

## الدراسة الثالثة بعنوان :

استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي

دراسة ميدانية على طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

دكتور/ عبدالله الوزان

جامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

### ملخص الدراسة :

تهدف الدراسة على التعرف على استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الاعلام الجديد (تويتر) والتعرف على الإشباع المتحققة منه في زيادة الوعي البيئي لديهم، إعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع التي تهتم بالاحتياجات النفسية والاجتماعية للجمهور، ووفق هذه النظرية يتم استخدام وسيلة تويتر لتحقيق أهداف اتصالية ما، وكذلك لإشباع حاجات ورغبات اجتماعية وثقافية من جراء استخدام هذه الوسيلة .تعتمد هذه الدراسة علي منهج المسح، والذي تم فيه مسح عينة من طلاب الجامعة السعوديين (ذكور- إناث) و تم استخدام صحيفة استبيان للعينة محل الدراسة لتحقيق هدف الدراسة وتساؤلاتها، وذلك للتعرف على مدى استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي، و يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب جامعة الحدود الشمالية بمدينة عرعر التابعة لدولة المملكة العربية السعودية، وتم سحب عينة عمدية ممن يشاهدون وسائل الاعلام الجديد خاصة تويتر من (٣٠٠) مبحوث (ذكور- إناث) من كليتي التربية والآداب والطب بمدينة عرعر بشطريها البنين والبنات، ١٥٠ مبحوث (ذكور- إناث) للتربية والآداب ١٥٠ مبحوث (ذكور- إناث) للطب

### نتائج الدراسة

١- تشير نتائج الدراسة في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(تويتر). ٢- يتضح من نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية التالية (١٨-١٩-٢٠-٢١) في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(تويتر)، وذلك بالنسبة لكليتي التربية والآداب والطب.

## Using New Media (Twitter) Among University Students and its Environmental Realization

The present study aims to measure the uses of the new media (Twitter) among university students and its effect to increase the environmental awareness.

The study focused on the theory of “use and get satisfied”. According to this theory, Twitter is used to achieve certain goals and to satisfy social and cultural needs and desires. The study follows surveying methodology. Male and female Saudi students have been surveyed using a questionnaire to achieve the goals of the study and therefore answer the questions related to the extent of using Twitter among those students. A sample of 300 students (divided into males and females) who regularly use Twitter have undergone the study. Students related to Arts and Medicine colleges.

The results of the study:

1. There is no difference in using Twitter between male and female students.
2. There is no difference in using Twitter among the different ages 18-19-20-21 of the students.

## الدراسة الثالثة:

استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي

دراسة ميدانية على طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

دكتور/ عبدالله الوزان

جامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

### مقدمه:

لاقت وسائل الاعلام الجديدة المتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك – تويتر – اليوتيوب) إقبالا غير مسبوق من قبل جميع فئات الجماهير في مختلف أنحاء العالم، خاصة جمهور الشباب من طلاب الجامعات، حيث وجدوا فيها متنفسا لهم، لإخراج طاقاتهم الكامنة عندهم بدلا من المكوث أمام وسائل الاتصال التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون، فقد أتاحت لهم هذه الوسائل الحديثة فرصة التواصل والاتصال، والتعبير بحرية عن آرائهم وتطلعاتهم المستقبلية دون رقيب أو حسيب على تصرفاتهم.

فيكاد يكون معظم الشباب الجامعي يستخدمون وسائل الاعلام الجديدة، حيث أن الخليجين يفضلون استخدام وسيلة تويتر خاصة فئة الشباب من هم دون سن الثلاثين، وهم يمثلون أغلبية في دول الخليج العربي (١)، لذا نجد إقبالا كبيرا من الطلاب الجامعيين على تويتر، فاهتمامهم به يصل إلى درجة مرتفعة، والسواد الأعظم منهم يملكون حساب في تويتر (٢)، ويتصدر السعوديون قائمة أكثر شعوب العالم تغريدا على وسيلة تويتر (٣) وقد كشفت دراسة حديثة قام بها قسم الاحصائيات BI intelligence في موقع insider BUSINESS أن السعودية تصدر دول العالم من حيث نسبة مستخدمي تويتر النشطين مقارنة بحجم مستخدمي الانترنت، فما يوازي ٤١٪ من مستخدمي الانترنت في المملكة يغردون على شبكة تويتر بانتظام، وهي بذلك تتفوق وفق هذا المعيار على دول مثل الولايات المتحدة الأمريكية والصين والتي بلغت نسبة مستخدمي تويتر فيها من إجمالي مستخدمي الانترنت على التوالي ٢٣٪، ١٩٪، وتقول الإحصائيات الحديثة أن عدد مستخدمي تويتر في السعودية يصل خمسة ملايين مستخدم (٤) كما يعد السعوديون الأكثر استخداما لتويتر في العالم العربي بحدود ٤٠٪، ويتصدرون قائمة المائة شخصية عربية الأكثر تأثيرا على تويتر (٥)، يؤكد ذلك ما جاء في دراسة صادرة عن شركة (جلوبال ويب إنديكس) تفيد أن السعوديين سجلوا أعلى نسبة نمو عالميا من حيث عدد مستخدمي تويتر (٦)

ويعد طلاب الجامعة السعوديون (١٨-٢١) من الشرائح الهامة في المجتمع، وعليهم يكون صالح مجتمعهم فبتقدمهم ومسايرتهم للتكنولوجيا المتقدمة يرتقى مجتمعهم ويصل إلى التقدم المنشود والتنمية الشاملة، فهؤلاء الطلاب معظمهم من

مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي خاصة وسيلة تويتر، والتي تمدهم بكافة المعلومات التي يريدونها في جميع المجالات وشتى النواحي، هذا فضلا عن زيادة معلوماتهم في الوعي البيئي وذلك للراغبين فيه والمتابعين له، لذا جاءت هذه الدراسة لمعرفة طبيعة استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الاعلام الجديد (تويتر) والإشباع المتحققة منه في زيادة الوعي البيئي لديهم.

## أولا: مشكلة الدراسة

اصبحت وسائل الاعلام الجديد الأشهر عالميا (الفيس بوك - تويتر - اليوتيوب) تلعب دورا كبيرا ومؤثرا في جميع المجالات وشتى النواحي، خاصة النواحي السياسية والاعلامية والخبرية والمعرفية والترفيهية، لما لها من مميزات ليست لغيرها من الوسائل الأخرى، مما جعل الشباب مقبلين عليها بشكل كبير، بل إن هذه الوسائل صارت كالإدمان لعامة الناس خاصة فئة طلاب الجامعة الذين يرون فيها صفة الخصوصية وإثبات للذات، ويكاد يتأثر بها معظم الشباب تأثرا كبيرا خاصة طلاب الجامعة، فهم يستخدمون الكثير من هذه الوسائل كتويتر واليوتيوب والفيس بوك، خاصة تويتر الذي يستقطب طلاب الجامعة السعوديون، كما أكد على ذلك نتائج مسح إلكتروني محلي يفيد: أن السعوديين أكثر استخداما لتويتر مقارنة بالشبكات الاجتماعية الأخرى، فمن إجمالي عينة شملت (٦١٠٠) مشاركا من فئات عمرية مختلفة تبين أن ٨٧٪ منهم يستخدمون تويتر (٧) هذا على صعيد وسائل الاعلام الجديد، أما من ناحية تعرض الشباب للمعلومات البيئية، فمعلوم سلفا أن الكثير من الشباب اهتمامهم ليست بيئية، بل إن الوعي البيئي لديهم يكاد يكون قليل للغاية، وهنا تكمن المشكلة هل طلاب الجامعة أفراد العينة يستخدمون تويتر لكي ينهلوا من بعض الإشباع والتي تساهم بشكل جوهري في زيادة وعيهم البيئي؟ أم أن البيئة لديهم شيء ثانوي يمرون عليه مرور الكرام، وهذا ما نود معرفته من خلال هذه الدراسة، لذا فضل الباحث إلقاء الضوء على هذه المشكلة التي لم يناقشها إلا القليل من الباحثين خاصة من جانب وسيلة تويتر - على حد علم الباحث - هذا فضلا عن أهمية الفئة المستهدفة وهم طلاب الجامعة.

لذا فإن هذه الدراسة تسعى لمعرفة مدى استخدامات طلاب الجامعة لوسيلة تويتر، وتسعى كذلك لمعرفة مدى الإشباع المتحققة من استخدامهم لتويتر في زيادة وعيهم البيئي لديهم. وعلى هذا تكمن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الاعلام الجديد (تويتر)؟ وما هي الإشباع المتحققة من استخدامهم لتويتر في زيادة الوعي البيئي لديهم؟

## ثانيا: أهمية الدراسة:

١- تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تظهر العلاقة بين الشباب الجامعي واستخداماته لوسيلة تويتر فيما يخص الوعي البيئي لديهم خاصة أن هذا الوعي له عظيم الأهمية في المناطق الصحراوية النائية والتي تتميز بها محافظة الحدود الشمالية

التي تقع العينة بها والتي تتميز ببيئة مختلفة عن باقي المدن السعودية.

٢- تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تختص بوسيلة توتير دون الوسائل الأخرى، وهو ما يعطى لنتائجها الدقة والتركيز في طبيعة استخدامات طلاب الجامعة لوسيلة توتير في زيادة معلوماتهم للوعى البيئي.

٣- ترصد هذه الدراسة درجة استخدامات طلاب الجامعة لوسيلة توتير في زيادة الوعى البيئى لديهم من أجل معرفة واقع وسائل الاعلام الجديد خاصة توتير بين طلاب الجامعة.

٤- تأتي أهمية هذه الدراسة في الكشف عن علاقة طلاب الجامعة بوسيلة توتير ومدى الثقة في معلوماتها ومضمونها.

٥- أهمية وسائل الاعلام الجديد خاصة توتير على طلاب الجامعة ودورها المؤثر فيهم.

### **ثالثا: هدف الدراسة:**

تهدف الدراسة على التعرف على استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الاعلام الجديد (توتير) والتعرف على الإشباعات المتحققة منه في زيادة الوعى البيئى لديهم.

وهناك بعض الأهداف الفرعية كما يلي:

- ١- التعرف على ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدام طلاب الجامعة لها.
- ٢- التعرف على مدى المساهمات التي يقوم بها توتير في نشر الموضوعات التي تخص البيئة.
- ٣- التعرف على ترتيب الإشباعات التي يحققها توتير حسب درجة قوتها من ناحية زيادة الوعى البيئى.

### **رابعا: حدود الدراسة: تتمثل حدود البحث في:**

- الحدود الزمنية: تمثلت في الفترة الزمنية لتطبيق البحث الميداني وهي شهر أكتوبر ٢٠١٥م.
- الحدود المكانية: تم تطبيق استمارة الاستبيان على الشباب الجامعي بجامعة الحدود الشمالية- المملكة العربية السعودية - كلية التربية والآداب (بنين- بنات) ١٥٠ مبحوث وكلية الطب (بنين- بنات) ١٥٠ مبحوث بمدينة عرعر الواقعة في منطقة الحدود الشمالية.
- الحدود الموضوعية تتمثل في موضوع البحث وهو: استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) والإشباعات المتحققة في زيادة الوعى البيئى.

