مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية محكّمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

- الحرب الرقمية
  أ.د. أمين سعيد عبد الغني
- إشـــكاليات بحـوث الإعـــلام الرقمي
  أ.د. حسن علي محمد
- الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات الإعلام
  أ.د. عبد الله الرفاعي
- أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الكويتي
  أ. د. مناور الراجحي - د. سليمان محمد
- أخلاقيات العلاقات العامة وممارستها
  أ. د. عبدالرزاق الدليمي - أ. وليد كاطع
- توظيف الأسطورة في وسائل الإعلام
  أ. د. عبدالرزاق الدليمي
- الحرب الرقمية والأمن السيبراني
  أ. د. حبيب البدوي
- الصحافة العلمية في ضوء التأهيل الإعلامي الأكاديمي بالجامعات المصرية
  د. سهير سيف الدين - د. إيمان إبراهيم
- المداخل النظرية لدراسة الأداء المهني للقائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية
  د. مدحت رشدي

العدد الثالث: يناير – يونيه ٢٠٢٤

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد الثالث: يناير-يونيه ٢٠٢٤

Digital Media Research Journal

Quarterly Scientific Journal issued by The Faculty of Media and Communication Technology - Suez University

- **Digital War.**
  Prof. Dr. Amin Said AbdulGhani
- **Problems of Digital Media Research.**
  Prof. Dr. Hassan Ali Muhammad
- **Modern Trends in Media Studies and Practices.**
  Prof. Dr. Abdullah Al-Rifai
- **Impact of Social Media on Enhancing National Identity among Kuwaiti Youth.**
  Prof. Dr. Manawer Al-Rajhi, Dr. Suleiman Muhammad
- **Ethics of Public Relations Practice.**
  Prof. Dr. AbdulRazzaq Al-Dulaimi, Dr. Walid Katea
- **Employing Myth in the Media.**
  Prof. Dr. AbdulRazzaq Al-Dulaimi
- **Cyber warfare and cybersecurity.**
  Prof. Dr. Habib Al-Badawi
- **Scientific Journalism in Light of Academic Media Qualification in Egyptian Universities.**
  Dr. Sohair Seif El-Din, Dr. Iman Ibrahim
- **Theoretical Approaches of studying the Professional Performance of Communicator in Media Studies.**
  Dr. Medhat Rushdi

The 3rd Issue
Jan-June
2024

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية محكّمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

الهيئة الاستشارية:

أ. د. أحمد فاروق رضوان	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة الشارقة - الإمارات
أ .د. حمدى حسن	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة مصر الدولية
أ. د. سامى عبدالعزيز	العميد الأسبق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ. د. سامي الشريف	عميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة
أ. د. سهير صالح	عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق
أ. د. السيد بهنسي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة عين شمس
أ. د. عادل عبدالغفار	رئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام
أ. د. عادل فهمي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ. د. عبد الرحمن محمد الشامي	الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة قطر
أ.د. عبد الرحمن بن نامي المطيري	الأستاذ بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - السعودية
أ.د. عبد الرزاق محمد الدليمي	الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية - الأردن
أ. د. محمد شومان	عميد كلية الإعلام - الجامعة البريطانية بمصر
أ. د. محمد سعد	الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا
أ. د. مني الحديدي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ. د. هويدا مصطفي	عميد كلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

مجلة بحوث الإعلام الرقمي
دورية علمية محكّمة تصدر عن
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال- جامعة السويس

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير
أ. د. أمين سعيد عبد الغني

مدير التحرير
أ. م. د. السيد عبد الرحمن علي

مساعدو رئيس التحرير

أ. د. حسن علي محمد
العميد الأسبق لكلية الإعلام - جامعة السويس

أ. د. محمد رضا أحمد
الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة السويس

أ. د. عبد الله بن محمد الرفاعي
عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
المملكة العربية السعودية

أ. د. علي عقلة نجادات
عميد كلية الإعلام - جامعة البترا - المملكة الأردنية

أ. د. مناور بيان الراجحي
الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت

سكرتير التحرير
د. رباب حسين العجماوي

السكرتير الإداري
أ. مي محمد سليم

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبّر عن أصحابها فقط

المراسلات:

ترسل المراسلات باسم الأستاذ الدكتور رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس- السويس- مدينة السلام (١).

تليفون: 0623523774

البريد الإلكتروني: dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: 24417 / 2023

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة: ISSN: 2812-5762

أهداف المجلة:

- الإسهام في تطوير المعرفة ونشرها، وذلك بنشر البحوث العلمية الأصيلة، والمراجعات العلمية في مجالات البحوث والدراسات في مجالات تخصص الإعلام الرقمى المختلفة.
- نشر البحوث العلمية المبتكرة، التي يعدّها أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات المصرية والعربية، والباحثون في المجالات العلمية لتخصص الاعلام الرقمى.
- توفير فرصة التقويم العلمى للبحوث من خلال إخضاع البحوث للرأي العلمي الذى يأخذ على عاتقة تقويم الجوانب العلمية والمنهجية في البحث العلمي.
- معالجة القضايا المعاصرة في إطار البحث العلمى، وتوظيفها في خدمة المجتمع، وخدمة القضايا الجوهرية التي تأسست من أجلها المجلة، وعلى رأسها التحول الرقمى.
- رصد ومتابعة اتجاهات البحث العلمى، من خلال الوقوف على النتائج العلمية للبحوث التي تصدرها المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث المتخصصة.
- اهتمامات المجلة:
- تعنى المجلة بنشر:
- البحوث العلمية الرصينة في مجالات تخصص الإعلام الرقمى.
- البحوث والدراسات النقدية التي تتصل بالإصدارات في مجالات التخصص التي تعنى بها المجلة.
- البحوث والدراسات العلمية المعنية بمعالجة المشكلات المعاصرة والقضايا المستجدة في المجتمع، وخصوصًا التحول الرقمي.
- البحوث والتقارير والترجمات العلمية، وعرض الكتب الجديدة في مجال الإعلام الرقمي ومراجعتها.
- التقارير عن المؤتمرات والندوات العلمية في تخصص الإعلام الرقمي في مصر والعالم العربي والعالم.

قواعد النشر:

- أن تكون البحوث متخصصة في مسألة من المسائل التي تهتم بها المجلة.
- أن تكون البحوث متّسمة بالعمق والأصالة، بحيث يضيف كل بحث جديداً إلى المعرفة.
- أن تكون البحوث موثقة من الناحية العلمية بالمراجع والمصادر والوثائق.
- تنشر البحوث في المجلة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية.
- أن يقر صاحب البحث بأن بحثه عمل أصيل له وليس مشتقاً من رسالتي الماجستير والدكتوراه العائدتين له.
- ألاّ يكون البحث قد سبق نشره، ويقدم الباحث تعهداً بذلك.
- ألاّ يكون البحث مقدماً للنشر في مجلة أخرى.
- لا يجوز نشر البحث في مكان آخر بعد إقرار نشره في مجلة كلية الإعلام جامعة السويس إلاّ بعد الحصول على إذن كتابي بذلك من رئيس التحرير.
- موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة، وإذا رغبت المجلة في إعادة نشر البحث فإن عليها أن تحصل على موافقة مكتوبة من صاحبه.
- أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا تردّ سواء أنشرت أم لم تنشر.
- يُمنح الباحث نسخة واحدة من العدد المنشور فيه بحثه مع خمس مستلات منه.

متطلبات النص المقدم للنشر:

- يجب ألاّ يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٠ صفحة) بما فيها الأشكال والصور والجداول والمراجع)بمقاس A4 / أو حوالي ٩٠٠٠ كلمة).
- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي بعد عنوان البحث مباشرة مع ذكر عنوانه، ومرتبته العلمية، وبريده الإلكتروني.
- تقدم البحوث مكتوبة بخط Arabic Simplified حجم (١٤) للنصوص في المتن، وبالخط نفسه بحجم (١٢) للهوامش في نهاية البحث، وتكون الهوامش (٢,٥ سم) من كل طرف.

- تُدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في متن البحث، وتكون الرسوم والأشكال باللونين الأبيض والأسود وترُقم ترقيمًا متسلسلاً، وتُكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية في أسفلها.
- تُدرج الجداول في متن البحث وترُقم ترقيمًا متسلسلاً وتُكتب أسماؤها في أعلاها، أما الملاحظات التوضيحية فتُكتب أسفل الجدول.
- تُذكر الهوامش آخر البحث، وتُذكر بعدها مباشرة قائمة المصادر والمراجع مرتبة ترتيباً هجائياً.
- يجب أن يحتوى البحث على ملخص وافٍ بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة المكتوب فيها البحث، وملخص وافٍ أيضًا بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة الإنجليزية، ويُكتب الملخصان في صفحتين مستقلتين.
- يُذكر مرة واحدة في البحث المصطلح العلمى باللغة العربية وبجانبه المصطلح باللغة الإنجليزية أو الفرنسية عند وروده أول مرة، ويُكتفى بعد ذلك بكتابته باللغة العربية.

فهرس المحتويات

- الحرب الرقمية

أ. د. أمين سعيد عبدالغني ١

- إشكاليات بحوث الإعلام الرقمي

أ. د. حسن علي محمد ٢٥

- الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات الإعلام: الابتكار وريادة الأعمال الإعلامية

أ. د. عبدالله بن محمد الرفاعي ٣١

- أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الكويتي: دراسة ميدانية

أ. د. مناور بيان الراجحي ود. سليمان محمد ٦٥

- أخلاقيات العلاقات العامة وممارستها: بحث تأصيلي تنظيري

أ. د. عبدالرزاق محمد الدليمي وأ. وليد كاطع ١٠٣

- توظيف الأسطورة في وسائل الإعلام: بحث استقرائي تحليلي في إطار القرن ٢١

أ. د. عبدالرزاق محمد الدليمي ١٢٩

- الحرب الرقمية والأمن السيبراني: خطر التهديدات يقابله تعزيز الدفاعات

أ. د. حبيب البدوي ١٥٣

- الصحافة العلمية في ضوء التأهيل الإعلامي الأكاديمي بالجامعات المصرية

د. سهير سيف الدين ود. إيمان إبراهيم ١٨١

فهرس المحتويات

- **المداخل النظرية لدراسة الأداء المهني للقائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية**

د. مدحت رشدي ١٩٩

- **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وعي المرأة السعودية بالأمن الغذائي**

أ. آلاء عبدالمحسن، تحت إشراف أ.م.د. سالي أسامة ٢٣٥

- **دور منصات التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية في الحد من التعصب الرياضي**

أ. منيره عبد الرحمن، تحت إشراف أ. م. د. سالي أسامة ٢٦٧

- **تحليل مشاعر مستخدمي منصة (X) للمرأة السعودية**

أ. نوره فهيد عيد، تحت إشراف أ. م. د. سالي أسامة ٢٩٩

مقدمة العدد

"أما قبل"

إن صدور مجلة علمية متخصصة هو ميلاد أمل جديد، وخصوصًا إذا كانت هذه المجلة بعنون "مجلة بحوث الإعلام الرقمي"؛ لأنها تأخذنا مباشرة إلى ساحات علوم المستقبل، وهي علوم وبحوث العصر الرقمي الذي تعيشه الإنسانية الآن، ويأتي العدد الثالث من هذه المجلة الوليدة أيضا كخطوة من خطوات استكمال البناء العلمي لكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة السويس، وذلك بعد اعتماد وبدء برنامج الماجستير: «الإعلام الرقمي»، وهو أحد البرامج الخاصة بالدراسات العليا بالكلية، فضلا عن الدبلومات المهنية، التي تم اعتمادها أيضا، والعمل مستمر في باقي البرامج في مرحلتي الماجستير والدكتوراه للانتهاء منها قريبا إن شاء الله.

