

الأهمية المعلوماتية لتويتر ودوره في الحياة الاجتماعية: دراسة على عينة من الهيئة التدريسية في الكويت

خالد العميدي القصص*
يعقوب يوسف الكندري**

* مدرس، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الكويت
** أستاذ، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت

الملخص

لقد ناقشت بعض الدراسات أهمية مواقع التواصل وتأثيرها على الحياة الاجتماعية في الكويت. وتهدف هذه الدراسة إلى تعرف اتجاهات أعضاء هيئة التدريس بجامعة الكويت والهيئة العامة للتعليم التطبيقي نحو الأهمية المعلوماتية لتويتر في الحياة الاجتماعية. اشتملت عينة الدراسة على 206 أعضاء هيئة تدريس (155 من الذكور و51 من الإناث)، باستخدام عينة غير عشوائية (العينة المتاحة). استخدم في هذه الدراسة استبانة اشتملت في صورتها النهائية على محاور تتعلق بالبيانات الشخصية، وعادات استخدام تويتر في الحياة اليومية. تم بناء عدة مقاييس لهذه الدراسة: مقياس الأهمية المعلوماتية لتويتر، ومقياس التواصل الاجتماعي عبر تويتر، ومقياس كثافة الاستخدام، وإيجابية الاستخدام لتويتر، ومقياس درجة الاستخدام. وقد تم الاعتماد على الإجراءات الإحصائية الآتية: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واختبار مربع كاي Chi Square، واختبار T-test، واختبار العلاقة بيرسون Pearson Correlation، واختبار معامل الانحدار المتعدد Multiple Regression. وتظهر النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من أعضاء الهيئة التدريسية في مقياس الأهمية المعلوماتية لتويتر، ومقياس التواصل الاجتماعي عبر تويتر، ومقياس كثافة الاستخدام، وإيجابية الاستخدام لتويتر، ومقياس درجة الاستخدام. كما كشفت الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأهمية المعلوماتية لتويتر وبعض المتغيرات الشخصية والاجتماعية.

المقدمة

إن التغير أو التطور الكبير الذي أحدثته التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي الحديثة قد فاقت في مضمونها وحجمها تلك التطورات التكنولوجية التي اكتشفها الإنسان خلال مرحلة حياته على المعمورة. فقد لعبت وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة دوراً في إحداث نقلة نوعية في مجال التواصل والاتصالات، أدت إلى تغيرات كبيرة وجوهرية على مستوى العلاقات الإنسانية والاجتماعية، وأحدثت نقلة نوعية في مجال العلاقات الإنسانية والتفاعل الإنساني، بالإضافة إلى إحداث ثورة كبيرة في مجال تبادل المعلومات وتناقلها. ولعل أهم وظائف وسائل الإعلام - بشكل عام - تتمثل في وظيفة الإخبار والإعلام، وتقوم وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية - من صحافة، وإذاعة، وتلفزيون - بنقل الأخبار والمعلومات عن الحوادث التي تقع في المجتمع، وتساعد أفراد الجمهور على معرفة ما يدور حولهم من أحداث ووقائع؛ مما يسهم في تفهمهم لتلك الحوادث والوقائع والتعامل معها. ولذلك يحرص أفراد الجمهور على متابعة وسائل الإعلام الإخبارية كالصحف، ونشرات الأخبار والبرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، والاعتماد عليها في تزويدهم بالأخبار بشكل منتظم ومستمر؛ فهي وسائل إعلامية معلوماتية تقليدية أحدثت - في وقتها - ثورة معلوماتية، أدت إلى سهولة انتقال الخبر وسرعة تداوله.

ولكن التطور التقني الجديد في الاتصالات، وبروز مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة الاجتماعية لأفراد المجتمع، أسهم في التواصل بشكل أسرع وأقوى من وسائل الإعلام التقليدية، ومع أشخاص متعددين ومختلفين ومهما بعدت المسافة بينهم أو قصرت. واعتاد الفرد في المجتمع المعاصر، وفي ظل وجود الإمكانيات المتاحة، على استخدام مواقع التواصل المتعددة في عملية الاتصال والتفاعل الاجتماعي، ونقل المعلومات، وتبادل الأخبار؛ وهو ما جعل من هذه الوسائل مصادر إخبارية مميزة (بالإضافة إلى وسائل الإعلام التقليدية)، ووسيلة يستخدمها أفراد المجتمع للحصول على المعلومات، ولتعرف ما يحصل في مجتمعهم من أحداث ووقائع؛ مما يستدعي الوعي بمدى

الأهمية المعلوماتية لتلك المواقع من وجهة نظر الأفراد المستخدمين لها، وتأثيرها في حياتهم الاجتماعية. ولعل من أبرز تلك الوسائل التواصلية الحديثة هي تويتر.

لقد سبق استخدام تويتر في عالم التواصل التفاعلي الافتراضي وسيلة التواصل الاجتماعي واسعة الانتشار المسماة بفيسبوك. وكان لهذه الوسيلة الأثر البالغ في إحداث نقلة نوعية كبرى في وسائل التواصل الاجتماعي. ويشير التقرير العربي الثاني للإعلام الاجتماعي - في هذا الصدد - إلى أن عدد مستخدمي فيسبوك في الوطن العربي وصل في منتصف 2011 إلى 28 مليون مستخدم تقريباً. وأظهر التقرير أن عدد مستخدمي تويتر النشطاء في الوطن العربي أكثر من 1,1 مليون مستخدم، قاموا بكتابة وإرسال أكثر من 22,7 مليون تغريدة (تدوينة صغرى) خلال الأشهر الثلاثة الأولى من عام 2011، وبلغت التغريدات اليومية 252 ألف تغريدة، بما يعادل 175 تغريدة كل دقيقة؛ أي 3 رسائل عبر تويتر في كل ثانية تقريباً. وبالنسبة إلى دولة الكويت، بلغ عدد مستخدمي فيسبوك 682 ألفاً. وتعتبر الكويت من ضمن أعلى خمس دول عربية من حيث نسبة المستخدمين للفيسبوك وتويتر على حد سواء (إلى جانب الإمارات وقطر والبحرين ولبنان). وارتفع عدد المغردين فيها من 45 ألفاً إلى 85 ألفاً في نهاية شهر أبريل من عام 2011. بل إن الكويت قد حصلت على المركز الأول عربياً في نسبة التغريدات (16,24٪)، في الفترة من 1 يناير إلى 30 مارس 2011، تلتها قطر ثانياً (13,47٪)، ثم جاءت الإمارات العربية المتحدة في المركز الثالث (12,28٪)، ثم المملكة العربية السعودية رابعاً (11,5٪)، ومصر في المركز الخامس (9,90٪)، ثم بقية الدول العربية (38,61٪)⁽¹⁾.

وفي نهاية شهر مارس من عام 2013، بلغ عدد مستخدمي تويتر النشطاء (active users) في العالم العربي 3,766,160 مستخدماً، وتعتبر المملكة العربية السعودية أكثر دولة عربية يوجد منها مستخدمو تويتر النشطاء بتعداد 1,9 مليون مستخدم، بما يساوي نصف مستخدمي تويتر في العالم العربي. وبلغ عدد التغريدات في العالم العربي لشهر مارس من عام 2013 (335,792,000) تغريدة؛

أي بواقع 10,832,000 تغريدة يومياً. وتنتج السعودية تقريباً ما نسبته (47٪) من التغريدات في العالم العربي، وتأتي مصر في المركز الثاني (12٪)، ثم الإمارات العربية ثالثاً (11٪) من حيث عدد التغريدات اليومية⁽²⁾. ويوجد في الكويت 1,960 مليون من مستخدمي الإنترنت (بحسب IWS)؛ أي ما يوازي 74,2٪ (يوليو 2012)، منهم 900 ألف (33,7٪) يستخدمون فيسبوك⁽³⁾، في حين 225 ألفاً (11,5٪) يستخدمون تويتر، وتبلغ عدد التغريدات اليومية في الكويت نحو مليون وثلاثمائة ألف⁽⁴⁾. وفي الملئقى الإقليمي لشبكات التواصل الاجتماعي والتكنولوجي، كشف ممثل شركة تويتر في الولايات المتحدة كافة غريب أن "نسبة المستخدمين لتويتر في الكويت تبلغ 85٪، وهي نسبة كبيرة إذا ما قورنت بعدد سكان دولة الكويت، وتعد أكبر معدل في العالم". وأضاف غريب أن أكثر من 90 في المائة من الكويتيين يستخدمون «تويتر» عن طريق الهاتف النقال... مؤكداً أن "الإحصائيات أثبتت بشكل تفصيلي من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة وأجهزة الموبايل أن الكويتيين من أكثر شعوب العالم استخداماً لتويتر، مقارنة بعدد السكان"⁽⁵⁾. فهذا الاستخدام الكبير لوسيلة التواصل الاجتماعي تويتر يجعل منها وسيلة غاية في الأهمية من حيث التفاعل ونقل المعلومة، بل يجعل من تويتر من أبرز الوسائل الحديثة لنقل وتبادل المعلومات في الحياة الاجتماعية. ولعل أهمية استخدام هذه الوسيلة تزداد لدى الشريحة أو الفئة الاجتماعية التي تستخدمها من حيث درجة صدق نقل المعلومة ومدى تأثيرها على أفراد المجتمع بشكل عام. فعملية تبادل المعلومات ونقلها - دون شك - تختلف من شريحة لأخرى من حيث درجة الدقة، والأهمية، وكذلك درجة التأثير على الحياة الاجتماعية بشكل عام.

مشكلة الدراسة

من خلال ما سبق، فإن الدراسة تحاول الكشف عن أهمية المعلومات في الحياة الاجتماعية، التي يتم تداولها عبر إحدى أدوات التواصل الاجتماعي تويتر، وذلك من خلال التركيز على شريحة محددة من شرائح المجتمع الكويتي المتمثلة في الشريحة المثقفة من أعضاء هيئة التدريس في مؤسسات التعليم العالي. فتركز

الدراسة على الأهمية المعلوماتية لاستخدام هذه الأداة في الحياة الاجتماعية، مع ربط هذا الاستخدام ببعض المتغيرات الاجتماعية والثقافية، والكشف كذلك عن الفروق بين الجنسين من أعضاء الهيئة التدريسية في طرق الاستخدام.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من جوانب عدة، أولها أهمية هذا الموضوع تحديداً، وانعكاسه على الحياة الاجتماعية؛ فمن المعروف أن الوسائل التكنولوجية تؤثر بشكل كبير ومباشر في السلوك الإنساني. وتحاول هذه الدراسة الكشف عن الاستخدام المعلوماتي لإحدى أبرز شبكات التواصل الاجتماعي، المتمثلة بتويتر، ودورها في الحياة الاجتماعية للأفراد، وأثرها على مستوى العلاقات الاجتماعية بشكل عام. فهي دراسة تربط الجانب الإعلامي بالجانب التواصل الاجتماعي، ولا سيما إذا أدركنا أن هناك تزايداً ملحوظاً في استخدام هذه الوسيلة في المجتمع الكويتي؛ مما أسهم بتشكيل الاتجاهات نحو دورها سواء الإيجابي منه أو السلبي. كما أنه من خلال الكشف عن الأهمية المعلوماتية التي تحققها هذه الوسيلة التكنولوجية الحديثة، من الممكن الكشف عن دورها بشكل عام في الحياة الاجتماعية، والكشف عن أحد ملامحها العامة. بالإضافة إلى ذلك، فإن الدراسة الحالية تعتبر من الدراسات التي تركز على الجوانب التي تفتقر إليها المكتبة العربية، والمحلية تحديداً، وبخاصة في ظل حداثة وكثافة الاستخدام المحلي لهذه الوسيلة. فحداثة هذه الوسيلة أولاً، وزيادة كثافتها من حيث الاستخدام ثانياً تتطلبان مجموعة من الدراسات والبحوث التي تقف على الجوانب المتعلقة بها، وهو ما تحاول هذه الدراسة - جاهدة - تحديده والكشف عنه.

هدف الدراسة

تحاول الدراسة الكشف عن مدى الأهمية المعلوماتية لاستخدام وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي، "تويتر" في الحياة الاجتماعية بشكل عام. وتحدد الدراسة فئة من فئات المجتمع المحلي المتمثلة بالشريحة المثقفة وذات الفكر

والتوجه، وهي أعضاء الهيئة التدريسية من الأساتذة العاملين في جامعة الكويت، والهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب. فتحاول الدراسة الكشف عن أهمية توتر في الحياة الاجتماعية من حيث كونه مصدراً للمعلومات، والكشف عن علاقة هذه الأهمية المعلوماتية بالعديد من المتغيرات ذات الصلة بطبيعة استخدام توتر في الحياة الاجتماعية. هذا، بالإضافة إلى أن الدراسة تحاول الكشف عن الفروق بين الذكور والإناث لأفراد العينة من أعضاء الهيئة التدريسية في استخدامات توتر المتعددة.