### **خامسا: الاطار النظري للدراسة:**

إعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تهتم بالاحتياجات النفسية والاجتماعية للجمهور،

ووفق هذه النظرية يتم استخدام وسيلة توتير لتحقيق أهداف اتصالية ما، وكذلك لإشباع حاجات ورغبات اجتماعية وثقافية من جراء استخدام هذه الوسيلة.

حيث أن هذه النظرية تضيء على الجمهور صفة الايجابية حيث يختار الأفراد بوعى وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة (٨). فهذه النظرية تسعى لمعرفة ما يفعله الجمهور مع الوسيلة بدلا من تأثيرها فيهم، هذا فضلا عن هذا الجمهور يستخدم هذه الوسيلة لإشباع احتياجاته الخاصة.

وتعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع الأكثر ملاءمة لدراسة استخدام الانترنت، وحسب رايس وليامز فإن الاعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات والنماذج ومنها نظرية الاستخدامات والإشباع في ظل تحلية الانترنت (٩) ونظرية الاستخدامات والإشباع تساعد في دراسة استخدامات واشباعات الأفراد لشبكات التواصل الاجتماعي (١٠).

والمقصود من تطبيق هذا النموذج على هذه الدراسة أن يتم رصد تعاملات واستخدامات طلاب الجامعة حول وسيلة توتير، والتعرف كذلك على أهم الاشباع المتحققة من استخدامهم لهذه الوسيلة في زيادة وعيهم بالمعلومات المتعلقة بالبيئة، حيث ينجذب طلاب الجامعة بوسائل الاعلام الجديدة خاصة توتير، الوسيلة التي يفضلونها لأنها تحقق لهم رغبات واشباع لا يستطيعون اشباعها بالوسائل الأخرى.

### سادسا :مراجعة بعض الدراسات السابقة :

دراسة عبدالله الوزان سبتمبر ٢٠١٥م (١١) التي هدفت الدراسة فيها بشكل رئيسي على التعرف على مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي، ومدى وعي هؤلاء الشباب بمفهوم المصداقية للمحتوى المنشور فيها، وقد توصلت هذه الدراسة لبعض النتائج منها: حصل توتير على المرتبة الاولى تلاه الفيس بوك ثم اليوتيوب في مدى المصداقية في نقل المعلومات، نسبة معدل الثقة للشباب في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعا بالنسبة لتوتير والذي يثق به معظم أفراد العينة، أما الفيس بوك واليوتيوب فمعدل الثقة فيهما منخفضا وضعيفا خاصة اليوتيوب، وجود علاقة طردية قوية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي وبين مصداقية هذه الوسائل لديهم في نقل المعلومات.

و دراسة **Ziani,Abdulkrim** وآخرون إبريل (٢٠١٥)م (١٢) والتي هدفت إلى تحديد الاستخدامات المختلفة للشباب الليبي والبحريني لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك ومدى رضاهم النفسي الناتج عن استخدام الفيس بوك وقد توصلت هذه الدراسة لبعض النتائج منها: أن السن عامل مؤثر بنسبة ٠.٠٥ في اختلاف نسبة الرضاء النفسي عند الفئة العمرية المتراوحة ما بين ١٨-٢٠ عاما من الشباب، وتبين الدراسة كذلك أن هناك اختلاف في استخدام الفيس بوك

بنسبة ٠.٠٥. ويرجع ذلك إلى اختلاف الجنس واختلاف نسبة تأثير الفيس بوك.

ودراسة محمد السويد مارس ٢٠١٥ من (١٣) والتي هدفت للتعرف على أهم استخدامات عينة من الشباب السعودي لتويتر كما استهدفت أيضا دراسة علاقة هؤلاء الشباب بوسائل الاعلام التقليدي، وتأثير استخدامهم لتويتر على علاقتهم بهذه الوسائل، وقد توصلت هذه الدراسة لبعض النتائج منها: انتشار استخدام تويتر بين شباب العينة وأغلبهم يتعامل معه بصفة يومية مما يدل على عمق ارتباطهم به، وقد ركزت كثافة استخدام الشباب لتويتر في الأغراض الثلاثة التالية: المتابعة والقراءة فقط، التغريد، إعادة الإرسال، ومن أهم العوامل التي تجذب الشباب لتويتر هي على الترتيب: سهولة الاستخدام - العامل الإخباري - حرية التعبير - عامل التنوع - التواصل الاجتماعي والإثارة.

وقد هدفت دراسة سلوى الفاضل ٢٠١٣م (١٤) إلى التوصل لمعرفة الأبعاد الاجتماعية والثقافية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب السعودي ومعرفة أنماط ودوافع استخدامه والإشباع التي يحققها استخدام هذه الشبكات للشباب من الجنسين، ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي: أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما لدى الشباب: تويتر وفيس بوك ويوتيوب وسكايب على التوالي مرتبة تنازليا، نسبة ٣٠٪ منهم تراوحت مدة استخدامهم لها بين ساعتين إلى 4 ساعات يوميا ونصف أفراد العينة يستخدمونها في فترة المساء.

أهم دوافع الشباب السعودي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل على التوالي في: التسلية والترفيه، وحب الاستطلاع، والتعارف والتواصل مع الآخرين، وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة وتبادل المعلومات، ومشاركة الآخرين آرائهم وأفكارهم، ومتابعة الأخبار ومستجدات الأحداث العالمية، والتعرف على ثقافات أخرى مختلفة.

أما أهم الإشباع التي تحققها هذه الشبكات فتتمثل في: توفر المعلومات، والشعور بالحرية في التعبير عن الرأي، والمعرفة بالعالم الخارجي، والالتقاء بأصدقاء قدامى بنسب تتراوح بين ٧٢٪ - ٥٠٪.

ودراسة ناهس العضياني ٢٠١٣م (١٥) التي هدفت إلى التعرف على مدى استخدام طلاب وطالبات المرحلة الثانوية. بمدينة الرياض للشبكات الاجتماعية ومعرفة أبرز الشبكات التي يستخدمونها ودوافع استخدامهم للشبكات والإشباع المتحققة من استخدامها.

### ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- أظهرت الدراسة أن ما نسبته 86٪ من عينة الدراسة يستخدمون الشبكات الاجتماعية، وهم الفئة الأكثر من مجتمع الدراسة وجاءت شبكة تويتر في المرتبة الأولى من حيث تفضيل الاستخدام ثم المنتديات وأخيرا شبكة الفيس بوك.

- أشارت الدراسة إلى أن ما نسبته ٦٣٪ من إجمالي العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية باسم حقيقي وأن أغلبية أفرادها موافقين جدا على أن ما تحققه الشبكات لا تحققه الوسائل الإعلامية التقليدية.

أما دراسة **k.johnston** ٢٠١٣م (١٦) فقد هدفت إلى التعرف على استخدامات طلاب الجامعة لموقعي التواصل الاجتماعي فيس بوك وتويتر والتعرف على مدى إدراكهم وموقفهم تجاههما وقد كشفت النتائج عن:

- اعتماد طلاب الجامعة بصورة أكثر على موقع فيس بوك مقارنة باستخدام موقع تويتر.
- رصد شعور أقل إيجابية من قبل الطلاب المستخدمين لموقع تويتر.
- موقع فيسبوك الوسيلة الأشهر والأكثر شعبية في التواصل بين الطلاب.

ودراسة عبدالصديق حسن ٢٠١٣م (١٧) التي هدفت إلى التعرف على استخدام الشباب الجامعي البحريني لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع هذا الاستخدام والإشباع المتحققة منه، وعلاقة ذلك بتعرضهم لوسائل الاتصال التقليدية

ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- كشفت النتائج عن زيادة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي حيث تتعرض نسبة ٧٩.٤٢٪ لتلك المواقع بصفة دائمة بالمقارنة بنسبة ٥٢.٢١٪ للتلفزيون ٥٠.٤٤٪ للإذاعة ونسبة ١٦.٨٪ للصحف
- يفضل الشباب مواقع اليوتيوب والفيس بوك وتويتر بصفة أساسية. وتمثل الاستخدام الرئيسي لهذه المواقع في الصداقة لدى حوالي ثلاثة أرباع العينة.

ودراسة **B. Ezumah** ٢٠١٣م (١٨) التي هدفت إلى التعرف على مدى استخدام طلاب المرحلة الجامعية لموقع تويتر ومدى انتشاره بينهم، والتعرف كذلك على العوامل المؤثرة على تفضيلهم لتويتر وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- يعتبر موقع تويتر ثان أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تفضيلاً من قبل الطلاب
- تحددت العوامل المؤثرة على تفضيلات الطلاب لموقع تويتر في كونه يمتاز بسهولة التنقل والاستخدام، وأنه الأكثر شعبية بين الأصدقاء وأفراد الأسرة، ولتوفيره فرصة أكبر للتفاعل، ولسمته العالمية في شمول الأصدقاء الدوليين، ولتضمنه للعديد من المهام بما في ذلك القدرة على تحميل المعلومات وخصوصاً الصور ومقاطع الفيديو والردشة مع الأصدقاء.

وقد هدفت دراسة احمد المنصوري ٢٠١٢م (١٩) إلى وصف استخدام الإماراتيين لتويتر كوسيلة اتصال جديدة ومؤثرة ووصف عادات استهلاك وأهم اتجاهات واهتمامات ودوافع المستخدمين.

## ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي :

- الاستخدام اليومي لتويتر: حوالي ٩٥٪ يدخلون حساباتهم يوميا، ومن يقضي ساعة ٢٨٪ وبين ساعتين وثلاث حوالي ٤٠٪ و ٤ ساعات فأكثر ٢٩.٥٪.
- عدد المشاركات في تويتر: ٤٦.٥٪ حدهم الأقصى 5مشاركات يوميا ٢٩.١٪ من ٦ الى ١٥ مشاركة ١٢.٦٪. يضعون من ١٦ الى ٥٠ مشاركة يوميا، ٣.٤٪ يضعون أكثر من ٥٠ مشاركة يوميا، ٧.٧٪ يكتفون بالمتابعة فقط.
- الاستخدامات المعرفية جاءت بالنسبة الأعلى ٦٨٪ بالنسبة لعدد المشاركين، فهم يستخدمون تويتر لأنه يلبي فضولهم واهتماماتهم العامة للحصول على المعلومات، بينما حصل من يعتبر تويتر مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار على نسبة 34٪.
- وقد هدفت دراسة آلاء سعود الزومان ٢٠١٢م (٢٠) إلى التعرف على طبيعة تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية من حيث حجم الاستخدام وأنماطه ودوافعه ومن ثم الوصول إلى الإشباع المتحققة من خلال الاستخدام والعوامل المؤثرة في ذلك

## ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي :

- ذيع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية. بما معدله ٩٦٪ وتفضيل غالبية العينة لخدمات محركات البحث في المقام الأول، يليها يوتيوب ثم تويتر بينما يغيب الفيس بوك عن ساحة منافسة التفضيل.
- وأشارت دراسة **H. Bicen & N. Cavus** ٢٠١٢م (٢١) في هدفها الرئيسي إلى رصد عادات استخدام تويتر عند طلاب المرحلة الجامعية واستكشاف مهام تويتر المفضلة لديهم والتعرف على أماكن استخدام تويتر، وعدد ساعات استخدام الطلاب لتويتر، وأفضل عادات المشاركة التي يفضلها الطلاب، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:
- يقضي غالبية العينة من طلاب المرحلة الجامعية معظم وقتهم في استخدام موقع تويتر.
- جاءت الصور والفيديوهات، والموسيقى، والأخبار وموضوعات تكنولوجيا المعلومات بجانب أخبار المجلات أهم العناصر تفضيلا وأكثرها مشاركة من قبل الطلاب في استخدامات تويتر، مما يوضح توجه الطلاب نحو استخدام تويتر بغرض التسلية والترفيه أولا.