ويطالع القارئ في هذا العدد مقالين علميين، المقال الأول تحت عنوان: «الحرب الرقمية»، للأستاذ الدكتور أمين سعيد، عميد الكلية. والمقال الثاني للأستاذ الدكتور حسن علي، العميد الأسبق للكلية، وهو بعنوان: «إشكاليات بحوث الإعلام الرقمي».

كما يضم هذا العدد بين دفّتيه عشر دراسات تتناول موضوعات بحثية على قدر كبير من الأهمية، فقد جاءت الدراسة الأولى تحت عنوان: «حول الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات الإعلام: الابتكار وريادة الأعمال الإعلامية»، قراءة وترجمة وتحرير الأستاذ الدكتور عبدالله بن محمد الرفاعي، الأستاذ بقسم الصحافة والإعلام الجديد، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض.

أما الدراسة الثانية فقد أعدها كلّ من الأستاذ الدكتور مناور بيان الراجحي، الأستاذ بقسم الصحافة، كلية الآداب، جامعة الكويت، والدكتور سليمان محمد آرتي، الأستاذ المساعد بقسم النقد والأدب المسرحي وعضو مجلس إدارة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب بالكويت، وهي تحت عنوان: «أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الكويتي: دراسة ميدانية».

وجاءت الدراسة الثالثة تحت عنوان: «أخلاقيات العلاقات العامة وممارستها: بحث تأصيلي تنظيري»، وهي من إعداد الأستاذ الدكتور عبدالرزاق محمد الدليمي، الأستاذ بقسم الإعلام بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية الأردنية، والأستاذ وليد كاطع، بكلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق.

أما الدراسة الرابعة فقد جاءت تحت عنوان: «توظيف الأسطورة في وسائل الإعلام: بحث استقرائي تحليلي في إطار القرن ٢١"، وهي أيضا من إعداد الأستاذ الدكتور عبدالرزاق محمد الدليمي، الأستاذ بقسم الإعلام بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية الأردنية.

وقد جاءت الدراسة الخامسة تحت عنوان: «الحرب الرقمية والأمن السيبراني: خطر التهديدات يقابله

تعزيز الدفاعات"، وأعدها الأستاذ الدكتور حبيب البدوي، الأستاذ بقسم اللغة اليابانية جامعة لبنان.

أما الدراسة السادسة فقد كانت من إعداد كلّ من الدكتورة سهير سيف الدين والدكتورة إيمان إبراهيم، وهي تحت عنوان: «الصحافة العلمية في ضوء التأهيل الإعلامي الأكاديمي بالجامعات المصرية».

في حين جاءت الدراسة السابعة تحت عنوان: «المداخل النظرية لدراسة الأداء المهني للقائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية»، للدكتور مدحت رشدي، الكاتب الصحفي بمؤسسة أخبار اليوم.

وتحت إشراف الدكتورة سالي أسامة، أستاذة الإعلام المشارك بجامعة الملك فيصل، جاءت الدراسات الثامنة والتاسعة والعاشرة، فكانت الدراسة الثامنة تحت عنوان: «دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وعي المرأة السعودية بالأمن الغذائي»، للأستاذة آلاء عبدالمحسن الشعيبي، الباحثة بجامعة الملك فيصل. والدراسة التاسعة كانت للأستاذة منيره عبد الرحمن الماجد، الباحثة بجامعة الملك فيصل، وهي تحت عنوان: «دور منصات التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية في الحد من التعصب الرياضي». أما الدراسة العاشرة فقد كانت من إعداد الأستاذة نوره فهيد عيد الدوسري، الباحثة بجامعة الملك فيصل، وهي تحت عنوان: «تحليل مشاعر مستخدمي منصة (X) للمرأة السعودية».

والله من وراء القصد،،،

مدير التحرير

أ.م.د. السيد عبدالرحمن

أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الكويتي

دراسة ميدانية

الأستاذ الدكتور مناور بيان الراجحي

الأستاذ بقسم الصحافة كلية الآداب ـ جامعة الكويت

الدكتور سليمان محمد آرتي

الأستاذ المساعد بقسم النقد والأدب المسرحي

وعضو مجلس إدارة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ـ الكويت

المقدمة:

أولت دولة الكويت اهتماما كبيرا في تنشئة وبناء المواطن الصالح إيمانا منها بأن الشباب هم أمل الغد ومستقبله المشرق، فعملت غلى تحصين الأفراد وخاصة فئة الشباب من التأثر بالقيم الدخيلة والعادات الذميمة، وذلك من خلال تنمية الوعي وتعزيز مبادئ المواطنة والانتماء لديهم وتنمية قدراتهم لجعلهم داعما لمسيرة العمل والبناء ودفع عجلة التقدم، وقد جاءت دعوات وتوجيهات سمو أمير البلاد الشيخ صباح الأحمد الجابر الصباح حفظه الله ورعاه لتؤكد هذا الاهتمام في الكثير من المناسبات، ومن ذلك قوله: "إن أغلى ثرواتنا هم أبناؤنا، وأفضل استثماراتنا الاستثمار في تنمية قدراتهم ومهاراتهم، فهم محور أي تنمية وغايتها ووسيلتها، والتنمية الحقة هي التي تتخذ من الإنسان محوراً ومن العلم سبيلاً ومن الإخلاص دافعاً، وأكبر أمنياتي وتطلعاتي بناء الإنسان الكويتي وتنمية قدراته، ليكون قادراً على بناء و تنمية وطنه.

إن الكويت هي الوطن والوجود والبقاء والاستمرار، وعلينا أن نكرس حياتنا من أجله، وأن نكون قلباً واحداً في السراء والضراء، وأن نحميها ونصونها، وألا نجعل المنافع الذاتية والمصالح الشخصية تملأ تفكيرنا وتسيطر على عقولنا، وأن تغمر نفوسنا المحبة والتآلف، وأن نحسن الظن ببعضنا البعض.

ولم تكن دعوة سمو أمير البلاد في العشر الأواخر من شهر رمضان المبارك لعام ١٤٢٧ للهجرة إلا دليلا على قدرته على استشراف المستقبل وشاهدا على الرؤية الحكيمة التي يتمتع بها، فها هو يقدم لنا درسا جديدا من خلال دعوتنا للاهتمام بالشباب، فكأنه حفظه الله ورعاه كان يرى الحاضر ويستشعر الأحداث التي تدور على الساحة الإقليمية الآن في وقت مبكر.

ونحن على الإيمان راسخ ويقين بأن أفراد المجتمع الكويتي يتمتعون بحس وطني وولاء منقطع النظير، وقد ترجم على أرض الواقع من خلال الأزمات التي تعرضت لها الكويت منذ سنوات سبقت نشأة الدولة بكثير، حيث ما زالت قصص أسوار الكويت تروى شاهدة على لحمة أهلها وتكاتفهم في الدفاع عن أرضها وتاريخها عبر القرون الماضية، وما زال نجاح الكويتيين في مواجهتهم للأطماع الخارجية، ففي القرن الماضي شهدت الكويت معارك ومواجهات عديدة منها معركة الجهراء ١٩٢٠، ومطالبات قاسم ١٩٦١، ثم حرب الصامتة وصولا إلى الغزو الصدامي الغاشم ١٩٩٠، تذكرنا بعشقهم للكويت وولائهم لأهلها وقيادتها، وما زال صدى مؤتمر جدة الشعبي يتردد بآذان شعبنا الأبي يذكر بتجديد البيعة لأسرة الصباح وشرعيتهم بعد أن قدم أهل الكويت الغالي والنفيس في مواجهة المحتل الغاشم، ورغم أننا لم ننس كل ما قدمه الكويتيون دفاعا عن أرضها، إلا أننا ندرك بأن الانفتاح الذي تسبب به التطور السريع لوسائل الاتصال والتواصل فتح الباب على مصراعيه للتأثر بالآخرين، وتبني البعض قيما وعادات دخيلة لا تمت إلى المجتمع الكويتي بصلة، فكان من شأنها أن تحدث نوعا من الفتور الوطني لدى بعض الأفراد، وأصبحوا يميلون إلى تحقيق المصالح الفردية بعيدا عن الجماعة، وهو أمر غاية في الخطورة، ويستلزم اتخاذ خطوات سريعة لتحصين الأفراد من التأثر بقيم وعادات وتقاليد لا تتناسب مع مورثنا الديني والاجتماعي والوطني، في ظل ما تشهده منطقتنا من ظروف استثنائية، تتمثل في ثورات الربيع العربي

وظهور الجماعات المتشددة والمتطرفة التي تعمل على التفرقة والفتن من خلال استقطاب الشباب لتنفيذ غايات دنيئة وتحقيق مصالح شخصية وفئوية ضيقة.

وحرصا من وزارة الإعلام التي دأبت على متابعة وتنفيذ توجيهات سمو أمير البلاد المفدى ارتأت إجراء هذه الدراسة للوقوف على أكثر الوسائل تأثيرا في تدعيم الحس الوطني وتعزيز الهوية ومبادئ الانتماء والولاء لدى أفراد المجتمع عامة والشباب بشكل خاص، فباشرنا بالعمل مع مؤسسات الدولة المختلفة (إدارة مركز الابحاث بوزارة الدولة لشؤون الشباب، الإدارة المركزية للإحصاء، قسم الإعلام بجامعة الكويت)، كما تمت الاستفادة من البيانات البحثية المختلفة من قبل الاتحاد الدولي للاتصالات واللجنة العليا المنظمة لفعاليات الملتقى العالمي (رواد التواصل الاجتماعي في العربي-٢٠١٥)، وذلك للوصول إلى بيانات تكون قاعدة لدراسة تفصيلية حول استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي، ودراسة مناطق تأثيرها للتعرف عليها بشكل يعزز جهود الدولة في مخاطبة الشباب الكويتي والتعامل مع اهتماماتهم المختلفة.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

أولاً: أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال الكشف عن دور وسائل التواصل الاجتماعي تعزيز الهوية الوطنية، وتدعيم مبادئ المواطنة والاستفادة منها في بناء الفرد القادر على العمل والتنمية من خلال تعزيز ثقافة الانتماء والولاء وكذلك للحيلولة دون انجرافهم لما يسمى تباعا بالفوضى الاعلامية ووقوعهم فريسة للمتربصين بالكويت من اصحاب الفكر المنحرف.