أسئلة الدراسة

تحاول الدراسة الإجابة عن سؤالين رئيسيين يتم من خلالهما تحقيق هدف الدراسة، وهما:

- 1 - هل هناك اختلافات بين الجنسين من أعضاء هيئة التدريس في استخداماتهم الدورية لوسائل التواصل الاجتماعي، وفي معدلاتهم الخاصة في درجة استخدام توتر بالتحديد وأهميته وإيجابيته؟
- 2 - هل هناك علاقة بين الأهمية المعلوماتية لاستخدام توتر في الحياة الاجتماعية وبعض المتغيرات الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى؟

فروض الدراسة

من خلال هذين السؤالين، تحاول الدراسة اختبار الفروض الآتية:

- 1 - هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (الذكور والإناث) في درجة ومدى استخدامهما لوسائل التواصل الاجتماعي المتعددة، ومدى تأثيرها عليهما، وكذلك درجة التغريد اليومي.
- 2 - هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (الذكور والإناث) في معدلاتهما في مقياس الأهمية المعلوماتية، ومقياس التواصل الاجتماعي،

ومقياس كثافة الاستخدام، ومقياس إيجابية استخدام تويتر في الحياة اليومية لهما.

3 - هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأهمية المعلوماتية لوسيلة الاتصال تويتر وبعض المتغيرات الاجتماعية ذات العلاقة بطبيعة ونوعية استخدام تويتر في الحياة الاجتماعية.

4 - هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأهمية المعلوماتية لوسيلة الاتصال تويتر والتواصل الاجتماعي لأفراد العينة.

5 - هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأهمية المعلوماتية لوسيلة الاتصال تويتر والتواصل عبر تويتر، وكثافة الاستخدام، وإيجابية استخدام تويتر.

مفاهيم الدراسة

1 - الأهمية المعلوماتية: ونعني بها مدى أهمية استخدام وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر في الحياة الاجتماعية العامة، وما يحويه من أهمية معلوماتية للمستخدمين.

2 - تويتر: يعتبر تويتر مدونة صغيرة micro-blogging تجمع ملايين المستخدمين في العالم. وهي تسمح لمستخدميها بكتابة ونشر رسائل تحوي كل منها 140 حرفاً، وهذه الرسائل تُعرف بالتغريدات.

الإطار النظري للدراسة

نظرية الاستخدامات والإشباع

تستند الدراسة الحالية في إطارها النظري إلى نظرية الاستخدامات والإشباع Uses and Gratifications Theory، وهي النظرية التي نقلت تركيز الباحثين واهتمامهم من زاوية تأثير الإعلام في الجمهور المتلقي، إلى الإقرار بوجود جمهور نشط، له حاجات يريد أن يشبعها من خلال استخدامه لوسائل الإعلام. لقد انتقل السؤال من "ماذا يفعل الإعلام بالجمهور؟"، إلى السؤال عن "ماذا يفعل الجمهور بالإعلام؟"، ومن هنا بدأ الاهتمام بمعرفة حاجات

أفراد الجمهور، ودوافعهم، وتوقعاتهم من التعرض لوسائل الإعلام؛ أي بعبارة أخرى، تركز هذه النظرية على "لماذا" يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام، بدلاً من التركيز على المضمون أو نوع الوسيلة وطبيعتها⁽⁶⁾.

ولقد بدأت الدراسات البحثية التي تهتم بطريقة تعامل أفراد الجمهور مع المضامين الإعلامية التي تبثها الوسائل الإعلامية منذ الأربعينيات على يد لازروفيلد (Lazarsfeld)، ثم لاسويل (Lasswell)، ثم في مطلع الخمسينيات على يد شرام (Schramm)، حتى وصلت إلى العالمين بلمر وكاتز (Blumer and Katz)؛ حيث قاما بتطوير النظرية بشكل متكامل وواضح، واستفادا من الدراسات التراكمية التي تناولت تعامل الجمهور مع الوسائل الإعلامية ومضمونها⁽⁷⁾.

ويذكر حجاب⁽⁸⁾ "أن هذه النظرية تعدُّ بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال؛ حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار". وبوجه عام تقسّم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض إلى فئتين، هما: "الدوافع المنفعية التي تستهدف تعرّف الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام، التي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية/ والدوافع الطقوسية التي تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة/ والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل: المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة"⁽⁹⁾.

ويرى كاتز وآخرون (Katz, et al.)⁽¹⁰⁾ أن هناك خمسة فروض (عناصر) تعتمد عليها نظرية الاستخدامات والإشباع لتحقيق أهدافها، وهذه الفروض هي:

- 1 - يتصف أفراد جمهور وسائل الإعلام بالنشاط والإيجابية، ولذلك هم يستخدمون تلك الوسائل لتحقيق أهداف معينة.
- 2 - يسعى أفراد الجمهور إلى اختيار وسائل اتصال محددة لإشباع حاجاتهم.

3 - تتباين درجة إشباع الحاجات المتنوعة للجمهور وفقاً لاختلاف وسائل الاتصال وتباينها.

4 - تشير الطرق والأساليب التي يستخدم بها الجمهور وسائل الاتصال إلى الحاجات التي يسعى لإشباعها أفراد الجمهور، وتتحكم في تلك الطرق والأساليب الفروقات الفردية والاجتماعية واختلاف الحاجات لأفراد الجمهور.

5 - يمكن تعرف المعايير الثقافية السائدة في المجتمع، من خلال تعرف كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال مضمون رسائل وسائل الاتصال فقط.

ويذكر مكايي والسيد⁽¹¹⁾ أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تحقق ثلاثة أهداف رئيسة هي:

- 1 - تعرف الكيفية التي يستخدم بها أعضاء الجمهور لوسائل الاتصال، باعتباره جمهوراً نشطاً، يدرك حاجاته، ويستخدم وسائل الاتصال لإشباعها.
- 2 - تعرف دوافع تعرض أعضاء الجمهور لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، وما يصاحب ذلك من تفاعلات بسبب ذلك التعرض.
- 3 - تعرف نتائج استخدام أعضاء الجمهور لوسائل الاتصال، وذلك سعياً لفهم أشمل وأعمق لعملية الاتصال الجماهيري.

الدراسات السابقة

يستخدم الناس وسائل التواصل الاجتماعي، ومنها تويتر، في التواصل فيما بينهم، وفي تبادل ما يشاؤون من معلومات ونشرها. ونتيجة لذلك فإن مستخدمي هذه المواقع ينتجون كميات ضخمة من المعلومات يومياً. فمثلاً، مستخدمو تويتر ينتجون يومياً 340 مليون تغريدة، في حين أن مستخدمي يوتيوب "يرفعون" (Upload) 72 ساعة من الفيديو في كل دقيقة⁽¹²⁾. في أغلب الأحيان، فإن المعلومات المتوفرة في مواقع التواصل الاجتماعي يتم إنتاجها من قبل

المستخدمين أنفسهم؛ لذا تكون المعلومات متحيزة، غير دقيقة، وتخضع لوجهة النظر الشخصية⁽¹³⁾.

ويستخدم الأفراد تويتر من أجل التواصل الاجتماعي مع أصدقائهم ومعارفهم؛ إذ تبدو معظم الرسائل (التغريدات) على تويتر على شكل حوار أو نقاش، وقد توصلت دراسة خضر إلى أن التسلية والترفيه من أهم دوافع طلاب الجامعة لاستخدام موقع فيسبوك بنسبة 69,9٪، ثم دافع إيجاد صداقات جديدة (41,2٪)، ثم دافع التواصل مع الآخرين وتطوير علاقات اجتماعية (37,5٪)⁽¹⁴⁾. لكن، مع ذلك، اعتاد الأشخاص الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي - (وتحديداً تويتر) - أن يشاركون المعلومات المناسبة وإرسال الأخبار؛⁽¹⁵⁾ حيث لا يتم النظر إلى موقع تويتر كشبكة اتصال اجتماعية فقط، بل كمصدر إخباري أيضاً⁽¹⁶⁾. وهذا الأمر جاء من فكرة أن موقع تويتر يسهل من نشر المعلومات لمجموعة كبيرة من المستخدمين؛ مما يجعله بيئة مثالية لنشر وتبادل الأخبار العاجلة وتبادلها (Breaking-news) مباشرة من مصدر الخبر، ومن الموقع الجغرافي للأحداث⁽¹⁷⁾.

وقد توصلت دراسة علاونة إلى أن نصف أفراد العينة من المواطنين الأردنيين (50,6٪) يستخدمون فيسبوك، في حين 27,1٪ يستخدمون تويتر. في حين أشار 28,5٪ من المبحوثين إلى أنهم يستخدمون مواقع التواصل؛ لأنها تسمح لهم بالتواصل مع الأصدقاء، كما أشار 24,3٪ من أفراد العينة إلى أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي؛ لأنها تتيح لهم الفرصة للتعبير عن آرائهم بحرية⁽¹⁸⁾. وحين يشعر المستخدم للوسيلة الاتصالية بالحرية، فإن هذا سيدفعه للمشاركة بالمعلومات والأخبار بشكل أكبر؛ لذا يصبح لمواقع التواصل الاجتماعي دور أكبر في الجانب السياسي للأفراد في المجتمع، فكما تشير نتائج دراسة الرعود، التي هدفت إلى تعرف "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، تشير النتائج إلى أن أهم دور لشبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي كان في مجال "مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي"، ثم مجال

"التأثير في الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي"، وأخيراً مجال " التهيئة والتحريض على الاحتجاجات" (19). وبالمقابل ترى دراسة المصري أن 78٪ من الطلبة في الكليات الفلسطينية يرون أن أهم سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في تغذية الأزمات السياسية وزيادة الاحتقان وتعميق الخلافات. في حين يعتقد 47٪ أن أهم إيجابية تكمن في تعريف المستخدمين بموضوعات تساعدهم على النقاش مع الآخرين (20).

واهتمت دراسة رضوان بتعرف مدى "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بوصفها مصدراً للمعلومات في أثناء ثورة 25 يناير 2011"، وتظهر نتائج الدراسة اعتماد أفراد العينة بشكل كبير على القنوات الإخبارية (الجزيرة والعربية)، جاء بعدها الصحف المصرية الخاصة، ثم المواقع الإلكترونية الإخبارية، وأخيراً الصحف القومية المصرية (الحكومية) (21). وكشفت نتائج دراسة عبد القوي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث بالنسبة إلى دور الشبكات الاجتماعية الافتراضية (فيسبوك) في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب. كما أن هناك 50,7٪ من إجمالي أفراد العينة يستخدمون موقع فيسبوك لأغراض سياسية (22).

ويبدو أن الاستخدام السابق للإنترنت، ودخوله في مجال نقل الأخبار والمعلومات، بدأ يكتسب ثقة لدى المستخدمين بشكل عام؛ حيث أظهرت نتائج استطلاع أجرته مؤسسة زغبى وشمل 3,030 أميركياً بالغاً، أن 40٪ من الأميركيين البالغين يعتبرون الإنترنت أفضل مصدر للمعلومات الموثوق بها، في حين يثق 17٪ من أفراد العينة بالتلفزيون أكثر، و14٪ يثقون بالصحافة، و13٪ يعتبرون الراديو مصدراً موثقاً به للمعلومات. وحين سئل أفراد العينة: في الحالة التي لم يكن لهم إلا خيار واحد، فأى مصدر للمعلومات سيختارون؟ أجاب أكثر من نصف العينة بأنهم سيختارون الإنترنت مصدرهم الوحيد للمعلومات، في حين اختار 21٪ التلفزيون، وتساوت الصحف والراديو بالنسبة نفسها (10٪) (23).