أما دراسة كيجل فتيحة ٢٠١٢ من (٢٢) فقد هدفت إلى تحديد تطبيقات الإعلام الجديد التي بإمكانها خلق الوعي البيئي وبناء الخلفيات الثقافية لقضايا البيئة وأشكالياتها. وكان من أهم نتائجها:

يحتل موقع الفيس بوك المرتبة الأولى من حيث الاستخدام يليه موقع اليوتيوب ثم موقع تويتر - جاءت الاشباكات المعرفية في المرتبة الأولى تلتها الإشباكات الإجتماعية ثم الاشباكات الإعلامية.

وقد هدفت دراسة على الأحمري ٢٠١١م (٢٣) إلى معرفة مدى استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وأي المواقع أكثر جذبا لهم، وما تأثير هذا الجانب على حياتهم الاجتماعية، وما هي الدوافع وراء هذا الاتجاه، وما هي الطرق التي يتم بواسطتها استخدامهم للإنترنت

### ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي :

- أن هناك ما يقارب ٧٠٪ من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وأن ٣٠٪ من الذين تم سؤالهم ليس لهم دراية بتلك المواقع، وأن معظم الاستخدام يتم عن طريق جهاز الجوال والجهاز المكتبي، وأن وقت الاستخدام ما بين ٣-٤ ساعات يوميا.

- بلغت نسبة مستخدمي الفيس بوك حوالي ٥٢٪ مقابل حوالي ٣٣٪ لتويتر من إجمالي العينة وتركزت أهم أغراض التواصل الاجتماعي لديهم على التوالي في: سهولة التواصل مع الأصدقاء، وتبادل الأفكار ومعرفة آراء الآخرين في موضوع محدد، والتعرف على أشخاص جدد والاطلاع على مستجدات الأخبار المحلية والعالمية والمشاركة في القضايا الدينية والاجتماعية.

### الاستفادة من الدراسات السابقة :

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق وبلورة الخطة المنهجية للدراسة والتعرف على المناهج والادوات المستخدمة، والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة، واستفاد الباحث كذلك من الدراسات السابقة في صياغة الفروض وتساؤلات الدراسة بما يتلاءم مع أهداف الدراسة، كما استفاد منها الباحث في إعداد الاستبيان وتقسيمه.

ويمكن إجمال أهم مؤشرات الدراسات السابقة وموقف الدراسة الحالية منها

٦- اتضح من خلال الدراسات السابقة تمتع وسيلة تويتر بالنسب الغالبة بالمقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى كما هو الحال في الدراسة الحالية.

٧- الدراسات السابقة الخاصة بوسائل الاعلام الجديد تشترك جميعا في استخدام السواد الاعظم من الشباب لها، لكن نسب الاستخدام وترتيب هذه الوسائل يختلف من دراسة إلى أخرى حسب افراد العينة، كما هو الحال في الدراسة الحالية التي يجذب الشباب الجامعي السعودي فيها تويتر دون سائر وسائل الاعلام الأخرى كالفيس واليوتيوب.

٨- بعض الدراسات السابقة يتقدم فيها الفيس بوك واليوتيوب على تويتر، وهذه النتيجة تختلف مع الدراسة الحالية.

٩- قلة الدراسات العربية في مجال استخدامات وسائل الاعلام الجديد (توتير) والاشباع المتحققة منه في مجال الوعي البيئي، بينما الدراسة الحالية تناقش ذلك؟

سابعاً: تساؤلات الدراسة:

٤- ما مدى استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي في التعرض للإنترنت؟

٥- ما ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدام طلاب الجامعة لها؟

٦- ما معدل استخدام طلاب الجامعة لوسيلة توتير؟

٧- ما سبب اختيار طلاب الجامعة لوسيلة توتير؟

٨- ما الأوقات المفضلة لديكم لتصفح وسيلة توتير؟

٩- ما طبيعة الموضوعات التي تستهويك عبر وسيلة توتير؟

١٠- هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر توتير؟

١١- ما مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر توتير؟

١٢- ما أشكال المساهمات البيئية التي تقوم بنشرها عبر توتير؟

١٣- ما تقييمك لوسيلة توتير في زيادة الوعي البيئي؟

١٤- ما مدى مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة؟

١٥- ما درجة مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة؟

١٦- ما ترتيب الاشباع التي يحققها لك توتير حسب درجة قوتها من ناحية زيادة الوعي البيئي؟

١٧- ما الإشاعات التي يحققها لك توتير في المجال البيئي؟

١٨- ما مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها توتير؟

## فروض الدراسة:

### الفرض الأول:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) ومدى الاشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم.

### الفرض الثاني:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) وبين متغيرات السن والجنس.

### الفرض الثالث:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاشباعات التي يحققها توتير وبين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعى البيئي لديهم.

### الفرض الرابع:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلاب الجامعة لتوتير ودرجة الثقة في المضامين البيئية التي تقدمها هذه الوسيلة.

## تاسعا: منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة علي منهج المسح، والذي تم فيه مسح عينة من طلاب الجامعة السعوديين (ذكور- إناث) وهذا المنهج يعد الأنسب للدراسة للأسباب التالية: -

- قلة المعلومات عن البيانات المتعلقة بعلاقة طلاب الجامعة بمختلف أعمارهم (١٨-١٩-٢٠-٢١) بوسائل التواصل الاجتماعي خاصة توتير والذي يختص بهذه الدراسة.

- الدراسات السابقة لم تتعرض كثيرا لاستخدامات طلاب الجامعة لوسيلة توتير في مجال الوعي البيئي، فمعظم الاستخدامات حول الاستخدام بطريقة عامة دون تفصيل المجالات المختلفة.

## عاشرا: أدوات جمع البيانات

تم استخدام صحيفة استبيان للعينة محل الدراسة لتحقيق هدف الدراسة وتساؤلاتها، وذلك للتعرف على مدى استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) والإشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي.

و لتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين\* في ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة الأسئلة وإضافة وحذف البعض الآخر وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات

- كما تم إجراء اختبار قبلي لاستمارة الاستقصاء من خلال تطبيقها على عينة نسبتها ١٥٪ أي ما يعادل ٤٥ مفردة من الشباب من الجنسين، و ذلك للتأكد من وضوح الأسئلة و سهولة فهمها و من ثم إعادة صياغة الاستمارة في صورتها النهائية وفقاً لملاحظات المبحوثين.

تم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس العينة من المبحوثين و ذلك بعد مضي أسبوعين تقريباً من تطبيق الاستمارة، و تم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين و قد بلغت نسبة الثبات 0.94، وهي نسبة عالية تدل على قابلية استمارة الاستبيان للتطبيق.

### الحادي عشر: نوع الدراسة

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد و توصيف طبيعة تعرض طلاب الجامعة السعوديون لوسائل الاعلام الجديد خاصة تويتر، وماهى الإشباع المتحققة لديهم من جراء هذا الاستخدام في زيادة وعيهم البيئي.

### الثاني عشر: مجتمع الدراسة والعينة

#### أ - مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب جامعة الحدود الشمالية بمدينة عرعر التابعة لدولة المملكة العربية السعودية، و قد تم اختيار جامعة الحدود الشمالية فقط لأنني أعمل بها، و لم أختَر جامعة أخرى نظراً لتباعد المسافات بيني وبين الجامعات السعودية الأخرى، فأقرب جامعة لي هي جامعة الجوف، و المسافة بيني وبينها حوالي ٢٥٠ كيلو متر.

ب- عينة الدراسة: تم سحب عينة عمدية ممن يشاهدون وسائل الاعلام الجديد خاصة تويتر من (٣٠٠) مبحوث (ذكور - إناث) من كليتي التربية والآداب والطب بمدينة عرعر بشرطها البنين والبنات، ١٥٠ مبحوث (ذكور - إناث) للتربية والآداب ١٥٠ مبحوث (ذكور - إناث) لكلية الطب موزعين ٧٥

(\* ) قام الباحث بتحكيم استمارة الاستبيان على السادة المحكمين وهم كما يلي :

- ١- د. صابر سليمان عسران أستاذ الإعلام - قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
- ٢- د. محمود حسن اسماعيل أستاذ الإعلام ورئيس قسم الاعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس
- ٣- د. أم. د. أحمد حسين محمد حسن رئيس قسم الاعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة
- ٤- د. تامر محمد صلاح الدين سكر مدرس الاعلام - قسم الإذاعة والتلفزيون - جامعة فاروس بالإسكندرية - مصر
- ٥- د/ محمد عبد المنعم الشريف مدرس بكلية التربية - جامعة الزقازيق - مصر

(ذكور)، ٧٥ (إناث) لكل كلية، في سنوات الدراسة المختلفة أعمار (١٨ - ١٩ - ٢٠ - ٢١) سنة، وقد تم إجراء الدراسة على هذه العينة السابقة نظراً لأن حجم العينة الأصلية الممثلة لجامعة الحدود الشمالية ليس كبيراً، نظراً لأنها جامعة ما زالت ناشئة فعمرها حوالي ٨ سنوات فقط، بل إن الطلاب فيها أقل من المعدلات المتعارف عليها دولياً، وذلك نظراً لأن الجامعة تقع في محافظة حدودية نائية بعيدة عن باقي محافظات المملكة، لذا جاء اختيار عينة الدراسة من ٣٠٠٠ مبحوث وقد روعي فيها ما يلي:

٩- أن تكون ممثلة للذكور والإناث.

١٠- أن تمثل العينة مزيج من الكليات العملية (كلية الطب) والكليات النظرية (كلية التربية والآداب).

### الثالث عشر: المفاهيم الأساسية للبحث

وسائل الاعلام الجديد: (يعرفها الباحث على أنها):

وسائل جديدة تم التعارف عليها في السنين القليلة الماضية وقد تم تعميمها في جميع أنحاء العالم، وهي للتواصل بين الجنس البشري في شتى أنحاء العالم فلا يقف في وجهها أي عائق ولا أمضى سلاح، وهي وسائل اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل المرئي والسمعي وتبادل الصور وغيرها لمستخدميها في أي مكان من أرجاء العالم وفي أي وقت يشاءون دون قيود، ومن أبرزها (الفيس بوك - تويتر - اليوتيوب).

طلاب الجامعة: يقصد بهم في هذه الدراسة (المعنى الإجرائي) من هم في مرحلة المراهقة المتأخرة من (١٨-٢١ عام) ويمثل عينة طلاب الجامعة في هذه الدراسة طلاب وطالبات كليتي التربية والآداب والطب (بنين - بنات) بجامعة الحدود الشمالية - المملكة العربية السعودية.