ثانياً: أهداف الدراسة

- التعرف على أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل شخصية الشباب الكويتي.
- التعرف على أكثر وسائل التواصل الاجتماعي متابعة من وجهة نظر الشباب الكويتي.
- التعرف على أكثر المواضيع متابعة في وسائل التواصل الاجتماعي لدى أفراد المجتمع الكويتي.
- التعرف على الأوقات الأكثر استخداما لوسائل التواصل الاجتماعي لدى أفراد المجتمع الكويتي.
- التعرف على كيفية الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في بناء الشباب المنتمي القادر على البناء والتنمية.
- الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية وتدعيم الحس الوطني لدى الشباب الكويتي.

ثالثاً: تساؤلات الدراسة

- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة بالنسبة لمتغير (الجنس) في الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة في وسائل التواصل الاجتماعي؟

- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة بالنسبة لمتغير (العمر) في الثقة بالأخبار التي تطرح في وسائل التواصل الاجتماعي؟
- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة بالنسبة لمتغير (الجنس) في اكتساب المهارات من خلال متابعة ما يطرح في وسائل التواصل الاجتماعي؟
- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة بالنسبة لمتغير (الجنس، العمر) في النظر لوسائل التواصل الاجتماعي كونها عاملا من عوامل تعزيز الوحدة الوطنية؟
- ما دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الكويتي؟
- ما الوسيلة الأكثر تأثيرا من وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الكويتي؟
- ما الوقت الأنسب لمتابعة نما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الكويتي؟
- ما عيوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الكويتي؟
- ما الوقت الذي يقضيه الشباب الكويتي في الاطلاع على ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي يوميا؟
- ما أبرز الخصائص التي تعجب الشباب الكويتي في وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما الموضوعات التي يفضل الشباب الكويتي المشاركة في عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما المكان الأنسب لمتابعة ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الكويتي؟
- ما أسباب استخدام الشباب الكويتي لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما أوجه الاستفادة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الكويتي؟

رابعاً: عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (٨٠٠) شابا وشابة من شباب المجتمع الكويتي تتراوح أعمارهم بين (١٥-٣٠ عاما).

خامساً: أدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة على استبانة من إعداد فريق العمل شملت (١٤) محورا، يتناول كل منها جانبا من جوانب القدرة على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي وطبيعة ذلك التأثير، وتضمن كل محور عددا من البنود تعبر عن درجة موافقة أفراد العينة على البند المقابل.

الإطار النظري:

أولا: مفهوم المواطنة

يعد مفهوم المواطنة من المفاهيم الحديثة في ثقافتنا الحديثة، ذلك أن المجتمع العربي لم يكن بحاجة لإيراد ذلك المفهوم نظرا لما يتمتع به الإنسان العربي بطبيعته من ولاء وانتماء لأهله وجماعته وأرضه من جهة وارتباط الدم بأوطان أخرى تبعا للحس العربي القومي الذي كان يفوق الكثير من الاعتبارات، ولعل

خلو المعاجم العربية القديمة من لفظة "مواطنة" يؤكد ذلك وتبرهن عليه، وذلك الأمر يجعلنا نبحث خن مدلولات المفهوم في الموسوعات الاجتماعية والسياسية الحديثة، بالإضافة إلى معاجم اللغة الحديثة.

عرفت الموسوعة العربية العالمية المواطنة بأنها "اصطلاح يشير إلى الانتماء أمة أو وطن"، فيما ورد في قاموس علم الاجتماع (غيث، ١٩٩٥) تعريف المواطنة بأنها "مكانة أو علاقة اجتماعية تقوم بين شخص طبيعي وبين مجتمع سياسي (دولة)، ومن خلال هذه العلاقة يقدم الطرف الأول الولاء، ويتولى الطرف الثاني مهمة الحماية، وتتحدد هذه العلاقة بين الشخص والدولة عن طريق القانون".

ويذكر (الخياط، ١٩٩٣) أن "المواطنة صيغة اشتقاقية من الوطن، والوطن في لسان العرب" هو المنزل يقيم به الإنسان، فهو وطنه ومحله" وفي المعجم الوسيط هو "مكان إقامة الإنسان ومقره، وإليه انتماؤه".

فيما حدد (الرشيدي، ١٩٩٨) معنى المواطنة من جانب البعد النفسي بأنها "الشعور بالانتماء والولاء للوطن وللقيادة السياسية التي هي مصدر الإشباع للحاجات الأساسية وحماية الذات من الأخطار المصيرية". فالمواطنة مفهوم حديث العهد بالمجتمعات العربية، لكنه يشكل رافدا قويا لتدعيم شعور الفرد بالانتماء والولاء لأبناء الوطن الواحد وللأرض التي يعيشون عليها مجتمعين.

ثانياً: مفهوم الوطنية:

الوطنية هي حب الوطن، وهي عاطفة إنسانية وشعور يربط الفرد بوطنه ويدفعه إلى العمل المثمر والسعي المتواصل في سبيل رفع اسمه وإعلاء شأنه والقيام بواجبه على أكمل وجه. ويؤكد (قاموس الفكر السياسي، ١٩٩٤) بأن الوطنية "حب المرء لبلده الذي يستلزم الاستعداد للدفاع عنه وتفضيله، وأنها شعور أكثر منها فكرة سياسية، ويمكن أن يدفع إلى العمل بصورة مختلفة وبخاصة في حالة الحرب".

فالوطنية أصلية في طبيعة الإنسان الذي يحقق ذاته ومكانته من خلال الارتباط بالأرض والمجتمع.

ثالثاً: مفهوم الولاء

يتفق العديد من الدراسات والقواميس الاجتماعية على مفهوم الولاء كونه مصطلح يعبر عن "الروابط والعواطف الروحية والقانونية التي تربط الفرد بالجماعة، والاستعمال الحديث للولاء في القانون بشير إلى الواجبات القانونية التي يخضع لها الفرد تجاه سيادة الدولة التي يحمل جنسيتها"، ويتضح الولاء ويتجلى في السلوك الملموس للفرد واتجاهاته وتفاعله عمليا ولفظيا من خلال تغليب المصالح الوطنية العامة على المصالح الشخصية (نقي، ١٩٩٥).

فالولاء مزيج بين الميول الداخلي للفرد والتزامه المنضبط في المعايير الاجتماعية السائدة في المجتمع.

رابعاً: مظاهر السلوك الدال على الولاء

هناك الكثير من المظاهر التي تدل على الولاء في شتى مناحي الحياة وتنوعها في سلوك الفرد، منها:

- الابتعاد عن التيارات السلبية والسلوكيات المنحرفة.
- المحافظة على الممتلكات العامة وحسن استخدامها.

- ترشيد الاستهلاك في جميع الصور وشتى الأساليب.
- عدم الاستماع إلى الشائعات المغرضة أو ترديدها.
- الانخراط في خدمة الوطن والدفاع عنه.
- مساندة فئات المجتمع المختلفة.
- الالتزام بالسلوك المهذب في التعامل مع الآخرين.
- المحافظة على البيئة.
- المشاركة في المشاريع الاجتماعية والأعياد والمناسبات الوطنية.
- تشجيع الصناعات الوطنية.
- احترام اللوائح والقوانين.
- المحافظة على التراث الوطني.

خامساً: دور الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في تدعيم الحس الوطني وتعزيز الولاء لدى الأفراد

لا شك بأن الولاء يعكس علاقة الفرد بالجماعة، وهو سلوك يتأثر بالمكسبات أكثر من كونه طبعا وراثيا، وذلك الأمر يلقي على عاتقنا المزيد من المسئولية اتجاه الأجيال، فالعلاقة بين الفرد والجماعة تحدد مدى رضوخ الفرد وامتثاله لواجباته اتجاه الجماعة، وهي علاقة تربوية تنطوي على أبعاد نفسية وأخرى اجتماعية، ومن هنا يمكن لنا أن نؤثر في الناحية النفسية على الأبناء ونحدد سلوكياتهم الاجتماعية من خلال المؤسسات التربوية. ولأن المؤسسات التربوية ذات أدوار تكاملية، فإن مسئولية تعزيز الحس الوطني والانتماء والولاء تقع على عاتق هذه المؤسسات جميعها، وليس على مؤسسة بعينها لأنه في الأصل ناتج عن عمل جماعي تكاملي، بدءا من الأسرة ومرورا بالمدرسة وصولا إلى الإعلام، بالإضافة لدور بيوت العبادة المختلفة.

ومع تطور وسائل الإعلام وبسط نفوذها وسيطرتها وفاعليتها في التأثير على الكثير من قضايا العصر الحديث، أصبح دورها يفوق المؤسسات التربوية الأخرى، خاصة وأنها الوسيلة الأكثر استمرارا في مراحل نمو الإنسان، حيث يبقى تأثيرها مستمرا بعد نضوج الفرد وبلوغه سن الرشد عبر مراحل عمرية ممتدة.

وبعد ظهور شبكة الإنترنت بدأت وسائل الإعلام التقليدية تفقد جزءا كبيرا من نفوذها وقدرتها على التأثير في الأفراد وتوجهاتهم وسلوكياتهم، ذلك أن الغزو الفكري الذي تمتعت به وسائل التواصل الاجتماعي فاق قدرات تلك الوسائل التقليدية نظرا لقدرة وسائل التواصل الاجتماعي على التفاعل مع الأفراد، الذين تحولوا من مجرد مستقبل إلى دور المرسل والمستقبل معا، مما جعلها أكثر تقبلا من قبل أفراد المجتمع بعد أن قدمت لهم دورا إضافيا فاعلا.

لقد قدم الاتحاد الدولي للاتصالات International Communication Union دراسة عن استخدامات الانترنت في العالم مشيرا الى تزايد الاستخدام في الكويت بما يشكل قفزة نوعية في عام

٢٠١٦ ليصل الى ٨٢ بالمائة بعد أن كان ٥ بالمائة عام ٢٠٠٠، كما أوضح التقرير أن الكويت تقدمت إلى المركز ٣٥ عالمياً بعد أن ما كانت في المركز ٨٢ في عام ٢٠١١، وحافظت على موقعها عربيا في المركز الثالث.

وفي الإطار ذاته فقد اهتم الكثير من الباحثين في دراسة الأثر الذي تركته شبكة الإنترنت على الإنسان وعلاقته بالمجتمع، وظهر عدد من النظريات التي تحاول تفسير التغير الاجتماعي الذي أحدثته شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي فرضت نفسها كأداة رئيسية للتواصل بين أفراد المجتمعات، وكانت نظرية الاستخدامات والإشباعات من أكثر النظريات التي اعتمد عليها الدارسون في تفسير بعض الظواهر الاجتماعية.

