسية
10	6	الدعاية والتسويق
8,3	5	فنية
100	60	المجموع



الشكل رقم (18) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الموضوعات التي تفضلها وتنال اهتمامك في

موقع تويتر

من خلال الجدول أعلاه رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال "الموضوعات التي تفضلها وتنال اهتمامك في موقع التدوين المصغر " تويتر " ؟" ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل «إعلامية» بتكرار (21) فرداً بنسبة مئوية بلغت 35.0%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم

على هذا السؤال بالبديل " ثقافية " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.3%، في حين أن الإجابة بالبديل "سياسية" فقد بلغ عددهم (06) فردا بنسبة مئوية بلغت 10.0 %، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الدعاية والتنسيق " والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.0%، في حين أن الإجابة بالبديل "فنية" فقد بلغ عددهم (05) فردا بنسبة مئوية بلغت 08.3 %، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مهنية " والبالغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت بـ 1.7%، في حين أن الإجابة بالبديل "أمنية" فقد بلغ عددهم (01) فردا بنسبة مئوية بلغت 1.7 %، مما يعني انو من هنا يمكن القول بأن الطلبة يفضلون المواضيع الإعلامية بالدرجة الأولى ، حيث نجد أن لكل مباحث له مواضيع، وهذا ربما لكونه يلي أكثر من إشباع واحد، ويحقق لمستخدميه كل ما يطلبونه من معلومات سياسية وتسويقية أكثر منها ثقافية .

المحور الثالث : دوافع استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر"
الجدول رقم (19) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب دوافع استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر"

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	معارض	رقم العبارة	
2	0.58125	2.6333	41	16	3	تكرار	1
			68.33%	26.67%	5.00%	نسبة	
1	0.53043	2.7	44	14	2	تكرار	2
			73.33%	23.33%	3.33%	نسبة	
4	0.72174	2.5667	42	10	8	تكرار	3
			70.00%	16.67%	13.33%	نسبة	
11	0.63313	2.35	26	29	5	تكرار	4
			43.33%	48.33%	8.33%	نسبة	
7	0.70109	2.5	37	16	7	تكرار	5
			61.67%	26.67%	11.67%	نسبة	
5	0.62232	2.55	37	19	4	تكرار	6
			61.67%	31.67%	6.67%	نسبة	
9	0.69786	2.4333	33	20	7	تكرار	7
			55.00%	33.33%	11.67%	نسبة	
8	0.67648	2.5	36	18	6	تكرار	8
			60.00%	30.00%	10.00%	نسبة	
12	0.73857	2.2833	27	23	10	تكرار	9
			45.00%	38.33%	16.67%	نسبة	
10	0.78312	2.3833	34	15	11	تكرار	10
			56.67%	25.00%	18.33%	نسبة	

			42	13	5	تكرار		
3	0.64022	2.6167	70.00%	21.67%	8.33%	نسبة	11	
			39	15	6	تكرار		
6	0.6746	2.55	65.00%	25.00%	10.00%	نسبة	12	
	0.28984	2.5056	المحور الأول					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن العبارة رقم (2) احتلت الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (2.7) وانحراف معياري قدر بـ (0,53043) ، أما العبارة رقم (1) فاحتلت المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.6333) وانحراف معياري (0.58125) ، أما فيما يخص المرتبة الثالثة فاحتلتها العبارة رقم (11) بمتوسط حسابي قدره (2.6167) وانحراف معياري (0.64022) ، في حين المرتبة الرابعة احتلتها العبارة (03) بمتوسط حسابي (2.5667) وانحراف معياري (0.72174) ، و احتلت العبارة رقم (06) المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2.55) وانحراف معياري قدر بـ (0.62232) ، أما العبارة رقم (12) فاحتلت المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (2.55) وانحراف معياري قيمته (0.6746) ، في حين عادة المرتبة السابعة للعبارة (05) بمتوسط حسابي (2.5) وانحراف معياري يقدر بـ (0.70109) أما المرتبة الثامنة فاحتلتها العبارة رقم (08) بمتوسط حسابي قدر بـ (2.5) وانحراف معياري قدره (0.67648) ، أما المرتبة التاسعة فكانت للعبارة (07) بمتوسط حسابي قدر بـ (2.5) وانحراف معياري قدره (0.62232) ، في حين احتلت العبارة رقم (09) المرتبة الحيرة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.2833) وانحراف معياري قدره (0.73857).

ولأن من خاصية موقع التدوين المصغر "تويتر" التواصل وتبادل الأخبار فإن أغلب الطلبة يستخدمون هذا الموقع لغرض التواصل ومتابعة الأخبار والتفاعل مع الآخرين ، كما أن موقع تويتر يتيح مساحة معتبرة من حرية للتعبير عن آرائهم دون قيود ورفع من معدل استخدامه لدى الطلبة .