الوعي البيئي: (يعرفه الباحث على أنه):

إدراك الفرد لنفسه وللمحيطين به، والتعرف على المشكلات البيئية المختلفة وإيجاد سبل سريعة لحلها.

ويمكن تحقيق الوعي البيئي عند الإنسان متى تمت مراعاة ما يلي:

أولاً: التركيز على تنمية الجانب الايماني عند الإنسان، إذ إن هذا الجانب يؤكد على ضرورة تعامل الإنسان مع البيئة من منطلق إيماني خالص يربى الإنسان على أهمية احترام هذه البيئة وحسن التعامل مع مكوناتها.

ثانياً: غرس الشعور بالانتماء الصادق للبيئة في النفوس، والحث على إدراك عمق العلاقة الإيجابية بين الإنسان والبيئة بما فيها من كائنات ومكونات.

ثالثاً: العناية بتوفير المعلومات البيئية الصحيحة، والعمل على نشرها وإيصالها بمختلف الطرق والوسائل التربوية،

والتعليمية، والإعلامية، والإرشادية لجميع أفراد وفتات المجتمع.

رابعاً: إخضاع جميع العلوم والمعارف ذات العلاقة بالنظام البيئي لتعاليم وتوجيهات الدين الإسلامي الحنيف وتربيته

الإسلامية الصحيحة حتى يكون استخدامها إيجابياً و نافعاً و مُتفقاً مع الصالح العام. (٢٤)

١- خصائص عينة الدراسة: جدول (١) يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		خصائص العينة	
النسبة	العدد		
%٥٠	١٥٠	ذكور	النوع
%٥٠	١٥٠	إناث	
%١٠٠	٣٠٠	جملة	
%٥٠	١٥٠	كلية التربية والآداب	الكلية
%٥٠	١٥٠	كلية الطب	
%١٠٠	٣٠٠	جملة	
%٥٠	١٥٠	نظري	التخصص
%٥٠	١٥٠	عملي	
%١٠٠	٣٠٠	جملة	
%٢٥	٧٥	١٨ عام	السن
%٢٥	٧٥	١٩ عام	
%٢٥	٧٥	٢٠ عام	
%٢٥	٧٥	٢١ عام	
%١٠٠	٣٠٠	جملة	
٣٠٠		العدد	
١٩.٥		المتوسط	
١.١٢		الانحراف المعياري	

يتبين من الجدول السابق الآتي: من حيث النوع: نسبة ٥٠٪ ذكور، ونسبة ٥٠٪ منهم إناث.

من حيث الكلية: نسبة ٥٠٪ من أفراد العينة بكلية التربية والآداب ونسبة ٥٠٪ منهم بكلية الطب، أما من ناحية التخصص نسبة ٥٠٪ من أفراد العينة يدرسون دراسة نظرية ونسبة ٥٠٪ منهم يدرسون دراسة عملية، أما من حيث المراحل العمرية فنجد أن أعمار أفراد العينة (١٨ - ١٩ - ٢٠ - ٢١) لكلا الكليتين ونسبة كل عمر منهم ٢٥٪ بمعدل ٧٥ مبحوث لكل عمر، حيث أن متوسط أعمار أفراد العينة ١٩.٥ سنة وانحراف معياري ١.١٢ سن.

ويتبين من هذه البيانات أن العينة مختلفة النوع ١٥٠ ذكور و ١٥٠ إناث وتشمل كذلك الكليات النظرية والعملية على حد سواء، وكذلك اختلاف الأعمار بين أفراد العينة، وذلك لتوضيح الفروق بينها في شتى هذه الفروع، وذلك لإعطاء بيانات ونتائج جيدة تجعل الدراسة ذات نتائج ملموسة وإيجابية تحقق النفع للدراسات البحثية مستقبلاً.

## ٢- معدل استخدام الانترنت:

جدول (٢) يوضح معدل استخدام الانترنت

الإجمالي		معدل استخدام الانترنت
ك	%	
٢٠٧	٦٩	دائماً
٩٣	٣١	أحياناً
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٦٩٪ من أفراد العينة يستخدمون الانترنت دائماً، ونسبة ٣١٪ منهم يستخدمونها

أحياناً، أي أن أفراد العينة جميعاً يستخدمون الانترنت ما بين (دائماً) و(أحياناً).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة رباب رأفت الجمال ٢٠١٣. (٢٥)

### ٣- مدى استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي في

#### التعرض للإنترنت:

جدول (٣) يوضح مدى استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي في

#### التعرض للإنترنت

الإجمالي		مدى استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي في التعرض للإنترنت
ك	%	
٢٤٧	٨٢.٣	دائما
٥٣	١٧.٧	أحيانا
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٨٢.٣% من أفراد العينة يستخدمون (دائما) وسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي، ونسبة ١٧.٧% منهم يستخدمونها (أحيانا)، وهذا يدل على جميع أفراد العينة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لكن النسبة الغالبة فيهم يستخدمونها دائما.

#### ٤- ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدامها:

جدول (٤) يوضح ترتيب وسائل التواصل الاجتماعي حسب درجة استخدامها = ٣٠٠

ترتيب	متوسط	الترتيب									وسائل التواصل الاجتماعي
		٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	
١	٧.١	١٥	١٤	١٤	١٤	١٤	١٤	١٤	٥٨	١٤٣	تويتر
٣	٦.٧	٠	١٥	١٤	١٤	١٤	٢٨	١١٦	٥٥	٤٤	الفييس بوك
٥	٤.٢	٨٥	٣٠	١٥	١٤	١٤	٨٦	٢٨	١٤	١٤	اكسنج Xing
٦	٤.١	٢٠	٨٥	٣٠	١٥	٨٦	٢٨	١٤	١٤	٨	ماي سبيس MySpace

٢	٦.٨	٨	١٤	١٤	٠	٢٩	١٤	٧١	١١٦	٣٤	اليوتيوب
٤	٤.٤	٢٨	١٤	٧٢	٨٦	٠	٥٨	٠	١٤	٢٨	لايف بوون
٦	٤.١	١٤	٤٢	٧٢	٥٨	٧١	٠	٢٩	٠	١٤	هاي فايف
٧	٣.٩	٢٨	٧٢	٢٨	٥٧	٥٨	٢٨	٠	٢٩	٠	أوركت
٨	٣.٨	١٠٢	١٤	٢٧	٤٢	١٤	٥٨	٢٨	٠	١٥	تاجد

يتضح من الجدول السابق: أن ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدامها هي:

توتير بمتوسط ٧.١ في الترتيب الأول، ثم اليوتيوب بمتوسط ٦.٨ في الترتيب الثاني، ثم الفيس بوك بمتوسط ٦.٧ في الترتيب الثالث، ثم لايف بوون بمتوسط ٤.٤ في الترتيب الرابع، ثم اكسج Xing بمتوسط ٤.٢ في الترتيب الخامس، وهذا ما تؤكد وتختلف معه بعض الدراسات السابقة فالدراسات التي تؤكد هذه النتيجة هي: دراسة عبدالله الوزان 2015 (٢٦)، دراسة تغريد محمد عبدالله المالكي ٢٠١٢ م (٢٧)، و دراسة ناهس العضياني ٢٠١٣ م (٢٨) أما الدراسات التي تختلف مع هذه النتيجة هي: دراسة على الأحري ٢٠١١ م. (٢٩)، دراسة آلاء بنت سعود إبراهيم الزومان ٢٠١٢ م. (٣٠)، دراسة كيحل فتيحة ٢٠١٢ م. (٣١)

#### ٥- معدل استخدام طلاب الجامعة لوسيلة توتير:

جدول (٥) يوضح معدل استخدام طلاب الجامعة لوسيلة توتير

الإجمالي		معدل استخدام طلاب الجامعة لوسيلة توتير
ك	%	
٢٢٥	٧٥	دائما
٧٥	٢٥	أحيانا
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٧٥٪ من أفراد العينة يستخدمون وسيلة التواصل توتير دائما، ونسبة ٢٥٪ منهم يستخدمونها أحيانا، أي أن جميع أفراد العينة يستخدمون وسيلة توتير نظرا لأن الباحث اختار عينة عمدية ممن يشاهدون وسائل الإعلام الجديد.

## ٦- سبب اختيار طلاب الجامعة لوسيلة توتير:

جدول (٦) يوضح سبب اختيار طلاب الجامعة لوسيلة توتير

الترتيب	الإجمالي ن=٣٠٠		سبب اختيار طلاب الجامعة لوسيلة توتير
	ك	%	
٣	١٥٥	٥١.٧	سهولة الاستخدام
١	٢٧٠	٩٠	انتشاره الواسع بين الشباب
٥	٩٢	٣٠.٧	خصوصية هذه الوسيلة
٤	١٢١	٤٠.٣	صدق معلوماته
٢	٢١١	٧٠.٣	يستهويني ويحقق رغباتي

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٩٠٪ من أفراد العينة يختارون وسيلة توتير لانتشاره الواسع بين الشباب محققا الترتيب الأول ونسبة ٧٠.٣٪ منهم اختاروا توتير لأنه يستهوهم ويحقق رغباتهم محرزاً الترتيب الثاني، ونسبة ٥١.٧٪ منهم اختاروه لسهولة الاستخدام وجاء في الترتيب الثالث، ونسبة ٤٠.٣٪ منهم اختاروه لصدق معلوماته في الترتيب الرابع.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة محمد السويد ٢٠١٥م (٣٢) حيث أن أفراد العينة يختارون توتير نظراً لسهولة استخدامه في الترتيب الأول بينما سهولة استخدام توتير في هذه الدراسة تأتي في المرتبة الثالثة.

## ٧- مدى مواجهة صعوبات في استخدام وسيلة توتير:

جدول (٧) يوضح مدى مواجهة صعوبات في استخدام وسيلة توتير

الإجمالي		مدى مواجهة صعوبات في استخدام وسيلة توتير
ك	%	
٢	٠.٧	دائما
١٨	٦	أحيانا
٢٨٠	٩٣.٣	لا
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٠.٧٪ من أفراد العينة يواجهون صعوبات في استخدام وسيلة توتير دائما، ونسبة ٦٪ منهم يواجهونها أحيانا، ونسبة ٩٣.٣٪ منهم لا يواجهون صعوبات في استخدام وسيلة توتير، وهذا يدل على أن معظم أفراد العينة يؤكدون على سهولة استخدام توتير حتى للمبتدأ بالمقارنة بالفيس بوك واليوتيوب، وهذا ما أكدته الممارسة الفعلية من قبل الباحث فتوتير بالفعل أسهل بكثير من تطبيقات الفيس بوك، والتي لا يجذبها ولا يهواها الكثير من السعوديين على جميع المستويات، وذلك عن طريق التجربة الشخصية لي مع المواطنين السعوديين في معظم الأعمار والمستويات.

