

استخدامات الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية والإشباع المتحققة منها

بركات دويح وقيان الشمري*

الملخص:

تستهدف الدراسة التعرف على دوافع استخدام الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية والإشباع المتحققة منها. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على 400 مفردة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الباحثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر ودرجة تأثرهم بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية. ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط اطلاع الباحثين على الأخبار المنشورة عبر المواقع الإلكترونية الكويتية ودرجة تأثرهم بهذه الأخبار. وكذلك وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام الباحثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر ومدى تفاعلهم مع الآخرين حول الموضوعات التي يشاركون في مناقشتها على هذه المواقع.

الكلمات المفتاحية: استخدامات وإشباع – الشباب الكويتي – المواقع الإلكترونية الكويتية

The abstract:

The study aimed to examine the Kuwaiti youth motives to use the Kuwaiti electronic websites, and the gratifications of this. The study used the survey method and the questionnaire tool applying to 400 items. The study concluded that there is a statistically significant relationship between extent of the respondents' use of Kuwaiti websites while they are in Egypt and the degree of impact after reading the news on these websites. Also, it assured the statistically significant relationship between the respondents' pattern of using Kuwaiti websites and the degree of impact after reading the news on these websites. As well as, there is a statistically significant relationship between the respondents' reasons for using the Kuwaiti websites and the extent of their interaction through these sites.

Key words: uses and gratifications - Kuwaiti youth - Kuwaiti websites

* باحث دكتوراه بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

مقدمة:

في ظل التطور التكنولوجي الهائل والمتلاحق للإعلام الرقمي، تعاضمت المسؤولية المُلقاة على عاتق الوسائل الإعلامية التقليدية والجديدة لبحث الأخبار المتلاحقة والمعلومات بشكل مباشر وسريع. ولقد مكن عصر ما بعد الحداثة في ظل انتشار التكنولوجيات للوسائل الإعلامية الجديدة من تعدد الوسائط وانتشار استخدامها، وبالتالي إتاحة الفرص لتقديم عديد من المواقع الإلكترونية التي تقدم معلومات إخبارية متعددة ومتنوعة عن الشأن الكويتي، فأسهم الخطاب التفاعلي بهذه المواقع الإلكترونية في تداول المعلومات، مما أدى لظهور تعددية واسعة للخطاب، والمنهج وتراجعت حدود الممنوعات بشكل غير مسبوق.

تعتبر الخدمات الإخبارية التي تقدمها المواقع الإلكترونية من أهم الخدمات التي تسعى الوسائل الإعلامية إلى إبرازها وتطويرها لأنها تمثل مصدراً للمعلومات المرغوب فيه لجميع فئات الجمهور، خاصة الشباب. وقد أشارت عديد من نظريات الاتصال إلى أن التأثير الانتقائي يأخذ باعتباره مجموعة من التأثيرات المتداخلة التي تعكس العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال.

مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكلة الدراسة الحالية في الكشف عن دوافع تعرض واستخدام الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية لتلقي المعلومات والمواد الإخبارية، وتأثير هذه المواقع الإلكترونية التي تقدم الأخبار والمعلومات الإخبارية عليهم. وبذلك تتحدد مشكلة الدراسة في "التعرف على دوافع استخدام الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية والإشباع المتحققة منها".

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- 1- أهمية التعرف على دوافع استخدام الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية وما تحققة لهم من إشباعات في ضوء نظرية الاستجابات والإشباعات، خاصة بعدما أكدت عديد من الدراسات قدرة المواقع الإلكترونية الكويتية بوجه عام على تحقيق إشباعات لاحتياجات متعددة لدى الشباب، كالحاجة إلى المعرفة والمعلومات
- 2- حيوية المرحلة العمرية التي تتناولها الدراسة، والتي مازالت تحتفظ بقوتها أمام وسائل الإعلام الجديد بوجه عام، والمواقع الإلكترونية الإخبارية الكويتية بوجه خاص، وهي من فئة الشباب.
- 3- تقديم رؤية معرفية شاملة تنسم بالحيادية والموضوعية عن الأخبار الكويتية التي يبحث عنها الشباب الكويتي المقيم بمصر.

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

4- دور المواقع الإلكترونية في بث الأخبار والمعلومات بشكل مباشر وسريع واعتماد الشباب الكويتي المقيم بمصر عليها.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف عام يتمثل في رصد وتوصيف دوافع استخدام الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، والمتغيرات ذات الصلة التي تؤثر على هذا الاتجاه. ويتجسد هذا الهدف المحوري في مجموعة من الأهداف التفصيلية، هي:

- التعرف على معدل تعرض الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية.
- التعرف على أسباب متابعة الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية، وأسباب عدم المتابعة لها.
- التعرف على أفضل المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها الشباب الكويتي المقيم بمصر للحصول على الأخبار والمعلومات.
- التعرف على النشاط المرتبط بتعرض الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية.
- التعرف على دوافع استخدام الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية.
- التعرف على رأي الشباب الكويتي المقيم بمصر حول المواقع الإلكترونية الكويتية من حيث الإيجابيات والسلبيات.
- التعرف على الإشباع التي يحصل عليها الشباب الكويتي المقيم بمصر نتيجة متابعته للمواقع الإلكترونية الكويتية.
- التعرف على مستويات ثقة الشباب الكويتي المقيم بمصر في المواقع الإلكترونية.

الدراسات السابقة:

تحدد الدراسات السابقة على النحو التالي:

- دراسة حفيظة بنت سليمان (2020): "الإشباع المتحققة من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعي لدى الشباب العماني"⁽¹⁾: هدفت الدراسة الى الكشف عن الإشباع المتحققة من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لدى الشباب العماني، وتعرف كثافة استخدام الشبكات والتطبيقات الاجتماعية المفضلة، وأهم الموضوعات التي يتناولها الشباب. وقد استخدمت الدراسة

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

المنهج الوصفي التحليلي وتم جمع البيانات من خلال استبانته حول استخدامات وأشباع مواقع الشبكات الاجتماعية تم بناؤها من قبل الباحثين. طبقت الدراسة على عينة مكونة من 550 شابا وشابه من مختلف محافظات سلطنة عمان 295 من الذكور و 255 من الإناث وقد أظهرت نتائج الدراسة ان اهم الشبكات والتطبيقات الاجتماعية المفضلة لدى الشباب العمانيين هي الواتس اب يليه الانستجرام والتويتير والجوجل ثم الفيسبوك اما اهم استخدامات الشبكات الاجتماعية فهي لأغراض اجتماعية وثقافية وتجارية ثم وظيفية كما بينت النتائج ان اكثر من ثلث افراد عينة الدراسة 37.9% يستخدمون الشبكات الاجتماعية من 3 - 4 ساعات يوميا واهم الموضوعات التي يتداولها الشباب العمانيون عبر الشبكات الاجتماعية هي التواصل الانساني الاجتماعي والموضوعات الدينية واخبار الطقس والموضوعات السياسية والعمل التجارة كما ان الاشخاص الذين يتواصلون معهم هم الاصدقاء وزملاء العمل وأفراد العائلة والاقارب والجيران واخيران المعارف. وقد بينت نتائج الدراسة أن أهم الاشباع المتحققة لديهم من استخدام الشبكات الاجتماعية هي الحصول على المعرفة والترفيه ثم التفاعل الاجتماعي والتعبير عن الذات ثم حفظ الحرية والخصوصية ثم تطوير الذات والشعور بالامان، وأخيرا الهوية الذاتية والتوافق مع الاقران ووجدت فروق داله احصائيا بين الجنسين في الاشباع المتحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية بهدف الحصول على المعرفة والترفيه وحفظ الحرية والخصوصية لصالح الذكور.

— دراسة فاروق محمد بدر محمد (2019): " استخدام طلاب الجامعات اليمنية للواتساب والفيس بوك والإشباع المتحققة: دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة العلوم الحديثة "(2): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام طلاب الجامعات اليمنية لشبكات التواصل الاجتماعي، وفهم دوافع هذا الاستخدام والتعرف على أنماطه، والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح الإعلامي على عينة عمدية قوامها 177 مفردة خلال الفصل الأول من العام الجامعي 2018-2019م. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها تفاوت نسب استخدام المبحوثين للواتساب والفيس بوك، ويستخدم (80.8%) من المبحوثين الواتساب والفيس بوك في منازلهم، ويأتي تصفح المبحوثين للواتساب والفيس بوك بواسطة (الجهاز الخلوي) بنسبة كبيرة، كما يتصفح أغلبية المبحوثين الواتساب والفيس بوك ب (اسم حقيقي)، وجاء دافع (التواصل مع الأصدقاء) في مقدمة دوافع استخدام المبحوثين لمواقع الواتساب والفيس بوك دائماً وبنسبة بلغت (59.3)%.

– دراسة عادل عاشور محمد (2018): "دوافع استخدام الشباب الجامعي الليبي لموقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " والإشباع المتحققة" (3): هدف البحث إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي الليبي لموقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" والإشباع المتحققة. وتمثلت أدواتها في استمارة الاستبيان، والتي تم تطبيقها على طلبة جامعة طرابلس، والبالغ عددهم (360) طالب. وتطرق البحث إلى الحديث عن مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع والتي تعد نقلة فكرية، وذلك من حيث رؤية الجمهور على أنه عنصر سلبي غير فعال إلى اعتباره عقل مفكر وقادر على انتقاء أفراد له رسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام. واستعرض البحث فروض هذه النظرية والتي منها أن جمهور وسائل الإعلام نشط، والتأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، ومعرفة المعايير الثقافية من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال. وأشارت نتائج البحث إلى ارتفاع معدل استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"، ويرجع هذا الأمر إلى مستوي الخدمات المتاحة عبره من الوسائط المتعددة، بالإضافة إلى وجود علاقة بين كثافة الاستخدام، وثقتهم فيها يتعرضون له عبر موقع الفيس بوك. وأوصي البحث بضرورة رفع من التحصين الديني والاجتماعي تجاه استخدام الفيس بوك، لتفادي السلوك الغير متوقع من الأبناء بسبب التصفح غير الأخلاقي والانجرار إلى حركات متطرفة، وكذلك إلى مليشيات مسلحة بسبب عدم وجود الدولة في الوقت الحاضر.

– دراسة منى حمدي سعد (2017): "اعتماد الشباب على المواقع الإلكترونية والصفحات المتخصصة في شئون الجريمة وعلاقتها بإدراكهم لواقعهم المجتمعي" (4): تستهدف الدراسة التعرف على معدل استخدام الشباب اليومي للمواقع الإلكترونية والصفحات المتخصصة في شئون الجريمة، وكذلك معرفة دور المواقع الإلكترونية والصفحات المتخصصة التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات المتعلقة بالجريمة، في إطار ذلك تم تطبيق دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي في كل من جامعات: (المنصورة، الزقازيق، القاهرة) بواقع (100) مبحوث لكل من جامعتي (المنصورة والزقازيق)، و(200) مبحوث من جامعة (القاهرة)؛ لأن نسبة كثافة الطلاب فيها عالية. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: توجد علاقة ارتباطية إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإلكترونية والصفحات المتخصصة في شئون الجريمة، والتأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية التي تترتب على هذا الاعتماد. توجد فروق دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية والشخصية (كثافة الاستخدام- النوع- الجامعة) وبين اعتمادهم على المواقع الإلكترونية والصفحات المتخصصة في شئون الجريمة. توجد علاقة ذات دلالة

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي علي المواقع الإلكترونية والصفحات المتخصصة في شئون الجريمة واتجاهاتهم نحو هذه المعالجة.

– دراسة مرفت عبد الحميد علي (2017), بعنوان "اتجاهات الجمهور المصري نحو صفحات مؤسسات الدولة علي مواقع التواصل الاجتماعي – دراسة تطبيقية"⁽⁵⁾ تستهدف الدراسة التعرف علي استخدامات الجمهور المصري لصفحات مؤسسات الدولة وتحديدًا الوزارات والمنشأة رسميًا علي مواقع التواصل الاجتماعي، والإشباع التي تحقق لهذا الجمهور نتيجة التفاعل مع هذه الصفحات الرسمية. وقامت الباحثة بتصميم صحيفة استقصاء لأجل جمع البيانات التي بمعالجتها إحصائيًا يتم توصيف طبيعة استخدام الجمهور المصري لمن هم فوق 18 عامًا، بواقع 400 مفردة من مختلف المستويات التعليمية والاقتصادية. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى تصدر موقع الفيس بوك مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام، وكان ذلك بمتوسط قيمته (91.1) درجة، حيث جاء استخدام المبحوثين للصفحات الرسمية للوزارات علي الفيس بوك بمتوسط قيمته (55.8) درجة، مما يدل علي أنها أعلى استخدامًا نوعًا ما عن الاطلاع علي المواقع الإلكترونية لهذه الوزارات، وكانت أعلى الصفحات الرسمية استخدامًا لوزارة التربية والتعليم في المقدمة، تلاه وزارة التعليم العالي، فوزارة الداخلية، ويرجع ذلك لأن هذه الوزارات ترتبط بشكل مباشر باحتياجات الفرد التعليمية التي هي أساس مستقبله العملي إلى جانب احتياجاته للأمن والتعايش في بيئة آمنة.