وتفترض هذه النظرية بأن الجمهور النشط له دوافعه الشخصية والنفسية والاجتماعية، التي تدفعه لاستخدام وسائل التواصل باعتبارها وسيلة لإشباع احتياجاته، وتعد هذه النظرية انطلاقة جديدة في العلاقة بين الجمهور وتلك الوسائل، حيث يقول كاتز: "إن النظرية أحدثت تحولا كبيرا في الدراسات الإعلامية وانتقل التركيز من مضمون الرسالة الإعلامية إلى مستقبلها (Katz, 1989).

وقد ارتأت هذه الدراسة الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباعات باعتبار النظرية قابلة للتطبيق على هذه الدراسة التي تهدف للتعرف على دوافع استخدام الشباب الكويتي لوسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها مدخلاً اتصاليا سيكولوجيا، لأن مستخدمي تلك الوسائل أكثر نشاطًا في العملية الاتصالية، نظرا للتفاعلية التي تتميز بها من خلال الوعي الكامل لدى الفرد بحاجاته التي يريد إشباعها، في ضوء ما اتفق عليه الكثير من الباحثين بأن الحاجات التي يسعى أفراد الجمهور إلى إشباعها من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التي تشبع الحاجات الشخصية للجمهور التي تتمثل في أمرين: الحاجات الوجدانية والحاجات المعرفية والحاجة إلى التفاعل الاجتماعي، وتحقيق الاندماج الذاتي وإزالة التوتر من خلال الاندماج في مضمون الرسائل الإعلامية.

ويتفق العديد من الدراسات بأن دوافع استخدام تلك الوسائل ينقسم إلى فئتين: "الدوافع النفعية التي تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام، التي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية، والدوافع الطقوسية التي تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات" (مكاوي والسيد، ٢٠١٠م: ٢٤٦-٢٤٧). ويرى الباحثان كاتز وغرفيت أن منظور الاستخدامات والإشباعات يعتمد على خمسة فروض هي (Katz & Gureviteh, 1974: 11-35):

- أن الجمهور إيجابي ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف معينة.
- أن الجمهور يحدد وسائل الاتصال التي تشبع حاجاته.
- وسائل الاتصال مختلفة في درجة إشباع حاجات الجمهور تبعا لاختلاف الوسائل.

- أن استخدام وسائل الاتصال يعبر عن الحاجات الجمهور المتنوعة وفقا للفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي.
- أن هناك إمكانية للاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال التعرف على الوسائل التي يستخدمها، وليس على محتوى الرسالة فقط.

ويضيف الباحثان مكاوي والسيد أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تحقق ثلاثة أهداف رئيسية هي (مكاوي والسيد، ٢٠١٠م: ٢٤١):

- اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، من خلال النظر إلى الجمهور الذي يختار الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- الوقوف على دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتعرف على التفاعل الذي تحدثه.
- فهم عملية الاتصال الجماهيري من خلال نتائج الاستخدام.

ولعل هذه السمات التي تميزت بها تلك النظرية شكلت دافعا رئيسيا لاستخدامها والاستفادة منها في هذه الدراسة، إضافة لقدرتها على تقديم معلومات شاملة وقريبة إلى الدقة يمكن الركون إليها في حال ارتأى أصحاب القرار إحداث تغيير إيجابي في توجهات الشباب في شتى المجالات.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات السابقة

- دراسة طايع (٢٠٠٠) بعنوان "استخدام الإنترنت في العالم العربي"، وقد بينت الدراسة بأن الإنترنت هو المصدر الرئيسي والأهم لدى ٩١.٥٪ من أفراد العينة في الحصول على الأخبار والمعلومات التي تشكل الدافع الأهم لاستخدام الإنترنت لديهم، يليها التسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة ٨٨.٧٪.
- دراسة الكندري والقشعان (٢٠٠١) بعنوان تأثير استخدام الإنترنت على العزلة الاجتماعية لدى شباب الكويت، وقد توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في معدل استخدام الإنترنت، وأن هناك نسبة كبيرة تستخدم الإنترنت في المنزل وصلت إلى ثلاثة أرباع العينة، بينما بقية أفراد العينة يستخدمون الإنترنت في المقاهي، كما أظهرت النتائج بأن مستخدمي الإنترنت هم أكثر عرضة لمظاهر للعزلة والانفصال عن المجتمع والشعور بالاغتراب من غيرهم.
- دراسة عبد الغني (٢٠٠٣) بعنوان تأثير استخدام الإنترنت على القيم والاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي، أجريت هذه الدراسة على عينة من طلبة الجامعات المصرية، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج منها، أن استخدام الإنترنت كان في مجالات بسيطة كالبريد الإلكتروني والمحادثات وتحميل نغمات الهاتف المحمول، كما أشارت الدراسة إلى مخاطر عديدة محتملة للاستخدام الخاطئ للإنترنت، وهي ترتكز في الجوانب الثقافية والسياسية والاجتماعية والصحية والدينية والأخلاقية، وأكدت أن استخدام المواقع الإباحية كان يمثل الخطورة الأولى لدى الشباب.

- دراسة جنيد (٢٠٠٣) بعنوان "تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن القضايا السياسية هي أهم القضايا التي يناقشها الشباب في مواقع الدردشة تليها الثقافية ثم الدينية.
- دراسة عاطف (٢٠٠٤) بعنوان "العلاقة بين استخدام المراهقين من سن ١٤- ١٧ سنة للإنترنت وهويتهم الثقافية"، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها أن ما يقارب من ٩٣٪ من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت، وأن الإناث هن الأكثر استخداما ل مقارنة بالذكور، وأن معظم أفراد العينة يستخدمون الإنترنت في المنزل ثم يأتي النادي في المرتبة الثانية، وكانت الموضوعات الترفيهية والاجتماعية والثقافية والعلمية والفنية والدينية والرياضية على مواقع المحادثات أكثر الموضوعات مناقشة، تلتها مواقع الأغاني والموسيقى، فيما شكلت المواقع الثقافية والفنية والدينة أهم الدوافع لاستخدام أفراد العينة للإنترنت.

ثانياً: التعليق على الدراسات السابقة

- اتفقت دراسة طايع مع دراسة عاطف على وجود نسبة كبيرة من المجتمع تقوم باستخدام الإنترنت.
- اتفقت دراسة عاطف ودراسة الكندري والقشعان بأن معظم الأفراد يقومون باستخدام الإنترنت في المنزل.
- انفردت دراسة طايع عن باقي الدراسات، حيث أظهرت نتائجها بأن الإنترنت يشكل المصدر الرئيس لتلقي الأخبار والمعلومات.
- اتفقت دراسة عاطف مع دراسة طايع بأن نسبة كبيرة من مستخدمي الانترنت يحاولون التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ.
- اتفقت دراسة الكندري والقشعان مع دراسة عبد الغني بأن استخدام الإنترنت الخاطئ قد يشكل مخاطر عديدة، حيث يكون مستخدمي الإنترنت أكثر عرضة للشعور بالاغتراب والعزلة عن المجتمع.
- اتفقت دراسة عبد العني مع دراسة عاطف بأن الموضوعات الاجتماعية والثقافية والفنية والعلمية من أهم الموضوعات التي يتم تداولها لدى مستخدمي الإنترنت.
- اتفقت دراسة جنيد مع دراسة عبد العني بأن القضايا السياسية من أهم الموضوعات التي يتم التعرض إليها في الإنترنت ومواقع المحادثات.

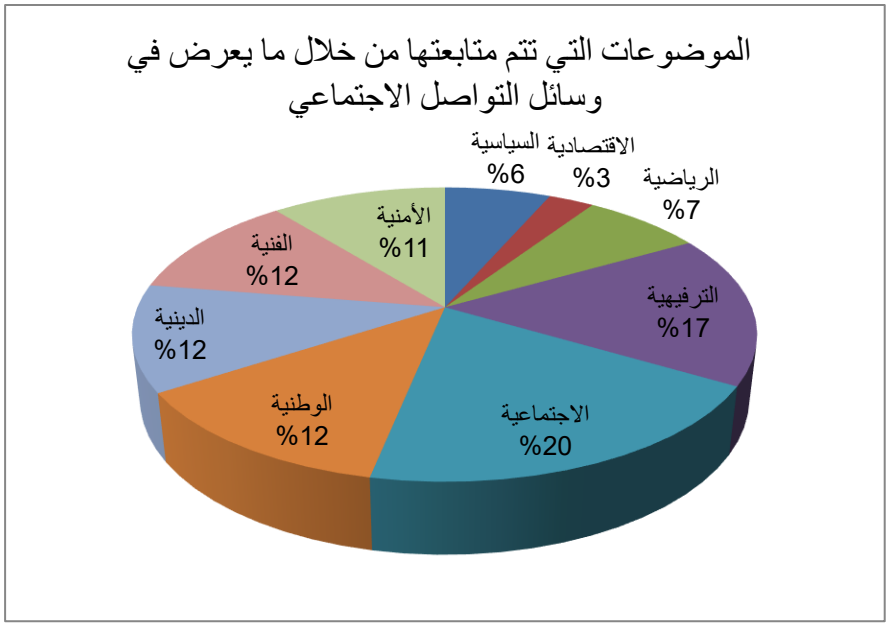
المعالجات الإحصائية ونتائج الدراسة:

قام فريق بتطبيق الاستبانة على (٨٠٠) شابا وشابة من الشاب الكويتي بواقع (٤٠٠) استبانة لكل من الذكور والإناث، وقد تم استبعاد (٤٩) استبانة لعدم استكمال الإجابة على البنود، فيما استجاب لبنود الاستبانة (٧٥١) شابا وشابة بواقع (٣٨٢) من الإناث و(٣٦٩) من الذكور، وتم إدخال البيانات المجمعة

من الاستبانة ومعالجتها إحصائيا من خلال الرزمة الإحصائية SPSS، وأسفرت المعالجة عن مجموعة من النتائج التي يمكن استخلاصها من الجداول والأشكال البيانية التالية:

جدول (١) الموضوعات التي تتم متابعتها من خلال ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي

الموضوعات	دائما	أحيانا	لا أتابع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	%	%	%		
السياسية	21.7	44.1	34.2	1.87	0.74
الاقتصادية	9.3	35.3	55.4	1.54	0.66
الرياضية	24.5	33.4	42.1	1.82	0.8
الترفيهية	55.1	35.6	9.3	2.46	0.66
الاجتماعية	65.4	27.6	7.1	2.58	0.62
الوطنية	41.8	47.8	10.4	2.31	0.65
الدينية	38.7	50.5	10.8	2.28	0.65
الفنية	38.5	39.9	21.6	2.17	0.76
الأمنية	35.8	41	23.3	2.13	0.76