المحور الثالث : الاشباع المحققة لاستخدام موقع التدوين المصغر "تويتر"
الجدول رقم (20) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاشباع التي يتم تحقيقها من خلال استخدام لموقع التدوين المصغر "تويتر"

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	معارض	رقم العبارة
2	0.61318	2.7167	48	7	5	تكرار
			80.00%	11.67%	8.33%	نسبة
7	0.59636	2.4833	32	25	3	تكرار
			53.33%	41.67%	5.00%	نسبة
1	0.4903	2.7833	49	9	2	تكرار
			81.67%	15.00%	3.33%	نسبة
10	0.73338	2.0667	18	28	14	تكرار
			30.00%	46.67%	23.33%	نسبة
5	0.70109	2.5	37	16	7	تكرار
			61.67%	26.67%	11.67%	نسبة
3	0.61868	2.5833	39	17	4	تكرار
			65.00%	28.33%	6.67%	نسبة
4	0.62346	2.5333	36	20	4	تكرار
			60.00%	33.33%	6.67%	نسبة
9	0.78312	2.2167	26	21	13	تكرار
			43.33%	35.00%	21.67%	نسبة
8	0.76561	2.4167	35	15	10	تكرار
			58.33%	25.00%	16.67%	نسبة
6	0.67648	2.5	36	18	6	تكرار
			60.00%	30.00%	10.00%	نسبة
	0.27296	2.48	المحور الثاني			

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن العبارة رقم (3) احتلت الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (2.7833) وانحراف معياري قدر بـ (0.4903) ، أما العبارة رقم (1) فاحتلت المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.7167)

وانحراف معياري (0.61318) ، أما فيما يخص المرتبة الثالثة فاحتلتها العبارة رقم (6) بمتوسط حسابي قدره (0.61318) وانحراف معياري (0.61868) ، في حين المرتبة الرابعة احتلتها العبارة (7) بمتوسط حسابي (2.5333) وانحراف معياري (0.62346) ، واحتلت العبارة رقم (5) المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2.5) وانحراف معياري قدره (0.70109) ، أما العبارة رقم (10) فاحتلت المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (2.5) وانحراف معياري قيمته (0.67648) ، في حين عادة المرتبة السابعة للعبارة (2) بمتوسط حسابي (2.4833) وانحراف معياري يقدر بـ (0.59636) أما المرتبة الثامنة فاحتلتها العبارة رقم (09) بمتوسط حسابي قدره بـ (2.4167) وانحراف معياري قدره (0.76561) ، أما المرتبة التاسعة فكانت للعبارة (08) بمتوسط حسابي قدره بـ (2.2167) وانحراف معياري قدره (0.78312) ، في حين احتلت العبارة رقم (04) المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره بـ (2.0667) وانحراف معياري قدره (0.73338).

من بين أهم الاشباكات التي يحققها موقع التدوين المصغر تويتر تثبت استخدامه التعرف على الأحداث والقضايا الجديدة والراهنة وتزويد الطلبة بالأخبار بمختلف أنواعها في شتى المجالات كما يسمح موقع تويتر بالتعبير عن أفكارهم وأرائهم حول هذه القضايا بحرية.

الجدول رقم (21) يمثل الربط بين الجنس مع استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

القرار	مستوى الدلالة	كا مربع	درجة الحرية	الجنس			تستخدم موقع التدوين المصغر "تويتر"؟	
				الإجمالي	أنثى	ذكر	تكرار	نسبة
غير دالة عند مستوى 0.05	0.638	0.899	2	4	2	2	تكرار	دائما
				6,7%	3,3%	3,3%	نسبة	
				15	11	4	تكرار	أحيانا
				25,0%	18,3%	6,7%	نسبة	
				41	26	15	تكرار	نادرا
				68,3%	43,3%	25,0%	نسبة	
				60	39	21	تكرار	المجموع
				100,0%	65,0%	35,0%	نسبة	

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على العلاقة بين استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر"؟ حسب متغير الجنس نلاحظ أنه كان هناك اختلاف واضح، وهذا ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت 0.899 وهي غير قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد علاقة في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01) والذي ينص على استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر"؟ تبعاً لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

تستخدم فئة الإناث موقع تويتر أكثر مما يستخدمه الذكور نتيجة الاشباع والرغبات التي يحققها هذا الموقع لفئة الإناث خاصة وأنهن يملكن الوقت بالإطلاع عليه وتصفح أكثر من الذكور.

الجدول رقم (22) يمثل الربط بين استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر" بواسطة والمستوى التعليمي .