## ٨- الصعوبات التي تواجه طلاب الجامعة في استخدام توتير:

جدول (٨) يوضح الصعوبات التي تواجهك في استخدام توتير

ترتيب	الإجمالي ن=٢٠		الصعوبات التي تواجهك في استخدام توتير
	ك	%	
١	١٧	٨٥	لا يعطيني المعلومات الكافية عن الموضوعات المختلفة
٣	٩	٤٥	صعوبات لغوية
٢	١٢	٦٠	تذبذبات الاتصال بالإنترنت
٤	٧	٣٥	معلوماته دسمة لا أفهمها كثيرا

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٨٥٪ من أفراد العينة يرون أن الصعوبات التي تواجههم في استخدام تويتر أنه لا يعطيهم المعلومات الكافية عن الموضوعات المختلفة، ونسبة ٦٠٪ منهم يرون أنها بسبب تذبذبات الاتصال بالإنترنت، ونسبة ٤٥٪ منهم يرون أنها صعوبات لغوية، ونسبة ٣٥٪ منهم يرون أن معلوماته دسمة لا أفهمها كثيرا.

#### ٩- كم من الوقت يقضى طلاب الجامعة عبر تويتر:

جدول (٩) يوضح كم من الوقت يمضى طلاب الجامعة عبر تويتر

الإجمالي		كم من الوقت يمضى طلاب الجامعة عبر تويتر
ك	%	
١١	٣.٧	أقل من ساعة
١٣٠	٤٣.٣	من ساعة إلى ساعتين
١٢٠	٤٠	من ساعتين إلى خمس ساعات
٣٠	١٠	خمس إلى سبع ساعات
٩	٣	من سبع ساعات فأكثر
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٤٣.٣٪ من أفراد العينة يقضون من ساعة إلى ساعتين في استخدام وسيلة تويتر، ونسبة ٤٠٪ منهم يقضون من ساعتين إلى خمس ساعات، ونسبة ١٠٪ منهم يقضون من خمس إلى سبع ساعات.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة احمد المنصوري ٢٠١٢م (٣٣)، دراسة على الأحمري ١٤٣٤ (٣٤) وتختلف مع دراسة

كيحل فتيحة ٢٠١٢ م. (٣٥)

## ١٠- الأوقات المفضلة لتصفح وسيلة تويتر:

جدول (١٠) يوضح الأوقات المفضلة لتصفح وسيلة تويتر

ترتيب	الإجمالي ن=٣٠٠		الأوقات المفضلة لتصفح وسيلة تويتر
	ك	%	
٣	٩٦	٣٢	صباحا
٤	٨٠	٢٦.٧	ظهرا
٥	٦٤	٢١.٣	عصرا
١	١٣٦	٤٥.٣	مساء
٢	١٢٠	٤٠	السهرة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٥.٣% من أفراد العينة يفضلون تصفح وسيلة تويتر في المساء، ونسبة ٤٠% منهم يفضلون تصفحها في السهرة، ونسبة ٣٢% منهم يفضلون تصفحها صباحا، ونسبة ٢٦.٧% منهم يفضلون تصفحها ظهرا. اتفقت هذه النتيجة مع دراسة سلوى الفاضل ٢٠١٣م (٣٦) في أن فترة المساء أخذت الترتيب الأول في التوقيتات المختلفة كما في الدراسة الحالية.

## ١١- في أي مكان تستخدم تويتر:

جدول (١١) يوضح في أي مكان تستخدم تويتر

الإجمالي		في أي مكان تستخدم تويتر
ك	%	
٢٠٠	٦٦.٧	المنزل
٨٥	٢٨.٣	الجامعة
١٥	٥	مقاهي الانترنت
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٦.٧٪ من أفراد العينة يستخدمون وسيلة توتير في المنزل، ونسبة ٢٨.٣٪ منهم يستخدمونها في الجامعة، ونسبة ٥٪ منهم يستخدمونها في مقاهي الانترنت، وهذه النسب صحيحة نظرا لتواجد طلاب الجامعة أغلب أوقاتهم بالمنزل، هذا فضلا عن أن جامعات المملكة العربية السعودية جميعا بها انترنت مخصص لجميع الفئات خاصة الطلاب، وذلك لاستخدامه في العملية التعليمية، أما المقاهي فنسب استخدام الانترنت فيها قليل بحكم أن الإنترنت معه في كل مكان.

## ١٢- طبيعة الموضوعات التي تستهوي طلاب الجامعة عبر توتير:

جدول (١٢) يوضح طبيعة الموضوعات التي تستهوي طلاب الجامعة عبر توتير

ترتيب	الإجمالي ن=٣٠٠		طبيعة الموضوعات التي تستهوي طلاب الجامعة عبر توتير
	ك	٪	
٦	١٧٤	٥٨	ثقافية
٣	٢٤٤	٨١.٣	اجتماعية
٥	١٩٥	٦٥	سياسية
٤	٢١٦	٧٢	علمية
٨	١٢٨	٤٢.٧	عسكرية
٩	٩٦	٣٢	أدبية
٧	١٤٤	٤٨	بيئية
١	٢٦٥	٨٨.٣	عامة
٢	٢٥٨	٨٦	موضوعات رياضية
١٠	٨	٢.٧	جميع ما سبق

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٨٨.٣٪ من أفراد العينة تستهويهم الموضوعات العامة عبر وسيلة توتير، ونسبة ٨٦٪ منهم تستهويهم الموضوعات الرياضية، ونسبة ٨١.٣٪ منهم تستهويهم الموضوعات الاجتماعية، ونسبة ٧٢٪ منهم تستهويهم الموضوعات العلمية، أما الموضوعات البيئية فتأتي في الترتيب السابع لأن اهتمامات معظم الشباب ليست بيئية،

إنها يأخذون المعلومات البيئية على أنها هامشية لا قيمة لها بالمقارنة بالموضوعات العامة والرياضية والاجتماعية التي تمثل لهم كل شيء في الحياة، وهذا هو واقع الشباب في معظم المجتمعات.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة نعيم المصري ٢٠١١م (٣٧) حيث كشفت دراسته أن الموضوعات التي يفضل المبحوثون التفاعل معها هي الموضوعات السياسية والاحبارية ثم الثقافية ثم الاجتماعية ثم الدينية.

### ١٣- أكثر دور يؤديه توتير بالنسبة للمستخدم:

جدول (١٣) يوضح أكثر دور يؤديه توتير بالنسبة للمستخدم

ترتيب	الإجمالي ن=٣٠٠		أكثر دور يؤديه توتير بالنسبة للمستخدم
	ك	%	
٤	٨٨	٢٩.٣	دور اجتماعي
١	٢٣٧	٧٩	دور إعلامي
٣	١٣٦	٤٥.٣	دور ترفيهي
٢	١٨١	٦٠.٣	دور توعوي

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٧٩٪ من أفراد العينة يرون أن أكثر دور يؤديه توتير بالنسبة للمستخدم هو الدور الإعلامي، ونسبة ٦٠.٣٪ منهم يرون أنه الدور التوعوي، ونسبة ٤٥.٣٪ منهم يرون أنه الدور الترفيهي، ونسبة ٢٩.٣٪ منهم يرون أنه الدور الاجتماعي.

#### ١٤- هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر تويتر:

جدول (١٤) يوضح هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر تويتر

الإجمالي		هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر تويتر
ك	%	
٦٥	٢١.٧	دائما
١٨٧	٦٢.٣	أحيانا
٤٨	١٦	لا
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٢١.٧% من أفراد العينة تستهويهم الموضوعات التي تتناول البيئة عبر تويتر دائما، ونسبة ٦٢.٣% منهم تستهويهم أحيانا، ونسبة ١٦% منهم لا تستهويهم الموضوعات التي تتناول البيئة عبر تويتر، أي أن معظم افراد العينة يتابعون الموضوعات البيئية عبر تويتر.

#### ١٥- مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر تويتر:

جدول (١٥) يوضح مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر تويتر

الإجمالي		مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر تويتر
ك	%	
٦٣	٢١	دائما
٢١٥	٧١.٧	أحيانا
٢٢	٧.٣	لا
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٢١% من أفراد العينة يساهمون دائما في نشر موضوعات تخص البيئة عبر تويتر، ونسبة ٧١.٧% منهم يساهمون في النشر أحيانا، ونسبة ٧.٣% منهم لم يساهموا في نشر موضوعات تخص البيئة عبر تويتر.

## ١٦- أشكال المساهمات البيئية التي تقوم بنشرها عبر تويتر:

جدول (١٦) يوضح أشكال المساهمات البيئية التي تقوم بنشرها عبر تويتر

ترتيب	الإجمالي ن=٢٧٨		أشكال المساهمات التي تقوم بنشرها عبر تويتر
	ك	%	
٣	١٨٩	٦٨	صور
٤	١٢٦	٤٥.٣	تعليقات
٥	١٠٥	٣٧.٨	مقالات
١	٢٣٨	٨٥.٦	أخبار
٢	٢١٧	٧٨.١	فيديوهات
٦	٧٧	٢٧.٧	رسومات
٧	٤٩	١٧.٦	جميع ما سبق

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٨٥.٦٪ من أفراد العينة يساهمون بنشر الأخبار البيئية في تويتر، ونسبة ٧٨.١٪ منهم يساهمون بنشر فيديوهات، ونسبة ٦٨٪ منهم يساهمون بنشر صور، ونسبة ٤٥.٣٪ منهم يساهمون بنشر تعليقات.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة كيجل فتيحة ٢٠١٢ م (٣٨)، حيث أن الصور فيها احتلت المركز الأول

## ١٧- هل لك أصدقاء عبر تويتر لديهم اهتمامات بيئية:

جدول (١٧) يوضح هل لك أصدقاء عبر تويتر لديهم اهتمامات بيئية

الإجمالي		هل لك أصدقاء عبر تويتر لديهم اهتمامات بيئية
ك	%	
١٠١	٣٣.٧	نعم
١٩٩	٦٦.٣	لا
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٣٣.٧٪ من أفراد العينة لديهم أصدقاء عبر توتير لديهم اهتمامات بيئية، ونسبة ٦٦.٣٪ منهم ليس لديهم أصدقاء عبر توتير لديهم اهتمامات بيئية.

### ١٨- تقييمك لوسيلة توتير في زيادة الوعي البيئي:

جدول (١٨) يوضح تقييمك لوسيلة توتير في زيادة الوعي البيئي

الإجمالي		تقييمك لوسيلة توتير في زيادة الوعي البيئي
ك	٪	
١٤٠	٤٦.٧	جيدة
١٣٥	٤٥	متوسطة
٢٠	٦.٧	مقبولة
٥	١.٧	ضعيفة
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٤٦.٧٪ من أفراد العينة تقييمهم لوسيلة توتير في زيادة الوعي البيئي بأنها جيدة، ونسبة ٤٥٪ منهم تقييمهم لها على أنها متوسطة، ونسبة ٦.٧٪ منهم تقييمهم لها على أنها مقبولة، ونسبة ١.٧٪ منها تقييمهم لها على أنها ضعيفة.

## ١٩- مدى مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة:

جدول رقم (١٩) يوضح مدى مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة

الإجمالي		مدى مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة
ك	%	
٥٦	١٨.٧	دائما
٢٢٠	٧٣.٣	أحيانا
٢٤	٨	لا
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ١٨.٧٪ من أفراد العينة يرون أن توتير يساهم دائما في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة، ونسبة ٧٣.٣٪ منهم يرون أنه يساهم (أحيانا)، ونسبة ٨٪ منهم يرون أن وسيلة توتير لا تساهم في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة Sheedy, C.2011 (٣٩) الذي أكد على أن مواقع الشبكات الاجتماعية بإمكانها زيادة الوعي العالمي حول قضية ما.