– ياسمين صلاح عبد الرحمن (2016)⁽⁶⁾ , بعنوان "استخدام الشباب لمواقع الشبكات الإخبارية في بناء مواقف الاحتجاج والرفض أثناء ثورة 25 يناير" هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل دور استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية في بناء مواقف الاحتجاج والرفض أثناء ثورة 25 يناير من خلال تحليل الشبكات الموجودة داخل هذه المواقع، وذلك في الفترة من 25 يناير 2011 و حتى تنحي الرئيس الأسبق حسنى مبارك في 11 فبراير 2011، بالتطبيق علي موقعي فيس بوك وتويتر، إلى جانب تحليل عينة عمدية من المستخدمين لهذه المواقع من فئة الشباب قوامها 400 مفردة من خلال تطبيق استمارة الاستبيان. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه عند المقارنة بين حجم كل من شبكات الصفحتين "كلنا خالد سعيد" و"حركة شباب 6 إبريل" خلال الثمانية عشر يوماً لثورة 25 يناير، نلاحظ التماثل في درجة الزيادة والنقصان في الحجم خلال نفس الفترات الزمنية تقريبًا، كما بلغ حجم شبكات الصفحتين ذروته في يوم 26 يناير 2011، وقل تدريجيًا خلال فترة انقطاع الإنترنت، ثم عاد للزيادة حتى وصل لدرجة عالية من زيادة الحجم في يوم 10 فبراير.

- دراسة ريهام محمد السيد (2016), بعنوان "استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الدعاية الانتخابية"⁽⁷⁾ تستهدف الدراسة التعرف على اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو الحملات الانتخابية التي تم توظيفها للأحزاب السياسية المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى قدرتها في تلبية احتياجات مستخدميها في الحصول على المعلومات بشأن الأحزاب السياسية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى إن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارًا بين الباحثين هو موقع الفيسبوك بنسبة 88.8%، يليه موقع اليوتيوب بنسبة 34%، ثم موقع تويتر بنسبة 13%. وتتمثل دوافع استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي في أنها وسيلة إعلامية جديدة ومصدر للمعلومات والأخبار اليومية، ومشاركة صور وفيديوهات متعلقة بأحداث هامة، والتسلية والترفيه، والتعبير عن الآراء بحرية وصراحة ومشاركتها مع الآخرين.
- دراسة إيمان السيد السيد (2015), بعنوان "استخدامات الصحفيين في مصر لشبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والإشباع المتحققة: دراسة مسحية"⁽⁸⁾ استهدفت الدراسة توصيف العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي ممثلة في الفيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، وغيرها والممارسة الصحفية للصحفيين في مصر ومعرفة مدى اعتماد الصحفيين في جمع قصصهم الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على طبيعة ونوعية القضايا التي تقدمها هذه المواقع. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن غالبية الباحثين يستخدموا مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مرتفعة مقدارها 97.2%. وأن هناك تفاوتاً في أهداف الممارسة الصحفية على مواقع التواصل الاجتماعي وكانت في مقدمتها تحقيق السبق والانفراد الصحفي والأرباح السريعة وزيادة المبيعات لمواجهة المنافسة الشديدة، حيث جاءت آراء الصحفيين في الأخبار والموضوعات التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي أنها تمثل وسيلة اتصال فعالة مع المصادر بنسبة 50%.
- دراسة محمد زين عبد الرحمن (2014), بعنوان "استخدامات النخبة الصعيدية للمواقع الإلكترونية الإقليمية والإشباع المتحققة منها"⁽⁹⁾ تستهدف الدراسة التعرف على مدى اهتمام النخبة الصعيدية في إقليم الصعيد بمتابعة المواقع الإلكترونية، ومحاولة رصد معدلات وأنماط ودوافع استخدام النخبة الصعيدية للمواقع الإلكترونية الإقليمية، ودراسة الإشباع التي تحققتها المواقع الإلكترونية الإقليمية لجمهور النخبة الصعيدية. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن غالبية النخبة عينة الدراسة يستخدمون المواقع الإلكترونية بشكل غير منتظم. والنتيجة بذلك أقرب إلى نتائج العديد من الدراسات التي انتهت إلى

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

المتابعة والإستخدام الغير منتظم لوسائل الإعلام عموماً. كما جاء منياوي في مقدمة أهم المواقع الإلكترونية الإقليمية التي يستخدمها النخبة الصعيدية بنسبة بلغت 69.2%، ثم جاء منياوي أون لاين في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 42.9%، ثم جاء بني سويف بلدنا في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 39.7%، ثم جاء بني سويف أون لاين في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 24.4%، ثم جاءت الأنوار اليوم في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 16%، ثم جاءت أسوان نيوز في المرتبة السادسة بنسبة بلغت 13.5%، وأخيراً جاء أسبوط دوت كوم بنسبة بلغت 5.8%.

– دراسة مهيتاب ماهر محمود كامل (2014) بعنوان "استخدامات النخبة المصرية لشبكة الإنترنت واتجاهاتهم نحو مصداقيتها"⁽¹⁰⁾ تستهدف الدراسة رصد توصيف رؤية النخبة المصرية لمصداقية شبكة الإنترنت والعوامل المؤثرة عليها، بالإضافة إلى الكشف عن أنماط استخدام النخبة المصرية للشبكة ورؤيتها وتصوراتها لمصداقية المحتوى الإلكتروني. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن حدود إدراك النخبة المصرية لمستوى مصداقية شبكة الإنترنت كان الأعلى مصداقية بين وسائل الإعلام الأخرى بنسبة 50.5% واحتلت المركز الأول من وجهة نظر عينة الدراسة، يليها الصحف المطبوعة في المركز الثاني بنسبة 41.5% من حيث درجة المصداقية.

– دراسة حمد عبد الجبار محمد (2014)، بعنوان "الثقافة الإلكترونية لدى الشباب الجامعي وأساليب لتعبير عن الحاجات والتخطيط لإشباعها"⁽¹¹⁾ تستهدف الدراسة تحديد متغيرات الثقافة الإلكترونية وواقعها لدى الشباب الجامعي، وتحديد أكثر أساليب تعبيرهم عن حاجاتهم تأثراً بالثقافة الإلكترونية، تحديد المعوقات التي تواجه ذلك. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الثقافة الإلكترونية لدى الشباب الجامعي وأساليب التعبير عن الحاجات. ووجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين شبكات التواصل الاجتماعي وأساليب التعبير عن الحاجات لدى الشباب الجامعي. مع وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية والثقافة الإلكترونية لدى الشباب الجامعي.

– دراسة عمرو محمد أسعد (2011) بعنوان "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية: دراسة على موقعي اليوتيوب You Tube والفيس بوك Facebook"⁽¹²⁾ تستهدف الدراسة اختبار العلاقة بين معدل ودوافع استخدام الشباب المصري لموقعي يوتيوب (YouTube) والفيس بوك (Facebook)، وقيمهم المجتمعية، فضلاً عن دراسة المتغيرات الديموجرافية وتأثيرها على دوافع استخدام الشباب لمواقع

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت. وتم إجراء هذه الدراسة باستخدام منهج المسح، من خلال استبيان رأي عينة من طلاب الجامعات المصرية مُستخدمي موقعي اليوتيوب والفيس بوك بلغت في حجمها النهائي 400 طالب وطالبة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى قضاء طلاب الجامعة فترات طويلة في استخدام موقع الفيس بوك وهو ما يساهم في حشد موقف جمعي لصالح قضية أو فكرة ما. ووجود علاقة داله إحصائياً بين نوعية الجامعة ومعدل استخدام موقع الفيس بوك، فطلاب جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وطلاب الجامعة الأمريكية يستخدمون موقع الفيس بوك أكثر من مرة في اليوم الواحد بنسبة أكبر من طلاب جامعتي القاهرة والأزهر. كما جاءت دوافع استخدام موقع اليوتيوب من قبل طلاب جامعة الأزهر في التعلم والمعرفة مرتفعة عن دوافع استخدام طلاب جامعة القاهرة والجامعة الأمريكية.

— دراسة فيل هوفمان " Phil Hoffman (2008), بعنوان "استخدام الطلاب للشبكات الاجتماعية على الإنترنت" (13) تستهدف الدراسة البحث في مدى قيام سلوك الأفراد في المجتمعات الافتراضية بعكس صفاتهم الشخصية في مجتمعاتهم الحقيقية. واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة من خلال إجراء مقابلات مع ستة طلاب ينتمون إلى جامعات مختلفة، للكشف عن تأثيرات "الفيس بوك" في شعورهم نحو المجتمع الجامعي المنتمون إليه. وقام الباحث بتحليل بيانات المبحوثين في إطار توظيف النماذج العملية لنظرية الأطر. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن مستخدمي الشبكات الاجتماعية على الإنترنت يعتبرون المجتمعات الافتراضية الموجودة على هذه الشبكات الاجتماعية مجتمعات حقيقية تماثل مجتمعاتهم الواقعية. وأن سلوك الأفراد في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت يعكس بشكل كبير صفاتهم الحقيقية في مجتمعاتهم الواقعية.

— دراسة Raine (2008), بعنوان "Uses and Gratifications of Facebook for Political Information" (14) تستهدف الدراسة معرفة الاستخدامات والإشباع المتحققة من الفيس بوك للمعلومات السياسية. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن المستخدمين لا يسعون دائماً للحصول على المعلومات السياسية من Facebook والسبب كما يعتقدون أن Facebook أساساً وسيلة اتصال للحصول على معلومات عن أصدقائهم وليس مصدراً للمعلومات السياسية. وأن ثقة المشاركين في الشبكات الاجتماعية ليست كافية للاعتماد عليها كمصدر أخبار، لذلك يتجهون نحو البحث عن المصادر الإخبارية المتخصصة على الإنترنت، كما أنهم لا يشعرون بالراحة لاستخدام Facebook للحصول على المعلومات السياسية، حيث إن Facebook ليس مصدرًا سهل الاستعمال للحصول على المعلومات السياسية. كما تأتي المنفعة الاجتماعية (التواصل،

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

معرفة أخبار الأصدقاء، التعرف على أصدقاء جدد) على قائمة اولويات دوافع استخدام Facebook يليه الترفيه (تبادل الصور، والتطبيقات، والألعاب، ومقاطع الفيديو المضحكة).

– دراسة محمود محمد مهني قناوي (2015) بعنوان "استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية"⁽¹⁵⁾ تهدف الدراسة إلى معرفة طبيعة استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية، من خلال التعرف التعرف على الحجم الحقيقي لتعرض الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي- ونوعية هذه المواقع- وأسباب تفضيل الشباب لبعضها على البعض الآخر، واستكشاف الدوافع الأساسية لاستخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي بوجه عام وكمصادر للمعلومات الثقافية بشكل خاص. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن أسباب تفضيل استخدام هذه المواقع يرجع بشكل أساسي إلى سهولة الاستخدام بنسبة 52.4% ويليها بشكل متساو سببان آخران هما انتشار هذه المواقع وتنوع محتواها بنسبة 21% لكل منهما، وأخيرا جاذبية التصميم، وإن كان أكثر من 60% من الطالبات يدعن سهولة الاستخدام مقابل نحو 48% من الطلاب. وأكثر من نصف المبحوثين يرغبون في متابعة الشؤون العامة والأخبار وأحوال الأصدقاء والمعلومات الثقافية بالترتيب التنازلي بينما الموضوعات الترفيهية والرياضية والفنية وقصص المشاهير والحوادث والقضايا تحظى بنسبة أقل، وفي حين تتقارب الإتجاهات رغم اختلاف النوع، إلا أن الطالبات ارتفع لديهن نسبة الإهتمام والبحث عن المحتوى الترفيهي ليصل إلى نحو 54% بينما انخفض لديهن الإهتمام بالرياضة إلى 16% مقابل 45% تقريبا للطلاب.

– دراسة أسامة محمد عبد الرحمن (2014م)⁽¹⁶⁾, بعنوان "دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري" تستهدف الدراسة التعرف على دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد في مصر. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح عن طريق استمارة (تحليل المضمون) طبقت على صفحتي (كلنا خالد سعيد، 25 يناير يوم الثورة على التعذيب والفقر والفساد والبطالة) في فترة امتدت من (يناير 2013م حتى مارس 2013م)، كما استخدمت الدراسة الميدانية استمارة (الاستبيان بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة تتراوح أعمارهم بين (18-21 سنة) من كليات جامعة (الزقازيق، المنصورة، القاهرة، عين شمس). وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن الفيس بوك في مقدمة مصادر معرفة أفراد العينة للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد في مصر عبر مواقع التواصل

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الاجتماعي. كما توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على الفيس بوك وحصولهم على المعلومات حول قضايا الفساد في مصر، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة (ذكور - إناث) في درجة الوعي بقضايا الفساد في مصر من خلال الاعتماد على الفيس بوك لصالح أفراد العينة الذكور.

– دراسة أحمد رفاعي (2014م)⁽¹⁷⁾ بعنوان "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية" تستهدف الدراسة التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على معلومات عن القضايا السياسية واكتسابهم بعض القيم السياسية، والكشف عن الفروق بين الشباب المصري عينة الدراسة من حيث متغيرات الدراسة ومنها (النوع والإقامة والمستوى الاقتصادي الاجتماعي والجامعات وكثافة الاستخدام) في درجة اكتساب القيم السياسية من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي. وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي وذلك من خلال مسح عينة عمدية من الشباب المصري مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي قوامها (366 مفردة) مأخوذة من عينة عشوائية قوامها (400 مفردة) تتراوح أعمارهم بين (18-21 سنة) من كليات جامعة (جامعة الزقازيق - جامعة المنصورة - جامعة القاهرة - جامعة عين شمس). وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية. ووجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الشباب المصري عينة الدراسة بقراءة الأخبار السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية.