القرار	مستوى الدلالة	كا مربع	درجة الحر ية	المستوى التعليمي			تعلمت استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر" بواسطة	
				الإجمالي	ماستر	ليسان س	تكرار	نسبة
دالة عند مستوى 0.05	0.03 4	8.66. 9	3	35	20	15	تكرار	جهد شخصي
				58,3%	33,3 %	25,0 %	نسبة	
				3	1	2	تكرار	دورات تدريبية
				5,0%	1,7%	3,3 %	نسبة	
				21	4	17	تكرار	أحد الأصدقاء
				35,0%	6,7%	28,3 %	نسبة	
				1	0	1	تكرار	مقياس الإعلام الآلي
				1,7%	0,0%	1,7 %	نسبة	
				60	25	35	تكرار	المجموع
				100,0 %	41,7 %	58,3 %	نسبة	

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة علمنا العلاقة بين تعلمت استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر" بواسطة؟ حسب متغير المستوى التعليمي نلاحظ أنه كان هناك اختلاف واضح، وهذا ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت 8.669 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه توجد علاقة في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04) والذي ينص على تعلمت استخدام موقع

التدوين المصغر "تويتر" بواسطة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

تختلف طريقة تعلم استخدام الطلبة للموقع التدوين المصغر تويتر باختلاف المستوى العلمي للطلبة غير أن طلبة الماستر تعلموا استخدام الموقع جهد شخصي، وهذا راجع إلى مستواهم الفكري وقدراتهم على سهولة التعلم، في حين تعلموا طلبة ليسانس استخدام موقع تويتر بواسطة أحد الأصدقاء وهذا راجع إلى نقص تدريبهم ونقص كفاءاتهم التكنولوجية خاصة في الإعلام الآلي.

الجدول رقم (23) يمثل الربط بين أسباب امتلاك حساب سري على موقع التدوين المصغر "تويتر"؟ و

المستوى التعليمي

القرار	مستوى الدلالة	كا مربع	درجة الحرية	المستوى التعليمي			أسباب امتلاك حساب سري على موقع التدوين المصغر "تويتر"؟	
				الإجمالي	ليسانس	ماستر	تكرار	نسبة
غير دالة عند مستوى 0.05	0.721	1.334	3	13	7	6	تكرار	أسباب عاطفية
				21,7%	11,7%	10,0%	نسبة	
				20	7	13	تكرار	أسباب اجتماعية
				33,3%	11,7%	21,7%	نسبة	
				23	9	14	تكرار	أسباب ثقافية
				38,3%	15,0%	23,3%	نسبة	
				4	2	2	تكرار	اسباب سياسية
				6,7%	3,3%	3,3%	نسبة	
				60	25	35	تكرار	المجموع
				100,0%	41,7%	58,3%	نسبة	

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على العلاقة بين أسباب امتلاك حساب سري على موقع التدوين المصغر "تويتر"؟ حسب متغير المستوى التعليمي نلاحظ أنه كان هناك اختلاف واضح، وهذا ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت 4.312 وهي غير قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد علاقة في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01) والذي ينص على أسباب امتلاك حساب سري على موقع التدوين المصغر "تويتر"؟ تبعا لمتغير المستوى التعليمي ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%، وهذا راجع إلى سرية المواضيع المنشورة.

خاتمة

خاتمة :

مهدت شبكة الانترنت لظهور مجموعة من المواقع الإلكترونية أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي ، وموقع تويتر أحد أهم هذه المواقع التي شاع استخدامها في الآونة الأخيرة ، فكان مساحة للتعبير ، وإبداء الرأي وتبادل المعارف والأفكار والتفاعل بين مشتركيه ، وبالتالي اختاره الكثيرون لجعله فضاء علمي يتلقون ويرسلون عبره معلومات علمية ومفيدة ، ومن بين الأشخاص الذين ساعدتهم موقع تويتر هم الطلبة الجامعيين ، فقد ساعدتهم على التواصل مع ذوي نفس الاختصاص يجعله صالة رقمية يتبادلون فيها مختلف الأخبار و المعلومات ، وللتواصل أخبارهم وكل ما يتعلق بهم مع الطلبة الجامعيين يجعله وسيلة لتلقي المعلومات وإبداء الآراء في العديد من القضايا بكل حرية .
ومن هنا بدأ تويتر يلقي رواجاً من قبل هذه الشرائح في المجتمع ، ومع ذلك مازال هناك حالة عدم الوعي بأهمية موقع تويتر من قبل بعض الطلبة الجامعيين الذين لحد الآن يستخدمون الوسائل التقليدية .

وبالتالي من خلال دراستنا استخلصنا عدة توصيات واقتراحات نوجزها في مايلي :

- إجراء المزيد من البحوث المستقبلية التي تركز على استخدام تويتر وذلك لما يتميز به من خصائص .
- العمل على تجسيد مبدأ العمل عبر الشبكة ، خاصة تويتر .

نتائج الدراسة:

لقد كشفت الدراسة التي قمنا بها والتي تدور حول استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر " تويتر " و الاشباع المحققة منه بجامعة سطيف -2- قسم علوم الإعلام والاتصال على جملة من النتائج أجبنا من خلالها على تساؤلات الدراسة ولعل أبرز هذه النتائج مايلي :