## ٢٠- درجة مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة: جدول (٢٠) يوضح درجة

مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة

الإجمالي		درجة مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة
ك	%	
٤	١.٤	كبيرة
١٩٨	٧١.٧	متوسطة
٦٩	٢٥	مقبولة
٥	١.٨	ضعيفة
٢٧٦	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ١.٤٪ من أفراد العينة يرون أن مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة تكون كبيرة، ونسبة ٧١.٧٪ منهم يرون أنها مساهمة متوسطة، ونسبة ٢٥٪ منهم يرون أن مساهمته مقبولة، ونسبة ١.٨٪ منهم يرون أنها مساهمة ضعيفة.

## ٢١- مدى الاشتراك في جمعيات بيئية ناشطة عبر توتير:

جدول (٢١) يوضح مدى الاشتراك في جمعيات بيئية ناشطة عبر توتير

الإجمالي		مدى الاشتراك في جمعيات بيئية ناشطة عبر توتير
ك	%	
٤١	١٣.٧	نعم
٢٥٩	٨٦.٣	لا
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ١٣.٧٪ من أفراد العينة يشتركون في جمعيات بيئية ناشطة عبر توتير، ونسبة ٨٦.٣٪ منهم لا يشتركون في جمعيات بيئية ناشطة عبر توتير، وذلك لضعف تواجد هذه الجمعيات بين الشباب، أو أن الشباب غير مقبولين على مثل هذه الجمعيات، وإذا اشتركوا فيها فيكون ذلك من باب الفضول والمعرفة، وليس من أجل الحب والتفاني في خدمة البيئة.

## ٢٢- اسم الجمعيات التي اشتركت فيه:

جدول (٢٢) يوضح اسم الجمعيات التي اشتركت فيه

الإجمالي		اسم الجمعيات التي اشتركت فيه
ك	%	
١٣	٣١.٧	جمعية البيئة والنظافة
١٧	٤١.٥	جمعية محبي البيئة
١١	٢٦.٨	جمعية بيئي نظيفة
٤١	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٤١.٥٪ من أفراد العينة يشتركون في جمعية محبي البيئة، ونسبة ٣١.٧٪ منهم يشتركون في جمعية البيئة والنظافة، ونسبة ٢٦.٨٪ منهم يشتركون في جمعية بيئي نظيفة.

## ٢٣- ترتيب الاشباعات التي يحققها لك توتير حسب درجة قوتها من ناحية زيادة الوعي البيئي:

جدول (٢٣) يوضح ترتيب الاشباعات التي يحققها لك توتير حسب درجة قوتها من ناحية زيادة الوعي البيئي

ن=٣٠٠

ترتيب	متوسط	الترتيب							الاشباعات
		٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	
١	٥.٥	٢٣	٠	٢٤	٢٤	٤٠	٦١	١٢٨	إشباعات إعلامية
٥	٣.٤	٤٤	٧١	٤٤	٦٠	٤٠	٢٠	٢١	إشباعات المشاركة بالرأى
٧	٢.٩	٤٨	٦٤	١٠٧	٤٠	٤١	٠	٠	إشباعات مراقبة البيئة
٦	٣.٠	٤٤	٨٤	٦٤	٨٨	٠	٠	٢٠	إشباعات التسلية
٣	٤.٥	٢٠	٢٠	٦١	٠	١١١	٦٤	٢٤	إشباعات اجتماعية
٢	٥.٠	٢٠	٦١	٠	٠	٢٠	١٣٥	٦٤	إشباعات معرفية
٤	٣.٧	١٠١	٠	٠	٨٨	٤٨	٢٠	٤٣	إشباعات شبه اجتماعية

يتضح من الجدول السابق: أن الاشباعات الاعلامية تأخذ الترتيب الأول في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة أفراد العينة الذين يستخدمون توتير، ثم تأتي الاشباعات المعرفية في الترتيب الثاني، والترتيب الثالث يكون من نصيب الاشباعات الاجتماعية، أما الرابع والخامس فيكون من نصيب الاشباعات شبه الاجتماعية و اشباعات المشاركة بالرأى على التوالي، وتأتي إشباعات مراقبة البيئة في الترتيب الأخير لأن اهتمامات معظم الشباب ليست بيئية.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة سلوى الفاضل ٢٠١٣م (٤٠) في ترتيب الاشباعات حيث كانت الاعلامية فيها في الترتيب الأول ثم تلتها المعرفية، واختلفت مع دراسة كيجل فتيحة ٢٠١٢م (٤١)، حيث كانت الاشباعات المعرفية فيها في المركز الأول تلتها الاشباعات الإجتماعية.

## ٢٤- الإشباعات التي يحققها لك توتير في المجال البيئي:

جدول (٢٤) يوضح الإشباعات التي يحققها لك توتير في المجال البيئي ن=٣٠٠

الاتجاه	متوسط ط	نادرًا		أحيانًا		دائمًا		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
دائمًا	٢.٨٢	٤	١٢	١٠	٣٠	٨٦	٢٥٨	إشباعات إعلامية
دائمًا	٢.٧٤	٦	١٨	١٤	٤٢	٨٠	٢٤٠	
أحيانًا	١.٩٩	٢٤.٧	٧٤	٥١.٣	١٥٤	٢٤	٧٢	
أحيانًا	٢.٠٢	٢٦.٧	٨٠	٤٤.٣	١٣٣	٢٩	٨٧	إشباعات المشاركة بالرأي
أحيانًا	٢.١٣	٢٦	٧٨	٣٥.٣	١٠٦	٣٨.٧	١١٦	
دائمًا	٢.٥٠	١٦	٤٨	١٨	٥٤	٦٦	١٩٨	
دائمًا	٢.٤٣	١٤	٤٢	٢٩	٨٧	٥٧	١٧١	إشباعات مراقبة البيئة
أحيانًا	١.٩٦	٢٥.٣	٧٦	٥٣	١٥٩	٢١.٧	٦٥	
أحيانًا	١.٩٨	٢٦	٧٨	٥٠	١٥٠	٢٤	٧٢	
أحيانًا	٢.٠٣	٢٤.٧	٧٤	٤٧.٣	١٤٢	٢٨	٨٤	إشباعات مراقبة البيئة
أحيانًا	٢.١٦	٢٢.٦٧	٦٧	٣٩	١١٧	٣٨.١١٦	١١٦	

		٣				٧		التي أحصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي	
دائماً	٢.٥٦	١٣. ٣	٤٠	١٧. ٣	٥٢	٦٩. ٣	٢٠٨	ساعدتني على ملء أوقات الفراغ	اشباعات التسلية
دائماً	٢.٥١	١١. ٧	٣٥	٢٥. ٧	٧٧	٦٢. ٧	١٨٨	أشبع لدي حب التسلية	
أحياناً	١.٩٤	٢٨	٨٤	٥٠	١٥٠	٢٢	٦٦	المشاركة في الحملات البيئية التطوعية التي يتم إطلاقها عبر تويتر	اشباعات اجتماعية
أحياناً	١.٩٨	٢٨	٨٤	٤٦	١٣٨	٢٦	٧٨	المشاركة الفعلية في جمعيات بيئية ناشطة عبر تويتر	
أحياناً	٢.١٠	٢٦	٧٨	٣٨	١١٤	٣٦	١٠٨	التعرف على المعلومات البيئية المختلفة محلياً وعالمياً	
دائماً	٢.٥٢	١٦	٤٨	١٦	٤٨	٦٨	٢٠٤	زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالبيئة ومشاكلها	إشباعات معرفية
دائماً	٢.٤٦	١٤	٤٢	٢٦	٧٨	٦٠	١٨٠	المساهمة في معالجة وطرح القضايا البيئية	
أحياناً	٢.٣٢	١٤	٤٢	٤٠	١٢٠	٤٦	١٣٨	زيادة الوعي البيئي لديك	
أحياناً	١.٩١	٢٨	٨٤	٥٣	١٥٩	١٩	٥٧	سهّلت لي التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة من الناحية البيئية	اشباعات شبه اجتماعية
أحياناً	١.٩٧	٢٨	٨٤	٤٧. ٣	١٤٢	٢٤. ٧	٧٤	جعلتني اجتماعياً أكثر في المجال البيئي	
أحياناً	٢.٠٩	٢٦	٧٨	٣٩. ٣	١١٨	٣٤. ٧	١٠٤	جعلتني أعيد الاتصال بالأصدقاء القدامى المهتمين بالوعي البيئي الذين فقدت الاتصال بهم	

دائما	٢.٤٩	١٦	٤٨	١٨.٣	٥٥	٦٥.٧	١٩٧	وفرت لي أصدقاء بالعالم الافتراضي لم أجدّه بالعالم الواقعي
دائما	٢.٤٤	١٤	٤٢	٢٨.٣	٨٥	٥٧.٧	١٧٣	عززت مكائتي الاجتماعية

يتضح من الجدول السابق: أن طلاب الجامعة أفراد العينة قد اكتسبوا الكثير من الإشباع المتحققة لهم من توتير وذلك لزيادة معلومات وعيهم البيئي الذي يعيشون فيه وهذه الإشباع جميعها قد تحققت وذلك بوقوعها ما بين (دائما - أحيانا) بمعنى أن هناك بالفعل إشباع متحققة من قبل توتير لطلاب الجامعة أفراد العينة، وذلك بناء على اتجاهاتهم الإيجابية (بدائنا وأحيانا) والإشباع هي على التوالي: الإشباع إعلامية، إشباع معرفية، إشباع اجتماعية، إشباع شبه اجتماعية، إشباع المشاركة بالرأى، إشباع التسلية، إشباع مراقبة البيئة.

#### ٢٥- مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها توتير:

جدول (٢٥) يوضح مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها توتير

الإجمالي		مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها توتير
ك	%	
٣٥	١١.٧	نعم بشكل تام ومطلق
٢١٠	٧٠	أحيانا لكن بحسب طبيعة المحتوى
٥٥	١٨.٣	لا أثق فيما يقدمه
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ١١.٧٪ من أفراد العينة يثقون في المضامين البيئية التي يقدمها توتير بشكل تام ومطلق، ونسبة ٧٠٪ منهم يثقون فيها أحيانا لكن بحسب طبيعة المحتوى، ونسبة ١٨.٣٪ منهم لا يثقون فيها، والمحصلة النهائية أن أفراد العينة يثقون في توتير في تقديمه للمضامين الإخبارية البيئية المختلفة.