– دراسة محمود لطفي وهاجر سعداوي (2013م)⁽¹⁸⁾ بعنوان "استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام أثناء الأزمات السياسية الطارئة (أزمة الدستور المصري نموذجاً):

تستهدف الدراسة معرفة الدور الذي تقوم به مواقع الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام المصري (بالتطبيق على النخبة المصرية نموذجاً) في أثناء الأزمات السياسية الطارئة (بالتطبيق على أزمة الدستور المصري نموذجاً)، من خلال التعرف على حجم ودوافع معدل وحجم استخدام النخبة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي وأشكال المشاركة الإلكترونية والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام. وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح عن طريق الاستبيان على عينة قوامها 100 مفردة مقسمة بالتساوي على النخبة الأكاديمية والنخبة

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الإعلامية. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي. وتحدد أهم أسباب ودوافع استخدام النخبة عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي أن الشبكات الاجتماعية مصدر مهم للمعلومات عن القضايا المختلفة ثم مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية واستخدامها لتبادل ومشاركة وتكوين رأي عام نحو القضايا السياسية والاجتماعية.

– دراسة حمزة خليل (2012م) (19) بعنوان "استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011م المصرية والإشباع المتحققة منها"

استهدفت الدراسة رصد استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية للمشاركة الإلكترونية في ثورة 25 يناير المصرية والتعرف على الإشباع المتحققة لديهم، واعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي وأسلوب المقارنة المنهجية، من خلال أداة استبيان على 400 مفردة من طلاب الجامعات (الأزهر، طنطا، 6 أكتوبر، الأمريكية). وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية والمواقع الإخبارية بشكل متوازن يأتي للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في أحداث الثورة. وأن معظم أفراد العينة شاركوا بشكل دائم في الأنشطة الإلكترونية التي تتعلق بأحداث الثورة.

– دراسة راك rack وراك raacke (2008)، بعنوان "موقعي فيس بوك وماي سبيس تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباع لدراسة مواقع شبكات التواصل مع الأصدقاء" (20) تستهدف الدراسة التعرف على طبيعة ودوافع استخدامات الشباب لمواقع شبكات التواصل مع الأصدقاء، وقد أجريت الدراسة على عينة من طلبة الجامعة قوامها 116 طالب. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى عدم فروق بين الذكور والإناث في عدد أصدقائهم في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء. وعدم فروق بين الذكور والإناث في عدد أصدقائهم في مواقع التواصل مع الأصدقاء. كما يستخدم غالبية الطلاب مواقع شبكات التواصل لأوقات طويلة يوميًا للبحث عن الأصدقاء القدامى وتكوين صداقات جديدة

– دراسة هاجرتي hagerty (2008)، بعنوان "قياس استخدامات موقع يوتيوب والإشباع المحققة منها" (21) استهدفت الدراسة قياس الإشباع المتحققة من استخدام موقع يوتيوب، ومقارنة ذلك بالإشباع المتحققة من مشاهدة التلفزيون. وقد أجريت الدراسة على عينة من طلاب الجامعة قوامها 133 طالب. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن موقع يوتيوب يوفر لمستخدميه خصائص التفاعلية والحصول على المعلومات والهروب والصحة الاجتماعية. كما يختار المستخدمون مقاطع الفيديو التي يريدونها في موقع يوتيوب كما يتحكمون في توقيت مشاهدتها. وتختلف دوافع مشاهدة الطلاب للتلفزيون عن استخداماتهم

لموقع يوتيوب، فالأول وسيلة تشبع دوافع التسلية والهروب من الواقع أكثر من الثاني.

– دراسة جون راكيس John Raackes Jenifer Bomds Raacke (2010) (22) بعنوان "دوافع استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء" تستهدف الدراسة التعرف على طبيعة دوافع استخدامات الشباب لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء. وقد طبقت الدراسة على عينة من طلاب الجامعات قوامها 116 طالب. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى عدم وجود فروق بين الذكور والإناث ودوافع استخداماتهم لمواقع شبكات التواصل مع الأصدقاء. وعدم وجود فروق بين الذكور والإناث في عدد أصدقائهم في مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء.

– دراسة يوان yacong Yuan (2011)، بعنوان "دراسة مسحية حول الاستخدامات والإشباع المحققة من مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في الصين" (23) استهدفت الدراسة اختبار نظرية الاستخدامات والإشباع في شبكات التواصل الاجتماعي في الصين. قد استهدف المسح عينة قوامها 353 عن طريق الإنترنت. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى اختلاف الاستخدام والإشباع المحقق من تلك المواقع تبعاً لمتغيرات الجنس والنوع والسن. واختلاف الإشباع المحقق من تلك الوسائل تبعاً لأهداف الاستخدام لتلك المواقع.

– دراسة كوان quan-haase وال يواهما young (2010)، بعنوان "الاستخدامات والإشباع المتحققة من استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية: مقارنة بين الفيسبوك والوسائل التقليدية" (24) استهدفت الدراسة معرفة الفرق بين الإشباع التي يمكن تحقيقها من خلال الفيسبوك كنموذج من شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الصحفي والإشباع التي يحققها الصحفي من الوسائل التقليدية في متابعة ونشر الأخبار من حيث الفورية والسرعة في الأداء. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي قد حققت الإشباع الذي حاول الصحفي الوصول إليه من خلال وسائل الإعلام التقليدية. وأن هناك فرقاً كبيراً بين الإشباع التي يمكن تحقيقها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوسائل التقليدية.

التعليق العام على الدراسات السابقة:

– تناولت دراسات شبكة الإنترنت الاستخدامات العامة لها، ولم تتطرق هذه الدراسات- إلا القليل منها- إلى الاستخدامات المتخصصة للإنترنت، ومنها استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للتعرف على قضايا الرأي العام للبلاد وإيجاد حلول خاصة بها.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- اقتصرت الدراسات العربية التي اهتمت ببحث الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على مجرد دراسة التأثيرات المختلفة لاستخدام هذه الشبكات, ولم تتعمق هذه الدراسات في تفسير التأثيرات، والكشف عن المتغيرات والعوامل التي تسببت في حدوثها لدى الجمهور، وفي تحديد اتجاهها وشدتها وقوتها، كما أنها لم تتعمق في بحث الاستخدامات المختلفة لهذه الشبكات الاجتماعية.
- استخدمت الدراسات السابقة مداخل علمية ونظريات مختلفة، ولكن مدخل الاستخدامات والإشباع استخدم في معظمها، حيث أثبت هذا المدخل صلاحيته لدراسة الإشباع المتحققة من استخدام الإنترنت عموماً والشبكات الاجتماعية خصوصاً.
- اختلفت الدراسات السابقة في تحديد أهم الدوافع وراء استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، فمن الطبيعي أن تختلف الدوافع باختلاف بيئة ومجتمع وفئة الدراسة للمبشرين.
- اعتمدت غالبية الدراسات السابقة التي تم الرجوع إليها على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، كما اعتمدت بعض هذه الدراسات على المنهج التجريبي، واعتمد البعض الآخر على منهج دراسة الحالة.

فيما يتعلق بمدى الاستفادة من عرض الدراسات السابقة:

- تحديد الجوانب التي لم تهتم الدراسات السابقة ببحثها، من أجل تناولها بالبحث، حتي يمكن لهذه الدراسة أن تضيف الجديد للتراث البحثي العربي في هذا المجال.
- صياغة تساؤلات وفروض الدراسة بناء على نتائج الدراسات السابقة، مما ساعد على تحديد التساؤلات والفروض البحثية الخاصة بالدراسات التحليلية والميدانية.
- ساعدت الدراسات السابقة في تحديد وبناء المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة بما يتلاءم مع طبيعة الظاهرة موضع البحث.

الإطار النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات والإشباع):

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الإتصال، فهو النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدية الذي يركز على كيف تؤثر وسائل الإتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك⁽²⁵⁾، بينما يركز مدخل الاستخدامات والإشباع على كيفية استجابة وسائل الإتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير من دراسة ما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى دراسة ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام. زكان كاتز Kats

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

أول من قدم نموذج لمدخل الاستخدامات والإشباع، حيث رفض وبشدة النظرة القديمة للجمهور على أنهم سلبيون في التعامل مع وسائل الإعلام، وجعل منهم أشخاصاً نشطين مشاركين بفاعلية ويختارون عن عمد المضمون الذي يشبع احتياجاتهم⁽²⁶⁾. ويمكن تقسيم بحوث مدخل الاستخدامات والإشباع طبقاً لنوعيتها إلى⁽²⁷⁾:

■ **البحوث التقليدية Classical Research:** هي الدراسات التي أجريت من خلال مكتب البحوث الاجتماعية في نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية. وتقوم فكرة هذه الدراسات على تحديد دوافع أفراد الجمهور للإعجاب بوسائل اتصال معينة أو مضامين إعلامية معينة.

■ **البحوث الحديثة Modern Research:** هي الدراسات التي ركزت على دراسة اختيارات أفراد الجمهور والعمليات الانتقائية التي يقومون بها وردود أفعالهم واستجاباتهم لمضمون وسائل الإعلام

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

هناك مجموعة من العناصر التي تمثل المفاهيم الأساسية وتشكل الهيكل النظري لنظرية الاستخدامات والإشباع. وتتسم هذه العناصر بالتداخل الشديد ويرتبط كل منها بالآخر ارتباطاً وثيقاً وهي كالتالي:

■ الجمهور النشط:

يعتبر مصطلح الجمهور النشط أحد أهم الافتراضات والركائز الأساسية التي نهض عليها مدخل الاستخدامات والإشباع، حيث يرى باحثو الاستخدامات والإشباع أن جمهور وسائل الإعلام مشاركاً نشطاً وليس خاملاً في عملية الاتصال، حيث يأخذ من محتوى وسائل الإعلام ما يحقق له إشباعاً لاحتياجات معينة⁽²⁸⁾. وقد قسم بالمجرين Palmgreen إيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الإعلام إلى ثلاثة مستويات هي⁽²⁹⁾:

- **الانتقائية Selectivity:** تتمثل في نشاط الجمهور قبل التعرض لوسائل الإعلام ويعني تعمد الفرد المشاهدة والتفرغ لها.

- **الاستغراق Involvement:** يتمثل في النشاط الذي يبديه الفرد أثناء التعرض لوسائل الإعلام

- **الإيجابية Positivity:** تتمثل في التعليقات والمناقشات وزيادة المعلومات بعد التعرض لوسائل الإعلام.

■ دوافع التعرض لوسائل الإعلام:

ترتبط دوافع استخدام وسائل الإعلام بمتغيرات مختلفة, مثل العمر, النوع, التعليم, العلاقات الاجتماعية, المستوى الإقتصادي والاجتماعي, الإدراك والفهم⁽³⁰⁾. وقد قسم روبن Rubin دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام إلى نوعين هما⁽³¹⁾:

- **الدوافع النفعية Instrumental Motives**: تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه عام, وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

- **الدوافع الطقوسية Ritualized Motives**: تستهدف تضيئة الوقت والاسترخاء والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات وتعكسها المسلسلات والأفلام والمنوعات وبرامج الترفية المختلفة.

■ توقعات الجمهور من وسائل الإعلام Expectations:

- يعد مفهوم توقعات الجمهور بشأن خصائص وسائل الإعلام وسماتها والإشباعات المحتمل الحصول عليها من استخدام هذه الوسائل مفهوماً جوهرياً وهاماً لافتراضات مدخل الاستخدامات والإشباعات⁽³²⁾.

■ التعرض لوسائل الإعلام Exposure:

- أكدت عديد من الدراسات أن هناك علاقة ارتباطية بين كل من البحث عن الإشباعات والتعرض لوسائل الإعلام. ووفقاً لنموذج الاستخدامات والإشباعات, فإن الفرد يعرض نفسه إنتقائياً لوسائل الإعلام التي يدرك قدرتها على إشباع الحاجات التي يشعر بها وفقاً لخبرته السابقة حول خصائص كل وسيلة من الوسائل ومضمونها والسياق الاجتماعي الذي يتم استخدام الوسيلة في إطاره⁽³³⁾.

■ إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:

- يُقصد بالإشباعات النتائج التي يحصل عليها الأفراد نتيجة لاستخدام وسائل الإعلام, أو تعرف بأنها إرضاء الحاجة وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع. وإشباع الدافع قد لا يكون إشباعاً كاملاً أو مباشراً, فعند تعرض الفرد لوسائل الإعلام لإشباع حاجات معينة قد يشبع بعضها أو كلها وأيضاً قد يحقق إشباعات غير مقصودة⁽³⁴⁾. وقد قسم لورنس وينر Wenner عام 1985 الإشباعات إلى نوعين هما⁽³⁵⁾:

- **إشباعات المحتوى Content Gratifications**: هي التي تتحقق من خلال التعرض للرسالة الإعلامية, وتنقسم إلى:

- **إشباعات توجيهية**: هي الإشباعات التي ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام أو الانتباه والاعتمادية على وسائل الإعلام.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- **إشباعات اجتماعية:** يُقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته الشخصية، مثل القدرة على التحدث مع الآخرين وإدارة النقاش وفهم الواقع والتعامل مع المشكلات.
- **إشباعات العملية Process Gratifications:** هي الإشباعات التي تتعلق بعملية التعرض نفسها واختيار وسيلة إعلامية معينة في حد ذاتها ولا ترتبط بخصائص الرسالة الإعلامية وتنقسم إلى:
- **إشباعات شبه توجيهية:** تتمثل في استخدام وسائل الإعلام لتخفيف الإحساس بالتوتر.
- **إشباعات شبه إجتماعية:** تتمثل في استخدام الإعلام للتخلص من الملل والعزلة والتوحد مع شخصيات وسائل الإعلام.