- 1- الطلبة الجامعيين يستخدمون تويتر هم طلبة ليسانس .
 - 2- كشفت الدراسة أن الطلبة الجامعيين نادرا ما يستخدمون موقع التدوين المصغر "تويتر" بنسبة 68%.
 - 3- توصلت الدراسة أن الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع تويتر منذ أقل من سنة بنسبة 58.3%.
 - 4- الطلبة الجامعيين يستخدمون الهاتف الذكي عند تصفح موقع تويتر.
 - 5- أغلب الطلبة الجامعيين تعلموا كيفية استخدام موقع التدوين المصغر عن طريق الجهد الشخصي .
 - 6- توصلت الدراسة إلى أن المكان المفضل لتصفح موقع التدوين المصغر هو المنزل بنسبة 61.7% .
 - 7- كما كشفت الدراسة أن عدد الساعات التي يقضيها الطلبة الجامعيين في استخدام موقع التدوين المصغر هي أقل من ساعة .
 - 8- الطلبة الجامعيين يملكون حساب واحد على موقع تويتر .
 - 9- الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع تويتر في الفترة الليلية .
 - 10- توصلت الدراسة إلى أن الطلبة الجامعيين لا يقومون بإدارة أي صفحة على موقع التدوين المصغر " تويتر "
 - 11- كشفت الدراسة أن الطلبة الجامعيين يستخدمون اللغة العربية على واجهة موقع التدوين المصغر
 - 12- توصلت الدراسة إلى أن الطلبة الجامعيين يقومون بالإعجاب فقط على موقع التدوين المصغر " تويتر " .
 - 13- توصلت الدراسة إلى أن أسباب تسجيل المتابعة follow على موقع تويتر تكون حسب اهتماماتهم .
 - 14- كشفت الدراسة على أن الأصدقاء الذين يقومون بمتابعتهم على موقع تويتر هم أصدقاء الواقع .
 - 15- الطلبة الجامعيين يتعاملون مع التغريدات على موقع تويتر حسب الموضوع .
 - 16- الطلبة الجامعيين يفضلون المواضيع الإعلامية والثقافية والتي تنال اهتمامهم على موقع التدوين المصغر .
 - 17- من أبرز دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر " تويتر " :
- أ- أغلب الطلبة الجامعيين يوفقون بأن موقع "تويتر" يمنح مساحة من حرية التعبير والرأي والجرأة بعيدا عن الرقابة والقيود بنسبة 41%.

ب- أغلب الطلبة يوفقون بنسبة 44 % بأن موقع تويتر يستخدم للتواصل والتفاعل مع الآخرين اجتماعيا وفكريا وشخصيا ومتابعة أخبارهم وكل ما يتعلق بهم .

ت- أغلب الطلبة الجامعيين يستخدمون تويتر للحصول على المعلومات والأخبار والثقافة العامة عن مختلف القضايا بعيدا عن الحدود الزمكانية .

ث- أغلب الطلبة يستخدمون تويتر وذلك بما يتمتع به من موضوعية ومصداقية يستحق المتابعة .

ج- يستخدمون الطلبة موقع تويتر للإعلان عن مختلف النشاطات الشبانية الفكرية والتطوعية والسياسية وغيرها.

ح- يتيح موقع التدوين المصغر " تويتر " مساحة لإبداء الرأي في العديد من القضايا بكل حرية بنسبة 37 %.

خ- سهولة موقع التدوين المصغر " تويتر " توفر معلومات بسرعة وآنية لدى الطلبة الجامعيين بنسبة 33 % .

د- يستخدم موقع التدوين المصغر "تويتر " لدى الطلبة الجامعيين بإشباع غرائزهم وحب الاستطلاع بنسبة 36 %.

ذ- يستخدم موقع التدوين المصغر "تويتر" لتنظيم التظاهرات والاعتصامات والتنديد بالظلم وغيرها بنسبة 27 % .

ر- موقع التدوين المصغر " تويتر " يستخدم للدعاية والتسويق والإعلان بنسبة 34 %.

ز- يستخدم موقع التدوين المصغر " تويتر " لمتابعة الأخبار الوطنية والدولية بنسبة 42 %.

س- يستخدم موقع التدوين المصغر " تويتر " للتسلية والترفيه بنسبة 39 % .

18 - الأشباع التي يتم تحقيقها من خلال استخدامك لموقع التدوين المصغر " تويتر " :

أ- يستخدم موقع التدوين المصغر " تويتر " للتعبير عن الرأي بحرية بنسبة 48 %.

ب- يستخدمون موقع التدوين المصغر " تويتر " وذلك لشعورهم بالثقة بنسبة 48 %.

ت- يستخدم الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر " تويتر " لتعريف بأحداث وقضايا عديدة بنسبة 49 %

ث- أغلب الطلبة الجامعيين لا يشعرون بالأمن من خلال المعلومات التي يقدمها يحصلون عليها على موقع التدوين المصغر "تويتر " بنسبة 28 %

ج- تطوير بعض المهارات الاتصالية من خلال استخدام موقع التدوين المصغر " تويتر " بنسبة 37 %.

ح- يستخدمون الطلبة موقع تويتر لتكوين آراء حول مختلف القضايا من خلال التغريدات المتعلقة بها بنسبة 39 %.

خ- يستخدم موقع تويتر من طرف الطلبة الجامعيين لتعزيز الآراء من خلال المناقشات مع الآخرين بنسبة 36 % .