وتشير نتائج دراسة عرابي والعقباوي إلى أن أهم خمسة أسباب لاعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها مصدراً إخبارياً، هي:

"مصدقية معلومات مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 21,5٪، ثم جاء في المرتبة الثانية "سرعتها في نقل الأخبار" بنسبة 21٪، أو جاء في المرتبة الثالثة "حريتها في مناقشة قضايا المجتمع" بنسبة 17٪، وكان السبب الرابع هو "تنوعها في إعطاء فكرة عن كل ما يحصل في العالم" بنسبة 15,5٪ ثم خامساً "انفرادها بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى" بنسبة 9,5٪. وبالنسبة إلى المواقع التي يفضل الشباب السعودي نشر أخبارهم فيها، تشير نتائج دراسة عرابي والعقباني (2012) إلى أن ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي جاء على النحو الآتي: فيسبوك (40,5٪)، ثم تويتر (28,5٪)، ثم يوتيوب (17٪)، وأخيراً الصحافة الإلكترونية (14٪). وكشفت الدراسة أيضاً عن أن مواقع الصحف الإلكترونية هي الأكثر مصداقية في نقل المعلومة لدى الشباب السعودي، وجاءت بنسبة (47٪)، تلاها تويتر ويوتيوب بنسبة متساوية (23٪)، ثم فيسبوك آخر (7٪). وتوضح الدراسة أن تويتر يعتبر الموقع الأكثر انتشاراً لدى الشباب السعودي (33,5٪)، ثم فيسبوك (33٪)، ثم يوتيوب بنسبة 25٪، وأخيراً الصحف الإلكترونية بنسبة 8,5٪. ويتضح من النتائج أن الصحف الإلكترونية هي المصدر الأول للأخبار لدى الشباب السعودي (36,5٪)، ثم تويتر بنسبة (27,5٪)، ثم يوتيوب (18,5٪)، وأخيراً فيسبوك (17,5٪) (24).

وعند الحديث عن مصداقية وسائل الاتصال الاجتماعي Social media credibility، فإنه يمكن تعريفها بأن المعلومة المتاحة في تلك المواقع، يمكن تصديقها، أو لديها القابلية للتصديق believability؛ أي أن المصدقية تعني تقديم أسباب منطقية لكي يتم تصديق المعلومة (25). ويبدو أن إدراك مستخدمي الإنترنت لمصداقية الأخبار في الإنترنت إيجابية. وبشكل عام، يثق الناس في الإنترنت مصدراً للأخبار، بالقدر الذي يثقون فيه بوسائل الإعلام الأخرى، مثل الإذاعة والتلفزيون والمجلات، ولكن ليس بالمصداقية نفسها لمعلومات الصحف. وأوضح أفراد العينة أنهم نادراً ما يتحققون من المعلومات التي في الإنترنت. وهذا له علاقة أيضاً بنوع المعلومة، وبمستويات الخبرة، وبطريقة إدراك المبحوثين لمصداقية المعلومة؛ الأمر الذي قد يدفعهم نحو التحقق من

المعلومة⁽²⁶⁾. وبالنسبة إلى المواقع الإخبارية في الإنترنت، تعتبر المدونات blogs، حتى بالنسبة إلى الشباب، أقل المواقع ثقةً ومصداقية، مقارنةً بالمواقع الإخبارية التقليدية لدى الجمهور المستخدم⁽²⁷⁾. وفي تجربة بحثية، قام الباحثون بأخذ أحد عناوين الأخبار (Headlines)، وتم نشرها للمستخدمين بمواقع مختلفة على الإنترنت، مثلاً، نشرت في موقع إخباري لوسيلة إعلام تقليدية، وكذلك في مدونة شخصية، وتم نشرها في تويتر. وأظهرت النتائج أن المستخدمين وجدوا أن العنوان الخبري الذي تم وضعه في تويتر أقلها مصداقية⁽²⁸⁾. وتشير نتائج دراسة موريس وزملائه⁽²⁹⁾ إلى أن مستخدمي تويتر يهتمون بمصداقية المحتوى عندما يأتي هذا المحتوى من أناس لا يتبعهم هؤلاء المستخدمون.

وتشير نتائج دراسة أبو طالب⁽³⁰⁾ إلى تدني مستوى الثقة لدى السعوديين في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية، في حين احتل الاعتماد على الصيادلة والأطباء كمصدر أول للمعلومات الصحية، ثم في المرتبة الثانية شبكة الإنترنت، فيما عدا شبكات التواصل الاجتماعي، ثم التلفزيون، ثم الصحف، والمجلات، وأخيراً الإذاعة. وتشير نتائج الدراسة إلى أن الشريحة العمرية من 40 سنة فأكثر كانوا الأكثر اعتماداً على مواقع الشبكات الاجتماعية في الحصول على المعلومات الصحية، في حين كانت الفئات العمرية ما دون 30 سنة أكثر اعتماداً على «تويتر».

وأظهرت دراسة كاستيللو وزملائه أن تويتر بدأ يكتسب أهمية بوصفه مصدراً إخبارياً موثقاً به، بخاصة في وقت الأزمات والأحداث المهمة؛ ولذا يصبح من الأهمية بمكان ضرورة إيجاد أدوات تساعد على التحقق من مصداقية المعلومات على الإنترنت؛ لأنه حتى بالنسبة إلى المستخدمين ذوي الخبرة، فبالإمكان تضليلهم بالمعلومات غير الصحيحة؛ لأنه ليس لديهم ما يمكنهم من تقييم هذه المعلومات ابتداءً⁽³¹⁾. ويبدو أن تويتر يقوم بنقل القصص الإخبارية من وسائل الإعلام التقليدية إلى ميدان تويتر نفسه، كمتابعة أخبار الأوبئة⁽³²⁾، أو لاكتشاف أحداث إخبارية⁽³³⁾، أو لمعرفة أماكن وقوع تلك الأحداث الإخبارية⁽³⁴⁾. وقد تم استخدام تويتر بشكل موسع وكبير خلال الأمور الطارئة

والعاجلة، مثل حرائق الغابات⁽³⁵⁾، أو الزلازل⁽³⁶⁾، أو الفيضانات⁽³⁷⁾، والهزات الأرضية⁽³⁸⁾. وقد استفاد الصحفيون والمراسلون الإخباريون من خاصية الفورية (immediacy) التي يتمتع بها تويتر؛ مما يعطيهم المجال لنشر الأخبار العاجلة بشكل أسرع من بقية الوسائل الإخبارية التقليدية⁽³⁹⁾.

واتضح أنه حتى باستخدام موقع يوتيوب، فإن الجمهور يبحث عن المعلومة وعن الأخبار المهمة، كما أوضحت دراسة أمين⁽⁴⁰⁾، التي اهتمت بتعرف استخدامات الشباب الجامعي البحريني لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت - أن أهم الأسباب التي دفعت الشباب الجامعي لاستخدام موقع يوتيوب كان رغبتهم في التزود بالأخبار المهمة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، ثم التسلية والترفيه والفضول؛ ولذا جاءت الإشباعات المعرفية في مقدمة الإشباعات التي تحققت، يليها تحقيق إشباعات التسلية والترفيه وشغل أوقات الفراغ عند الشباب الجامعي.

وفيما يتعلق بالدراسات الخاصة باستخدامات تويتر في الحياة الاجتماعية العامة، فقد اهتمت دراسة جرار⁽⁴¹⁾ بتعرف المشاركة بموقع فيسبوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقات الأسرية. وتظهر نتائج الدراسة أن 74,4٪ من الشباب الأردني لديه حساب في فيسبوك، وتبلغ نسبة الذكور المشتركين في الموقع 56٪، في حين تبلغ نسبة الإناث 44٪. وأشار 73,8٪ من الشباب الأردني الذي لديه حساب على فيسبوك إلى أنهم يدخلون على الموقع بشكل يومي. ويرى أكثر من نصف العينة (57,4٪) أن تفاعلهم مع موقع فيسبوك، أدى إلى تقليل الوقت الذي كانوا يمضونه مع أسرهم، في حين يرى 45,6٪ من المشتركين، أن فيسبوك قد أثر في حياتهم بشكل مفيد وإيجابي.

كما أظهرت نتائج دراسة فانسون⁽⁴²⁾ أن ما يزيد على نصف مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك وياهو ويوتيوب) قد ذكروا أنهم يمضون وقتاً أكثر على تلك المواقع من ذلك الوقت الذي يمضونه مع أفراد أسرهم أو أصدقائهم. وكشفت نتائج دراسة نومار⁽⁴³⁾ أن أغلب أفراد العينة في المجتمع الجزائري يستخدمون فيسبوك بدافع "التواصل مع الأصدقاء والأهل" بنسبة

14,75 %، كما جاء دافع "التثقيف" بالنسبة نفسها، ثم حل في المرتبة التالية دافع "زيادة المعلومات والمعارف" بنسبة 13,84 %، ثم دافع "الترفيه والتسلية" بنسبة 12,71 %.

ويبدو أن كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له تأثيراته السلبية والإيجابية على الأسرة وكذلك على الأفراد؛ فقد هدفت دراسة حسن⁽⁴⁴⁾ إلى تعرف "أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفصائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية لكل من الأسرتين المصرية والقطرية". وتشير نتائج الدراسة إلى وجود ارتباط سلبي بين معدل استخدام المواقع الاجتماعية ومستوى التفاعل الاجتماعي بين الأفراد، وبالمقابل تظهر النتائج أيضاً وجود ارتباط سلبي بين معدل استخدام أفراد العينة لشبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية وانخفاض مستوى التحصيل الدراسي لديهم، كما أنه توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين زيادة معدل استخدام أفراد العينة لشبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية واتجاههم نحو تكوين علاقات اجتماعية ثابتة.

التعليق على الدراسات السابقة

ويتضح من استعراض الدراسات العربية والأجنبية السابقة أنها تناولت موضوع استخدام الإنترنت بشكل عام، ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، وأنها بحثت أيضاً التأثير النفسي والاجتماعي والسياسي لتلك المواقع على الأفراد والأسرة. كما بحثت في دوافع استخدام أفراد الجمهور (خاصة شريحة الشباب) لمواقع التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك ويوتيوب وتويتر)، وتناولت الدراسات السابقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديداً تويتر، مصدراً إخبارياً ومعلوماتياً، له مصداقية لدى أفراد الجمهور المستخدم.

وقد تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة، وفي صياغة تساؤلات الدراسة وفروضها، وفي بناء مقاييس الدراسة. وتتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اهتمامها بكيفية استخدام أفراد الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي، وفي تناولها لدور مواقع التواصل الاجتماعي في

الحياة العامة، كما أنها تتشابه كذلك في استخدام المنهج المسحي الوصفي منهجاً للدراسة. في حين تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها تركز على الأهمية المعلوماتية لتويتر، ودوره في الحياة الاجتماعية للأفراد في المجتمع الكويتي، كما تختلف في نوعية المبحوثين الذين تمت دراستهم، وهم يشكلون شريحة نوعية لم تتناولها الدراسات السابقة (أعضاء هيئة التدريس)، بخاصة فيما يتعلق بالأهمية المعلوماتية لموقع تويتر.

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وهو منهج يقوم على تشخيص المشكلة أو الظاهرة المراد دراستها ووصفها وتحليلها، ويعقد الارتباطات والعلاقات بين المتغيرات المختلفة. هذا المنهج يجمع الحقائق حول المواقف، ويهدف كذلك إلى تحديد الوضع الحالي للمشكلة أو الظاهرة المراد دراستها وعرضه. كما يعرض الحقائق التفصيلية عن المشكلة، أو الظاهرة المدروسة، ويحددها، ويعقد المقارنات، مع إصداره للأحكام التقويمية، وتحديد الوسائل والطرق التي تحسن الوضع العام.