مدى استفادة الدراسة الحالية من نظرية الاستخدامات والإشباعات:

وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباعات، فإن دوافع واحتياجات الجمهور من التعرض لمضامين وسائل الإعلام هي التي تحدد تأثير هذه المضامين على سلوكهم واتجاهاتهم، لذا فإن التعرف على دوافع استخدام الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية يساعدنا على فهم تأثيرها عليهم وتوقعاتهم منها والإشباعات التي تحققت لديهم بناء على هذا الاستخدام، خاصة أن هذه المواقع الإلكترونية تقدم عديداً من الأخبار عن العالم بشكل عام وعن المجتمع الكويتي بشكل خاص والتي يبحث عنها الشباب الكويتي المقيم بمصر. وتفترض نظرية الاستخدامات والإشباعات أن اختلاف الجمهور يؤدي إلى استخدامه لوسائل الإعلام بشكل مختلف ولأسباب مختلفة، لذا فإن اختلاف الشباب الكويتي المقيم بمصر من حيث العوامل الديموغرافية والظروف الاجتماعية والاقتصادية سيؤدي إلى اختلافات في أسباب وطريقة استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية.

من هنا، فإن تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات في هذه الدراسة يسعى إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، هي كالتالي:

- التعرف على كيفية استخدام الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية.
- الكشف عن دوافع استخدام الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية.
- التعرف على الإشباعات التي تحققت لدى الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية.

تساؤلات الدراسة:

- ما معدل تعرض الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية؟
- ما أسباب متابعة الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية؟
- ما أسباب عدم المتابعة لها؟
- ما أفضل المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها الشباب الكويتي المقيم بمصر لمتابعتها على مواقع الإلكترونية للحصول على الأخبار والمعلومات؟
- ما النشاط المرتبط بتعرض الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية؟
- ما دوافع استخدام الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية؟
- ما رأي الشباب الكويتي المقيم بمصر تجاه مواقع الإلكترونية الكويتية من حيث الإيجابيات والسلبيات؟
- ما الإشباعات التي يحصل عليها الشباب الكويتي المقيم بمصر نتيجة متابعته للمواقع الإلكترونية الكويتية؟
- ما مستويات ثقة الشباب الكويتي المقيم بمصر في المواقع الإلكترونية كمصادر للمعلومات؟

الإجراءات المنهجية:

تُعد هذه الدراسة من نوعية البحوث أو الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة؛ مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها⁽³⁶⁾. كما أن هذه النوعية من الدراسات تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة ما بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنه دون الدخول في أسبابها والتحكم فيها⁽³⁷⁾. وهو ما يُطلق عليه التقدير **Assessment**، فضلاً عن أن هذه النوعية من البحوث تعتمد على تساؤلات وفروض معدة مسبقاً، وتعمل على تحديد مستوى الارتباط ثم التأثير بين المتغيرات⁽³⁸⁾. وهنا تستهدف الدراسة محل البحث التعرف على أسباب استخدام الشباب الكويتي المقيم في مصر للمواقع الإلكترونية الكويتية والإشباعات المتحققة منها.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يُعتبر من أبرز وأكثر المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية عامة، والدراسات الوصفية بشكل خاص. وتعتمد الدراسة على المنهج المسحي بشقيه الكمي والكيفي، لأنه يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيراتها، ومن ثم التعرف على مستويات

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

التأثير بين هذه المتغيرات. فهو يُعد نموذجًا معياريًا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، عن حالتهم وسلوكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم. من هنا يُعتبر هذا المنهج رئيسيًا في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي⁽³⁹⁾. ويهدف منهج المسح في الدراسة محل البحث إلى التعرف على استخدامات الشباب الكويتي المقيم بمصر للمواقع الإلكترونية الكويتية والإشباع المتحققة منها.

الإطار الإجرائي للدراسة:

مجتمع وعينة الدراسة

هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة، وهو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه⁽⁴⁰⁾. كما يُعرف بأنه "مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، وهو الشباب الكويتي المقيم بمصر والمتابع للمواقع الإلكترونية الكويتية⁽⁴¹⁾". وسوف تجرى الدراسة على عينة عمدية قوامها (200) مفردة من الشباب الكويتي المقيم بمصر والمتابع للمواقع الإلكترونية الكويتية. وتحدد أوصاف العينة في الجدول التالي:

جدول (1) الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة

| الإجمالي | | البيانات الشخصية | |
|----------|-----|--|----------------------------|
| % | ك | | |
| 71.0 | 142 | ذكور | النوع |
| 29.0 | 58 | إناث | |
| 100.0 | 200 | الإجمالي | |
| 93.0 | 186 | من 18 سنة إلى أقل من 28 سنة | العمر |
| 6.0 | 12 | من 28 سنة إلى أقل من 38 سنة | |
| 1.0 | 2 | من 38 سنة إلى أقل من 48 سنة | |
| 100.0 | 200 | الإجمالي | |
| 22.0 | 44 | حاصل على مؤهل متوسط | المستوى التعليمي |
| 70.0 | 140 | حاصل على مؤهل جامعي | |
| 8.0 | 16 | حاصل على دراسات عليا "دبلوم – ماجستير – دكتوراه" | |
| 100.0 | 200 | الإجمالي | |
| 35.0 | 70 | أقل من ألف دولار | متوسط الدخل الشهري تقريباً |
| 60.0 | 120 | من ألف دولار إلى أقل من 4 آلاف دولار | |
| 5.0 | 10 | من 4 آلاف دولار إلى أقل من 6 آلاف دولار | |
| 100.0 | 200 | الإجمالي | |
| 10.0 | 20 | تمليك | نوع السكن |
| 87.0 | 174 | إيجار | |
| 3.0 | 6 | فيلا | |
| 100.0 | 200 | الإجمالي | |

أدوات جمع البيانات:

تتحدد أدوات جمع البيانات, التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث, في استمارة الاستبيان, حيث قام الباحث بتصميم استمارة استبيان حرص من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة, والإجابة عن تساؤلاتها, والتحقق من فروضها, وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة.

اختبار الصدق والثبات

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختبائي الصدق والثبات لها, وذلك على النحو التالي:

- اختبار الصدق (Validity):

يعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه, وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث, تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء⁴².

- اختبار الثبات (Reliability):

يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية, أي محاولة الباحث تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث, وهو ما تم من خلال قيام الباحث بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان, ثم أعادت تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول, والذي وصل إلى 93.6%, مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

التحليل الإحصائي للبيانات:

قامت الباحث بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS), وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية, ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر, أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أولاً: المقاييس الوصفية (التكرارات البسيطة والنسب المئوية - المتوسط الحسابي - الانحراف المعياري, وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي - الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة.)

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

ثانياً: الاختبارات الإحصائية

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
- كاي 2 (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الإسمية.
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA.

ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)
نتائج الدراسة:

أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

- مدة إقامة المبحوثين في مصر:

جدول (2) مدة إقامة المبحوثين في مصر

| مدة إقامة المبحوثين في مصر | | |
|--|-------|---------------------|
| ك | % | |
| 66 | 33.0 | أقل من ستة أشهر |
| 8 | 4.0 | من ستة أشهر إلى سنة |
| 126 | 63.0 | من ستة أشهر فأكثر |
| 200 | 100.0 | الإجمالي |
| مؤشرات إحصائية (كا2: 104.440 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال) | | |

توضح بيانات الجدول السابق مدة إقامة المبحوثين في مصر؛ فكانت "من ستة فأكثر" بنسبة (63%)، ثم "أقل من ستة أشهر" بنسبة (33%)، وأخيراً "من ستة أشهر إلى سنة" بنسبة (4%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كاي 2 (104.440)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمدة إقامتهم في مصر.

- أسباب وجود المبحوثين في مصر:

جدول (3)

أسباب وجود المبحوثين في مصر

| أسباب وجود المبحوثين في مصر | | |
|-----------------------------|------|----------|
| ك | % | |
| 135 | 67.5 | دراسة |
| 84 | 42.0 | عمل |
| 35 | 17.5 | سياحة |
| 19 | 9.5 | علاج |
| 200 | | الإجمالي |

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

توضح بيانات الشكل السابق أسباب وجود المبحوثين في مصر؛ فكان السبب المتعلق بـ "الدراسة" في المرتبة الأولى بنسبة (67,5%)، ثم "العمل" بنسبة (42%)، وأخيراً "العلاج" بنسبة (9,5%).

- استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية للحصول على المعلومات وهم في مصر:

جدول (4) استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية للحصول على المعلومات وهم في مصر

| استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية للحصول على المعلومات وهم في مصر | ك | % |
|--|-----|-------|
| نعم | 66 | 33.0 |
| أحياناً | 98 | 49.0 |
| لا | 36 | 18.0 |
| الإجمالي | 200 | 100.0 |
| مؤشرات إحصائية (كا2: 28.840 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال) | | |

توضح بيانات الجدول السابق استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية للحصول على المعلومات وهم في مصر؛ فذكروا "أحياناً" في المرتبة الأولى بنسبة (49%)، ثم "نعم" بنسبة (33%)، وأخيراً "لا" بنسبة (18%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (28.840)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمدى استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية للحصول على المعلومات وهم في مصر.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة محمود محمد مهني قناوي (2015) بعنوان "استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية" (43) التي أكدت أن أسباب تفضيل استخدام هذه المواقع يرجع بشكل أساسي إلى سهولة الاستخدام بنسبة 52.4% ويليه بشكل متساو سببان آخران هما انتشار هذه المواقع وتنوع محتواها بنسبة 21% لكل منهما، وأخيراً جاذبية التصميم، وإن كان أكثر من 60% من الطالبات يدعمن سهولة الاستخدام مقابل نحو 48% من الطلاب. ودراسة مرفت عبد الحميد على (2017)، بعنوان "اتجاهات الجمهور المصري نحو صفحات مؤسسات الدولة على مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تطبيقية" (44) التي أوضحت موقع الفيس بوك مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام، وكان ذلك بمتوسط قيمته (91.1) درجة، حيث جاء استخدام المبحوثين للصفحات الرسمية للوزارات على الفيس بوك بمتوسط قيمته (55.8) درجة.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- عدد الساعات اليومية التي يقضيها المبحوثون في استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر:

جدول (6) عدد الساعات اليومية التي يقضيها المبحوثون في استخدامهم للمواقع الإلكترونية

| عدد الساعات اليومية التي يقضيها المبحوثون في استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر | ك | % |
|---|-----|-------|
| أقل من ساعة | 116 | 58.0 |
| من ساعة حتى أقل من ثلاث ساعات | 46 | 23.0 |
| من ثلاث ساعات حتى أقل من خمس ساعات | 24 | 12.0 |
| خمس ساعات فأكثر | 14 | 7.0 |
| الإجمالي | 200 | 100.0 |
| مؤشرات احصائية (كا2: 126.880 درجة الحرية: 3 مستوى المعنوية : 0.000 دال) | | |

توضح بيانات الجدول السابق عدد الساعات اليومية التي يقضيها المبحوثون في استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر؛ فذكروا "أقل من ساعة" في المرتبة الأولى بنسبة (58%)، ثم "من ساعة حتى أقل من ثلاث ساعات" بنسبة (23%)، وأخيراً "خمس ساعات فأكثر" بنسبة (7%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (126.880)، عند درجة حرية (3)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بعدد الساعات اليومية التي يقضونها في استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر.

- المواقع الإلكترونية الكويتية التي يستخدمها المبحوثون في أثناء الإقامة بمصر:

جدول (7) مواقع الإلكترونية الكويتية التي يستخدمها المبحوثون في أثناء الإقامة بمصر

| الترتيب | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | نادراً | | الي حد ما | | دائماً | | العبارة |
|---------|--------------|-------------------|---------|--------|----|-----------|----|--------|-----|----------------------------------|
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1 | 93.7 | .505 | 2.81 | 5.0 | 10 | 9.0 | 18 | 86.0 | 172 | الموقع الإلكتروني لجريدة الوسط |
| 2 | 91.7 | .574 | 2.75 | 7.0 | 14 | 11.0 | 22 | 82.0 | 164 | الموقع الإلكتروني لجريدة الصباح |
| 2 | 91.7 | .556 | 2.75 | 6.0 | 12 | 13.0 | 26 | 81.0 | 162 | الموقع الإلكتروني لجريدة النهار |
| 3 | 90.0 | .593 | 2.70 | 7.0 | 14 | 16.0 | 32 | 77.0 | 154 | الموقع الإلكتروني لجريدة السياسة |
| 4 | 88.0 | .610 | 2.64 | 7.0 | 14 | 22.0 | 44 | 71.0 | 142 | الموقع الإلكتروني لجريدة الجريدة |

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

| | | | | | | | | | | |
|----|------|------|------|------|----|------|----|------|-----|-----------------------------------|
| 5 | 87.0 | .678 | 2.61 | 11.0 | 22 | 17.0 | 34 | 72.0 | 144 | الموقع الإلكتروني لجريدة الدروازة |
| 6 | 86.3 | .681 | 2.59 | 11.0 | 22 | 19.0 | 38 | 70.0 | 140 | الموقع الإلكتروني لجريدة الشاهد |
| 7 | 85.7 | .740 | 2.57 | 15.0 | 30 | 13.0 | 26 | 72.0 | 144 | الموقع الإلكتروني لجريدة الكويتية |
| 8 | 82.3 | .701 | 2.47 | 12.0 | 24 | 29.0 | 58 | 59.0 | 118 | الموقع الإلكتروني لجريدة الراي |
| 9 | 79.3 | .812 | 2.38 | 21.0 | 42 | 20.0 | 40 | 59.0 | 118 | الموقع الإلكتروني لجريدة الانباء |
| 10 | 76.0 | .765 | 2.28 | 19.0 | 38 | 34.0 | 68 | 47.0 | 94 | الموقع الإلكتروني لجريدة القيس |

توضح بيانات الجدول السابق المواقع الإلكترونية الكويتية التي يستخدمها الباحثون في أثناء الإقامة بمصر؛ فذكروا "الموقع الإلكتروني لجريدة الوسط" في المرتبة الأولى بنسبة (93,7%)، ثم كل من "الموقع الإلكتروني لجريدة النهار" و"الموقع الإلكتروني لجريدة الصباح" بنسبة (91,7%) لكل منهما، وأخيراً "الموقع الإلكتروني لجريدة القيس" بنسبة (76%).