توضح نتائج جدول (١) أن الموضوعات الاقتصادية أقل متابعه بين الشباب، حيث جاءت بنسبة (٥٥.٤)، تليها المواضيع الرياضية بنسبة (٤٢.١)، والسياسية بنسبة (٣٤.٢). وهو ما يعكس عدم اكتراث الشباب للاقتصاد كونه لم يصل لمرحلة الإنتاج، وفي الجانب الرياضي كان قلة اهتمام الشباب به

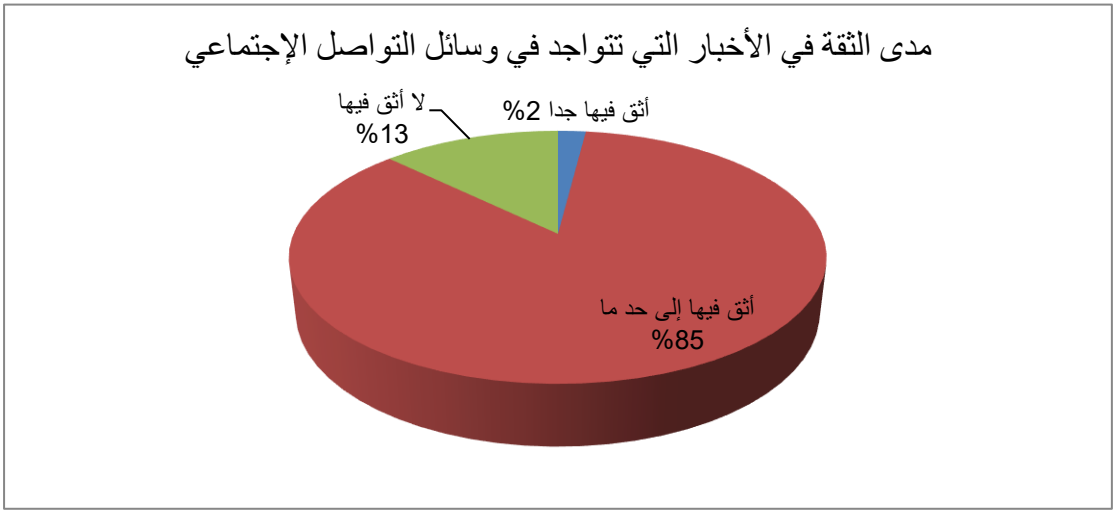
نتيجة لتوفر قنوات رياضية كثيرة تشبع حاجاته الرياضية، أما الجانب السياسي فكان قلة الاهتمام به يشكل صدمة كبيرة نظرا لتاريخ الكويت الذي شهد مشاركة سياسية من قبل الشباب منذ القدم، وهذا النتيجة تعتبر غير مقبولة كونها تترك الشباب عرضة للتأثر بالأفكار السلبية وتداعياتها السلوكية المنحرفة. بينما أكثر الموضوعات المتابعة هي الاجتماعية بنسبة (٦٥.٤) تليها الترفيهية بنسبة (٥٥.١) ثم الوطنية بنسبة (٤١.٨)، وقد تعكس هذه النتائج ميول أفراد المجتمع الكويتي لتمثل الحالة الاجتماعية والتفاعل مع الآخرين وتقبلهم، فيما يعكس الاهتمام بالموضوعات الترفيهية حاجة الشباب لقضاء أوقات الفراغ، ويدل الاهتمام بالموضوعات الوطنية على مستوى عال من الوعي والثقافة الوطنية والحس الوطني والشعور بالولاء والانتماء لديهم.

أما من خلال نتائج تحليل اختبار (T-Test) تبين لنا أن الذكور يتابعون الموضوعات السياسية، والاقتصادية، والرياضية والأمنية أكثر من الإناث الكويتيات، وهي نتيجة متوقعة نظرا لمتغير الجنس، رغم تدني مستوى الاهتمام لدى عموم أفراد العينة. وأما بالنسبة للموضوعات الترفيهية والاجتماعية فإن الإناث أكثر متابعة لتلك الموضوعات من الشباب، وهو ما يعكس طبيعة الفتاة الكويتية التي تميل لتعاطي تلك الموضوعات بأريحية في المجتمع.

أما عن المواضيع الوطنية والدينية والفنية فظهرت لنا النتائج بأنهما متساويان بين الجنسين في متابعة تلك الموضوعات، ويعود ذلك لمبادئ المساواة بين الجنسين في المجتمع الكويتي كحق أقره الدستور.

جدول (٢) مدى الثقة في الأخبار التي تتواجد في وسائل التواصل الاجتماعي

	أثق فيها جدا	أثق فيها إلى حد ما	لا أثق فيها	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	%	%	%		
ما مدى ثقتك في الأخبار التي تجدها على وسائل التواصل الاجتماعي	2	85.2	12.8	1.89	0.37

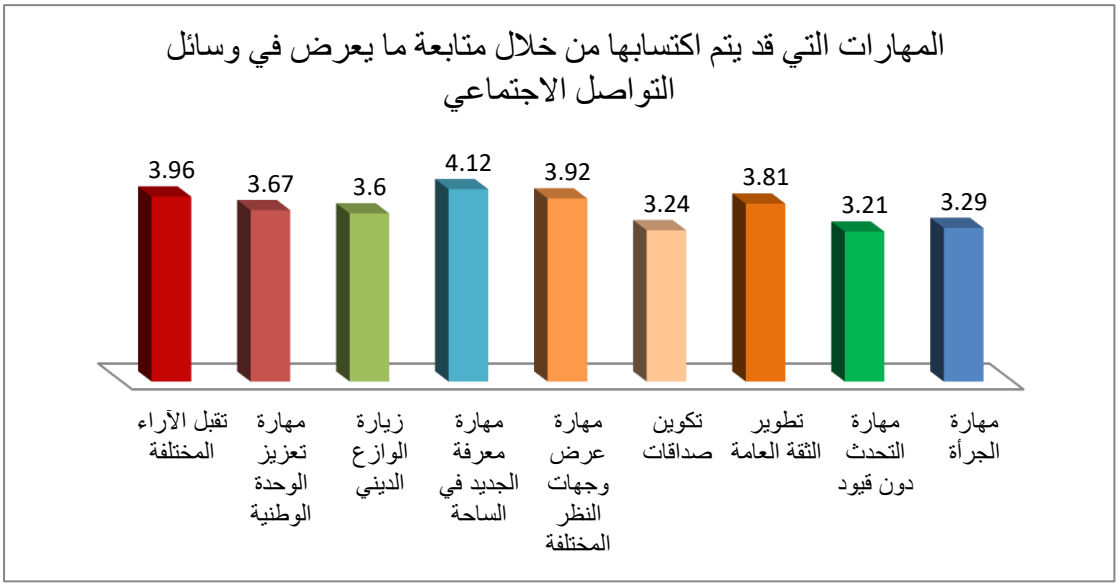


توضح نتائج جدول (٢) أن هناك ثقة إلى حد ما في الأخبار التي يتم تداولها في وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة عالية جداً (٨٥.٢)، وتعتبر هذه النتيجة من أخطر النتائج نظرا لكونها تضع الشباب عرضة للتأثر بالأخبار غير الموثوقة.

أما من خلال اختبار A-nova اتضح لنا بأن الفئة العمرية ما بين ٢٤ إلى ٢٧ أكثر ثقة في الأخبار التي يتم تداولها في وسائل التواصل الاجتماعي، بينما نحد الثقة في تلك الأخبار أقل نسبة لدى الفئة الأقل عمرا، وهو ما يعكس اهتمام الشباب بالأخبار بدرجة أعلى بعد أن الخروج من مرحلة المراهقة.

جدول (٣) المهارات التي قد يتم اكتسابها من خلال متابعة ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي (٥ بقوة – ١ ضعيف)

المهارات	٥	٤	٣	٢	١	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	%	%	%	%	%		
الجراءة في طرح الآراء	25.4	16.9	32	12.9	12.8	٣.٢٩	١.٣٢
التحدث دون قيود	21.4	23.7	25.7	12.4	16.8	٣.٢١	١.٣٦
تطوير الثقافة العامة	38.2	27.4	18.6	8.7	7.1	٣.٨١	١.٢٣
تكوين صداقات	29.4	16.6	21.6	13.4	18.9	٣.٢٤	١.٤٨
عرض وجهات النظر المختلفة	42.5	24.4	20.9	7.2	5.1	٣.٩٢	١.١٧
معرفة ما هو جديد على الساحة	50.1	27	12.4	5.5	5.1	٤.١٢	١.١٣
تعزيز الوازع الديني	36.4	20.1	21.3	11.3	10.9	٣.٦	١.٣٦
تعزيز الوحدة الوطنية	36.8	17	30	8.5	7.7	٣.٦٧	١.٢٦
تقبل الآراء المختلفة	41	29.3	18.5	7.3	3.9	٣.٩٦	١.١١



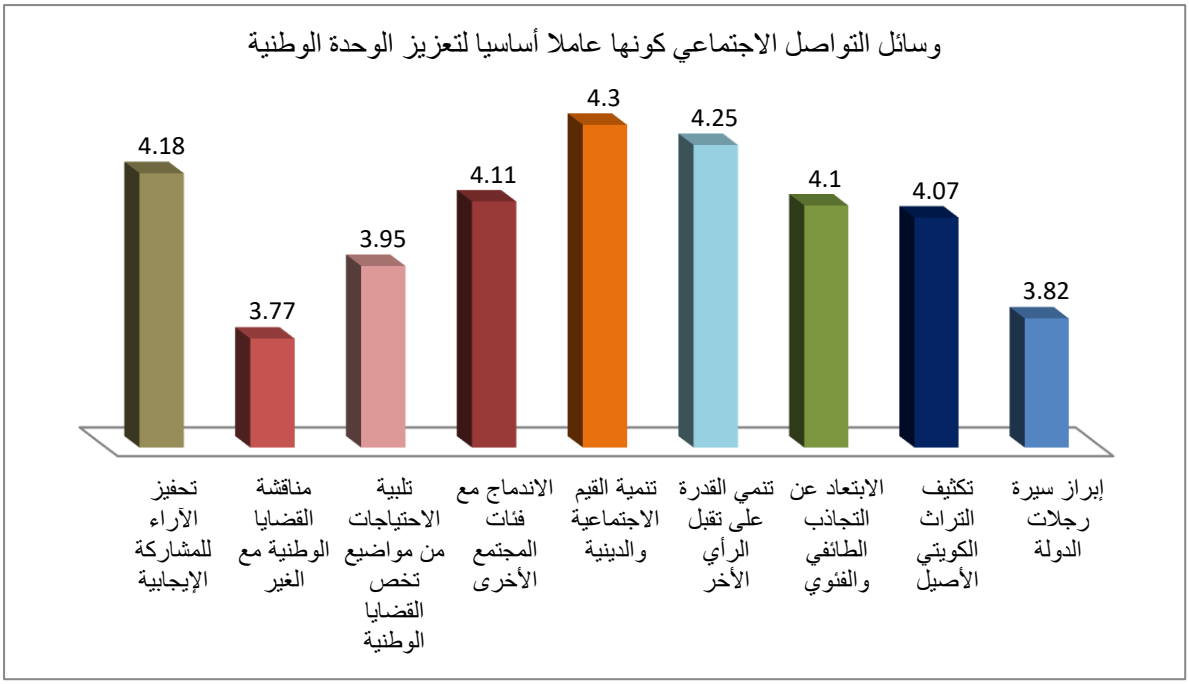
توضح نتائج جدول (٣) بأن المهارات المكتسبة التي كان لها نصيب الأكبر هي مهارة معرفة الجديد في الساحة بنسبة (٥٠.١)، تليها مهارة عرض وجهات النظر المختلفة بنسبة (٤٢.٥)، ثم تقبل الآراء المختلفة بنسبة (٤١.٠)، ويدل ذلك على تخوف الشباب الكويتي وحرصه على متابعة الأمور المستجدة على الساحة السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تدور حوله، إضافة لكون المجتمع الكويتي يمارس الديمقراطية منذ فترة سمحت بالحوار وتقبل الآخر.