أولاً - عينة الدراسة

بلغ حجم عينة الدراسة 206 مستجيبين ومستجيبات (155 من الذكور، و51 من الإناث) من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة الكويت والهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب، بمتوسط عمر بلغ 43,63 (ع=8,43). وقد اقتصرت العينة على الكويتيين من أعضاء الهيئة التدريسية دون سواهم، ومن الذين يستخدمون أداة التواصل الاجتماعي تويتر. واختيرت العينة بطريقة عمدية من خلال الاعتماد على أسلوبين: الأول التوزيع المباشر لأعضاء الهيئة التدريسية أينما وجدوا في الجامعة أو الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب وفي مقر عملهم، بعد أن يتم سؤالهم إن كانوا يستخدمون تويتر من عدمه. فمستخدمو تويتر هم من تم توزيع الاستمارات عليهم فقط؛ أما الطريقة الأخرى فقد كانت من خلال الاستمارة الإلكترونية التي تم من خلالها التواصل مع مستخدمي تويتر. قام الباحث الأول

بعمل مجموعة من التغريدات المباشرة من حسابه الخاص موضحاً هدف الدراسة لمستخدمي تويتر من أعضاء الهيئة التدريسية وتوجيه الاستبانة الإلكترونية إليهم مباشرة، ومن ثم استقبال ردودهم بوساطة البريد الإلكتروني عن طريق برنامج (SurveyMonkey). وقد بلغ حجم الاستمارات التي تم توزيعها بالطريقتين 250 استمارة، وكانت نسبة الاستجابة تعادل 82,4%. بعد أن استبعدت بعض الاستمارات غير المكتملة، وبعضها من غير الكويتيين، وبعضها الآخر لم يتم إعادة تسليمها. وكان التفاوت في نسبة أعضاء الهيئة التدريسية من الذكور والإناث لسببين رئيسيين: الأول أن عدد أعضاء الهيئة التدريسية من الذكور في الجامعة وفي الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب أكثر من عدد الإناث، والثاني أنه من الملاحظ أن مستخدمي تويتر بشكل عام يسيطر عليهم الجانب الذكوري، وبالتحديد في المجتمع الكويتي، وقد بينت إحدى الدراسات هذا الجانب⁽⁴⁵⁾. وتمت مراعاة موضوع التطوع عند الإجابة عن أسئلة الدراسة حتى يتم التمكن من الوصول إلى أقصى درجات صدق الإجابة بين الباحثين، وهو أمر اطمأن له الباحثان بحكم التطوعية أولاً وبالنظر إلى عينة الدراسة التي تشكل الطبقة المثقفة في المجتمع ثانياً. وجاء توزيع أفراد العينة شاملاً للكلديات العلمية والإنسانية، وأعضاء هيئة تدريس ينتمون إلى ثقافات من شرائح مجتمعية مختلفة بحكم كون هذه المؤسسات حكومية يسهل فيها الحصول على عينة تعبر عن المجتمع الكويتي بكل فئاته وشرائحه الاجتماعية المختلفة.

ولا بد من الإشارة إلى أن هناك صعوبة في الاعتماد على وسيلة أو طريقة أخرى لسحب العينة من مجتمع الدراسة الكلي، كاستخدام العينة العشوائية أو العنقودية العشوائية أو الحصصية؛ وذلك لعدم القدرة على تحديد مجتمع الدراسة على أرض الواقع في هذا العالم الافتراضي أولاً، ولقيام العديد من مستخدمي هذه الوسائل باستخدام منخفض ومحدود لها ثانياً، وهو الأمر غير المفضل للاعتماد على عينة غير تلك العينة القصدية المتاحة. ومن ثم يعطي حدوداً خاصة للدراسة، ويقدم مؤشرات أولية لنتائجها، يكون هناك - بكل تأكيد - حذر بتعميمها.

ثانياً - أداة الدراسة ومتغيراتها

تعتبر الاستبانة الأداة الرئيسة للدراسة، التي احتوت على مجموعة من المتغيرات الرئيسة. فقد احتوت الاستبانة على محاور ثلاثة رئيسة، يمكن تحديدها بالآتي:

المحور الأول: وهي الأسئلة الأولية التي تضمنت بعض المعلومات الأساسية والديموغرافية للمبحوث. وتم سؤال المبحوث عن العمر، والنوع، وسنوات الخبرة، والدرجة العلمية، ونوع الكلية التي ينتمي إليها إن كانت علمية أو إنسانية. وقد جاءت بعض الأسئلة لضمان عملية توزيع الاستبانة لجميع الأفراد العاملين وشرائحهم من أعضاء الهيئة التدريسية.

المحور الثاني: وهو الذي يرتبط بالأسئلة الخاصة ببعض استخدامات المبحوث لوسائل التواصل الاجتماعي. فقد تم سؤال المبحوث: أي من برامج التواصل الاجتماعي تستخدمها كثيراً؟ وأيها أكثر تأثيراً عليك؟ وقد تم تحديد مجموعة من الخيارات التي تتمثل في الآتي: تويتر، وفيسبوك، وواتس آب، ويوتيوب، وأخرى يذكرها المستجيب. وتم السؤال أيضاً عن الفترة التي مضت على استخدامه لموقع تويتر بالشهور، وعن عدد مرات الاستخدام اليومي على موقع تويتر خلال اليوم الواحد، وعن حجم الوقت المقضي يومياً عند الدخول إليه، وعدد المتابعين والمتابعين Following and Followers، وعن عدد التغريدات اليومية.

المحور الثالث: وقد اعتمد في هذا المحور على مجموعة من المقاييس التي أعدت واستخدمت لغرض هذه الدراسة. ويمكن عرض هذه المقاييس فيما يأتي:

1 - مقياس الأهمية المعلوماتية لتويتر: وهو مقياس يحدد أهمية استخدام وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر في الحياة الاجتماعية العامة وما يحويه من أهمية معلوماتية للمستخدمين. وقد سبق أن استخدم هذا المقياس في دراسة محلية سابقة⁽⁴⁶⁾، ويحوي هذا المقياس على ثلاث عشرة عبارة.

ومن أمثلة هذه العبارات: "معلوماتها صادقة"، و"أسمع أخباراً لا أسمعها بمكان آخر"، و"شبكة مميزة لسماع الأخبار والمعلومات"، و"سمعت معلومات، وبعدها سمعتها بمكان آخر"، و"حجم الأخبار التي أحصل عليها كبير"، و"من مصادر انتشار الإشاعات"، و"أستخدمها لسماع الأخبار والمعلومات"، و"فيها تنوع في المعلومات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية وغيرها"، و"أتحقق من خلال تويتر من صدق معلومات حصلت عليها من مصادر أخرى"... وللإجابة عن أسئلة المقياس، جاء الميزان الوزني لهذا المقياس خماسياً يبدأ بـ (أبداً) = (1) وينتهي بـ (دائماً) = (5).

2 - مقياس التواصل الاجتماعي عبر تويتر: وهو مقياس أعده الباحثان، يقيس درجة التواصل الاجتماعي من خلال هذه الوسيلة لشبكة العلاقات الاجتماعية التي يمتلكها الفرد. ويحوي هذا المقياس ست عبارات. وطلب من المبحوث أن يحدد مدى تواصله بتويتر مع كل من: العائلة، والأصدقاء المقربين، والأصدقاء العاديين، وزملاء العمل، وأشخاص لا يعرفهم جيداً داخل الكويت، وأشخاص خارج الكويت. وللإجابة عن أسئلة المقياس جاء الميزان الوزني لهذا المقياس خماسياً يبدأ بـ (أبداً) = (1) وينتهي بـ (دائماً) = (5).

3 - مقياس كثافة الاستخدام: وهو مقياس أعده الباحثان أيضاً، يقيس كثافة استخدام تويتر وكثافة التغريد في مواضيع متعددة. وانحصر تحديد إجابات المبحوثين في اثنتي عشرة عبارة. وقد طلب من المبحوث أن يحدد مدى قيامه بالتغريد بالمواضيع الآتية: الدردشة الاجتماعية العامة، عرض الخدمات، تقديم نصيحة أو خبرة، تعليق على تغريدة لأحد الأشخاص، إعادة الإرسال لتغريدة لأحد المغردين، تغريدة سياسية، تغريدة اقتصادية، تغريدة دينية، تغريدة طبية، تغريدة إعلامية، تغريدة اجتماعية، وتغريدات تشمل على حكم ومواعظ عامة. وللإجابة عن

أسئلة هذا المقياس جاء الميزان الوزني بوزن خماسي يبدأ بـ(أبداً) = (1) وينتهي بـ(دائماً) = (5).

4 - إيجابية الاستخدام لتويتر: وهو مقياس يقيس إيجابية استخدام تويتر في الحياة الاجتماعية العامة. وقد تم تطوير هذا المقياس بواسطة الباحثين أيضاً. ويحوي هذا المقياس على عشر عبارات تمثلت بالآتي: "مشاركة الأصدقاء نجاحاتي وتميزي"، و"الكشف عن مشاعري بوضوح"، و"التواصل السهل مع الآخرين"، و"يسمح لي بالتعبير عن رأيي حول الموضوعات المختلفة"، و"لكي لا أشعر بالوحدة"، و"للتسلية والترفيه"، و"لأتواصل مع زملائي في الجامعة أو العمل"، و"عند الشعور بالملل"، و"لطلبتي ومقرراتي الدراسية"، و"لتعرف أصدقاء جدد". وللإجابة على أسئلة المقياس جاء الميزان الوزني لهذا المقياس خماسياً يبدأ بـ(أبداً) = (1) وينتهي بـ(دائماً) = (5).

5 - مقياس درجة الاستخدام: وهو مقياس ذاتي مؤلف من عبارة واحدة One single self-rating item scale. فقد سئل فيه المبحوث بشكل مباشر عن تقييمه لدرجة الاستخدام، وطلب منه الإجابة عن السؤال الآتي: "بشكل عام، كيف تقيم درجة استخدامك لموقع تويتر؟". وجاءت الخيارات خماسية تبدأ بـ(قليلاً جداً) = (1)، وتنتهي بـ(كثيراً جداً) = (5).

خطوات بناء المقاييس

بناء العبارات

عند بناء العبارات الخاصة بالمقاييس السابقة، تم الاطلاع على أكبر قدر من الأدبيات والمصادر والأبحاث ذات الصلة باستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي، ومن ثم تُوصّل إلى مجموعة من العبارات التي عرضت من خلال جمل بشكلها الأولي. وتمت مراجعتها مرة أخرى، مع مراعاة الصياغات اللغوية لها لتأخذ شكل عبارات مفيدة وواضحة. وقد روعي فيها كذلك أن تكون قصيرة ومباشرة. وقد طبقت هذه الاستمارة بما احتوته من مقاييس على مجموعة

تجريبية في دراسة استطلاعية Pilot Study مكونة من 40 مستجيباً ومستجيبة؛ للوقوف على العبارات الواردة، وكذلك للتحقق من ثبات المقاييس التي سيتم عرضها فيما بعد.

إجراءات الصدق

مرت هذه المقاييس بإجراءات الصدق المعتادة؛ فقد تم الاعتماد على قياس الصدق الظاهري لهذه المقاييس، التي تكشف عن ارتباط العبارات الواردة بما يفترض أن يتم قياسه، وطلب من سبعة من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة الكويت ومن تخصصات العلوم الاجتماعية والسلوكية وتخصص الإعلام إبداء الرأي حول مدى قياس هذه العبارات الواردة لمضمون المقياس، علماً بأن المقياس الأول، (الأهمية المعلوماتية) قد سبق أن استخدم في دراسة محلية سابقة كما تمت الإشارة إليه. وعرضت هذه المقاييس والعبارات الواردة على المحكمين، وطلب منهم تحديد مدى تحقيق هذه العبارات لأهداف الدراسة، وإذا ما كانت تقيس ما وضعت له. وطلب منهم أيضاً تحديد أي غموض في العبارات، أو إبداء أي تعديلات. وقد استجيب لما خلص إليه المحكمون، وعرضت عليهم مرة أخرى ووافقوا عليها.

إجراءات الثبات

أما الثبات، فقد تم قياسه بوساطة ألفا كرونباخ، للمقاييس الأربعة الأولى من خلال الدراسة الاستطلاعية. وجاء ثبات المقاييس وفقاً للآتي:

- مقياس الأهمية المعلوماتية لتويتر، وقد جاءت درجة ألفا كرونباخ (87).
- مقياس التواصل الاجتماعي عبر تويتر، وقد جاءت درجة ألفا كرونباخ (91).
- مقياس كثافة الاستخدام، وقد جاءت درجة ألفا كرونباخ (94).
- مقياس إيجابية الاستخدام لتويتر، وقد جاءت درجة ألفا كرونباخ (88).

ولا شك أن هذه النتائج تعكس درجة ثبات عالية يستطيع الباحثان من خلالها الاطمئنان إلى استخدام هذه المقاييس، وتحقيقها لغرض الدراسة.

ثالثاً - الإجراءات الإحصائية

اعتمد على مجموعة من الإجراءات الإحصائية من خلال استخدام البرنامج الإحصائي الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (النسخة 19) SPSS (version 19). واتخذت الإجراءات الإحصائية الآتية:

- 1 - الإحصاء الوصفي: من خلال الاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- 2 - اختبار مربع كاي Chi Square: وذلك لقياس الفروق في النسب بين الذكور والإناث لأفراد العينة من أعضاء الهيئة التدريسية في استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي تويتر، ومدى تأثيرها عليهم، وكذلك درجة التغريد اليومي.
- 3 - اختبار T-test: وذلك لقياس الفروق في المعدلات بين الذكور والإناث من أفراد العينة من أعضاء الهيئة التدريسية في مقاييس الأهمية المعلوماتية لاستخدام تويتر، ومقياس التواصل الاجتماعي، وكثافة الاستخدام، وإيجابية الاستخدام لتويتر.
- 4 - اختبار العلاقة بيرسون Pearson Correlation: وذلك لقياس قوة ودرجة العلاقة بين مقياس الأهمية المعلوماتية لتويتر وبعض المتغيرات الاجتماعية المرتبطة باستخدام تويتر ومدى التواصل الاجتماعي.
- 5 - اختبار معامل الانحدار المتعدد Multiple Regression: وذلك للتنبؤ بأبرز المتغيرات ذات العلاقة بالأهمية المعلوماتية لاستخدام تويتر.