ينفق ما سبق مع دراسة محمود محمد مهني قناوي (2015) بعنوان "استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية" (45) التي أكدت أن أسباب تفضيل استخدام هذه المواقع يرجع بشكل أساسي إلى سهولة الاستخدام بنسبة 52.4% ويليه بشكل متساو سببان آخران هما انتشار هذه المواقع وتنوع محتواها بنسبة 21% لكل منهما، وأخيراً جاذبية التصميم، وأن أكثر من نصف الباحثين يرغبون في متابعة الشؤون العامة والأخبار وأحوال الأصدقاء والمعلومات الثقافية.

جدول (8) المقياس العام حول المواقع الإلكترونية الكويتية التي يستخدمها الباحثون في أثناء الإقامة بمصر

| المقياس العام حول المواقع الإلكترونية الكويتية التي يستخدمها الباحثون في أثناء الإقامة بمصر | ك | % |
|---|------------|------------|
| محدودة | 18 | 9 |
| متوسطة | 84 | 42 |
| متعددة | 98 | 49 |
| الإجمالي | 200 | 100 |
| مؤشرات احصائية (كا: 54.760 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال) | | |

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول المواقع الإلكترونية الكويتية التي يستخدمها المبحوثون في أثناء الإقامة بمصر؛ فكانت المواقع "متعددة" بنسبة (49%)، ثم "متوسطة" بنسبة (42%)، وأخيراً "محدودة" بنسبة (9%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (54.760)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بالمواقع الإلكترونية الكويتية التي يستخدمها المبحوثون في أثناء الإقامة بمصر.

- مدى استخدام المبحوثين لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر:

جدول (9) مدى استخدام المبحوثين لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر

| مدى استخدام المبحوثين لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر | ك | % |
|---|------------|--------------|
| نعم | 58 | 29.0 |
| أحياناً | 58 | 29.0 |
| نادراً | 84 | 42.0 |
| الإجمالي | 200 | 100.0 |
| مؤشرات احصائية (كا2: 6.760 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.034 دال) | | |

توضح بيانات الجدول السابق مدى استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر؛ فذكروا "نادراً" في المرتبة الأولى بنسبة (42%)، ثم كل من "أحياناً" و"دائماً" بنسبة (29%) لكل منهما. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (6.760)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.034)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمدى استخدامهم للمواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر.

- أسباب استخدام المبحوثين لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر:

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول (10) أسباب استخدام المبحوثين لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر

| الترتيب | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | نادراً | | الي حد ما | | دائماً | | العبارة |
|---------|--------------|-------------------|---------|--------|----|-----------|----|--------|-----|--|
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1 | 83.3 | .730 | 2.50 | 14.0 | 28 | 22.0 | 44 | 64.0 | 128 | لأنها تمكنني من التواصل مع الناشر مباشرة. |
| 2 | 82.3 | .729 | 2.47 | 14.0 | 28 | 25.0 | 50 | 61.0 | 122 | لأنها تقدم خدمات إلى جانب الأخبار. |
| 3 | 81.7 | .728 | 2.45 | 14.0 | 28 | 27.0 | 54 | 59.0 | 118 | لان توجهاتها تلائم توجهاتي السياسية. |
| 4 | 78.7 | .808 | 2.36 | 21.0 | 42 | 22.0 | 44 | 57.0 | 114 | للتعرف على أهم الاحداث والأخبار الكويتية |
| 5 | 76.0 | .765 | 2.28 | 19.0 | 38 | 34.0 | 68 | 47.0 | 94 | لأنها تتسم بميثاق الشرف الإعلامي |
| 6 | 74.0 | .797 | 2.22 | 23.0 | 46 | 32.0 | 64 | 45.0 | 90 | لأنها تنشر الأخبار بشفافية ومصداقية |
| 7 | 73.0 | .835 | 2.19 | 27.0 | 54 | 27.0 | 54 | 46.0 | 92 | لأنها تنشر أخباراً متنوعة ومسلية. |
| 7 | 73.0 | .811 | 2.19 | 25.0 | 50 | 31.0 | 62 | 44.0 | 88 | لأنها تنشر أخباراً صادقة ولا تزوج للشائعات |
| 8 | 72.7 | .843 | 2.18 | 28.0 | 56 | 26.0 | 52 | 46.0 | 92 | لأنها تلبى رغباتي كشاب كويتي يستخدم بالتكنولوجيا الحديثة |
| 9 | 70.0 | .833 | 2.10 | 30.0 | 60 | 30.0 | 60 | 40.0 | 80 | لأنها تنشر رابطاً لمعرفة تفاصيل الأخبار. |
| 9 | 70.0 | .821 | 2.10 | 29.0 | 58 | 32.0 | 64 | 39.0 | 78 | لاستخدامها الوسائط المتعددة من صور، رسوم، فيديو وأشكال |
| 10 | 68.7 | .872 | 2.06 | 35.0 | 70 | 24.0 | 48 | 41.0 | 82 | للحصول على معلومات تفصيلية حول مختلف القضايا التي تهمني |
| 11 | 68.3 | .819 | 2.05 | 31.0 | 62 | 33.0 | 66 | 36.0 | 72 | لأنها تقدم تغطية حية مباشرة للأحداث. |
| 12 | 68.0 | .873 | 2.04 | 36.0 | 72 | 24.0 | 48 | 40.0 | 80 | لأنها تنشر صوراً للأحداث المختلفة. |
| 13 | 67.3 | .814 | 2.02 | 32.0 | 64 | 34.0 | 68 | 34.0 | 68 | للتعرف على أهم الاحداث والأخبار الدولية |
| 14 | 65.3 | .850 | 1.96 | 38.0 | 76 | 28.0 | 56 | 34.0 | 68 | لأنها تنشر مقاطع فيديو للأحداث. |
| 15 | 64.0 | .870 | 1.92 | 42.0 | 84 | 24.0 | 48 | 34.0 | 68 | لأنها يتم تحديثها بشكل مستمر. |
| 16 | 63.7 | .852 | 1.91 | 41.0 | 82 | 27.0 | 54 | 32.0 | 64 | لأنها تنشر أخباراً محلية وعالمية. |

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تكشف بيانات الجدول السابق عن أسباب استخدام المبحوثين لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر؛ فأوضحوا في المقدمة "لأنها تمكنني من التواصل مع الناشر مباشرة" بوزن نسبي (83,3%)، ثم "لأنها تقدم خدمات إلى جانب الأخبار" بوزن نسبي (82,3%)، وأخيراً "لأنها تنشر أخباراً محلية وعالمية" بوزن نسبي (63,7%).

ينسق ما سبق مع دراسة محمود محمد مهني قناوي (2015) بعنوان "استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية" (46) التي أكدت أن أكثر من نصف المبحوثين يرغبون في متابعة الشؤون العامة والأخبار وأحوال الأصدقاء والمعلومات الثقافية بالترتيب التنازلي. ودراسة Raine (2008)، بعنوان **Uses and Gratifications of Facebook for Political Information** (47) التي أثبتت أن المستخدمين لا يسعون دائماً للحصول على المعلومات السياسية من Facebook والسبب كما يعتقدون أن Facebook أساساً وسيلة اتصال للحصول على معلومات عن أصدقائهم وليس مصدراً للمعلومات السياسية. وكذلك دراسة ريهام محمد السيد (2016)، بعنوان "استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الدعاية الانتخابية" (48) التي أوضحت أن دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في أنها وسيلة إعلامية جديدة ومصدر للمعلومات والأخبار اليومية، ومشاركة صور وفيديوهات متعلقة بأحداث هامة، والتسلية والترفيه، والتعبير عن الآراء بحرية وصراحة ومشاركتها مع الآخرين.

جدول (11) المقياس العام حول أسباب استخدام المبحوثين لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر

| المقياس العام حول أسباب استخدام المبحوثين لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر | ك | % |
|---|------------|------------|
| ضعيفة | 34 | 17 |
| متوسطة | 88 | 44 |
| قوية | 78 | 39 |
| الإجمالي | 200 | 100 |
| مؤشرات احصائية (كا: 24.760 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال) | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول أسباب استخدام المبحوثين لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر؛ فكانت الأسباب "قوية" بنسبة (39%)، و"متوسطة" بنسبة (44%)، وأخيراً "ضعيفة" بنسبة (17%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا 24.760، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بأسباب استخدامهم للمواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر.

- أهم الأخبار التي يفضل المبحوثون متابعتها عبر هذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر:

جدول (12) أهم الأخبار التي يفضل المبحوثون متابعتها عبر هذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر

| الترتيب | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | نادراً | | الي حد ما | | دائماً | | العبارة |
|---------|--------------|-------------------|---------|--------|-----|-----------|----|--------|-----|---------------------------|
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1 | 85.3 | .713 | 2.56 | 13.0 | 26 | 18.0 | 36 | 69.0 | 138 | الأخبار الكويتية بشكل عام |
| 2 | 76.7 | .770 | 2.30 | 19.0 | 38 | 32.0 | 64 | 49.0 | 98 | الأخبار السياسية الكويتية |
| 3 | 69.7 | .791 | 2.09 | 27.0 | 54 | 37.0 | 74 | 36.0 | 72 | الأخبار الاجتماعية |
| 4 | 69.0 | .842 | 2.07 | 32.0 | 64 | 29.0 | 58 | 39.0 | 78 | الأخبار السياسية |
| 5 | 68.3 | .807 | 2.05 | 30.0 | 60 | 35.0 | 70 | 35.0 | 70 | أخبار الحوادث |
| 6 | 64.7 | .849 | 1.94 | 39.0 | 78 | 28.0 | 56 | 33.0 | 66 | تسليية وترفيه |
| 7 | 63.3 | .808 | 1.90 | 38.0 | 76 | 34.0 | 68 | 28.0 | 56 | الأخبار الثقافية |
| 8 | 62.7 | .741 | 1.88 | 34.0 | 68 | 44.0 | 88 | 22.0 | 44 | الأخبار الدينية |
| 9 | 62.3 | .810 | 1.87 | 40.0 | 80 | 33.0 | 66 | 27.0 | 54 | خدمات |
| 10 | 61.0 | .886 | 1.83 | 49.0 | 98 | 19.0 | 38 | 32.0 | 64 | الأخبار الرياضية |
| 11 | 55.7 | .737 | 1.67 | 49.0 | 98 | 35.0 | 70 | 16.0 | 32 | الأخبار الاقتصادية |
| 12 | 54.7 | .757 | 1.64 | 53.0 | 106 | 30.0 | 60 | 17.0 | 34 | الأخبار الفنية |
| 13 | 51.3 | .756 | 1.54 | 62.0 | 124 | 22.0 | 44 | 16.0 | 32 | أخبار المرأة |

تكشف بيانات الجدول السابق عن أهم الأخبار التي يفضل المبحوثون متابعتها عبر هذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر؛ فأوضحوا في

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

المقدمة "الأخبار الكويتية بشكل عام" بوزن نسبي (85,3%)، ثم "الأخبار السياسية الكويتية" بوزن نسبي (76,7%)، وأخيراً "أخبار المرأة" بوزن نسبي (51,3%).

جدول (13) المقياس العام حول الأخبار التي يفضل المبحوثون متابعتها عبر هذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر

| ك | % | المقياس العام حول الأخبار التي يفضل المبحوثون متابعتها عبر هذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر |
|---|-----|---|
| 40 | 20 | محدودة |
| 112 | 56 | متوسطة |
| 48 | 24 | متعددة |
| 200 | 100 | الإجمالي |
| مؤشرات احصائية (كا: 2: 46.720 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال) | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول الأخبار التي يفضل المبحوثون متابعتها عبر هذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر؛ فكانت الأخبار "متوسطة" بنسبة (56%)، ثم "متعددة" بنسبة (24%)، وأخيراً "محدودة" بنسبة (20%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (46.720)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بالأخبار التي يفضلون متابعتها عبر هذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر.