- د- يستخدم الطلبة الجامعيين لموقع تويتر للتعميق بالإحساس بالمسؤولية والشعور بالمواطنة والانتماء بنسبة 26% .
- ذ- يستخدم الطلبة موقع التدوين المصغر " تويتر " لملاً وقت الفراغ بنسبة 35 % .
- ر- موقع التدوين المصغر " تويتر " يستخدم من طرف الطلبة الجامعيين للكشف عن حقائق تكون في متناول الجميع بنسبة 36% .

النتائج في ضوء التساؤلات :

أولاً : ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر "تويتر" ؟

اتضح لنا أم مفردات العينة بدأوا باستخدام موقع التدوين المصغر " تويتر " مؤخرًا ، وذلك لأقل من ساعة يوميا خلال الفترة الليلية بواسطة الهاتف الذكي أثناء تواجدهم بالمنزل .

ثانيا : ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التدوين المصغر " تويتر " ؟

اتضح لنا أن مفردات العينة يستخدمون موقع تويتر للتواصل والتفاعل مع الآخرين اجتماعيا وفكريا وشخصيا ومتابعة أخبارهم وكل ما يتعلق بهم .

ثالثا : ما هي الاشباع التي يتم تحقيقها من خلال استخدامك لموقع التدوين المصغر "تويتر" ؟

اتضح لنا أن موقع تويتر يقوم بتلبية أغلب الحاجات و اشباعات مفردات العينة ، منها الإعلامية والثقافية والاجتماعية ، وبالتالي فهو في الغالب يستخدم للتعبير عن الآراء بحرية ، والتعريف بالأحداث والقضايا المستجدة . ، لكن مع ذلك فهم لا يزالون لا يثقون بنسبة كبيرة ، وهم غير متفائلين بوجود مستقبل لهذا الموقع .

الملاحق

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استخدام طلبة الجامعة لموقع التدوين المصغر " توتير " والأشباع المحققة منه
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سطيف -2-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف :

بوعزيز بوبكر

إعداد الطالبة :

كواشي نجوى

السنة الجامعية : 2019/2018

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجنس: ذكر أنثى

العمر: 18-25 سنة 26-33 سنة 33 سنة فما فوق

المستوى الدراسي: ليسانس ماستر

المحور الثاني: عادات وأنماط الاستخدام

1- تستخدم موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

دائماً أحياناً نادراً

2- منذ متى تستخدم موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

أقل من سنة من 1-2 سنة من 2-3 سنوات أكثر من 3 سنوات

3- تقوم بتصفح موقع "تويتر" من خلال:

كمبيوتر هاتف ذكي جهاز لوحي أخرى تذكر.....

4- تعلمت استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر" بواسطة (يمكن اختيار أكثر من إجابة)؟

جهد شخصي دورات تدريبية أحد الأصدقاء مقياس الإعلام الآلي

أخرى تذكر.....

5- ما هي الأماكن المفضلة لديك لتصفح موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

منزل الجامعة الإقامة الجامعية مقهى الانترنت الفضاءات العامة

6- أسباب امتلاك حساب سري على موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

أسباب عاطفية أسباب اجتماعية أسباب ثقافية أسباب سياسية

7- ما المدة التي تقضيها في كل جلسة عند استخدامك لموقع التدوين المصغر "تويتر"؟

أقل من ساعة ساعة ساعتين ثلاث ساعات فأكثر

8- عدد الحسابات التي تمتلكها على موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

حساب واحد حسابين أكثر من حسابين

9- الأوقات المفضلة لديك لتصفح موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

صباحاً عند الظهر مساءً ليلاً في أي وقت

10- ما هي عدد الصفحات الرسمية التي تقوم بإدارتها على موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

لا أقوم بإدارة أي صفحة صفحة واحدة صفحتين فأكثر

11- واجهة موقع التدوين المصغر "تويتر" التي تستخدمها تكون باللغة؟

العربية الفرنسية الإنجليزية

12- عندما تتصفح موقع التدوين المصغر "تويتر" تقوم بالتفاعلات التالية:

الإعجاب التعليق المتابعة

13- أسجل المتابعة Follow على تويتر للأسباب التالية:

- حاجة العمل اهتماماتي ما يعجب الأصدقاء متابعات رسمية

ثقة بأصحابها كل ما أجده

14- الأصدقاء الذين تقوم بمتابعتهم Follow عبر موقع التدوين المصغر "تويتر" هم (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

أصدقائي في الواقع اهتمامات مشتركة زملاء الدراسة شخصيات معروفة

15- تتعامل مع التغريدات على موقع التدوين المصغر "تويتر" حسب:

الموضوع الكاتب تفاعل الآخرين أخرى

تذكر:

16- الموضوعات التي تفضلها وتنال اهتمامك في موقع التدوين المصغر "تويتر"؟

ثقافية إعلامية مهنية أمنية سياسية الدعاية والتسويق فنية

أخرى تذكر:

المحور الثالث: دوافع الاستخدام

معارض	محايد	موافق	17- ما هي دوافع استخدامك لموقع التدوين المصغر تويتر
			1 يمنح تويتر مساحة من حرية التعبير والرأي والجرأة بعيدا عن الرقابة والقيود
			2 التواصل والتفاعل مع الآخرين اجتماعيا وفكريا وشخصيا ومتابعة أخبارهم وكل ما يتعلق بهم
			3 الحصول على المعلومات والأخبار والثقافة العامة عن مختلف القضايا بعيدا عند الحدود الزمكانية
			4 الموضوعية والمصادقية التي يتمتع بها موقع التدوين المصغر تويتر يستحق المتابعة
			5 الإعلان عن مختلف النشاطات الشبانية الفكرية والتطوعية والسياسية وغيرها
			6 إتاحة مساحة لإبداء الرأي في العديد من القضايا بكل حرية
			7 سهولة الاستخدام وتوفر معلومات بسرعة وأنية
			8 إشباع غريزة حب الاستطلاع
			9 تنظيم التظاهرات وإبداء الرأي
			10 المساهمة في الدعاية والتسويق والإعلان
			11 متابعة الأخبار الوطنية والدولية
			12 التسلية والترفيه

المحور الرابع: الإشباعات المحققة

معارض	محايد	موافق	18- ما هي الإشباعات التي يتم تحقيقها من خلال استخدامك لموقع التدوين المصغر "تويتر"
			1 جعلني أعبّر عن آرائي بحرية
			2 جعلني أشعر بالثقة بالنفس
			3 عرفني بأحداث وقضايا عديدة
			4 أشعر بالأمن من خلال المعلومات التي أحصل عليها
			5 تطوير بعض المهارات الاتصالية
			6 تكوين آراء حول مختلف القضايا من خلال متابعة التغريدات المتعلقة بها
			7 تعزيز الآراء من خلال المناقشات مع الآخرين
			8 تعميق الإحساس بالمسؤولية والشعور بالمواطنة والانتماء
			9 ملئ وقت الفراغ
			10 الكشف عن حقائق لم تكن في متناول الجميع

غرد مع تويتر twitter

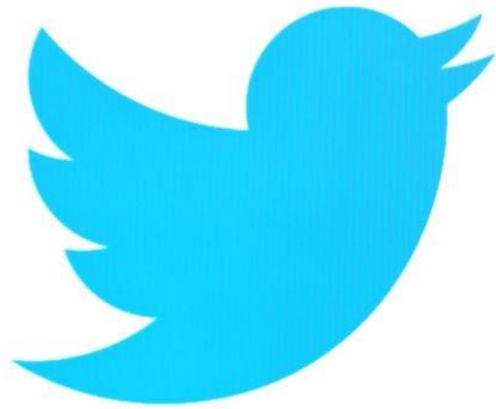
شرح مبسط لاستخدام هذه الشبكة الاجتماعية الأشهر

أسامة بن مساعد المحيا
@osamh



النسخة الأولية





twitter

سومر نیوز
SUMER-NEWS
الحیفة کما هی

Shutterstock

قائمة المراجع

أولاً: قائمة المراجع :

- 1- اعداد مركز المحتسب للاستشارات . (1438) . دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب " تويتر " نموذجاً . ط1 . دار المحتسب للنشر والتوزيع . الرياض .
- 2- بن محارب ، سعد . (2011) . الإعلام الجديد في السعودية . ط1 . جداول للنشر والتوزيع ، بيروت .
- 3- بن محارب ، سعد . (2011) . الإعلام الجديد في السعودية . ط1 . جداول للنشر والتوزيع . بيروت .
- 4- بن مرسللي ، أحمد . (2005) . مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال . ط2 . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .
- 5- حسام الدين قتلوني ، مصعب . (2014) . ثورات الفيس بوك (مستقبل وسائل للتواصل الاجتماعي في التغيير . ط1 . شركة المطبوعات للتوزيع والنشر . بيروت .
- 6- حسن عماد والسيد ليلي . (1998) . الاتصال ونظرياته المعاصرة . ط2 . دار المصرية اللبنانية . بيروت .
- 7- حسين عامر ، فتحي . (2011) . وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك . ط1 . دار العربي للنشر والتوزيع . القاهرة .
- 8- خضر فضل الله ، وائل مبارك . (2011) . أثر الفيس بوك على المجتمع . ط1 . السودان .
- 9- خليل شقرة ، علي . (2014) . الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي . ط1 . دار أسامة للنشر والتوزيع . الأردن .
- 10- الديلمي ، عبد الرزاق . (2011) . الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية . دار وائل للنشر والتوزيع . الأردن .
- 11- ربحي عليان ، مصطفى . (2003) . وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم . ط2 . دار الصفاء للنشر والتوزيع . عمان .
- 12- شفيق ، محمد . (2010) . مناهج البحث العلمي الإعداد والتصميم . مركز تطوير الأداء والتنمية، مصر .
- 13- عباس مصطفى ، صادق . (2008) . الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل والتطبيقات . ط1 . دار الشروق للنشر والتوزيع . الأردن .
- 14- عودة الشمايلة وآخرون ، ماهر . (2014) . تكنولوجيا الإعلام والاتصال . ط1 . دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع . عمان .