نتائج الدراسة

إن هناك تعدداً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من حيث استخدام تويتر، وفيسبوك، ويوتيوب، وواتس آب، أو ما يُسمى بالرسائل الرقمية وغيرها

من هذه الوسائل. ولتحديد كثافة الاستخدام لهذه الوسائل لدى أفراد العينة، ولمعرفة الفروق أيضاً في النسب بين الذكور والإناث من أعضاء الهيئة التدريسية في استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي المُتعددة، فإن الجدول (1) يوضح لنا هذه الكثافة، وكذلك الفروق بين الذكور والإناث.

جدول (1)

الفروق في النسب بين الذكور والإناث من أعضاء هيئة التدريس في استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي المختلفة

الجنس	تويتر	فيسبوك	واتس آب	يوتيوب	أخرى	درجة الدلالة
ذكر	74,2	9,2	42,8	11,2	4,2	0,000
أنثى	61,4	16,7	57,8	8,3	12,5	
المجموع	72,0	10,4	45,3	10,3	2,4	

يُلاحظ من خلال الجدول السابق أن الاختيار الأول لأفراد العينة من هذه الوسائل تركزَ على استخدام وسيلة التواصل "تويتر"؛ فجاء استخدام أفراد العينة بشكل أكثر تركّزاً وأعلى نسبة في استخدام هذه الوسيلة؛ إذ بلغ الاستخدام الأول نسبة (72,0٪)، واحتل بعد ذلك استخدام وسيلة التواصل واتس آب أو BBM؛ حيث بلغت (45,3٪) كاختيار أول للاستخدام، ومن ثم جاء فيسبوك مُتسابعاً بالنسبة تقريباً مع يوتيوب بنسبة (10,4٪) و(10,3٪) على التوالي.

وعند المقارنة بين الجنسين من أعضاء الهيئة التدريسية، يتضح وجود فروق في النسب، وهذه الفروق دالة إحصائياً عند مستوى (0,000) بين الذكور والإناث في الاستخدام. فأعضاء الهيئة التدريسية من الذكور هم أكثر استخداماً لوسيلة التواصل تويتر من الإناث؛ حيث بلغت نسبة استخدامهم تويتر بوصفه استخداماً مُفضلاً أول (74,2٪) مقابل (61,4٪) لأعضاء الهيئة التدريسية من الإناث. وفي المقابل جاء استخدام واتس آب أو BBM (الرسائل) عند الإناث أكثر من الذكور؛ حيث بلغت نسبته (57,8٪) للإناث، و(42,8٪) للذكور.

وكذلك الحال بالنسبة إلى استخدام فيسبوك الذي جاء بالنسبة إلى الإناث أعلى في التفضيل لدى الذكور، وبلغت النسبة (16,7٪) لهن في مقابل (9,2٪) للذكور. أما بالنسبة إلى يوتيوب، فقد جاء استخدام الذكور أكثر من الإناث؛ بحيث جاءت النسبة (11,2٪) للذكور مقابل (8,3٪) للإناث. وتركزت الوسائل الأخرى عند الإناث أكثر ونسبة (12,5٪) بمقابل (4,2٪) للذكور.

ولتوضيح وتحديد أكثر هذه الوسائل تأثيراً على أفراد العينة من أعضاء هيئة التدريس، وكذلك الفروق بين الجنسين: الذكور والإناث في درجة تأثير هذه الوسائل عليهما، فإن الجدول (2) يوضح هذه الفروق ويبرز مدى التأثير.

جدول (2)

الفروق في النسب بين الذكور والإناث من أعضاء هيئة التدريس في تحديد أي من وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة أكثر تأثيراً عليهم

الجنس	تويتر	فيسبوك	واتس آب	يوتيوب	أخرى	درجة الدلالة
ذكر	79,9	8,0	28,3	13,3	1,5	0,000
أنثى	70,0	11,5	47,5	10,0	7,7	
المجموع	77,6	9,2	31,9	12,4	2,4	

يُعد تويتر أكثر وسائل الاتصال تأثيراً على أفراد العينة من أعضاء الهيئة التدريسية؛ إذ بلغت النسبة (77,6٪) من أفراد العينة الذين أشاروا إلى أن تويتر يُعد أكثر تأثيراً عليهم واختاروه بالمرتبة الأولى من حيث درجة التأثير، ويأتي بالمرتبة الثانية واتس آب/ BBM (الرسائل) ونسبة (31,9٪)، ومن ثم يوتيوب بنسبة (12,4٪)، وبعدها فيسبوك (9,2٪)، وأخيراً وسائل أخرى بنسبة (2,4٪).

وبالمقارنة بين الجنسين في درجة التأثير، فقد كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق في النسب بين أعضاء الهيئة التدريسية من الذكور والإناث في جميع الاستخدامات، وهذه الفروق دالة إحصائياً عند مستوى (0,000)؛ فقد أشارت النتائج إلى أن أعضاء هيئة التدريس من الذكور سجلوا أعلى نسبة في مدى تأثير

تؤثر عليهم مقارنة بالإناث، وبنسبة (79,9٪) في مُقابل (70٪) للإناث، وكذلك الحال بالنسبة إلى استخدام يوتيوب بنسبة (13,3٪) للذكور، و(10,0٪) للإناث. أما بقية الوسائل، فقد سجلت الإناث نسباً أعلى من حيث التأثير، فجاءت بالمركز الثاني من حيث درجة التأثير استخدام واتس آب / BBM، وسجل (47,5٪) للإناث، و(28,3٪) للذكور، وفيسبوك جاءت نسبة الإناث (11,5٪)، و(8,0٪) للذكور، و(7,7٪) للوسائل الأخرى للإناث، مقابل (1,5٪) للذكور.

وللكشف عن درجة التغريد اليومي لأفراد العينة، والفروق في النسب بين أفراد العينة من الذكور والإناث في درجة التغريد اليومي وتكراره، فإن الجدول (3) يوضح هذا التكرار والفروق.

جدول (3)

الفروق في النسب بين الذكور والإناث من أعضاء الهيئة التدريسية في درجة التغريد اليومي من عدمه

الجنس	نعم	لا	درجة الدلالة
ذكر	64,1	35,9	0,005
أنثى	40,9	59,1	
المجموع	59,0	41,0	

يتضح من الجدول (3) أن أفراد العينة من أعضاء هيئة التدريس يقومون بالتغريد اليومي بنسبة (59,0٪) مقابل (41,0٪) من غير المغردين اليوميين. وقد كشفت الدراسة أن هناك فروقاً في النسب بين أعضاء هيئة التدريس من الذكور والإناث في تكرار الاستخدام، فالذكور أكثر استخداماً من الإناث في استخدام التغريد اليومي؛ حيث (64,1٪) من الذكور يقومون بالتغريد اليومي مقابل (40,9٪) للإناث. والفروق هنا دالة عند مستوى (0,05).

ولاختبار الفرضية الخاصة بوجود فروق بين الجنسين (الذكور والإناث) من أعضاء هيئة التدريس، ومقياس أهمية استخدام تويتر، ومقياس التواصل

الاجتماعي عبر تويتر، ومقياس كثافة استخدام تويتر، ومقياس إيجابية استخدام تويتر، فالجدول (4) يوضح هذه الفروق باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم (ت).

جدول (4)

الفروق بين الجنسين (الذكور/الإناث) من أعضاء الهيئة التدريسية وبعض المتغيرات باستخدام اختبارات

مقياس الأهمية المعلوماتية لتويتر			الجنس
ت	ع	م	
2,72***	8,30	47,31	ذكور
	8,15	43,55	إناث
مقياس التواصل الاجتماعي عبر تويتر			
ت	ع	م	
2,00*	4,36	18,44	ذكور
	4,57	16,44	إناث
كثافة استخدام تويتر			
ت	ع	م	
2,4***	8,08	35,86	ذكور
	8,02	32,58	إناث
إيجابية استخدام تويتر			
ت	ع	م	
2,28***	8,24	30,56	ذكور
	7,02	27,75	إناث

* $P > 0.05$

** $P > 0.01$

كشفت النتائج أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مقياس أهمية استخدام تويتر، ومقياس التواصل الاجتماعي عبر تويتر، ومقياس كثافة الاستخدام لتويتر، ومقياس إيجابية استخدام تويتر باتجاه الذكور.

فقد سجلت نتائج الدراسة أن الذكور سجلوا معدلاً أعلى من الإناث في شعورهم بأهمية استخدام تويتر. فقد سجل الإناث متوسطاً نسبته 43,55 (ع = 8,15) في حين بلغت نسبة الذكور 47,31 (ع = 8,30)، والفروق هنا دالة إحصائياً عند مستوى (0,01)، فالذكور يدركون أهمية تويتر واستخداماته بشكل أكبر من الإناث. وفيما يتعلق بمقياس التواصل الاجتماعي عبر تويتر، فقد سجل الذكور معدلاً أعلى (م = 18,44؛ ع = 4,36) من الإناث (م = 16,89؛ ع = 4,57). والفروق دالة إحصائياً عند مستوى (0,05). فالذكور هنا يدركون ويتفاعلون اجتماعياً مع ذويهم وأقربائهم بصورة أكبر من الإناث عند استخدامهم تويتر.

أما فيما يتعلق بمقياس كثافة استخدام تويتر، فقد كشفت الدراسة أيضاً عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدلات كثافة الاستخدام. فالذكور سجلوا معدلاً أعلى (م = 35,86؛ ع = 8,08) من الإناث (م = 32,58؛ ع = 8,02)، والفروق هنا دالة إحصائياً عند مستوى (0,01). فالذكور سجلوا معدلاً أعلى في كثافة الاتصال بالمواضيع المختلفة والمتنوعة عند استخدامهم تويتر. أما فيما يتعلق بمقياس إيجابية استخدام تويتر، فالفروق هنا أيضاً سُجلت لصالح الذكور بمعدل 30,56 (ع = 8,24) بالمقارنة بالإناث بمعدل 27,75 (ع = 7,02) والفروق هنا دالة عند مستوى (0,01) أيضاً. فالذكور أكثر إيجابية في استخدام وسيلة الاتصال تويتر لأسباب مختلفة ومتعددة من الإناث. ولاختيار الفرضية الخاصة عن العلاقة بين مقياس أهمية استخدام تويتر، وبعض المتغيرات فإن الجدول (5) يوضح هذه العلاقة.

جدول (5)

قوة ودرجة العلاقة بين مقياس الأهمية المعلوماتية لاستخدام وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر والعمر وسنوات الخبرة، وبعض المتغيرات المرتبطة باستخدام تويتر، وطبيعة التغريدات ونوعها

المتغير	درجة العلاقة وقوتها
العمر	116-
سنوات الخبرة	125-
عدد مرات استخدام تويتر في اليوم الواحد	271, **
متوسط الدقائق المقضية باستخدام تويتر	207, **
عدد التغريدات اليومية	247, **
درجة الاستخدام لموقع تويتر	392, **
طبيعة/ نوع التغريدة	
دردشة اجتماعية	199, **
عرض للخدمات	218, **
نصائح أو خبرة	297, **
تعليق على تغريدة	275, **
إعادة إرسال تغريدة	365, **
تغريدة سياسية	135, (الذكور فقط 261, **)
تغريدة اقتصادية	080,
تغريدة دينية	184, **
تغريدة طبية	124,
تغريدة إعلامية	152, *
تغريدة اجتماعية	238, **
تغريدة حكم ومواعظ	207, **

* $P < 0.05$

** $P < 0.01$

يوضح الجدول (5) العلاقة بين أهمية استخدام وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر وبعض المتغيرات؛ حيث تُشير النتائج إلى وجود علاقة طردية بين مقياس أهمية استخدام تويتر وعدد مرات استخدامه في اليوم الواحد ($r = .27$; $p < 0.01$)،

ومتوسط عدد الدقائق المقضية في استخدامه ($r=.207$; $p<0.01$)، وكذلك عدد التغريدات اليومية ($r=.247$; $p<0.01$) ودرجة الاستخدام لموقع تويتر ($r=.392$; $p<0.01$). فمع زيادة عدد مرات استخدامه في اليوم الواحد، وزيادة متوسط عدد الدقائق المقضية، وزيادة عدد التغريدات اليومية يزداد عند المستجيب الشعور بأهمية استخدام وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر في الحياة العامة.