أما أقل المهارات المكتسبة هي التحدث دون قيود بنسبة (٢١.٤) تليها الجراءة في طرح الآراء بنسبة (٢٥.٤) ثم تكوين الصداقات بنسبة (٢٩.٤)، ويعكس ذلك قيود التي فرضتها القوانين والتشريعات والأنظمة، سعيا منها للحفاظ على تماسك فئات المجتمع وتكاتفه.

اتضح لنا (من خلال اختبار T-Test) بأن الشباب يفوقون الشابات في كسب المهارات التالية: (تطوير الثقة العامة، تكوين الصداقات، زيادة الوازع الديني، تعزيز الوحدة الوطنية وتقبل الآراء المختلفة) بينما مهارة عرض وجهات النظر المختلفة كانت الإناث أكثر اكتساباً لها من الذكور، وتساوى الجنسين بكسب المهارات الأخرى (الجراءة، التحدث دون قيود ومهارة معرفة الجديد على الساحة). وهو يعكس عدم وجود قيود على تنمية هذه المهارات الإيجابية، إضافة لإقرار الدستور لمبدأ المساواة بين الجنسين.

جدول (٤) وسائل التواصل الاجتماعي كونها عاملاً أساسيا في تعزيز الوحدة الوطنية

الاتجاه / المتغير	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	%	%	%	%	%		
إبراز سيرة رجالات الدولة	24.1	43.7	24.2	6.3	1.7	٣.٨٢	٠.٩٣
تكثيف التراث الكويتي الأصيل	36.5	40.5	18.0	3.9	1.2	٤.٠٧	٠.٩٠
الابتعاد عن التجاذب الطائفي والفئوي	48.9	24.1	18.6	4.7	3.7	٤.١٠	١.٠٩
تنمي لدي القدرة على تقبل الرأي الأخر	44.2	39.5	13.6	2.0	0.7	٤.٢٥	٠.٨١
تنمية القيم الاجتماعية والدينية	52.6	29.8	14.1	2.4	1.1	٤.٣٠	٠.٨٨
الاندماج مع فئات المجتمع الأخرى	39.3	37.5	18.9	3.7	0.5	٤.١١	٠.٨٨
تلبي احتياجاتي من مواضيع تخص القضايا الوطنية	35.7	31.7	26.4	4.5	1.7	٣.٩٥	٠.٩٨
مناقشة القضايا الوطنية مع الغير	28.2	33.2	30.1	4.7	3.9	٣.٧٧	١.٠٣
تحفيز الآراء للمشاركة الإيجابية	42.9	37.5	15.2	3.2	1.2	٤.١٨	٠.٨٩



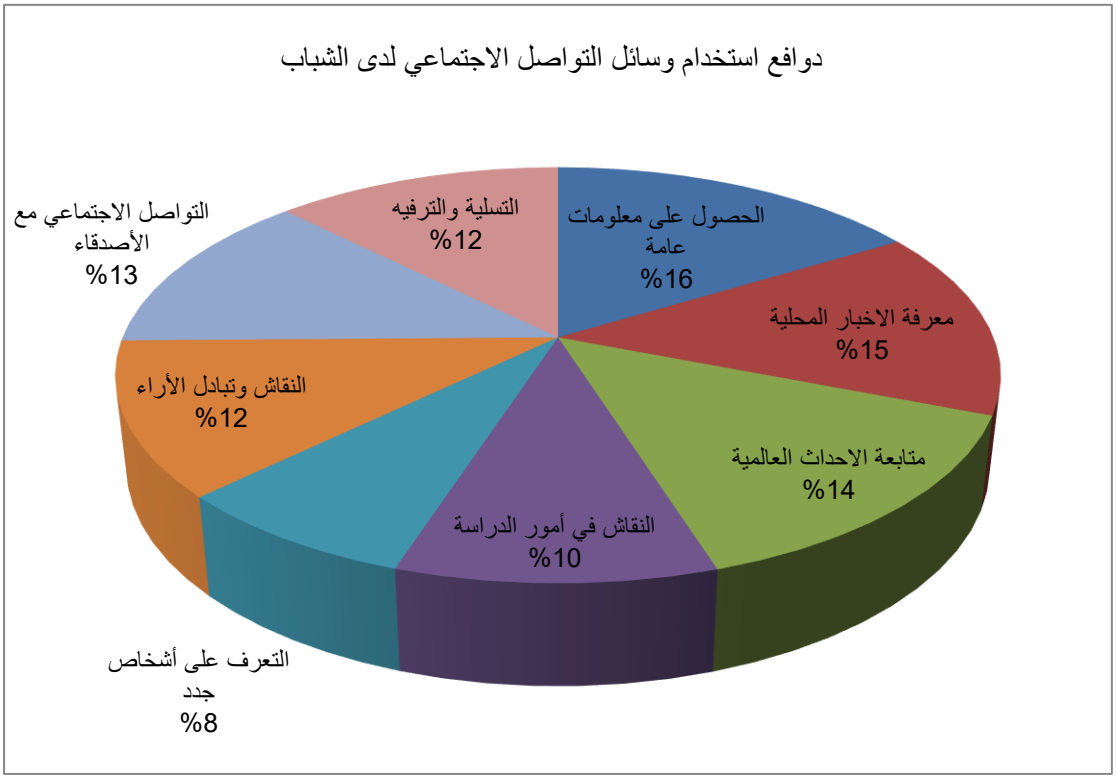
توضح نتائج جدول (٤) الخاص بمحور العامل الأساسي لتعزيز الوحدة الوطنية بأن البند المتعلق في تنمية القيم الاجتماعية والدينية يأتي في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤.٣) يليها بند القدرة على تقبل الرأي الأخر بمتوسط حسابي (٤.٢) ثم بند تحفيز الآراء للمشاركة الايجابية بمتوسط حسابي (٤.١)، ويعزى ذلك للمجتمع الكويتي المحافظ على القيم الدينية والاجتماعية التي نشأ عليها وقام بتطبيق مبادئ الديمقراطية في مرحلة مبكرة مقارنة مع غيره من المجتمعات العربية. بينما أقل البنود المعززة للوحدة الوطنية هي مناقشة القضايا الوطنية مع الغير بمتوسط حسابي (٣.٧) يليها بند إبراز سيرة رجالات الدولة بمتوسط حسابي (٣.٨) ثم تلبية الاحتياجات من مواضيع تخص القضايا الوطنية بمتوسط حسابي (٣.٩)، نظرا لكون الوطنية موضوع يقتصر الاهتمام بقضاياه على أبناء الوطن الواحد، أما الآخرون فهم غير معنيين بذلك من جهة، ومن جهة أخرى فإن ذلك يعد من قبيل المحافظة على القضايا الوطنية لدى الشباب الكويتي، فكانت النتيجة هنا طبيعية.

توضح نتائج (T-Test) لنا بأن الإناث أكثر موافقة من الذكور على البندين (تكثيف التراث الكويتي الأصيل والاندماج مع فئات المجتمع الأخرى)، بينما تساوى كل من الجنسين في بندي (إبراز سيرة رجالات الدولة وتحفيز الآراء للمشاركة الإيجابية)، وكان الذكور أكثر موافقة على البنود (الابتعاد عن التجاذب الطائفي والفئوي، القدرة على تقبل الرأي الآخر، تنمية القيم الاجتماعية والدينية، تلبية الاحتياجات من مواضيع تخص القضايا الوطنية، مناقشة القضايا الوطنية مع الغير). أما نتائج anova فقد بينت بأن الاهتمام لدى أفراد العينة متناسبا بصورة طردية مع العمر، فكلما تقدمت بالفرد سنوات العمر كلما ازداد اهتمامه بقضايا الوطن والمجتمع، وقد أكدت ذلك درجة الموافقة على البندين (تلبية

الاحتياجات من مواضيع تخص القضايا الوطنية، تحفيز الآراء للمشاركة الإيجابية) بشكل منتظم، فيما الموافقة على البنود الأخرى أتت غير منتظمة بنسبة لمتغير العمر.

جدول (٥) دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب

الدوافع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب
الحصول على معلومات عامة	5.64	2.21	1
معرفة الأخبار المحلية	5.07	2.11	2
متابعة الأحداث العالمية	4.91	2.15	3
النقاش في أمور الدراسة	3.43	2.03	8
التعرف على أشخاص جدد	2.69	2.05	7
النقاش وتبادل الآراء	4.15	2.07	6
التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء	4.42	2.37	4
التسلية والترفيه	4.32	2.46	5

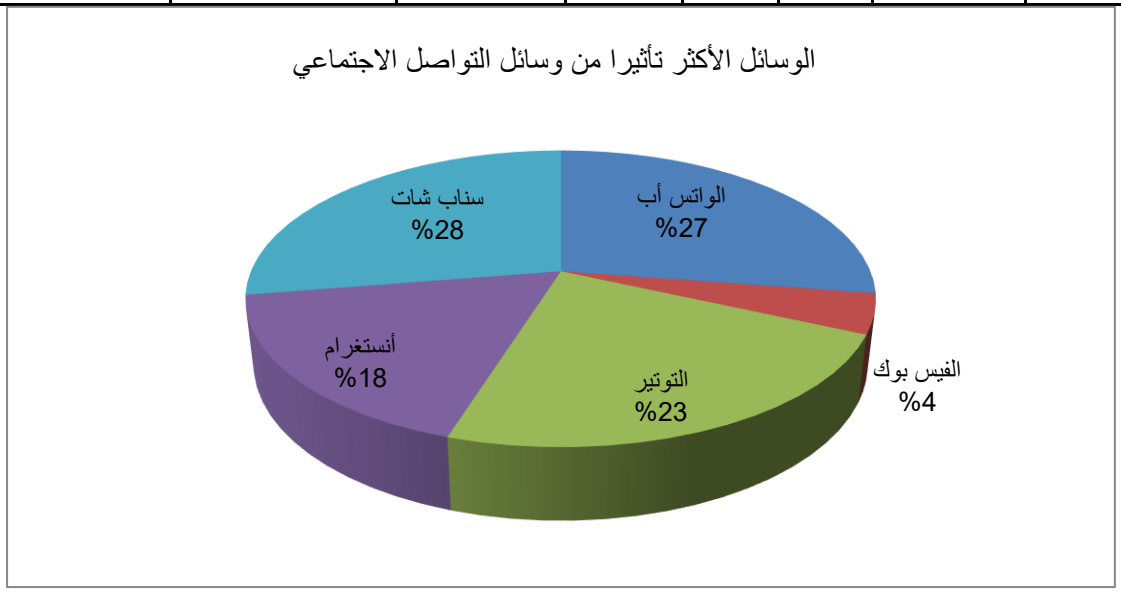


توضح نتائج جدول (٥) الخاص بمحور الدوافع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بأن بند الحصول على المعلومات العامة هو أكثر الدوافع بمتوسط حسابي (٥.٦)، يليه دافع معرفة الأخبار المحلية بمتوسط حسابي (٥.٠)، ثم متابعة الأحداث العالمية بمتوسط حسابي (٤.٩)، وكان من الطبيعي أن تأتي هذه النتائج متطابقة مع نتائج الكثير من الدراسات السابقة التي تناول الموضوع.