## ٢٦- ماذا تنوى مستقبلا في مجال الوعي البيئي :

جدول (٢٦) يوضح ماذا تنوى مستقبلا في مجال الوعي البيئي

الإجمالي		ماذا تنوى مستقبلا في مجال الوعي البيئي
ك	%	
٢٦٥	٨٨.٣	التوسع في استخدام توتير
٣١	١٠.٣	الإنقاص من استخدام توتير
٤	١.٣	التوقف عن استخدام توتير
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٨٨.٣٪ من أفراد العينة ينون مستقبلا التوسع في استخدام توتير في المجال البيئي، ونسبة ١٠.٣٪ منهم ينون الإنقاص من استخدام توتير في المجال البيئي، ونسبة ١.٣٪ منهم ينون التوقف عن استخدام توتير، أي أن نسبة الثقة في وسيلة توتير عالية وأن أفراد العينة في المستقبل لا يجذبون ولا يتعاملون إلا مع توتير.

### فروض الدراسة :

الفرض الأول توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد

(توتير) ومدى الاشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم.

جدول (٢٧) يوضح العلاقة بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) ومدى الاشباع

المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم

استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير)				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
٠.٠١	متوسط	طردي	**٠.٥٥١	إشباع إعلامية
٠.٠١	متوسط	طردي	**٠.٣٦٥	إشباع المشاركة بالرأى
٠.٠١	متوسط	طردي	**٠.٤١٢	إشباع مراقبة البيئة

٠.٠١	متوسط	طردي	**٠.٠	إشباعات التسلية
٠.٠١	متوسط	طردي	**٠.٥٦٩	إشباعات اجتماعية
٠.٠١	متوسط	طردي	**٠.٤٥٢	إشباعات معرفية
٠.٠١	متوسط	طردي	**٠.٥٤٢	إشباعات شبه اجتماعية
٠.٠١	متوسط	طردي	**٠.٥٣٤	الإشباعات كدرجة كلية

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) و الإشباعات التالية: الإشباعات إعلامية، الإشباعات المعرفية، الإشباعات اجتماعية، الإشباعات شبه اجتماعية، الإشباعات المشاركة بالرأى، الإشباعات التسلية، الإشباعات مراقبة البيئة، المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم، حيث كانت ( $0.3 > r > 0.6$ ) وهي دالة عند مستوى ٠.٠١.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد

(توتير) وبين متغيرات السن والجنس

٢٨ (أ) الفروق بين الجنسين (ذكور- إناث) في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير)

جدول ٢٩ (أ) يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين الجنسين في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام

الجديد (توتير)

الدلالة	كا٢	إناث		ذكور		النوع الاستخدام
		%	ك	%	ك	
دح ١ ٠.٨٨٠ غير دالة	٠.٠٢٣	٨٢	١٢٣	٨٥١.٧	١٢٤	دائما
		١٨	٢٧	١٧.٣	٢٦	أحيانا
		١٠٠	١٥٠	١٠٠	١٥٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير)، حيث كانت قيم كا٢ غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة أمجد جمعة ٢٠١٣ (٤٢) واختلفت مع دراسة Ziani,Abdulkrim وآخرون

إبريل (٢٠١٥) (٤٣) حيث تبين وجود فروق بين الجنسين في استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي.

٢٨(ب)- الفروق بين الفئات العمرية في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير):

جدول (٢٩) (ب) يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين الفئات العمرية في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل

الإعلام الجديد (توتير)

الدلالة د ح ٣	كا٢	عام ٢١		عام ٢٠		عام ١٩		عام ١٨		السن الاستخدام
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٩٩	٠.٠٦٩	٨١٣	٦١	٨٢.٧	٦٢	٨٢.٧	٦٢	٨٢.٧	٦٢	دائما
٥ غير		١٨.٧	١٤	١٧.٣	١٣	١٧.٣	١٣	١٧.٣	١٣	أحيانا
دالة		١٠٠	٧٥	١٠٠	٧٥	١٠٠	٧٥	١٠٠	٧٥	جملة

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية التالية (١٨-١٩-٢٠-٢١) في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير)، وذلك بالنسبة لكليتي التربية والآداب والطب حيث كانت قيم كا٢ غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة **Ziani.Abdulkrim** وآخرون إبريل (٢٠١٥) (٤٤) حيث تبين وجود فروق في الأعمار المختلفة بالنسبة لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأشباع التي يحققها توتير وبين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعي البيئي لديهم

جدول (٢٩) يوضح العلاقة بين الاشباعات التي يحققها توتير وبين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعى البيئي لديهم

لديهم

زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعى البيئي لديهم				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
٠.٠١	متوسطة	طردي	**٠.٣٨١	إشباعات إعلامية
٠.٠١	متوسطة	طردي	**٠.٣٢٥	إشباعات المشاركة بالرأي
٠.٠١	متوسطة	طردي	**٠.٣٦٦	إشباعات مراقبة البيئة
٠.٠١	متوسطة	طردي	**٠.٤١٠	إشباعات التسلية
٠.٠١	متوسطة	طردي	**٠.٣٦٤	إشباعات اجتماعية
٠.٠١	متوسطة	طردي	**٠.٤١٥	إشباعات معرفية
٠.٠١	متوسطة	طردي	**٠.٣٠٥	إشباعات شبه اجتماعية
٠.٠١	متوسطة	طردي	**٠.٣٩٨	الاشباعات كدرجة كلية

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية متوسطة بين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعى البيئي لديهم و الاشباعات التالية: الإشباعات إعلامية، الاشباعات المعرفية، الإشباعات اجتماعية، الإشباعات شبه اجتماعية، الإشباعات المشاركة بالرأي، الإشباعات التسلية، الإشباعات مراقبة البيئة، المتحققة في زيادة الوعى البيئي لديهم، حيث كانت ( $0.3 > r > 0.6$ ) وهي دالة عند مستوى ٠.٠١.

الفرض الرابع/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلاب الجامعة لتوتير ودرجة الثقة في المضامين البيئية التي تقدمها هذه الوسيلة

جدول (٣٠) يوضح العلاقة بين الاشباعات التي يحققها توتير وبين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعى البيئى

لديهم

استخدام طلاب الجامعة لتوتير				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
٠.٠١	قوية	طردي	٠.٦١٩**	ودرجة الثقة في المضامين البيئية التي تقدمها هذه الوسيلة

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية قوية بين استخدام طلاب الجامعة لتوتير ودرجة الثقة في المضامين البيئية التي تقدمها هذه الوسيلة، حيث كانت ( $r < 0.6$ ) وهي دالة عند مستوى ٠.٠١.

### خاتمة الدراسة وتوصياتها:

- ١- بينت نتائج الدراسة أن نسبة من أفراد العينة يستخدمون الانترنت دائما، ونسبة أخرى منهم يستخدمونها أحيانا، أي أن أفراد العينة جميعا يستخدمون الانترنت ما بين (دائما) و(أحيانا).
- ٢- يتضح من نتائج الدراسة أن بعض أفراد العينة يستخدمون(دائما) وسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي، ومنهم من يستخدمونها (أحيانا)، وهذا يدل على أن جميع أفراد العينة دون استثناء يستخدمون وسائل الإعلام الجديد.
- ٣- يتضح من نتائج الدراسة أن ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدامها هي: توتير في الترتيب الأول، ثم اليوتيوب في الترتيب الثاني، ثم الفيس بوك في الترتيب الثالث.
- ٤- تبين نتائج الدراسة أن نسبة من أفراد العينة يستخدمون دائما وسيلة الإعلام الجديد (توتير)، ونسبة أخرى منهم يستخدمونها أحيانا، أي أن جميع أفراد العينة يستخدمون وسيلة توتير نظرا لأن الباحث اختار عينة عمدية ممن يشاهدون وسائل الإعلام الجديد.
- ٥- يتضح من نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة ٩٠٪ من أفراد العينة يختارون وسيلة توتير لانتشاره الواسع بين الشباب محققا الترتيب الأول ونسبة ٧٠.٣٪ منهم يختارون توتير لأنه يستهويهم ويحقق رغباتهم محرزا الترتيب الثاني، ونسبة ٥١.٧٪ ثالثة منهم اختاروه لسهولة الاستخدام في الترتيب الثالث، ونسبة ٤٠.٣٪ رابعة منهم اختاروه لصدق معلوماته في الترتيب الرابع.
- ٦- تبين النتائج أن نسبة ٤٣.٣٪ من أفراد العينة يقضون من ساعة إلى ساعتين في استخدام وسيلة توتير، ونسبة ٤٠٪

منهم يقضون من ساعتين إلى خمس ساعات، ونسبة ١٠٪ منهم يقضون من خمس إلى سبع ساعات.

٧- يتضح من نتائج الدراسة أن نسبة ٨٨.٣٪ من أفراد العينة تستهويهم الموضوعات العامة عبر وسيلة تويتر، ونسبة ٨٦٪ منهم تستهويهم الموضوعات الرياضية، ونسبة ٨١.٣٪ منهم تستهويهم الموضوعات الاجتماعية، ونسبة ٧٢٪ منهم تستهويهم الموضوعات العلمية، أما الموضوعات البيئية فتأتي في الترتيب السابع لأن اهتمامات معظم الشباب ليست بيئية.

٨- تشير نتائج الدراسة أن نسبة ٨٥.٦٪ من أفراد العينة يساهمون بنشر الأخبار في تويتر، ونسبة ٧٨.١٪ منهم يساهمون بنشر فيديوهات، ونسبة ٦٨٪ منهم يساهمون بنشر صور، ونسبة ٤٥.٣٪ منهم يساهمون بنشر تعليقات.

٩- تؤكد نتائج الدراسة أن نسبة ١٨.٧٪ من أفراد العينة يرون أن تويتر يساهم دائما في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة، ونسبة ٧٣.٣٪ منهم يرون أنه يساهم (أحيانا)، ونسبة ٨٪ منهم يرون أن وسيلة تويتر لا تساهم في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة.

١٠- تبين نتائج الدراسة أن نسبة ١.٤٪ من أفراد العينة يرون أن مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة تكون كبيرة، ونسبة ٧١.٧٪ منهم يرون أنها مساهمة متوسطة، ونسبة ٢٥٪ منهم يرون أن مساهمته مقبولة، ونسبة ١.٨٪ منهم يرون أنها مساهمة ضعيفة.

١٠- تشير نتائج الدراسة أن الاشباكات الاعلامية تأخذ الترتيب الأول في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة أفراد العينة الذين يستخدمون تويتر، ثم تأتي الاشباكات المعرفية في الترتيب الثاني، والترتيب الثالث يكون من نصيب الاشباكات الاجتماعية، أما الرابع والخامس فيكون من نصيب الاشباكات شبه الاجتماعية و اشباكات المشاركة بالرأي على التوالي، وتأتي إشباكات مراقبة البيئة في الترتيب الأخير لأن اهتمامات معظم الشباب ليست بيئية.

١١- تؤكد نتائج الدراسة أن طلاب الجامعة أفراد العينة قد اكتسبوا الكثير من الإشباكات المتحققة لهم من تويتر وذلك لزيادة معلومات وعيهم البيئي الذي يعيشون فيه، وهذه الإشباكات جميعها قد تحققت وذلك بوقوعها ما بين (دائما - أحيانا) والإشباكات هي على التوالي: الإشباكات إعلامية، إشباكات معرفية، إشباكات اجتماعية، إشباكات شبه اجتماعية، إشباكات المشاركة بالرأي، إشباكات التسلية، إشباكات مراقبة البيئة.