- تقييم المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية كمصدر للحصول على المعلومات:

جدول (14) تقييم المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية كمصدر للحصول على المعلومات

| الترتيب | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير مهتم | | الي حد ما | | دائماً | | العبارة |
|---------|--------------|-------------------|---------|----------|----|-----------|----|--------|-----|--|
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1 | 75.7 | .800 | 2.27 | 22.0 | 44 | 29.0 | 58 | 49.0 | 98 | تساعدني على معرفة القضايا الهامة التي تشغل الرأي العام حالياً. |
| 2 | 75.0 | .843 | 2.25 | 26.0 | 52 | 23.0 | 46 | 51.0 | 102 | تساعدني على فهم ما يدور حولي من أحداث. |
| 3 | 71.7 | .781 | 2.15 | 24.0 | 48 | 37.0 | 74 | 39.0 | 78 | تجعلني جزءاً من الأحداث ولست منفصلاً عنها. |

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

| | | | | | | | | | | |
|----|------|------|------|------|-----|------|-----|------|----|--|
| 4 | 68.7 | .734 | 2.06 | 24.0 | 48 | 46.0 | 92 | 30.0 | 60 | تساعدني على الحصول على معلومات أتحديث فيها مع الآخرين. |
| 5 | 67.3 | .814 | 2.02 | 32.0 | 64 | 34.0 | 68 | 34.0 | 68 | تساعدني على معرفة وجهات النظر المختلفة حول تلك القضايا الجارية على الساحة. |
| 6 | 67.0 | .833 | 2.01 | 34.0 | 68 | 31.0 | 62 | 35.0 | 70 | لأنني مهتم ولدي خلفية حول مختلف القضايا الجارية على الساحة. |
| 7 | 66.0 | .839 | 1.98 | 36.0 | 72 | 30.0 | 60 | 34.0 | 68 | تساعدني على تكوين رأي شخصي حول القضايا الجارية على الساحة. |
| 8 | 65.0 | .755 | 1.95 | 31.0 | 62 | 43.0 | 86 | 26.0 | 52 | هي مصدر للمعلومات لكن يسبقه مصادر أخرى أكثر أهمية |
| 9 | 64.0 | .704 | 1.92 | 29.0 | 58 | 50.0 | 100 | 21.0 | 42 | تتفرد بنشر أخبار ومعلومات لا تنشرها وسائل الإعلام. |
| 10 | 60.7 | .807 | 1.82 | 43.0 | 86 | 32.0 | 64 | 25.0 | 50 | هي المصدر الأهم والوحيد للمعلومات. |
| 11 | 59.0 | .748 | 1.77 | 42.0 | 84 | 39.0 | 78 | 19.0 | 38 | هي مصدر مهم للمعلومات مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية |
| 12 | 57.3 | .803 | 1.72 | 50.0 | 100 | 28.0 | 56 | 22.0 | 44 | هي غير خاضعة للرقابة والنشر بها يتم بحرية. |
| 13 | 56.3 | .759 | 1.69 | 49.0 | 98 | 33.0 | 66 | 18.0 | 36 | هي مصدر غير مفيد للمعلومات تغني عنه مصادر أخرى. |

تكشف بيانات الجدول السابق عن تقييم الباحثين للمواقع الإلكترونية الكويتية كمصدر للحصول على المعلومات؛ فأوضحوا في المقدمة "تساعدني على معرفة القضايا الهامة التي تشغل الرأي العام حالياً" بوزن نسبي (7,75%)، ثم "تساعدني

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

على فهم ما يدور حولي من أحداث" بوزن نسبي (75%)، وأخيراً "هي مصدر غير مفيد للمعلومات تغني عنه مصادر أخرى" بوزن نسبي (3,56%).

جدول (15) المقياس العام حول تقييم المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية كمصدر للحصول على المعلومات

| المقياس العام حول تقييم المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية كمصدر للحصول على المعلومات | ك | % |
|---|-----|-----|
| سلبى | 52 | 26 |
| محايد | 96 | 48 |
| إيجابي | 52 | 26 |
| الإجمالي | 200 | 100 |
| مؤشرات احصائية (كا: 19.360 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال) | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول تقييم المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية كمصدر للحصول على المعلومات؛ فكان التقييم "محايداً" بنسبة (48%)، ثم "إيجابياً" و"سلبياً" بنسبة (26%) لكل منهما. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (19.360)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بتقييمهم لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية.

- رأي المبحوثين في التناول الإخباري عبر هذه المواقع الإلكترونية الكويتية حسب استخدامهم لها:

جدول (16) رأي المبحوثين في التناول الإخباري عبر هذه المواقع الإلكترونية الكويتية حسب استخدامهم لها

| الترتيب | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير مهتم | | الي حد ما | | دائماً | | العبرة |
|---------|--------------|-------------------|---------|----------|----|-----------|----|--------|----|---|
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1 | 76.7 | .743 | 2.30 | 17.0 | 34 | 36.0 | 72 | 47.0 | 94 | تعتمد على مصادر موثوق بها ومعروفة. |
| 2 | 72.3 | .815 | 2.17 | 26.0 | 52 | 31.0 | 62 | 43.0 | 86 | تعرض وجهات نظر متعددة حول العلاقات الكويتية العربية وأطرافها. |
| 3 | 72.0 | .719 | 2.16 | 19.0 | 38 | 46.0 | 92 | 35.0 | 70 | تتناول الأحداث من كل جوانبها وتعرض تداعياتها وخلفيات حدوثها. |

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

| | | | | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|-----|------|----|------|----|--|
| 4 | 69.7 | .765 | 2.09 | 25.0 | 50 | 41.0 | 82 | 34.0 | 68 | تعبر أكثر عن وجهات نظر الآخرين بدلاً من وجهة نظري. |
| 5 | 69.0 | .780 | 2.07 | 27.0 | 54 | 39.0 | 78 | 34.0 | 68 | أثق في تغطيتها الأخبارية للقضايا العربية |
| 6 | 54.3 | .759 | 1.63 | 54.0 | 108 | 29.0 | 58 | 17.0 | 34 | تبث شائعات وأخبار غير مؤكدة عن قوة أو ضعف العلاقات الكويتية العربية. |

تكشف بيانات الجدول السابق عن رأي المبحوثين في التناول الإخباري عبر هذه المواقع الإلكترونية الكويتية حسب استخدامهم لها؛ فأوضحوا في المقدمة "تعتمد على مصادر موثوق بها ومعروفة" بوزن نسبي (76,7%)، ثم "تعرض وجهات نظر متعددة حول العلاقات الكويتية العربية وأطرافها" بوزن نسبي (72,3%)، وأخيراً "تبث شائعات وأخبار غير مؤكدة عن قوة أو ضعف العلاقات الكويتية العربية" بوزن نسبي (54,3%).

جدول (17) المقياس العام حول رأي المبحوثين في التناول الإخباري عبر هذه المواقع الإلكترونية

| المقياس العام حول رأي المبحوثين في التناول الإخباري عبر هذه المواقع الإلكترونية | ك | % |
|---|-----|-----|
| سلبية | 38 | 19 |
| محايدة | 110 | 55 |
| إيجابية | 52 | 26 |
| الإجمالي | 200 | 100 |
| مؤشرات احصائية (كا: 43.720 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال) | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول رأي المبحوثين في التناول الإخباري عبر هذه المواقع الإلكترونية الكويتية؛ فكانت آرائهم "محايدة" بنسبة (55%)، ثم "إيجابية" بنسبة (26%)، وأخيراً "سلبية" بنسبة (19%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (43.720)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق برأيهم في التناول الإخباري عبر هذه المواقع الإلكترونية الكويتية.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- أساليب تفاعل المبحوثين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها:

جدول (18) أساليب تفاعل المبحوثين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها

| الترتيب | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | نادرا | | الي حد ما | | دائماً | | العبارة |
|---------|--------------|-------------------|---------|-------|-----|-----------|-----|--------|----|--|
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1 | 71.0 | .810 | 2.13 | 27.0 | 54 | 33.0 | 66 | 40.0 | 80 | أشاهد مقطع الفيديو (إن وجد). |
| 2 | 70.3 | .693 | 2.11 | 19.0 | 38 | 51.0 | 102 | 30.0 | 60 | أخبر به معارفي |
| 3 | 70.0 | .716 | 2.10 | 21.0 | 42 | 48.0 | 96 | 31.0 | 62 | أقرأ التفاصيل |
| 4 | 69.7 | .738 | 2.09 | 23.0 | 46 | 45.0 | 90 | 32.0 | 64 | أقرأ العنوان فقط |
| 5 | 68.3 | .768 | 2.05 | 27.0 | 54 | 41.0 | 82 | 32.0 | 64 | اكتفى بالقراءة والمتابعة فقط |
| 6 | 67.3 | .776 | 2.02 | 29.0 | 58 | 40.0 | 80 | 31.0 | 62 | أشاهد الصورة أو اليوم الصور (إن وجد). |
| 7 | 65.0 | .728 | 1.95 | 29.0 | 58 | 47.0 | 94 | 24.0 | 48 | أستفيد منه ولا أشارك |
| 8 | 62.7 | .754 | 1.88 | 35.0 | 70 | 42.0 | 84 | 23.0 | 46 | أقوم بالمشاركة "share" |
| 9 | 55.0 | .700 | 1.65 | 48.0 | 96 | 39.0 | 78 | 13.0 | 26 | أحفظه. save |
| 10 | 48.3 | .640 | 1.45 | 63.0 | 126 | 29.0 | 58 | 8.0 | 16 | أظهر إعجاب بالمحتوى "like" |
| 11 | 46.0 | .598 | 1.38 | 68.0 | 136 | 26.0 | 52 | 6.0 | 12 | أحرص على التعليق والإشادة بمصداقيته وعمل "comment" |

تكشف بيانات الجدول السابق عن أساليب تفاعل المبحوثين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها؛ فأوضحوا في المقدمة "أشاهد مقطع الفيديو (إن وجد)" بوزن نسبي (71%)، ثم "أخبر به معارفي" بوزن نسبي (3,70%)، وأخيراً "أحرص على التعليق والإشادة بمصداقيته وعمل "comment" بوزن نسبي (46%).

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

يتفق ما سبق مع دراسة حمزة خليل (2012م) (49) بعنوان "استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011م المصرية والإشباع المتحققة منها" التي أكدت أن استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية والمواقع الإخبارية بشكل متوازن يأتي للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في أحداث الثورة. وأن معظم أفراد العينة شاركوا بشكل دائم في الأنشطة الإلكترونية التي تتعلق بأحداث الثورة.

جدول (19) المقياس العام حول أساليب تفاعل المبحوثين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها

| المقياس العام حول أساليب تفاعل المبحوثين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها | ك | % |
|--|-----|-----|
| محدودة | 48 | 24 |
| متوسطة | 134 | 67 |
| متعددة | 18 | 9 |
| الإجمالي | 200 | 100 |
| مؤشرات احصائية (كا: 108.760 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال) | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول أساليب تفاعل المبحوثين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها؛ فكانت أساليب تفاعلهم "متوسطة" بنسبة (67%)، ثم "محدودة" بنسبة (24%)، وأخيراً "متعددة" بنسبة (9%). تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (108.760)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بأساليب تفاعلهم في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها.

- مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها:

جدول (20) مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها

| الترتيب | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير مهتم | | الي حد ما | | دائماً | | العبرة |
|---------|--------------|-------------------|---------|----------|----|-----------|----|--------|----|--|
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1 | 68.3 | .819 | 2.05 | 31.0 | 62 | 33.0 | 66 | 36.0 | 72 | أتحاور في الموضوعات الجديدة القابلة للنقاش والحوار |
| 2 | 68.0 | .861 | 2.04 | 35.0 | 70 | 26.0 | 52 | 39.0 | 78 | أتناقش حتى أصل إلي قناعات ذاتية حول هذه الموضوعات. |

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

| | | | | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|-----|------|----|------|----|---|
| 3 | 66.0 | .814 | 1.98 | 34.0 | 68 | 34.0 | 68 | 32.0 | 64 | أتحاور مع من يختلف معي في آرائي. |
| 4 | 64.3 | .805 | 1.93 | 36.0 | 72 | 35.0 | 70 | 29.0 | 58 | أترى قليلاً في الرد حتى يتم عرض المزيد من الآراء |
| 5 | 63.0 | .801 | 1.89 | 38.0 | 76 | 35.0 | 70 | 27.0 | 54 | أتحاور مع من يتفق معي في آرائي. |
| 6 | 55.7 | .764 | 1.67 | 51.0 | 102 | 31.0 | 62 | 18.0 | 36 | لا أتحاور حتى لا أصاب بالملل من مناقشة الموضوعات المطروحة |

تكشف بيانات الجدول السابق عن مدى تفاعل الباحثين مع الآخرين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها؛ فأوضحوا في المقدمة "أتحاور في الموضوعات الجديدة القابلة للنقاش والحوار" بوزن نسبي (3,68%)، ثم "أناقش حتى أصل إلي قنوات ذاتية حول هذه الموضوعات" بوزن نسبي (68%)، وأخيراً "لا أتحاور حتى لا أصاب بالملل من مناقشة الموضوعات المطروحة" بوزن نسبي (55,7%).

جدول (21) المقياس العام حول مدى تفاعل الباحثين مع الآخرين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها

| المقياس العام حول مدى تفاعل الباحثين مع الآخرين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها | ك | % |
|---|-----|-----|
| ضعيف | 20 | 10 |
| متوسط | 88 | 44 |
| قوي | 92 | 46 |
| الإجمالي | 200 | 100 |
| مؤشرات احصائية (كا: 2؛ 49.120 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال) | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول تفاعل الباحثين مع الآخرين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها؛ فكان تفاعلهم "متوسطاً" بنسبة (44%)، و"محدودة" بنسبة (10%)، و"متعدداً" بنسبة (46%)، وتتسق هذه

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (49.120)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمدى تفاعلهم مع الآخرين في أثناء استخدامهم للمواقع الإلكترونية الكويتية ومتابعتهم لها.