أما أقل الدوافع أهمية هي النقاش في أمور الدراسة بمتوسط حسابي (٣.٤) يليه التعرف على أشخاص جدد بمتوسط حسابي (٣.٦) ثم النقاش وتبادل الآراء بمتوسط حسابي (٤.١).، وذلك نظرا لكون المستخدم يحاول من خلال استخدام وسائل التواصل البحث عن الراحة النفسية خارج نطاق الأجواء الدراسية المرهقة وبعيدا عن الجدية لتوفير جو خاص من الاسترخاء.

جدول (٦) الوسائل الأكثر تأثيرا من وسائل التواصل الاجتماعي

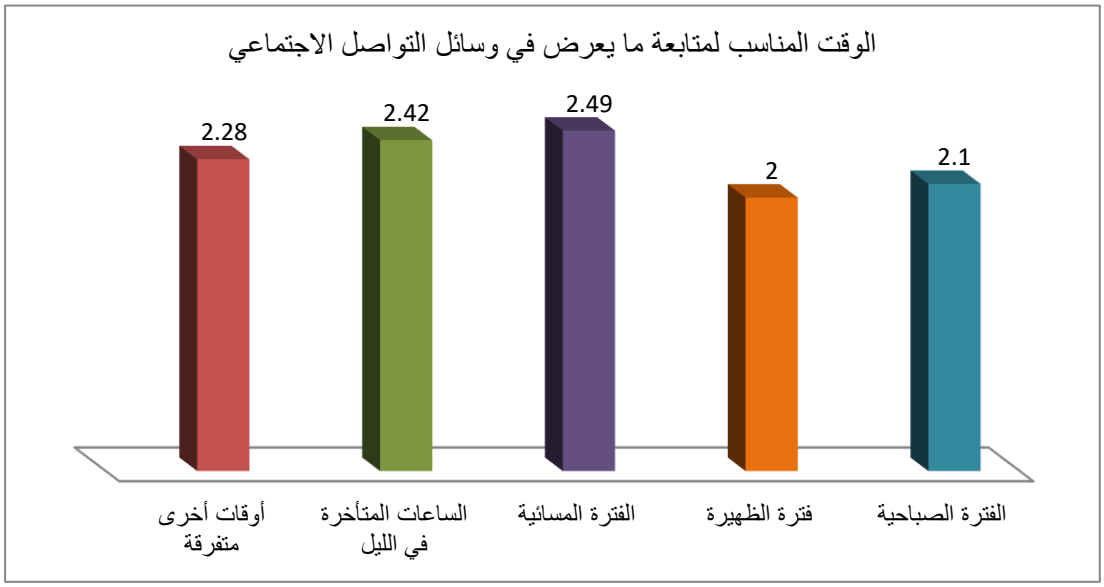
الاتجاه / الوسيلة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أواق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	%	%	%	%	%		
الواتس آب	48.6	26.4	11.7	9.3	4.0	٤.٠٦	١.١٥
الفيس بوك	7.7	6.0	13.3	22.5	50.5	١.٩٨	١.٢٥
التوتير	41.1	28.9	15.3	5.3	9.3	٣.٨٧	١.٢٧
انستغرام	31.2	34.9	21.3	7.6	5.1	٣.٧٩	١.١٢
سناب شات	48.9	24.4	15.4	6.3	5.1	٤.٠٦	١.١٦



يوضح الجدول (٦) الخاص بأكثر وسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً من وجه نظر أفراد العينة هما (الواتس آب وسناب شات) بمتوسط حسابي (٤.٠٦) بينما أقل هذه الوسائل تأثيرا هو (الفيسبوك).

جدول (٧) الوقت المناسب لمتابعة ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي

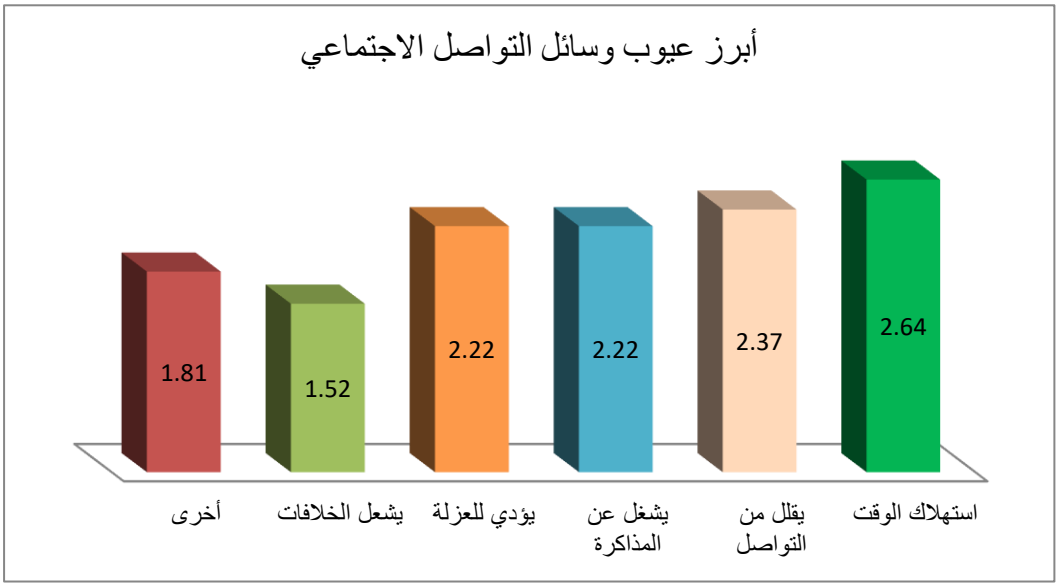
الاتجاه / الفترة	دائما	أحيانا	لا أتابع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	%	%	%		
الفترة الصباحية	29.4	50.7	19.8	٢.١٠	٠.٧٠
فترة الظهيرة	23.6	52.9	23.6	٢.٠٠	٠.٩٩
الفترة المسائية	61.4	26.0	12.6	٢.٤٩	٠.٧١
في الساعات المتأخرة من الليل	59.1	23.8	17.0	٢.٤٢	٠.٧٧
أوقات أخرى متفرقة	42.7	42.1	15.2	٢.٢٨	٠.٧١



وضح الجدول (٧) الخاص بالأوقات المناسبة في متابعة ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي بأن الفترة المسائية هي أكثر الفترات التي يتم فيها متابعة ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي (٢.٤٩) فيما أتت فترة الظهيرة أقل الأوقات متابعتاً لدى أفراد العينة بمتوسط حسابي (٢.٠٠)، وتؤكد هذه النتيجة بأن مستخدمي وسائل التواصل يولون أهمية لتلك الوسائل فيختارون الأوقات المناسبة للتفاعل مع تلك الوسائل بعيدا عن أجواء العمل والدراسة.

جدول (٨) أبرز عيوب وسائل التواصل الاجتماعي

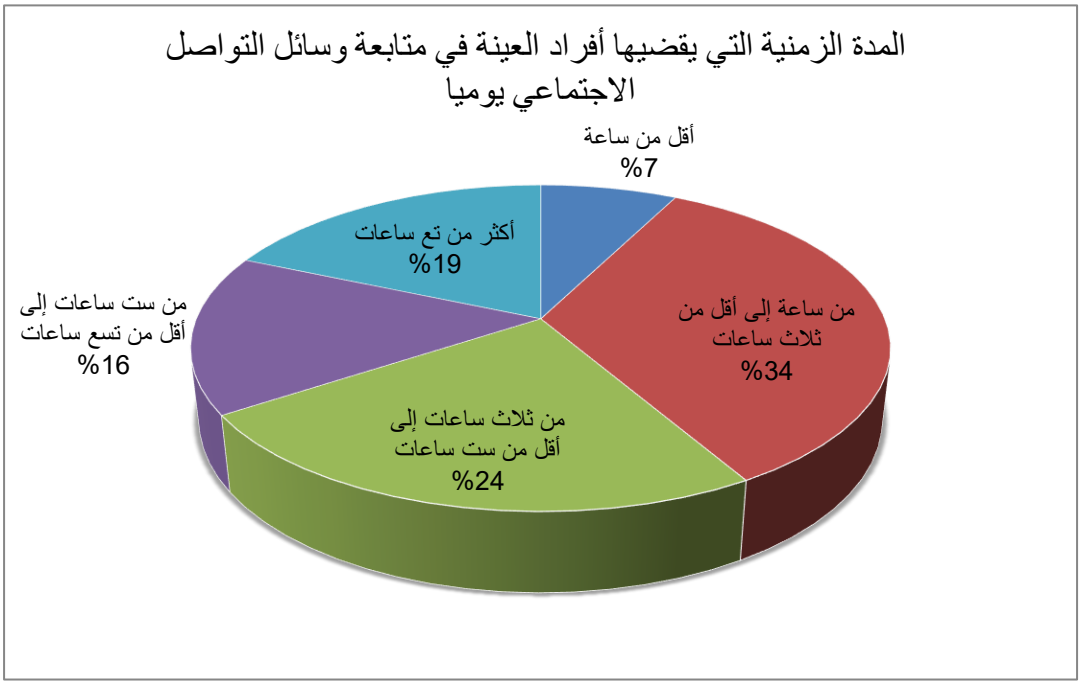
العيوب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب
استهلاك الوقت	2.64	2.17	1
يقلل من التواصل المباشر	2.37	2.78	2
يشغل عن المذاكرة	2.22	1.74	3
يؤدي للعزلة	2.22	1.66	3
يشعل الخلافات	1.52	1.29	5
أخرى	1.81	1.27	4



يوضح جدول (٨) الخاص في أبرز العيوب التي يراها مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، فلقد أوضحت النتائج أن بند استهلاك الوقت هي أبرز العيوب التي يراها أفراد العينة, وجاءت النتيجة بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٢.٦٤)، يليه بالمرتبة الثانية بأنه يقلل من التواصل المباشر بمتوسط حسابي (٢.٣٧)، وأهم نتيجة في هذا الجدول بأن بند يشعل الخلافات هو بالمريبة الأخيرة بعكس ما هو سائد في كثير من البلدان وهذا يدل على نضج و وعي الشاب الكويتي الفطن الذي لا تنطوي عليه بعض الدسائس المغرضة، مع الإدراك لدى الشباب الكويتي أهمية الوقت والاستفادة منه وعدم تبديده، مدركين أهمية التواصل الاجتماعي مع المجتمع والأهل والقرناء.