وفيما يتعلق بطبيعة التغريدات التي يتم إرسالها ونوعيتها، وعلاقتها بمقياس أهمية استخدام تويتر، فقد كشفت النتائج عن وجود علاقة طردية بين الشعور بأهمية استخدام تويتر في الحياة العامة ونوع الدردشة إن كانت دردشة اجتماعية (مراسلة) ($r=.297$; $p<0.01$)، وعرض خدمات خلال تويتر ($r=.218$; $p<0.01$)، وتقديم نصائح أو خبرات ($r=.297$; $p<0.01$)، والتعليق على تغريدة أخرى للآخرين ($r=.275$; $p<0.01$) والقيام بإعادة إرسال تغريدات أخرى ($r=.365$; $p<0.01$)، والتغريدة الدينية ($r=.184$; $p<0.01$)، والتغريدة الإعلامية ($r=.152$; $p<0.01$)، والتغريدات الاجتماعية ($r=.238$; $p<0.01$)، والتغريدات الخاصة بالحكم والمواعظ ($r=.207$; $p<0.01$)، وتُشير النتائج إلى أن أهمية استخدام تويتر تتزايد مع تزايد القيام بتغريدات خاصة بالدردشة الاجتماعية، وعرض للخدمات، وتقديم نصائح أو نقل خبرات، وإعادة إرسال تغريدة للآخرين، وتعليق على تغريدات الآخرين، والتغريدة الدينية، والإعلامية، والاجتماعية، وتغريدات الحكم والمواعظ. هذا، ولم تكشف نتائج الدراسة عن وجود علاقة بين أهمية استخدام تويتر، والتغريدة السياسية، والاقتصادية، والطبية.

وبعد أن تم تطبيق اختبار العلاقة على الذكور والإناث كُُل على حدة من أفراد العينة، فقد كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهمية الاستخدام لتويتر وبين التغريدة السياسية للذكور ($r=.261$; $p<0.01$). فكشفت نتائج الدراسة فقط العلاقة عند الذكور ولم تكشفها عند الإناث أو كُُل أفراد العينة.

وللكشف عن قوة ودرجة العلاقة بين مقياس أهمية استخدام تويتر، ومستوى التواصل الاجتماعي لكل أفراد العينة، وللذكور والإناث، فإن الجدول (6) يوضح هذه العلاقة .

جدول (6)

قوة ودرجة العلاقة بين مقياس الأهمية المعلوماتية لاستخدام وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر ومدى التواصل الاجتماعي لكل أفراد العينة وللجنسين

مدى التواصل الاجتماعي مع :	العينة كاملة	الإناث	الذكور
أفراد العائلة	,076	,041	,012
أصدقاء مقربين	**,247	,136	**,259
أصدقاء عاديين	**,300	,179	**,330
زملاء العمل	**,279	,184	**,247
أشخاص لا يعرفهم جيداً داخل الكويت	**,222	,059	**,272
أشخاص خارج الكويت	**,205	,037	**,240

* $P < 0.05$

** $P < 0.01$

لقد كشفت النتائج على نحو ما هو واضح من الجدول (6) أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مقياس أهمية استخدام وسيلة التواصل تويتر ومدى التواصل عبر تويتر مع أفراد العائلة ($r=.247$; $p<0.01$) وأصدقاء مقربين ($r=.300$; $p<0.01$) والأصدقاء العاديين ($r=.300$; $p<0.01$) وزملاء العمل ($r=.279$; $p<0.01$) وأشخاص لا يعرفهم جيداً داخل الكويت ($r=.205$; $p<0.01$) وأشخاص خارج الكويت ($r=.238$; $p<0.01$).

فمع زيادة الشعور بأهمية استخدام تويتر، يزداد التواصل من خلاله بأفراد العائلة، والأصدقاء المقربين، والأصدقاء العاديين، وزملاء العمل، وأشخاص

لا يعرفهم جيداً داخل الكويت، وأشخاص من خارج الكويت. ولم تكشف الدراسة عن وجود علاقة بين أهمية الاستخدام لتويتر، ومدى التواصل مع أفراد العائلة. وقد تم تقسيم أفراد العينة إلى ذكور وإناث للكشف عن العلاقة؛ فلم تكشف نتائج الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مقياس أهمية استخدام تويتر، وجميع المتغيرات الخاصة بالتواصل الاجتماعي لأعضاء الهيئة التدريسية من الإناث، في حين كشفت النتائج وجود العلاقة في جميع المتغيرات عدا التواصل مع أفراد العينة. وجاءت جميع هذه العلاقات ذات دلالة عند مستوى ($P < 0.01$).

وللكشف عن العلاقة المتقاطعة بين مقياس أهمية استخدام تويتر، ومقياس التواصل الاجتماعي عبر تويتر، ومقياس كثافة استخدام تويتر، ومقياس إيجابية استخدام تويتر، فإن الجدول (7) يوضح هذه العلاقة المتقاطعة.

جدول (7)

العلاقة المتقاطعة بين الأهمية المعلوماتية لاستخدام تويتر، والتواصل عبر تويتر، وكثافة استخدام تويتر، وإيجابية استخدام تويتر

المتغير	1	2	3	4
الأهمية المعلوماتية لاستخدام تويتر	—	**,34	**,42	**,51
التواصل عبر تويتر	—	—	**,52	**,57
كثافة استخدام تويتر	—	—	—	**,57
إيجابية استخدام تويتر	—	—	—	—

$P < 0,01$

يوضح الجدول (7) وجود علاقة متقاطعة بين جميع المتغيرات المفحوصة؛ فقد كشفت النتائج عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهمية استخدام تويتر والتواصل الاجتماعي عبر تويتر ($r = .34$; $p < 0.01$)، وكثافة استخدام تويتر ($r = .42$)

($p < 0.01$) وإيجابية استخدام تويتر ($r = .51$; $p < 0.01$)، وكذلك وجود علاقة بين مقياس التواصل الاجتماعي عبر تويتر وكثافة استخدام تويتر ($r = .52$; $p < 0.01$) وإيجابية استخدام تويتر ($r = .46$; $p < 0.01$) بالإضافة إلى كثافة استخدام تويتر وإيجابية استخدام تويتر ($r = .57$; $p < 0.01$)، فالعلاقة هنا إيجابية؛ بمعنى زيادة في أحد المتغيرات يُقابله زيادة في المتغيرات الأخرى.

وللكشف عن المتغيرات التي يمكن التنبؤ بها، التي تكشف عن ارتباطها بالأهمية لاستخدام وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر، فقد تم استخدام معامل التحليل الانحدار، والجدول (8) يوضح العلاقة مع التنبؤ ببعض المتغيرات.

جدول (8)

درجة التنبؤ بالمتغيرات ذات التأثير بأهمية استخدام تويتر باستخدام معامل الانحدار

المتغير	B	Beta	t value
عدد مرات استخدام تويتر في اليوم الواحد	,149	,393	*2,51
عدد مرات التغريدات اليومية	,028	,318	*2,56
إعادة الإرسال للآخرين	2,03	,258	*2,14
التغريدة السياسية	1,42	,278	*2,00
التغريدة الدينية	2,51	,439	*2,82

$P > 0,05$

يتضح من الجدول (8)، وبعد أن تم إدخال العديد من المتغيرات ذات العلاقة، أن عدد مرات استخدام تويتر في اليوم الواحد، وعدد مرات التغريدات اليومية، وإعادة الإرسال للآخرين، وكذلك التغريدات السياسية، والدينية من أهم المتغيرات التي يمكن التوقع والتنبؤ بها بأنها ترتبط بأهمية الاستخدام لوسيلة التواصل الاجتماعي تويتر.

تحليل النتائج ومناقشتها

كشفت نتائج الدراسة أن هناك تأثيراً لوسيلة الاتصال الاجتماعي المتمثلة في تويتر، واعتبرت من أبرز الوسائل فعالية واستخداماً في المجتمع الافتراضي، وفي الحياة اليومية عند أعضاء الهيئة التدريسية من الذكور والإناث على حد سواء. واحتل واتس آب المرتبة الثانية، مع انخفاض واضح في استخدامات فيسبوك وكذلك يوتيوب. وهو مؤشر قد تعرضت له الإحصاءات العالمية بصورة مختلفة؛ إذ أشارت النسب العالمية إلى أن موقع فيسبوك يُمثل المركز الأول في يوليو عام 2011م، وبعده جاء موقع يوتيوب ثاني أكبر محرك مُستخدم⁽⁴⁸⁾⁽⁴⁷⁾.

وعلى الرغم من تسجيل انخفاض في استخدام فيسبوك بعد أن ظهر تويتر على الساحة الافتراضية، لها، فإن الفروق في النسب بين مستخدمي تويتر، وفيسبوك تُعتبر شاسعة عند أفراد العينة كما أوضحت نتائج الدراسة. وقد يُعطي ذلك مؤشراً إلى أن مستخدمي هذه الوسيلة يُركزون أكثر على الجوانب التثقيفية والمعلوماتية، وتبادل الأخبار أكثر من الاعتماد عليها لأسباب ترفيهية، وبخاصة أن الشريحة المُستخدمة هي شريحة أعضاء الهيئة التدريسية من حملة الدكتوراه. وهم يحرصون أكثر على استخدام هذه الوسائل بصورة تثقيفية علمية أكثر من كونها ترفيهية، وهذا ما يتعزز من دراسة محلية حديثة أُخرى أُقيمت على شريحة الشباب⁽⁴⁹⁾، التي أشارت إلى تقارب في استخدام تويتر والواتس آب بين الذكور، ومع ارتفاع في معدلات استخدام الواتس آب على تويتر عند الإناث. وهو الأمر المُخالف لهذه الدراسة بحُكم أن تويتر الأعلى استخداماً بين الذكور والإناث بالمُقارنة مع الوسائل الأخرى.

وقد أوضح أفراد العينة أيضاً أن تويتر يُعتبر أكثر تأثيراً على حياتهم الاجتماعية من غيره من الوسائل الأخرى؛ وذلك لأن فيه تبادل المعلومات وأخبار الساعة المؤثرة، والفورية، والسرعة، التي يكون لها الوقع الأكبر في عملية التأثير المجتمعي. ولعل ذلك يُعد أمراً ملحوظاً من خلال ارتباط تويتر بشكل كبير بالأحداث السياسية، بخاصة تلك التي حدثت في المجتمع المحلي،

وسُرعة تداولها. فالأحداث السياسية الداخلية التي حدثت في الكويت خلال السنوات الماضية، وما زالت، جعلت من وسيلة الاتصال تويتر أكثر فاعلية في التداول والانتشار، وبعدها جاءت وسيلة الواتس أب الرسائل النصية التي تؤدي في كثير من الأحيان الهدف نفسه. بينما تراجع استخدام فيسبوك، واحتل المرتبة الأخيرة، وذلك بحكم أنها ارتبطت بشكل أقل في الأحداث السياسية، وعدم ارتباطها بالجوانب السياسية التي شغلت المجتمع المحلي على الرغم من أنها كانت فاعلة في أحداث الربيع العربي في بعض الدول مثل سوريا، وجمهورية مصر العربية. وقد يختلف ذلك عنه في المجتمع المحلي؛ وذلك للاعتماد الكبير من أبناء هذا المجتمع على استخدام الأجهزة النقالة الحديثة بكثرة وبشكل أكبر من استخدام أجهزة الحاسب الآلي المنتشرة بشكل أكبر من الهواتف الذكية في المجتمعات الأخرى. ولعل استخدام الهاتف الذكي يُساعد - بشكل كبير - على أن تكون وسيلة الاتصال تويتر أكثر تأثيراً من وسائل الاتصال الأخرى، وبالتحديد فيسبوك. وهو أدى أيضاً إلى زيادة تأثير وسائل أخرى مثل الواتس أب الذي جاء في مرتبة ثانية من حيث الترتيب.