-أسباب تفضيل المبحوثين المشاركة في مناقشة الموضوعات على المواقع الإلكترونية الكويتية:

جدول (22) أسباب تفضيل المبحوثين المشاركة في مناقشة الموضوعات على المواقع الإلكترونية الكويتية

| الترتيب | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير مهتم | | الي حد ما | | دائماً | | العبارة |
|---------|--------------|-------------------|---------|----------|----|-----------|----|--------|-----|---|
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1 | 80.0 | .665 | 2.40 | 10.0 | 20 | 40.0 | 80 | 50.0 | 100 | لأنني أستطيع معرفة الأخبار الجديدة عنها وأناقش فيها. |
| 2 | 79.3 | .720 | 2.38 | 14.0 | 28 | 34.0 | 68 | 52.0 | 104 | لأنها تجعلني ملم بالأحداث المرتبطة بها |
| 3 | 78.3 | .655 | 2.35 | 10.0 | 20 | 45.0 | 90 | 45.0 | 90 | لأنها تجعلني أهتم دائماً بمتابعة آخر ما يطرأ ن تطورات |
| 4 | 77.0 | .719 | 2.31 | 15.0 | 30 | 39.0 | 78 | 46.0 | 92 | لأكون رؤية شاملة حول الأحداث الجارية |
| 5 | 76.3 | .684 | 2.29 | 13.0 | 26 | 45.0 | 90 | 42.0 | 84 | لأنني أستطيع تقديم صورة شاملة للأصدقاء عن الكويت |
| 6 | 75.3 | .758 | 2.26 | 19.0 | 38 | 36.0 | 72 | 45.0 | 90 | للوصول إلى ما يدور حولي من أخبار محلية وإقليمية وعالمية |

تكشف بيانات الجدول السابق عن أسباب تفضيل المبحوثين المشاركة في مناقشة الموضوعات على المواقع الإلكترونية الكويتية؛ فأوضحوا في المقدمة لأنني أستطيع معرفة الأخبار الجديدة عنها وأناقش فيها" بوزن نسبي (80%)، ثم "لأنها تجعلني ملم بالأحداث المرتبطة بها" بوزن نسبي (79,3%)، وأخيراً "للوصول إلى ما يدور حولي من أخبار محلية وإقليمية وعالمية" بوزن نسبي (75,3%).

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تنسق هذه النتيجة مع دراسة محمود محمد مهني قناوي (2015) بعنوان "استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية" (50) التي أكدت أن أسباب تفضيل استخدام هذه المواقع يرجع بشكل أساسي إلى سهولة الاستخدام بنسبة 52.4% ويليه بشكل متساو سببان آخران هما انتشار هذه المواقع وتنوع محتواها بنسبة 21% لكل منهما، وأخيراً جاذبية التصميم،

جدول (23) المقياس العام حول أسباب تفضيل الباحثين المشاركة في مناقشة الموضوعات على المواقع الإلكترونية الكويتية

| المقياس العام حول أسباب تفضيل الباحثين المشاركة في مناقشة الموضوعات على المواقع الإلكترونية الكويتية | | |
|--|------------|-----------------|
| ك | % | |
| 48 | 24 | ضعيف |
| 108 | 54 | متوسط |
| 44 | 22 | قوي |
| 200 | 100 | الإجمالي |
| مؤشرات احصائية (كا2): 38.560 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 (دال) | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول أسباب تفضيل الباحثين المشاركة في مناقشة الموضوعات على المواقع الإلكترونية الكويتية؛ فكانت أسباب التفضيل "متوسطة" بنسبة (54%)، و"محدودة" بنسبة (24%)، و"متعددة" بنسبة (22%).

تنسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (38.560)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بأسباب تفضيلهم المشاركة في مناقشة الموضوعات على المواقع الإلكترونية الكويتية.

- درجة تأثر الباحثين بعد قراءتهم للأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية:

جدول (24) درجة تأثر الباحثين بعد قراءتهم للأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية

| الترتيب | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير مهتم | | الي حد ما | | دائماً | | العبارة |
|---------|--------------|-------------------|---------|----------|------|-----------|------|--------|-----|--|
| | | | | ك | % | ك | % | ك | % | |
| 1 | 77.0 | .773 | 2.31 | 38 | 19.0 | 62 | 31.0 | 50.0 | 100 | أبحث عن الخبر في صفحة أخرى على مواقع التواصل الاجتماعي للتأكد من صحته. |
| 2 | 70.7 | .830 | 2.12 | 58 | 29.0 | 60 | 30.0 | 41.0 | 82 | أبحث عن الخبر على أحد وسائل الإعلام الأخرى (التلفزيون - الإذاعة). |

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

| | | | | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|-----|------|----|------|----|---|
| 3 | 66.3 | .716 | 1.99 | 26.0 | 52 | 49.0 | 98 | 25.0 | 50 | اصدق الخبر لأنني اختار الموقع المفضل لدي لقراءة الخبر. |
| 4 | 50.7 | .672 | 1.52 | 58.0 | 116 | 32.0 | 64 | 10.0 | 20 | لا اصدق ولا أبحث. |

تكشف بيانات الجدول السابق عن درجة تأثر المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية؛ يأتي في مقدمتها "أبحث عن الخبر في صفحة أخرى على مواقع التواصل الاجتماعي للتأكد من صحته" بوزن نسبي (77%)، ثم "أبحث عن الخبر على أحد وسائل الإعلام الأخرى" بوزن نسبي (70,7%)، وأخيراً "لا أصدق ولا أبحث" بوزن نسبي (50,7%).

يتسق ما سبق مع دراسة فيل هوفمان " Phil Hoffman (2008)، بعنوان "استخدام الطلاب للشبكات الاجتماعية على الإنترنت" (51) التي أوضحت ن مستخدمي الشبكات الاجتماعية على الإنترنت يعتبرون المجتمعات الافتراضية الموجودة على هذه الشبكات الاجتماعية مجتمعات حقيقية تماثل مجتمعاتهم الواقعية. وأن سلوك الأفراد في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت يعكس بشكل كبير صفاتهم الحقيقية في مجتمعاتهم الواقعية.

جدول (25) المقياس العام حول درجات تأثر المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية

| المقياس العام حول تأثر المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية | ك | % |
|---|-----|-----|
| ضعيف | 32 | 16 |
| متوسط | 136 | 68 |
| قوي | 32 | 16 |
| الإجمالي | 200 | 100 |
| مؤشرات احصائية (كا: 108.160 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال) | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول تأثر المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية؛ فكانت التأثير "متوسطاً" بنسبة (68%)، و"محدوداً" و"قويًا" بنسبة (16%) لكل منهما. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (108.160)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات تأثر المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية.

-الخطوات التي يتبعها المبحوثون إذا شعروا بصدق خبر يتم نشره على المواقع الإلكترونية الكويتية ووثقوا به:

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول (26) الخطوات التي يتبعها المبحوثون إذا شعروا بصدق خير يتم نشره على المواقع الإلكترونية الكويتية ووثقوا به

| الخطوات | ك | % |
|---|-----|------|
| أتبادل الرأي مع أسرتي ومعارفي. | 133 | 66.5 |
| أتبادل الرأي مع زملائي في العمل. | 123 | 61.5 |
| أبحث عن مصادر إعلامية أخرى للمزيد من التفاصيل حول الحدث. | 98 | 49.0 |
| أقوم بمشاركة هذا المحتوى مع أصدقائي على مواقع التواصل الاجتماعي sharing | 84 | 42.0 |
| محاولة الاتصال بالقناة للإشادة بدقة ومصادقية هذا المحتوى. | 32 | 16.0 |
| لا أقوم بشيء أو فعل محدد. | 32 | 16.0 |
| أتبادل الرأي حول تلك القضية مع أسرتي. | 19 | 9.5 |
| الإجمالي | 200 | |

تكشف بيانات الجدول السابق عن الخطوات التي يتبعها المبحوثون إذا شعروا بصدق خير يتم نشره على المواقع الإلكترونية الكويتية ووثقوا به؛ يأتي في مقدمتها "أتبادل الرأي مع أسرتي ومعارفي" بوزن نسبي (66,5%)، ثم "أتبادل الرأي مع زملائي في العمل" بوزن نسبي (61,5%)، وأخيراً "أتبادل الرأي حول تلك القضية مع أسرتي" بوزن نسبي (9,5%).

-السلبيات التي تقلل من أداء المواقع الإلكترونية الكويتية للحصول على المعلومات:

جدول (27) السلبيات التي تقلل من أداء المواقع الإلكترونية الكويتية للحصول على المعلومات

| السلبيات | ك | % |
|---|-----|-----|
| ضعف شبكة الإنترنت | 50 | 25% |
| محدودية الاهتمام بأخبار الطلبة المبتعثين وماذا يحدث لهم | 40 | 20% |
| عدم الحياد وعدم المصادقية | 40 | 20% |
| يظل التواصل افتراضياً ويفقد الكثير من الأشخاص التواصل الاجتماعي الحقيقي | 40 | 20% |
| كثرة الشائعات | 30 | 15% |
| الإجمالي | 200 | |

توضح بيانات الجدول السابق السلبيات التي تقلل من أداء المواقع الإلكترونية الكويتية للحصول على المعلومات؛ فذكروا "ضعف شبكة الإنترنت" في المرتبة الأولى بنسبة (25%)، ثم "محدودية الاهتمام بأخبار الطلبة المبتعثين وماذا يحدث لهم" بنسبة (20%)، وأخيراً "كثرة الشائعات" بنسبة (15%).

ثانياً: التحقق من الفروض:

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر ودرجة تأثرهم بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية:

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول (28) العلاقة بين مدى استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر ودرجة تأثرهم بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية

| الدلالة | مستوى المعنوية | معامل ارتباط بيرسون | استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية |
|---------|----------------|---------------------|--|
| دال | 0.023 | *0.172 | درجة تأثرهم بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية |
| 200 | | | إجمالي العينة (ن) |

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر ودرجة تأثرهم بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.172^*)، عند مستوى معنوية (0.023)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفع مدى استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر، زادت درجة تأثرهم بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية

2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر ومدى تفاعلهم مع الآخرين حول الموضوعات التي يشاركون في مناقشتها على هذه المواقع:

جدول (29) العلاقة بين أسباب استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر ومدى تفاعلهم مع الآخرين حول الموضوعات التي يشاركون في مناقشتها على هذه المواقع

| الدلالة | مستوى المعنوية | معامل ارتباط بيرسون | استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية |
|---------|----------------|---------------------|---|
| دال | 0.000 | **0.297 | تفاعلهم مع الآخرين حول الموضوعات التي يشاركون في مناقشتها على هذه المواقع |
| 200 | | | إجمالي العينة (ن) |

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر ومدى تفاعلهم مع الآخرين حول الموضوعات التي يشاركون في مناقشتها على هذه المواقع، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.297^{**})، عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما تعددت أسباب استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر، زاد تفاعلهم مع الآخرين حول الموضوعات التي يشاركون في مناقشتها على هذه المواقع

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط اطلاع المبحوثين على الأخبار المنشورة عبر المواقع الإلكترونية الكويتية ودرجة تأثرهم بهذه الأخبار:

جدول (30) العلاقة بين أنماط اطلاع المبحوثين على الأخبار المنشورة عبر المواقع الإلكترونية الكويتية ودرجة تأثرهم بهذه الأخبار

| الدلالة | مستوى المعنوية | معامل ارتباط بيرسون | أنماط اطلاع المبحوثين على الأخبار المنشورة عبر المواقع الإلكترونية الكويتية |
|---------|----------------|---------------------|---|
| دال | 0.000 | **0.414 | درجة تأثرهم بهذه الأخبار |
| 200 | | | إجمالي العينة (ن) |

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط اطلاع المبحوثين على الأخبار المنشورة عبر المواقع الإلكترونية الكويتية ودرجة تأثرهم بهذه الأخبار، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.414)، عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما تعددت أنماط اطلاع المبحوثين على الأخبار المنشورة عبر المواقع الإلكترونية الكويتية، زادت درجة تأثرهم بهذه الأخبار.

4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تأثر المبحوثين بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية وتقييمهم لهذه المواقع كمصدر للحصول على المعلومات:

جدول (31) العلاقة بين درجة تأثر المبحوثين بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية وتقييمهم لهذه المواقع كمصدر للحصول على المعلومات

| الدلالة | مستوى المعنوية | معامل ارتباط بيرسون | تأثر المبحوثين بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية |
|---------|----------------|---------------------|---|
| دال | 0.000 | **0.490 | تقييمهم لهذه المواقع كمصدر للحصول على المعلومات |
| 200 | | | إجمالي العينة (ن) |

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تأثر المبحوثين بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية وتقييمهم لهذه المواقع كمصدر للحصول على المعلومات، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.490)، عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفعت درجة تأثر المبحوثين بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية، زاد تقييمهم الإيجابي لهذه المواقع كمصدر للحصول على المعلومات.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

5- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع - السن - المستوى التعليمي - الدخل الشهري- ملكية السكن:

جدول (32) العلاقة بين دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية والمتغيرات الديموجرافية

| مؤشرات إحصائية | الانحراف المعياري | المتوسط | العدد | دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية | | |
|--------------------------------|-------------------|----------|--------|--|-------|---|
| | | | | المتغيرات الديموجرافية | النوع | |
| مؤشرات إحصائية | الانحراف المعياري | المتوسط | العدد | المتغيرات الديموجرافية | النوع | |
| مستوى المعنوية 0.000 دال | 198 | ت=3.876 | .69761 | 2.0986 | 142 | ذكور |
| | | | .68162 | 2.5172 | 58 | إناث |
| 0.876 غير دال | 2 197 | ف=0.132 | .70717 | 2.2258 | 186 | من 18 سنة إلى أقل من 28 سنة |
| | | | .93744 | 2.1667 | 12 | من 28 سنة إلى أقل من 38 سنة |
| | | | .00000 | 2.0000 | 2 | من 38 سنة إلى أقل من 48 سنة |
| | | | .71706 | 2.2200 | 200 | الإجمالي |
| 0.000 دال | 2 197 | ف=10.202 | .65673 | 2.1818 | 44 | حاصل على مؤهل متوسط |
| | | | .71051 | 2.3143 | 140 | حاصل على مؤهل جامعي |
| | | | .51640 | 1.5000 | 16 | حاصل على دراسات عليا |
| | | | .71706 | 2.2200 | 200 | الإجمالي |
| 0.210 غير دال | 2 197 | ف=1.572 | .77966 | 2.1714 | 70 | أقل من الف دولار |
| | | | .68824 | 2.2167 | 120 | من الف دولار إلى أقل من 4 الاف دولار |
| | | | .51640 | 2.6000 | 10 | من 4 الاف دولار إلى أقل من 6 الاف دولار |
| | | | .71706 | 2.2200 | 200 | الإجمالي |
| 0.008 دال | 2 197 | ف=4.980 | .92338 | 2.3000 | 20 | تمليك |
| | | | .67943 | 2.2414 | 174 | إيجار |
| | | | .51640 | 1.3333 | 6 | فيلا |
| | | | .71706 | 2.2200 | 200 | الإجمالي |

توضح بيانات الجدول السابق مدى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع - السن - المستوى التعليمي - الدخل الشهري- ملكية السكن؛ فيما يتعلق بالنوع. بلغت قيمة ت (3.876)، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع، كانت الفروق لصالح الإناث ثم الذكور. وحول السن، بلغت قيمة ف (0.132)، عند مستوى معنوية (0.876)؛ مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

السن. وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي، بلغت قيمة ف (10.202)، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني وجود فروق ذات دلالة احصائية بين والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في التعليم، وكانت الفروق لصالح الحاليين على مؤهل جامعي، ثم دراسات عليا، وأخيراً المؤهل المتوسط. وحول الدخل الشهري، بلغت قيمة ف (1.572)، عند مستوى معنوية (0.210)؛ مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في الدخل الشهري. أما بالنسبة لملكية السكن، فقد بلغت قيمة ف (4.980)، عند مستوى معنوية (0.008)؛ مما يعني وجود فروق ذات دلالة احصائية بين والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في ملكية السكن، وكانت الفروق لصالح سلكني الإيجار، ثم التملك، ثم الفلل. وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع والمستوى التعليمي وملكية السكن فقط.