١٢- تبين من نتائج الدراسة أن نسبة ١١.٧٪ من أفراد العينة يثقون في المضامين البيئية التي يقدمها تويتر بشكل تام ومطلق، ونسبة ٧٠٪ منهم يثقون فيها أحيانا لكن بحسب طبيعة المحتوى، ونسبة ١٨.٣٪ منهم لا يثقون فيها.

١٣- تؤكد نتائج الدراسة على وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والاشباكات التالية: الإشباكات إعلامية، الاشباكات المعرفية، الإشباكات اجتماعية، الإشباكات شبه اجتماعية،

الإشباع المشاركة بالرأى، الإشباع التسلية، الإشباع مراقبة البيئة، المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم.

١٤- تشير نتائج الدراسة في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدامات طلاب

الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(توتير).

١٥- يتضح من نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية التالية (١٨-١٩-٢٠-

٢١) في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(توتير)، وذلك بالنسبة لكليتي التربية والآداب والطب

١٠- تشير نتائج الدراسة وجود علاقة طردية متوسطة بين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعي البيئي

لديهم و الاشباع التالية: الإشباع إعلامية، الاشباع المعرفية، الإشباع اجتماعية، الإشباع شبه اجتماعية،

الإشباع المشاركة بالرأى، الإشباع التسلية، الإشباع مراقبة البيئة، المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم.

### **توصيات الدراسة : في ضوء النتائج السابقة، تقترح الدراسة التوصيات التالية :**

٢- يجب على القائمين على وسيلة توتير تشجيع مستخدميها ولفت نظرهم من أن لآخر لنشر كل ما يخص البيئة

ومردودها على الانسان بحيث يكون هناك وعى بيئي لديهم، خاصة كل من يستخدم الأخبار والتعليقات والصور

والفيديوهات الخاصة بالبيئة، حيث أكدت نتائج الدراسة أن نسبة ٨٥.٦٪ من أفراد العينة يساهمون بنشر الأخبار البيئية

في توتير، ونسبة ٧٨.١٪ منهم يساهمون بنشر فيديوهات، ونسبة ٦٨٪ منهم يساهمون بنشر صور، ونسبة ٤٥.٣٪ منهم

يساهمون بنشر تعليقات، حتى يكون هناك إمام ووعى بالبيئة وبالتالي تتحقق التنمية والرفاهية للجنس البشرى.

٣- إقامة ندوات ومحاضرات ودورات نظرية وعملية في الجامعات المختلفة وفي مؤسسات المجتمع المدني الحكومية

والخاصة، تكون مخصصة للتعريف بالبيئة وخطورتها على الانسان، وكيف يكون لدى الطالب الجامعي وعى بيئي بيئته

التي يعيش فيها.

٤- تشجيع الطلاب من قبل القائمين على أمر الجامعات المختلفة من أعضاء هيئة تدريس وإدارات مختلفة على نشر

الوعي البيئي من خلال وسائل الإعلام الجديد التي يجوبونها خاصة توتير والذي حصل على المركز الأول في هذه الدراسة

في استخدامات الشباب له، وذلك بنشر المعلومة والتعليق عليها والمساهمة الحقيقية في إثراء الوعي البيئي المفقود بين

الشباب، مما يكون له أكبر الأثر في زيادة معلومات الوعي البيئي عند بعض الشباب.

(١) جين كينينمونت، إلى أى مدى يحدث توتير تحولات في المجتمعات الخليجية؟ المركز الإقليمي للدراسات  
الاسـ... تراتيجية، الق... اهرة، ٢٢/١٢/٢٠١٢:

<http://www.rcssmideast.org/article/345#VGONZTSsU64>

(٢) يوسف المطيري (توتير) عبر عن رأيك دون توتير، بريق الدانة:

<http://www.danakw.com/AXCMSweblive/shababdetails.com?articaled=1754>

(٣) نوف الراجحي، تاء التأيث، الرياض، العدد ١٦٦٩٦، الثلاثاء ١٠ جمادى الأولى ١٤٣٥ - ١١ مارس ٢٠١٤م:

<http://www.alriyadh.com/2014/03/11/artical>

(4) <http://aitnews.com/2013/11/16>

(5) <http://fac/ksu.edu.sa/shalsaif/pages/>.

(6) <http://ar.wikipedia.org/wkik>

(٧) محمد البهلال، في مسح اليكترونى حول استخدام الشبكات الاجتماعية في، السعوديون يفضلون توتير على بقية  
شبكات التواصل الاجتماعي، العدد ١٦٠١٢، الخميس ٥ جمادى الآخرة ١٤٣٣ - ٢٦ ابريل ٢٠١٢ من:

<http://www.alriyadh.com/com/2012/04/26.article730585.html>

(8) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، (القاهرة: الدار المصرية  
اللبانية ١٩٩٨ م)، ص ٢٤٠.

(9) Samuel Ebersole (2000), Uses and Gratification of the Web Among Students, retrieved from [http:// goo.gl/ 7axiym](http://goo.gl/7axiym), voved Mar. 20th. 2013.

(١٠) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص ص ٢٤٦-٢٤٧.

(١١) عبدالله الوزان (سبتمبر ٢٠١٥). مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي، مجلة  
بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط بالقاهرة، ط ١، العدد السابع، ص ١٨٨

12-Abdulkrim, Ziani & Mohamad, Qudah & Abdalaziz, Aldaihani, (April 2015), "Uses and Gratifications Realized for the Libyan and Bahraini youth through". Facebook", **INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCE**, vol.5.NO.4(1),P43.

(١٣) محمد السويد. استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (توتير) وتأثيرها على درجة علاقتهم

بوسائل الإعلام التقليدية، دراسة ميدانية، (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، ١٤٣٦ - ٢٠١٥ م)، ص ٥٥.

(١٤) سلوى بنت محمد الفاضل. أبعاد استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية، (رسالة تكميلية للماجستير، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، (١٤٣٤ - ٢٠١٣ م)، ص ٢٢٦.

(١٥) ناهس بن خالد العضياني. استخدامات الشبكات الاجتماعية لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض والاشباع المتحققة منها (رسالة تكميلية للماجستير، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، ١٤٣٤ - ٢٠١٣ م) ص ٢٣٥.

16- k.johnston et al. use perception and attitude of university studentes towards facebook and twitter. **Electronic journal of information Systems Evaluation** 2013. Vol.16 (3), pp200-210. ،

(17) عبد الصادق حسن. تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية، مجلس التعاون لدول الخليج العربية، الأمانة العامة، قطاع الشؤون الثقافية والاعلامية، سلسلة مجلس التعاون (١)، ١٤٣٤ - / ٢٠١٣ م، ص ١٥٤.

18-B. Ezumah. College Students' Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited. **International Journal of Business and Social Science** 2013. Vol. 4 (5), pp 27 - 34.

(19) أحمد المنصوري. عادات استهلاك التواصل الاجتماعي في دولة الامارات، رسالة دكتوراه، قسم الاتصال الجماهيري، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الامارات، مركز المزملة للدراسات والبحوث، ٢٠١٢، ص ٢٩٧.

(٢٠) آلاء بنت سعود إبراهيم الزومان، تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية، دراسة وصفية ميدانية على عينة من الطلاب والطالبات الجامعيين في مدينة الرياض، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد... التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود، الرياض، ٢٣-٢٤ جمادى الأولى ١٤٣٣ هـ - الموافق ١٥-٦ أبريل ٢٠١٢ م، ص ٢٨٢.

(21) H. Bicen & N. Cavus. Twitter usage habits of undergraduate students. **Procedia - Social and Behavioural Sciences** 2012. Vol. 46, pp 335 - 339.

(٢٢) كيجل فتيحة. الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة لخضر - باتنه، ٢٠١١-٢٠١٢ م)، ص ١٥٩.

(٢٣) علي بن سعيد الأحمري. أغراض استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، (قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٣٤ - ١٤٣٢ هـ)، ص ٢٢٢.

(٢٤) د. صالح بن علي أبو عرّاد، مدير مركز البحوث التربوية بكلية المعلمين بأبها - المملكة العربية السعودية على موقع

<https://saaid.net/Doat/arrad/65.htm>

(٢٥) رباب رأفت الجمال. أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، كرسي الأمير نايف بن عبد العزيز للقيم الأخلاقية، جامعة الملك عبدالعزيز، كلية الاتصال والإعلام، ٢٠١٣، ص ١١.

(٢٦) عبدالله الوزان سبتمبر ٢٠١٥، مرجع سابق، ص ١٥.

(٢٧) تغريد محمد المالكي. دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأكيد على بعض قيم الحوار لدى طالبات جامعة الملك سعود، رسالة تكميلية للماجستير، قسم السياسات التربوية، كلية التربية، جامعة الملك سعود، ١٤٣٣-٢٠١٢ م، ص ٩٥.

(٢٨) ناهس العضياني ٢٠١٣ م، مرجع سابق، ص ٥٧.

(٢٩) علي بن سعيد الأحمري ٢٠١١ م، مرجع سابق، ص ٢٩٠.

(٣٠) آلاء بنت سعود إبراهيم الزومان ٢٠١٢ م، مرجع سابق، ص ٢٨٩.

(٣١) كيجل فتيحة ٢٠١٢ م، مرجع سابق، ص ١٦٣.

(٣٢) محمد السويد مارس ٢٠١٥ م، مرجع سابق، ص ٥٨.

(٣٣) أحمد المنصوري ٢٠١٢ م، مرجع سابق، ص ٣٠٧.

(٣٤) علي بن سعيد الأحمري ١٤٣٤ هـ، مرجع سابق، ص ٢٢٨.

(٣٥) كيجل فتيحة ٢٠١٢ م، مرجع سابق، ص ١٧١.

(٣٦) سلوى بنت محمد الفاضل ٢٠١٣ م، مرجع سابق، ص ٢٣٣.

(٣٧) نعيم المصرى. استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الاعلام الأخرى، مؤتمر الاعلام والتحولات المجتمعية، (أربد: جامعة اليرموك، كلية الاعلام، ٢٠١١) ص ٢٠.

(٣٨) كيجل فتيحة ٢٠١٢ م، مرجع سابق، ص ١٧٧.

(39) Sheedy, C. (2011) Social Media for Social Change: A Case Study of Social Media Use in the 2011 EGYPTIAN REVOLUTION. RETRIEVED from <http://goo.gl/TGQAD9>. Viewed August 5<sup>th</sup> 2011.

(٤٠) سلوى بنت محمد الفاضل ٢٠١٣ م، مرجع سابق، ص ٢٣٧.

(٤١) كيجل فتيحة ٢٠١٢ م، مرجع سابق، ص ١٦٨.

(٤٢) أمجد جمعة. دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الإجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة، مؤتمر طلبة الجامعات الواقع والآمال، (غزة: الجامعة الإسلامية، عمادة شؤون الطلبة، ١٢-١٣ فبراير ٢٠١٣، ص ١٩٨).

43-Abdulkrim, Ziani & Mohamad, Qudah & Abdalaziz, Aldaihani, (April 2015) , op.cit, vol.5.NO.4(1),P47.

44-Abdulkrim , Ziani & Mohamad, Qudah & Abdalaziz, Aldaihani, (April 2015) , op.cit,