- 15- القاضي و البياتي ، دلال ومحمد .(2007). منهجية أساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي spss . ط1. دار الحامد للنشر والتوزيع .عمان .
- 16- القندلجي ، عامر ابراهيم . (2013) . الإعلام والمعلومات والانترنت . ط 1 . دار اليازوني للنشر والتوزيع . الأردن .
- 17- كافي ، مصطفى يوسف . (2015) . الرأي العام ونظريات الاتصال . ط1 . دار الحامد للنشر والتوزيع . الأردن .
- 18- مبارك الصاعدي ، سلطان مسفر . (1432) . الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة . المملكة العربية السعودية ، المدينة المنورة .
- 19- محمد الديهي ، محي الدين إسماعيل .(2015) . تأثير الشبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين . ط1 . مكتبة الوفاء القانونية . القاهرة .
- 20- محمد عبد الحميد ، صلاح . (2012) . الإعلام الجديد . ط1 . مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع . القاهرة .
- 21- محي ، محمد مسعد (2000) . كيفية كتابة الأبحاث والأعداد للمحاضرات . ط1 . المكتب العربي للحديث . الإسكندرية .
- 22- مدحت ، أبو ناصر .(2004) . قواعد ومراحل البحث العلمي دليل إرشادي في كتابة البحوث وإعداد رسائل الماجستير و الدكتوراء . ط1 . مجموعة النيل العربية . القاهرة
- 23- المقدادي ، كاظم . (2013) . الإعلام الدولي الجديد وتصعد السلطة الرابعة . ط1 . دار أسامة للنشر والتوزيع . عمان .
- 24- هتمي ، محمود حسين .(2014) . العلاقات وشبكات التواصل الاجتماعي . ط1 . دار أسامة للنشر والتوزيع . عمان .
- 25- وهي ، محمد سمر . (1996) . دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي . ط1 . دار الفجر للنشر والتوزيع . القاهرة .
- ثانيا: مجلات ومقالات :
- 26- أحمد الدوي ، ابراهيم . (2012) . الشبكات التواصل الاجتماعي رئيس مركز البحوث والمعلومات المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر مستشار المعلومات .

27- دهيمي ، زينب . (2012). مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك .مجلة العلوم الإنسانية . العدد 25 .
جامعة بسكرة .

28- راضي ، زاهر . (2003) . استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي . مجلة التربية . العدد
15 . جامعة الأردن عمان الأهلية .

29- كاظم خنتوش ، أحمد . (2017) . مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي . مجلة
مركز بابل للدراسات الإنسانية . المجلد 7 . العدد 4 .

مذكرات :

30- الأنصاري ، محمد ناصر . (2013/2012) . دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس
الأمة الكويتي الرابع عشر . رسالة ماجستير . جامعة الشرق الأوسط .

31- طماح المطيري، حسين قطيم . (2013) . الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر)
من قبل الشباب الكويتي . قدمت هذه الدراسة لاستكمال الحصول على درجة الماجستير في الإعلام . كلية الإعلام
جامعة الشرق الأوسط .

32- عباس مصطفى، صادق . (د.سنة) . صناعة الخبر بين الإعلام التقليدي والجديد تطبيقات على تقنيات
وسائل التواصل الاجتماعي مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام
محمد بن سعود الإسلامية ، أبو ظبي ، كلية الإعلام والاتصال .

33- غازي المدني ، أسامة . (2015/2014) . دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام
لدى طلبة الجامعات السعودية " جامعة أم القرى نموذجا " . كلية العلوم الاجتماعية . جامعة أم القرى .
المملكة العربية السعودية .

34- محمد السويد ، بن علي محمد . (2015) . استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي
" تويتر " وتأثيرها على درجة علاقاتهم بوسائل الإعلام التقليدية . جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية .
الرياض .

35- المري، غانم حواء . (2016) . تأثير التويتر على طبيعة عمل عينة قصدية من الإعلاميين في القنوات
الفضائية الخليجية . قدمت لاستكمال المتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام . جامعة الشرق
الأوسط، كلية الإعلام . أيار .

36- المنصور، محمد . (2012) . تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين (دراسة مقارنة
للمواقع الالكترونية العربية أنموذجا) رسالة ماجستير الأكاديمية العربية في الدانمارك .

ثالثا: الموقع الإلكتروني :

37- موقع الدكتورة عائشة الحكي www.dr-aysha/inf/articalphaction.swho

38- موسوعة ويكيديا الحرة .

39- الموقع الإلكتروني منتديات شبكة الشموخ الإسلام .

40- <http://teqnology4allowordpress.com>

شكر وعرهان

إهداء

مقدمة

الإطار المنهجي

4	الإشكالية.
5	التساؤلات.
5	أهمية الدراسة.
5	أهداف الدراسة.
6	أسباب اختيار الموضوع.
7	المدخل النظري
9	منهج الدراسة
9	أدوات الدراسة
10	مجتمع و عينة الدراسة
12	تحديد المفاهيم
14	الدراسات السابقة.

الفصل الأول : مواقع التواصل الاجتماعي .