أهم النتائج:

- تنوع أسباب استخدام المبحوثين لهذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر؛ فأوضحوا في المقدمة "لأنها تمكنني من التواصل مع الناشر مباشرة" بوزن نسبي (83,3%)، ثم "لأنها تقدم خدمات إلى جانب الأخبار" بوزن نسبي (82,3%)، وأخيراً "لأنها تنشر أخباراً محلية وعالمية" بوزن نسبي (63,7%).
- تنوع الأخبار التي يفضل المبحوثون متابعتها عبر هذه المواقع الإلكترونية الصحفية الكويتية في أثناء الإقامة بمصر؛ فأوضحوا في المقدمة "الأخبار الكويتية بشكل عام" بوزن نسبي (85,3%)، ثم "الأخبار السياسية الكويتية" بوزن نسبي (76,7%)، وأخيراً "أخبار المرأة" بوزن نسبي (51,3%).
- اختلاف تقييم المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية كمصدر للحصول على المعلومات؛ فأوضحوا في المقدمة "تساعدني على معرفة القضايا الهامة التي تشغل الرأي العام حالياً" بوزن نسبي (75,7%)، ثم "تساعدني على فهم ما يدور حولي من أحداث" بوزن نسبي (75%)، وأخيراً "هي مصدر غير مفيد للمعلومات تغني عنه مصادر أخرى" بوزن نسبي (56,3%).
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر ودرجة تأثرهم بعد قراءة الأخبار على المواقع الإلكترونية الكويتية.

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط اطلاع المبحوثين على الأخبار المنشورة عبر المواقع الإلكترونية الكويتية ودرجة تأثرهم بهذه الأخبار.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الكويتية وهم في مصر ومدى تفاعلهم مع الآخرين حول الموضوعات التي يشاركون في مناقشتها على هذه المواقع.

توصيات الدراسة:

- الإكثار من عرض الموضوعات بمختلف أنواعها من خلال الفيديو, مع التركيز على المعلومات المهمة والصور التوضيحية.
- الدقة الشديدة والحادية في نشر الأخبار, وانتقاء الأخبار الصحيحة, والتحديث المستمر لها.
- الاهتمام بأخبار الطلبة المبتعثين وأوضاعهم المختلفة.
- توسع الدائرة الإلكترونية لذكر تواريخ المشاهد السياسية المحيطة من دول الأشقاء لرسم مفهوم سياسي متزن وتوثيقه للأجيال القادمة.
- نشر التفاصيل بشكل اكبر عن الخبر والمصدر والحياد في نقل الخبر.
- تحقيق مزيد من التواصل الافتراضي حيث يفتقد الكثير من الأشخاص التواصل الاجتماعي الحقيقي.
- وضع المعلومات المهمة والصور التوضيحية للمقيم وتسهيل النقاط والمعلومات بالوان مختلفة لتبسيط الامور ووضع المختصر وعدم ملء المضمون بمعلومات غير مفيدة.
- الالتزام بالحيادية في نشر الاخبار والبعد عن التحزب وراء الاحزاب السياسية المختلفة وعدم الدخول في صراعات.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

مصادر الدراسة ومراجعها:

- (1) حفيظة بنت سليمان البراشيدي وسعيد بن سليمان الظفري. الاشباعات المتحققة من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعي لدى الشباب العماني. *مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية*، (جامعة الكيت – مجلس النشر العلمي)، س 46، عدد 178، سبتمبر 2020، ص ص 155 - 191.
- (2) فاروق محمد بدر محمد الهويدي. استخدام طلاب الجامعات اليمنية للواتساب والفييس بوك والاشباعات المتحققة: دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة العلوم الحديثة. *مجلة كلية الفنون والإعلام*، (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام)، عدد 7، ليبيا، يونيو 2019، ص ص 127 - 157.
- (3) عادل عاشور محمد المراغي، دوافع استخدام الشباب الجامعي الليبي لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك والاشباعات المتحقق. *مجلة بحوث الاتصال*، (جامعة الزيتونة: كلية الفنون والإعلام)، س 2، ع 3، يونيو 2018، ص ص 186 - 2019.
- (4) منى حمدي سعد. اعتماد الشباب على المواقع الإلكترونية والصفحات المتخصصة في شئون الجريمة وعلاقتها بإدراكهم لواقعهم المجتمعي. *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، شعبة صحافة، 2017).
- (3) مرفت عبد الحميد علي. اتجاهات الجمهور المصري نحو صفحات مؤسسات الدولة على مواقع التواصل الاجتماعي – دراسة تطبيقية. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة الزقازيق: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2017).
- (6) ياسمين صلاح عبد الرحمن. استخدام الشباب لمواقع الشبكات الإخبارية في بناء مواقف الاحتجاج والرفض أثناء ثورة 25 يناير. *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة القاهرة - كلية الاعلام، 2016
- (4) ريهام محمد السيد محمد. استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الداعية الانتخابية. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة حلوان: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2016).
- (5) إيمان السيد السيد. استخدام الصحفيين في مصر لشبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والاشباعات المتحققة: دراسة مسحية. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2015).
- (6) محمد زين عبد الرحمن. استخدامات النخبة الصعيدية للمواقع الإلكترونية الإقليمية والاشباعات المتحققة منها. *في: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. كلية الإعلام جامعة القاهرة المجلد الرابع عشر. يناير/ يونية 2014.
- (7) مهيتاب ماهر محمود كامل. استخدامات النخبة المصرية لشبكة الإنترنت واتجاهاتهم نحو مصداقيتها. *رسالة دكتوراه غير منشورة*. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الصحافة. 2014).
- (8) حمد عبد الحبار محمد نصر. الثقافة الإلكترونية لدى الشباب الجامعي وأساليب التعبير عن الحاجات والتخطيط لإشباعها دراسة مطبقة على طلاب جامعة أسيوط. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة أسيوط: كلية الخدمة الاجتماعية. قسم التخطيط الاجتماعي. 2014).
- (9) عمرو محمد أسعد. العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمتهم الاجتماعية: دراسة حالة على موقعى اليوتيوب YouTube والفيس بوك Facebook. *رسالة دكتوراه غير منشورة*. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2011)

- (10) Hoffman, P. "But Are We Really Friends? Online Social Networking And Community In Undergraduate Student", **PHD Thesis**, (The Graduate Faculty, University of Akron, 2008) Published online by :ProQuest LLC, USA, Available At : <http://proquest.umi.com>, Accessed on: 4/9/2010.
- (14) Raine C. (2008), Uses and Gratifications of Facebook for Political Information. **degree of Master's**, School of Journalism and Mass Communications, University of Kansas., pp 4-52.
- (12) محمود محمد مهني قناوي، استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية "رسالة ماجستير غير منشورة"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، 2015).
- (16) أسامة محمد عبد الرحمن حسانين، دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2014م).
- (17) أحمد محمد حسن رفاعي، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2014م).
- (18) محمود أحمد لطفي السيد، هاجر شعبان سعداوي، استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام أثناء الأزمات السياسية الطارئة (أزمة الدستور المصري نموذجاً)، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثاني، إعلام الأزمات وأزمات الإعلام، (جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، مارس 2013م).
- (19) حمزة السيد حمزة خليل، استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011م المصرية والإشباع المتحققة منها-دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة طنطا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2012م).
- (20) John rack، Jennifer bonds raacke. My space and face book، applying the uses and gratifications theory to exploring friend- networking sites. **In cyber psychology April 2008**. pp. 174، &behavior. Vo1.11،no .2
- (21) Sean p. hagerty. An examination of uses and gratifications of you tube. **unpublished m.a** (Pennsylvania ، Villanova university، 2008)
- (22) John Raackes Jenifer Bomds Raacke : My space and Face book: Applying the uses and Gratifications theory to Exploring Friend-networking Sites in **Cyber psychology and Behavior**, v. 11, n. 2, April 2008, p. p. 169- 174.
- (23) Yacon Yuan، a survey study on uses and gratification of social networking sites in china. **unpublished m.a**, the faculty of the Scripps college of communication of Ohio university June 2011، available at، <http://etd.ohiolink.edu/send-pdf.cgi/yacong.pdf?ohiou307127077>

- ((A quan – haase, A young. uses and gratifications of social media, A comparison of Facebook and instant messaging, **bulletin of science technology society 2010 volume 30, issue 5**, pages 350-361
- (25) Cary. E, reling.A. Popular culture and use and gratifications notes toward an communication in: **J. Blumer, E.Katz (Eds), The uses of mass communications: current perspectives on gratifications research**, Beverly Hills, Sage London, 1974, pp.225-230.
- (26) Agee, K. & others. **introduction to mass media**. (USA : Harpercollins collage publishers, 1994) P.36.
- (27) عاطف عدلى العبد عبيد، نهى عاطف العبد. **نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية**. (القاهرة: دار الفكر العربي ، 2008) ص299.
- (28) Thompson, M & etal. Long term norms and cognitive structures as shapers of television viewer Activity. **Journal of Broadcating & Electronic Media**, Vol.35, No.3, 1991.p.321.
- (29) Satnly, J, Baran & Dennis, K. **Mass communication theory Foundation, Ferment and future** (Australia, Belmont, ccA: wadsWorth, 2000) p.p.202-221.
- (30) Jean, N. Gratification Models of satisfaction and choice of communication in organizations. **communication research**, vol.19,February,1992.p.30.
- (31) Hesham, M. uses and gratifications of T.V viewing among Egyptaion adults. **PhD** (Cairo: The American University, 1991) p.16.
- (32) حسن عماد مكايي ، ليلي حسين السيد . **الاتصال ونظرياته المعاصرة** , ط 4 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، 2003) ص246-247.
- (33) Rosengren, E. **Media Gratifications research: Gurrent perspectives**, (London: Beverly Hills, sige, 1985), p.30.
- (34) Denis, q & steven, W. **Communication Models for the study of mass communication** (London: Longman, 1995), p.137.
- (35) حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد . **الاتصال ونظرياته المعاصرة**. مرجع سابق. ص249.
- (36) سامي طابع. **بحوث الإعلام**, ط1, القاهرة. دار النهضة العربية، 2001, ص168.
- (37) عاطف عدلى العبد. **المنهج العلمي في البحوث الإعلامية**, القاهرة, دار الهانى للطباعة, 1999, ص27.
- (38) شيماء ذو الفقار زغيب. **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**, القاهرة, الدار المصرية اللبنانية, 2009, ص ص 89-90.
- (39) محمد عبد الحميد. **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**, القاهرة, عالم الكتب, 1997, ص ص 158-159.
- (40) فرج الكامل، **بحوث الإعلام والرأى العام ، تصميمها وإجراؤها وتحليلها** ، ط1، (القاهرة - دار النشر للجامعات ، 2001م) ، ص 123 .

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

(41) محمد عبدالحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط2، (القاهرة - عالم الكتب ، 2004م)
، ص 130

- ⁴² تم عرض الاستمارة على الأساتذة المحكمين:
أ.د.إيلي عبد المجيد أستاذ الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة
أ.د.محمود علم الدين أستاذ الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة
أ.د. عايدة السخاوي أستاذ الإعلام – جامعة المنصورة
(39) محمود محمد مهني قنواي، مرجع سابق.
(40) مرفت عبد الحميد علي. مرجع سابق.
(43) محمود محمد مهني قنواي، مرجع سابق.
(44) محمود محمد مهني قنواي، مرجع سابق.

(47) Raine C. **ibid**, pp 4-52.

- (46) ريهام محمد السيد محمد. مرجع سابق.
(49) حمزة السيد حمزة خليل، مرجع سابق.
(48) محمود محمد مهني قنواي، مرجع سابق.
- (49) Hoffman, P. **ibid**