ولعل اقتناء هذه الوسيلة، ومع زيادة في معدلات الدخل الذي يُسهل بشكل كبير اقتناءها، عزز من سُرعة انتشار الخبر والمعلومة وتداولها بين الناس، هذا بالإضافة إلى صغر حجم المجتمع المحلي، الذي ساعد أيضاً - بشكل كبير - على زيادة تأثير مثل هذه الأداة وتناول الأخبار وتداولها بسُرعة. فهي من وسائل المعلومات الحديثة التي كان لها تأثير كبير على نقل المعلومات وتداولها، وزادت على الوسائل التقليدية المتمثلة في التلفاز والصحف والإذاعة. هذا، بالإضافة إلى أنها دخلت كمصدر للمعلومات وبالإضافة إلى نُدرتها ونوعيتها فهي مُضاهية ومُشابهة للوسيلة التقليدية في تداول المعلومات في المجتمع الكويتي، المتمثلة في الديوانية الكويتية، التي ساعد انتشارها الكبير، وصغر حجم المجتمع، وتردد العديد من المجتمع الذكوري عليها، وبشكل مُستمر في انتقال نوعية مُحددة من الأخبار ليست مُتشابهة من حيث المحتوى والمضمون ومستوى الحُرية مع الوسائل الإعلامية التقليدية (انظر الكندري⁽⁵⁰⁾؛ الأنصاري

والكندري⁽⁵¹⁾. فتويتر يعتبر وسيلة من الوسائل التي تتسم بقدر كبير من الحرية، وهو الذي ساعد على انتشارها وزيادة فعاليتها داخل المجتمع. فمستوى الحرية المطروح، وصغر حجم المجتمع، ومشاركة الرموز السياسية والاجتماعية بفعالية باستخدام هذه الوسيلة، وسهولة اقتنائها، وغيرها من المتغيرات جعل من هذه الوسيلة أكثر تأثيراً، وبالتحديد عند الشريحة المثقفة التي من الممكن أن تنقل هذا التأثير بشكل أكبر للمجتمع. وهذا ما أكدته الدراسات السابقة، وأن مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا تويتر، بدأت تصبح مصدراً موثوقاً به للمعلومات، ليس لدى أفراد الجمهور العادي فحسب، بل حتى لدى الصحفيين، والمؤسسات الإعلامية؛ وذلك بسبب ميزة السرعة في تغطية الخبر، والسرعة في نقله للجمهور، والسرعة كذلك في تفاعل الجمهور مع هذا الخبر. وهذا ما تفترضه نظرية الاستخدامات والإشباع التي اهتمت بما يفعله الجمهور بالوسيلة بدلاً من الاهتمام بمضمون هذه الوسيلة؛ فتويتر في بداية ظهوره كان مخصصاً للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، لكن تفاعل المستخدمين معه، نقله من وسيلة تواصل اجتماعي إلى وسيلة ناقلة للمعلومات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، كما جعله إعلاماً بديلاً للإعلام الرسمي، وللمؤسسات الإعلامية التقليدية، وهذا بسبب أن أفراد الجمهور "استخدموا" هذه الوسيلة لإشباع حاجاتهم، التي نشأت (كما تفترض نظرية الاستخدامات والإشباع) من بعض الدوافع المنفعية (مثل البحث عن المعلومات والأخبار وتقديم النصيحة أو تلقيها)، وكذلك من بعض الدوافع الطقوسية (مثل تمضية الوقت والصداقة والألفة مع الوسيلة).

ولعل الملاحظ أيضاً أن هذا المجتمع الافتراضي المتمثل في تويتر يرتبط بشكل أكبر، وبصورة أكثر فعالية عند المجتمع الذكوري أكثر من المجتمع الأنثوي. وقد أوضحت نتائج الدراسة أن الذكور من أعضاء الهيئة التدريسية هم الأكثر استخداماً، والأكثر "تغريداً" بشكل يومي من الإناث، وهم أيضاً يشعرون، بصورة أكبر من الإناث، بأهمية المعلومات الواردة، وبكثافة استخدامهم اليومي، وإيجابيته وكذلك بالتواصل مع الآخرين في هذا العالم

الافتراضي. ولعل سبب ذلك قد يعود إلى أن المحتوى الأكثر لتويتر بالمُقارنة مع الوسائل الأخرى يتأثر بالقضايا السياسية. فهو محتوى سياسي أكثر من كونه اجتماعياً ترفيهياً، من الممكن أن تُغطيه وسائل تواصل أخرى مثل الواتس أب، وفيسبوك. وهذا ما أشارت إليه نتائج الدراسة أيضاً عندما لم تكشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأهمية المعلوماتية لاستخدام تويتر والتغريدة السياسية على جميع أفراد العينة، التي جاءت بصورة مُعكسة عندما تم الكشف عن العلاقة عند الذكور فقط. فلم تكشف نتائج الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية بين الأهمية المعلوماتية مع التغريدة السياسية لجميع أفراد العينة، ولكن الدراسة كشفت عن هذه العلاقة عند الذكور من أعضاء الهيئة التدريسية؛ مما يُوضح أن مُجتمع تويتر هو مُجتمع سياسي في غالبه، وهي من أبرز النتائج التي خلصت إليها الدراسة، التي أشارت إلى أنها من أكثر المُتغيرات تنبؤاً وذات التأثير في عالم تويتر وأهمية استخدام هذه الوسيلة.

فمُجتمع الإناث قد يكون في الوضع الراهن أقل تأثراً من الذكور في استخدام البُعد السياسي في عالم تويتر. ولعل ذلك يُشير إلى ثقافة المُجتمع المحلي أولاً؛ وذلك لانعزال المرأة - بشكل كبير - عن القضايا السياسية، بالمُقارنة بالذكور، وهو ما أوضحه العديد من الباحثين الذين أشاروا إلى قضية وعي المرأة، وقضية الهرمية القائمة على أساس الجنس، التي تُشير إلى أن للذكور في ثقافة المُجتمع العربي وظائفهم واهتماماتهم وميولهم، بمقابل أن للإناث ميولاً أخرى تختلف عن هذه الاهتمامات، وهي نتيجة قائمة على طبيعة الثقافة المبنية على موضوع وعي المرأة بنفسها، والهرمية القائمة على الجنس (انظر الرميحي⁽⁵²⁾؛ بركات⁽⁵³⁾).

وقد كشفت نتائج الدراسة أن أهمية المعلومات التي تخرج ويتم تداولها في تويتر كبيرة، وارتبطت كذلك بالعديد من المُتغيرات. فعند استخدام هذه الوسيلة التفاعلية نجد زيادة في مُعدلات استخدامها، وزيادة في عدد التغريدات المُتعددة سواء أكانت اجتماعية، أم خدمية، أم نصائح، أم تبادلاً للخبرات، أم دينية، أم إعلامية، أم حكماً ومواعظ، وغيرها من المُتغيرات التي تُشير إلى وجود علاقة

فعالة بينها وبين الشعور بأهمية المعلومات التي يعرضها تويتر. فبمقدار الزيادة في التواصل عبر استخدام تويتر، وكثافة الاستخدام، وإيجابيته، يزداد مقدار الشعور بهذه الأهمية. ولعل النتائج أوضحت مجموعة من المتغيرات ذات التأثير الواضح بأهمية المعلومات التي يعرضها تويتر، مثل تكرار استخدام تويتر في اليوم الواحد، وعدد مرات التغريد اليومي، وإعادة الإرسال للآخرين، وكذلك التغريدات الدينية والتغريدات السياسية، التي جاءت جميعها بشكل مؤثر وواضح في الشعور بأهمية هذه الوسيلة. فما يُعرض من ناتج سياسي وديني في تويتر ارتبط مع أهمية استخدامه، وبمقدار تكرار الاستخدام يكون مقدار الشعور بالأهمية عند هذه الشريحة التي تتعامل معه. وكما تمت الإشارة سابقاً، فإن الذكور أكثر فعالية باستخدام تويتر ليس في الجوانب السياسية فقط، إنما في جوانب التواصل الاجتماعي العام أيضاً، مثل التواصل مع الأصدقاء المقربين والعاديين، وزُملاء العمل، وأشخاص يعرفهم ولا يعرفهم. فهي وسيلة تفاعلية وفعالة للذكور، بعكس الإناث الذين يتجهون أكثر إلى استخدام وسائل تواصلية فعالة أخرى، قد يكون الواتس أب، كما أشارت دراسة أخرى⁽⁵⁴⁾. فالإناث أكثر تفاعلاً مع المحيط الاجتماعي من الذكور في استخدام الرسائل النصية، أما المحادثات المباشرة فقد تكون بوساطة جهاز الهاتف.

ولا شك أيضاً في أن الدراسة قد كشفت عن العلاقة بين استخدام تويتر والتواصل من خلاله مع الوسائل الأخرى للتواصل الاجتماعي. فالأكثر تواصلاً عبر تويتر هو الأكثر تواصلاً في الحياة الاجتماعية، وهو عكس ما جاءت به بعض الدراسات المتعلقة باستخدام الإنترنت وارتباطه بموضوع العزلة الاجتماعية، الذي يُشير إلى أن زيادة استخدام الإنترنت بشكل عام يؤدي إلى زيادة انعزال الفرد، وعدم انخراطه في الحياة الاجتماعية (انظر الكندري والقشعان)⁽⁵⁵⁾. فهو أمر مُختلف عن استخدام الإنترنت، الذي يُعطي بُعداً تفاعلياً اجتماعياً مهماً في الحياة الاجتماعية. وعلى الرغم من ذلك، فإن هناك حاجة ماسة لدراسات أخرى مُتعددة فيما يتعلق بتأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام وتويتر بشكل خاص على مستوى العلاقات الاجتماعية المباشرة داخل المجتمع.

خاتمة

لقد حقق استخدام أفراد العينة لتويتر أعلى نسبة مقارنة بوسائل الاستخدام الأخرى، وعند المقارنة بين الجنسين، كشفت النتائج عن وجود فروق بالنسب لصالح الذكور لهذه الوسيلة مع زيادة الاستخدام للإناث للواتس أب. ويُعد تويتر أكثر وسائل الاتصال تأثيراً على أفراد العينة بشكل عام. وقد كشفت النتائج أن الذكور من أفراد العينة أكثر شعوراً بأهمية استخدام تويتر، والتواصل الاجتماعي عبر تويتر، وكثافة استخدامهم له، وأكثر شعوراً بإيجابيته. وأوضحت النتائج أيضاً أنه مع زيادة عدد مرات استخدام تويتر في اليوم الواحد، وزيادة متوسط عدد الدقائق المقضية باستخدامه، وزيادة عدد التغريدات اليومية، يزداد عند المستجيب الشعور بأهمية استخدام وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر في الحياة العامة. بالإضافة إلى أنه مع زيادة الشعور بأهمية الاستخدام لهذه الوسيلة، يزداد التواصل من خلاله بأفراد العائلة، والأصدقاء المقربين، والأصدقاء العاديين، وزملاء العمل، وأشخاص لا يعرفهم جيداً داخل الكويت، وأشخاص من خارج الكويت.

فقد أوضحت نتائج الدراسة أهمية وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام في الحياة الاجتماعية للمجتمع الكويتي، كما أوضحت أن أعضاء الهيئة التدريسية، والطبقة المثقفة تتعامل مع هذه التقنية بشكل فعال وتستفيد منها في مجالات متعددة. وقد أسهمت هذه التقنية - بشكل واضح - في التأثير على وسائل التواصل الفعلية أو المباشرة؛ بحيث إن درجة وكثافة الاستخدامات اليومية لهذه الوسيلة أصبحت أشبه بالضرورة الاجتماعية التي يصعب التخلي أو التنازل عنها. فجاءت استخدامات أفراد العينة المثقفة بصورة فعالة ومميزة.

إن هذا الاستخدام المتزايد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يحدد اتجاهاً مهماً في مستقبل العلاقات الإنسانية. فتزايد الاستخدام الإلكتروني في عملية التواصل والتفاعل الاجتماعي سيضعف ما يسمى بالعلاقات الإنسانية الحقيقية التي حذر منها الباحث⁽⁵⁶⁾ في بداية العقد الحالي، وأشار إلى أن العالم من الممكن أن يتحول إلى عالم ذرات لا وجود ولا مكان للعلاقات الإنسانية الحقيقية المباشرة فيه. إن إشارته هذه وتوقعه الذي استمدته من دراسة ميدانية

كبيرة قام بها مع بداية الاستخدام المكثف لشبكة الإنترنت، وقبل ظهور وسائل التواصل الاجتماعي أكدته الواقع الاجتماعي من خلال العديد من الدراسات التي أشارت إلى تأثير استخدام الوسائل التكنولوجية على مستوى العلاقات الإنسانية في السنوات القليلة الماضية. ومع بروز و سطوع نجم وسائل التواصل الاجتماعي، فإن المستوى الحالي من العلاقات الاجتماعية غير المباشرة من المؤكد أنه سيزداد مع زيادة الاستخدام؛ ومن ثم ينعكس ذلك على مستوى العلاقات الإنسانية، ومن الممكن أن يؤدي إلى العديد من المشكلات الاجتماعية المصاحبة ويزداد وجودها، كما أسهمت في البداية وسائل التكنولوجيا الحديثة من شبكة المعلومات، والفضائيات وغيرها من الوسائل بزيادتها. فوسائل التواصل الاجتماعي من الممكن أن تسهم - بشكل كبير - بزيادة هذه المشكلات المتعددة، ومن أهمها تلك المشكلات المتعلقة بالأسرة، ومشكلات العنف، والاعتراب الاجتماعي، وغيرها من الأعراض الاجتماعية المرضية داخل المجتمع.