23	المبحث الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي .
24	المبحث الثاني : التطور التاريخي لمواقع التواصل الاجتماعي .
25	المبحث الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي .
26	المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي .
27	المبحث الخامس: أبرز مواقع التواصل الاجتماعي .

الفصل الثاني :تويتر«twitter»

34	المبحث الأول : نشأة تويتر
35	المبحث الثاني : مميزات تويتر
37	المبحث الثالث : استخدامات تويتر
38	المبحث الرابع : آلية نقل الأخبار في تويتر

39

المبحث الخامس : ايجابيات تويتر

40

المبحث السادس : سلبيات تويتر

76

خاتمة

86

الملاحق

90

قائمة المراجع

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول
42	الجدول رقم (1) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس .
43	الجدول رقم (2) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن .
44	الجدول رقم (3) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي.
45	الجدول رقم (4) حسب م يبين توزيع المبحوثين حسب استخدام تويتر .
47	الجدول رقم (5) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة الاستخدام .
49	الجدول رقم (6) يبين الوسيلة التي يستخدمها الطلبة الجامعيين للولوج إلى موقع التدوين المصغر "تويتر"
50	الجدول رقم (7) تعلمت استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر" بواسطة؟
51	الجدول رقم (8) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة ما هي الأماكن المفضلة لديك لتصفح موقع التدوين المصغر "تويتر"؟
53	الجدول رقم (9) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة ما المدة التي تقضيها في كل جلسة عند استخدامك لموقع التدوين المصغر "تويتر"؟
54	الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة عدد الحسابات التي تمتلكها على موقع التدوين المصغر "تويتر"؟
56	الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة الأوقات المفضلة لديك لتصفح موقع التدوين المصغر "تويتر"؟
57	الجدول رقم (12) يبين عدد الصفحات الرسمية التي تقوم بإدارتها على موقع التدوين المصغر "تويتر"
59	الجدول رقم (13) يبين اللغة المستخدمة على واجهة موقع التدوين المصغر "تويتر" .
60	الجدول رقم (14) يبين التفاعلات التي تقوم بها على موقع التدوين المصغر "تويتر"
61	الجدول رقم (15) يبين أسباب تسجيل متابعة follow على موقع التدوين المصغر "تويتر" .
62	الجدول رقم (16) يبين الأصدقاء الذين تقوم بمتابعتهم follow عبر موقع التدوين المصغر "تويتر"
63	الجدول رقم (17) يبين تعامل مع التغريدات على موقع التدوين المصغر "تويتر" .
65	الجدول رقم (18) يبين الموضوعات التي تفضلها وتنال اهتمامك في موقع التدوين المصغر "تويتر"

67	الجدول رقم (19) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب دوافع استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر"
69	الجدول رقم (20) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاشباعات التي يتم تحقيقها من خلال استخدام لموقع التدوين المصغر "تويتر"
71	الجدول رقم (21) يمثل الربط بين الجنس مع استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر"؟
72	الجدول رقم (22) يمثل الربط بين استخدام موقع التدوين المصغر "تويتر" بواسطة والمستوى التعليمي .
74	الجدول رقم (23) يمثل الربط بين أسباب امتلاك حساب سري على موقع التدوين المصغر "تويتر"؟ والمستوى التعليمي

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل
42	الشكل رقم (1) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس
43	الشكل رقم (2) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن
44	الشكل رقم (03) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي
45	الشكل رقم (4) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدام تويتر
47	الشكل (05) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة الاستخدام
49	الشكل رقم (06) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوسيلة التي يتصفحون من خلالها حسابهم الخاص على تويتر
50	الشكل رقم (07) يوضح أفراد عينة الدراسة حسب كيفية تعلم استخدام موقع تويتر
51	الشكل رقم (08) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الأماكن المفضلة لتصفح موقع تويتر
53	الشكل رقم (09) يوضح توزيع أفراد عينة حسب متغير المدة المستغرقة لتصفح موقع تويتر
54	الشكل رقم (10) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد الحسابات التي يملكها على موقع تويتر
56	الشكل رقم (11) يوضح أفراد عينة الدراسة حسب الأوقات التي يفضلها لتصفح موقع تويتر
57	الشكل رقم (12) يوضح أفراد عينة الدراسة حسب عدد الصفحات الرسمية التي يقوم بإدارتها على موقع تويتر
59	الشكل رقم (13) يوضح أفراد عينة الدراسة حسب اللغة المستخدمة على واجهة موقع تويتر
60	الشكل رقم (14) يوضح أفراد عينة الدراسة حسب التفاعلات التي يقوم بها على موقع تويتر
61	الشكل رقم (15) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أسباب تسجيل متابعة follow لموقع تويتر
62	الشكل رقم (16) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الأصدقاء الذين يقومون بمتابعتهم follow عبر موقع تويتر
63	الشكل رقم (17) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التعامل مع التغريدات على موقع تويتر
65	الشكل رقم (18) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الموضوعات التي تفضلها وتنال اهتمامك في موقع تويتر