بالإضافة إلى ذلك، فإن هناك حاجة خاصة للفرد في استخدام مثل هذه الوسائل التي أصبح من الصعب التخلي عنها. فهي وسائل معلوماتية مهمة للفرد تحقق له الحاجة والإشباع، كما تمت الإشارة إليه في الإطار النظري لهذه الدراسة. وهناك أهمية لهذا الاستخدام تولد مع زيادة دوافعهم للاعتماد على هذه الوسائل. وقد جاء - في كثير من الأحيان - عدم التركيز حتى على مضمون الاستخدام أو حتى طبيعته التي من الممكن أن يستغرق بها الفرد وقتاً طويلاً، وهو ما قد يفرز نتائج عكسية وسلبية على واقع المجتمع نتيجة لهذه الطبيعة ومحتوى الاستخدام. إن ذلك كله يمكن أن يفسر على أنه إحدى أبرز الوسائل الرئيسة التي خلفتها التكنولوجيا الحديثة، وبالتحديد وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة، على الجوانب السلوكية التي ظهرت ونتجت استجابة لتفاعل الفرد والوسائل التكنولوجية. إن الأهمية المعلوماتية لوسائل التواصل الاجتماعي أفرزت هذا النوع من الاحتياج، فهي من الوسائل التي أصبحت ضرورة مجتمعية كشفت عن بعض من مؤشرات الدراسة الحالية.

لا شك أن اقتصار هذه الدراسة على عينة مُحددة من فئات المُجتمع المحلي وشرائحه، المُتمثلة بفتة أعضاء الهيئة التدريسية في الكويت، يجعل هناك أهمية بأن يتم تناول هذه الدراسة مع مستويات وشرائح اجتماعية مُختلفة. ويُمكن أيضاً عقد مجموعة من المُقارنات الخاصة بها. والمُلاحظ بشكل عام أن هناك أهمية معلوماتية لاستخدام تويتر لهذه الشريحة، وأن هناك تأثيراً واضحاً لهذه الوسيلة بشكل عام.

الهوامش والمراجع

- (1) التقرير العربي الثاني للإعلام الاجتماعي، الذي يعده برنامج الحوكمة والابتكار، الإصدار الثاني، دبي: كلية دبي للإدارة الحكومية، مايو 2011، ص9.
- (2) **Twitter in the Arab Region** <http://www.arabsocialmediareport.com/Twitter/LineChart.aspx>.
- (3) <http://www.internetworldstats.com/middle.htm>.
- (4) Twitter in the Arab Region.
- (5) غريب، كافة: جريدة الجريدة الكويتية، عدد 1910، بتاريخ الثلاثاء 19 مارس 2013، ص2.
- (6) Blumer, J. and Katz, E.: **The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research**, Beverly hills & London: Sage Publication, 1974, p 20.
- (7) Severin, W. and Tankard, J.: **Communication Theories: Origins Methods and Uses in the Mass Media**, Third edition, New York & London: Longman, 1998, pp 269-280.
- (8) حجاب، محمد منير: **نظريات الاتصال**، الطبعة الأولى، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010، ص289.
- (9) مكاي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الطبعة الثانية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2010، ص 246-247.
- (10) Katz, E. Blumler, J. & Gurevitch. M.: **The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research**, Blumler, J. & Katz, E. (editors), Beverly Hills, London: Sage Publications, 1974, pp. 19-32.
- (11) الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص 241.
- (12) <http://www.jeffbullas.com/2012/08/02/blogging-statistics-facts-and-figures-in-2012-info-graphic/>
- (13) <http://personal.stevens.edu/~ysakamot/726/paper/Grant/RAPIDdescription.pdf>
- (14) خضر، نرمين زكريا: "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على موقع فيسبوك"، ورقة مقدمة لمؤتمر الأسرة والإعلام

وتحديات العصر، المؤتمر الدولي الأول، القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 15-17 فبراير 2009، ص 15.

(15) - Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B.: "Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities", In Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis, New York, NY, USA: ACM, 2007, pp. 56-65.

(16) - Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S.: "What is Twitter, a Social Network or News Media?" In WWW '10 Proceedings of the 19th international conference on World wide web, New York, NY, USA: ACM, 2010, pp. 591-600.

(17) - Castillo, C., Mendoza, M., and Poblete, B.: "Information Credibility on Twitter", The International World Wide Web Conference Committee (IW3C2), Session: Information Credibility, March 28-April 1, 2011, Hyderabad, India, 2011, pp. 675-684.

(18) علاونة، حاتم سليم: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري"، ورقة مقدمة لمؤتمر الإعلام الجديد: التحديات النظرية والتطبيقية، الرياض: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 2-4 ديسمبر 2012م، ص 15.

(19) الرعود، عبدالله ممدوح مبارك: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، عمان، الأردن: كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير غير منشورة، 2011، ص 87.

(20) المصري، نعيم: "استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الكليات الفلسطينية"، المؤتمر العلمي "الإعلام والتحول المجتمعي في الوطن العربي"، إربد - الأردن: جامعة اليرموك، 2011.

(21) رضوان، أحمد: "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 39، يناير - مارس، ص 127 - 186.

(22) عبد القوي، محمود حمدي: "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب"، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

(23) الاستطلاع: الإنترنت أفضل مصدر للمعلومات بالنسبة للأميركيين،

<http://www.radiosawa.com/content/article/83424.html>.

(24) عرابي، دينا، والعقباوي، بسنت: "مصادقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب: دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي"، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية"، الرياض: جامعة الملك سعود، الفترة من 23-24 جمادى الأولى 1433هـ الموافق 15-16 أبريل 2012.

- "Information Credibility on Twitter", p. 675. (25)
- Flanagan, A. J., & Metzger, M. J.: "Perceptions of Internet Information Credibility", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 77(3), 2000, pp. 515-540. (26)
- Watch, C. R. W.: "Leap of Faith: Using the Internet despite the Dangers", <http://www.consumerwebwatch.org/pdfs/princeton.pdf>, October 2005. (27)
- Schmierbach, M., & Oeldorf-Hirsch, A.: "A Little Bird Told Me, so I Didn't Believe: Twitter, Credibility, and Issue Perceptions", **Communication Quarterly**, 60(3), 2012, pp. 317-337. (28)
- Morris, M., Counts, S., Roseway, A., Hoff, A., and Schwarz, J.: "Tweeting is Believing?: Understanding Microblog Credibility Perceptions". In **CSCW '12 Proceedings of the ACM 2012 conference on Computer Supported Cooperative Work**, ACM New York, NY, USA Æ2012, pp. 441-450. (29)
- مثنى أبو طالب، زينب: "شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي"، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية: العدد التاسع، 2013، ص 95-120. (30)
- "Information Credibility on Twitter", p.682. (31)
- Iampos, V.; Bie, T. D.; and N. Cristianini, N.: "Flu Dictator-tracking Epidemics on Twitter", In **European Conference on Machine Learning and Principles and Practice of Knowledge Discovery in Databases (ECML PKDD 2010)**, Barcelona, Spain, 2010, Springer, pp. 599-602. (32)
- J. Sankaranarayanan, J.; Samet, H.; Teitler, B.; Lieberman, M.; and Sperling, J.: "Twitter Stand: News in Tweets". In **GIS'09: Proceedings of the 17th ACM SIGSPATIAL International Conference on Advances in Geographic Information Systems**, Seattle, WA, November 2009, pp. 42-51. (33)
- Sakaki, T.; Okazaki M.; and Matsuo, Y.: "Earthquake Shakes Twitter Users: Real-time Event Detection by Social Sensors". In **Proceedings of the Nineteenth International Conference on World Wide Web, WWW: (WWW2010)**, New York, NY, USA, April 2010, ACM, pp. 851-860. (34)
- De Longueville, B., Smith, R., and Gianluca, L.: "OMG, from Here, I Can See the Flames!: A Use Case of Mining Location Based Social Networks to Acquire Spatio-temporal Data on Forest Fires". in **LBSN '09 Proceedings of the 2009 International Workshop on Location Based Social Networks**, New York, NY, USA, 2009, ACM, pp. 73-80. (35)
- Hughes, A. and Palen L.: "Twitter Adoption and Use in Mass Convergence and Emergency Events", **International Journal of Emergency Management**, Vol.6 No.3/4, 2009, pp.248 - 260. (36)
- Vieweg, S., Hughes, A., Starbird, K., and Palen L.: "Microblogging During Two Natural Hazards Events: What Twitter May Contribute to Situational Awareness". In **Proceed-** (37)

- ings of **ACM Conference on Computer Human Interaction**, (CHI) April 2010, pp. 1079-1088.
- (38) - Earle, P. S.; Guy, M.; Ostrum, C.; Horvath, S.; and Buckmaster, R. A.: "OMG Earthquake! Can Twitter Improve Earthquake Response"? **American Geophysical Union, Fall Meeting**, 2009, abstract #S11B, pages 1697+.
- (39) - Poulsen, K: "Firsthand Reports From California Wildfires Pour Through Twitter", <http://www.wired.com/threatlevel/2007/10/firsthand-repor/>.
- (40) أمين، رضا عبدالواحد: "استخدامات الشباب الجامعي لموقع "يوتيوب" على شبكة الإنترنت"، المؤتمر الأول "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، منشورات جامعة البحرين: الفترة ما بين 7-9 أبريل 2009م، ص 511-536.
- (41) جرار، ليلي أحمد: "المشاركة بموقع فيسبوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقات الأسرية"، عمان، الأردن: رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
- (42) - Mecheel, Vansoon: **Facebook and the Invasion of Technological Communities**, N.Y: New York, 2010.
- (43) نومار، مريم: "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر"، الجزائر: رسالة ماجستير غير منشورة، في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، نيابة العمادة لما بعد التدرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية، جامعة الحاج لخضر (باتنة)، 2012.
- (44) حسن، أشرف جلال: "أثر شبكات العلاقات الاجتماعية والتفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل"، ورقة مقدمة لمؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، المؤتمر الدولي الأول، القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 15-17 فبراير 2009.
- (45) الكندري، يعقوب، وآخرون (تحت الطبع): "المتغيرات الاجتماعية المؤثرة في استخدام شبكة التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الكويتي"، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة الكويت.
- (46) "المتغيرات الاجتماعية المؤثرة في استخدام شبكة التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الكويتي".
- (47) - "Social Media" (N.D) In **Wikipedia**. Retrieved April 10, 2012.
- (48) - Cohen, Noam: **New York Times**. Retrieved April 24, 2012.
- (49) "المتغيرات الاجتماعية المؤثرة في استخدام شبكة التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الكويتي".

- (50) الكندري، يعقوب: الديوانية الكويتية: دورها الاجتماعي والسياسي، الكويت: دار البلاغ، 2002.
- (51) الأنصاري، حسين، والكندري، يعقوب: "الدور المعلوماتي للديوانية الكويتية: نموذج لمصادر المعلومات غير الرسمية"، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت: 40 (2)، 2012، ص 15-50.
- (52) الرميحي، محمد: الخليج ليس نفطاً: دراسة في إشكالية التنمية والوحدة، الكويت: دار مدارك آفاق، 2013.
- (53) بركات، حليم: المجتمع العربي المعاصر: بحث استطلاعي اجتماعي، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2011.
- (54) "المتغيرات الاجتماعية المؤثرة في استخدام شبكة التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الكويتي".
- (55) الكندري، يعقوب، والقشعان، حمود: "علاقة استخدام شبكة الإنترنت بالعزلة الاجتماعية على طلاب جامعة الكويت"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت: 17(1)، 2001، ص 1-45.
- (56) - Nie, Norman and Erbing, Lutz: "Internet and Society: A Preliminary Report". **Stanford Institute for the Quantitative Study of Society**, Intersurvey Inc. and McKinsey Co, 2000.