جدول (٩) المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة في متابعة وسائل التواصل الاجتماعي يوميا

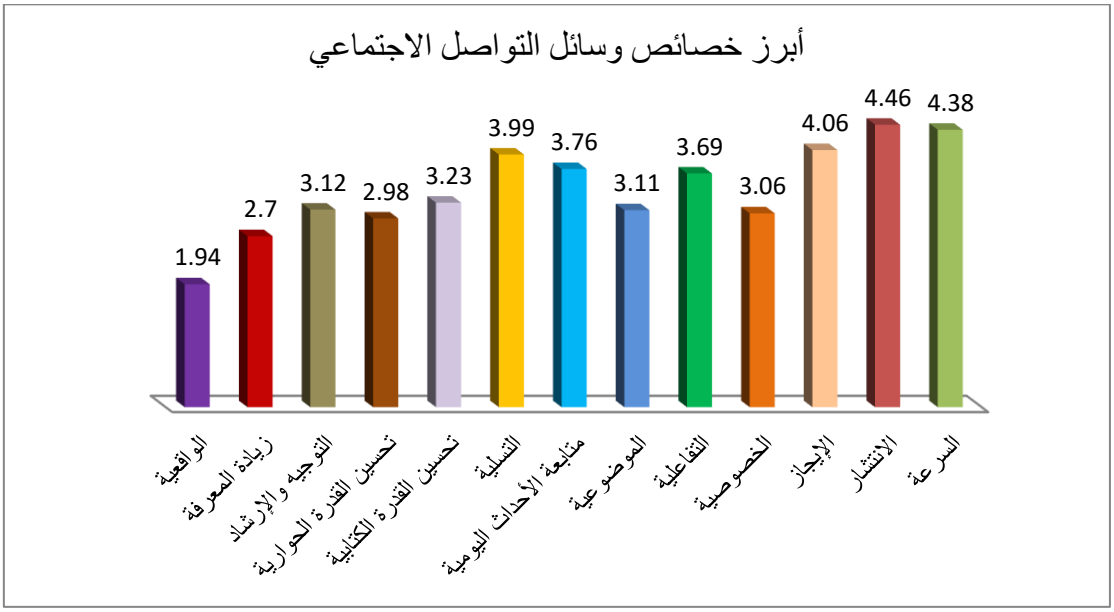
الوقت المستغرق	%
أقل من ساعة	7.5
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	34.1
من ثلاث ساعات إلى أقل من ست ساعات	24.1
من ست ساعات إلى أقل من تسع ساعات	15.8
أكثر من تسع ساعات	18.5
إجمالي	100.0



توضح نتائج جدول (٩) الخاصة بالوقت المستغرق لمتابعة ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي بأن أغلب أفراد العينة يستغرقون ما بين ساعة وثلاث ساعات بنسبة (٣٤.١٪)، تليها بنسبة (٢٤.١٪) من ثلاث ساعات إلى أقل من ست ساعات، بينما من يستغرقون أقل من ساعة جاءوا في المرتبة الأخيرة بنسبة (٧.٥٪)، وهذا يدل بأن الشباب الكويتي يقضي ساعات كثيرة في الاطلاع على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يبرهن اهتمامه في متابعة ما يعرض في تلك الوسائل.

جدول (١٠) أبرز خصائص وسائل التواصل الاجتماعي

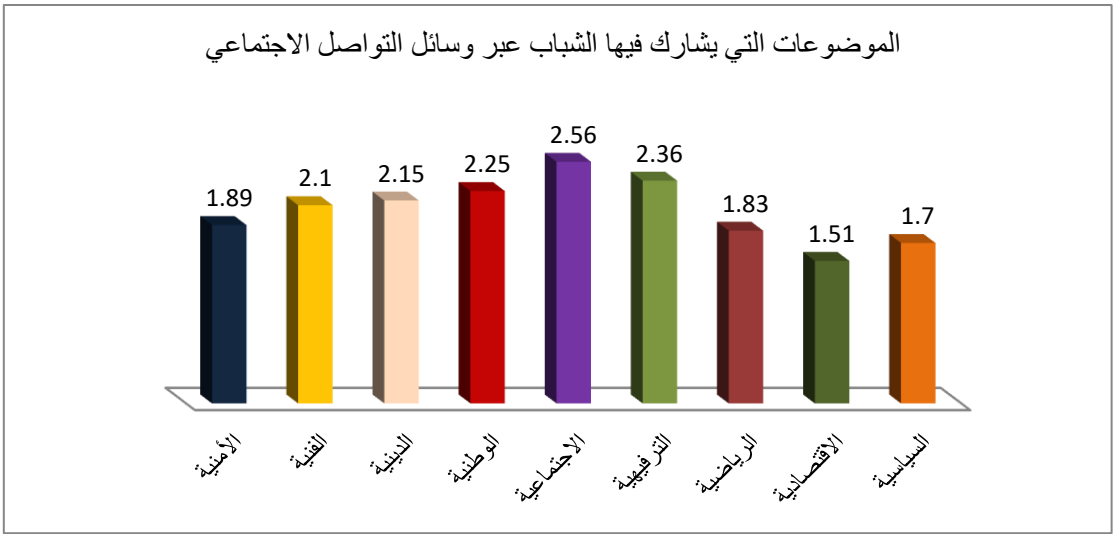
أبرز الخصائص في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي			
الخصائص	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب
السرعة	4.38	4.85	2
الانتشار	4.46	3.86	1
الإيجاز	4.06	4.41	3
الخصوصية	3.06	4.27	10
التفاعلية	3.69	4.08	6
الموضوعية	3.11	4.15	9
متابعة الأحداث اليومية	3.76	4.30	5
التسلية	3.99	3.57	4
تحسين القدرة الكتابية	3.16	3.23	7
تحسين القدرة على الحوار	3.15	2.98	11
التوجيه والإرشاد	3.12	4.13	8
زيادة المعرفة	2.70	3.23	12
الواقعية	1.94	2.60	13



توضح نتائج جدول (١٠) الخاص في أبرز الخصائص التي تعجب أفراد العينة في وسائل التواصل الاجتماعي بأن بندي الانتشار السرعة جاءا في المرتبة الأولى بمتوسطين حسابيين (٤.٤٦) و(٤.٣٨)، أما خاصية الواقعية فأتت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (١.٩٤) وهذا يدل على وعي الشباب الكويتي الذي لا يتعامل مع تلك الوسائل بواقعية مطلقة من حلال إدراكه بأنها تشكل واقعا افتراضيا.

جدول (١١) الموضوعات التي يشارك فيها الشباب عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الموضوعات	دائما	أحيانا	لا أشارك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	%	%	%		
السياسية	19.6	31.2	49.3	1.70	0.78
الاقتصادية	11.2	29	59.8	1.51	0.69
الرياضية	27.7	28.1	44.2	1.83	0.83
الترفيهية	53	30.2	16.8	2.36	0.75
الاجتماعية	62.6	30.6	6.8	2.56	0.62
الوطنية	42.9	39.4	17.7	2.25	0.74
الدينية	35.2	45.1	19.7	2.15	0.72
الفنية	37.9	34.4	27.7	2.10	0.80
الأمنية	27.7	33.6	38.7	1.89	0.81

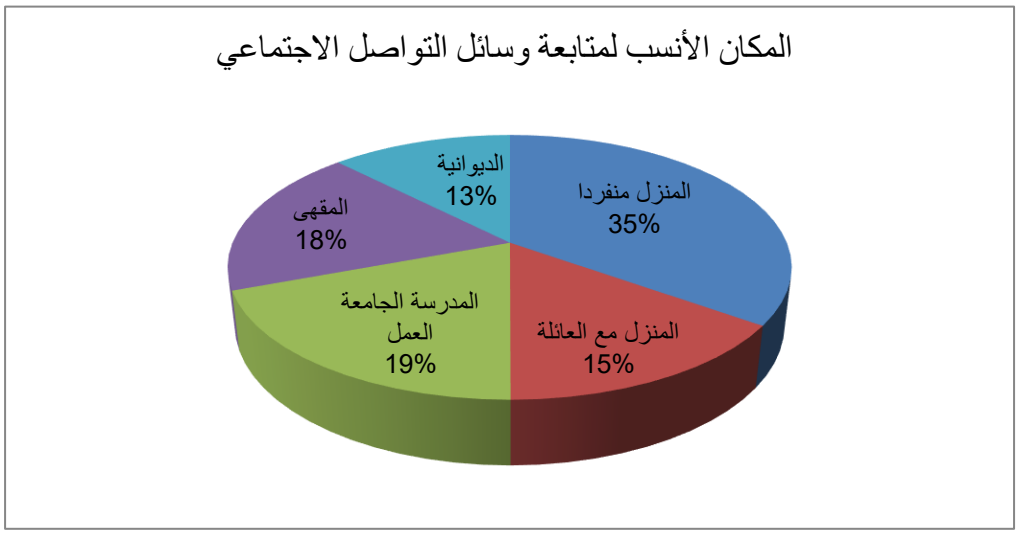


توضح نتائج جدول (١١) الخاص في الموضوعات التي يفضل أفراد العينة المشاركة فيها عبر وسائل التواصل الاجتماعي بأن الموضوعات الاجتماعية يليها الموضوعات الترفيهية والوطنية هما الموضوعات

التي يشارك فيها أفراد العينية، وجاءت النتيجة بمتوسط حسابي (٢.٥٦) و(٢.٣٦) و(٢.٢٥)، أما أقل الموضوعات مشاركة فهي الموضوعات الاقتصادية والسياسية والرياضية بمتوسط حسابي (١.٥١) و(١.٧٠) و(١.٨٣)، وتأتي هذه النتائج مطابقة لنتائج جدول رقم (١) الخاص بالمتابعة.

جدول (١٢) المكان الأنسب لمتابعة وسائل التواصل الاجتماعي

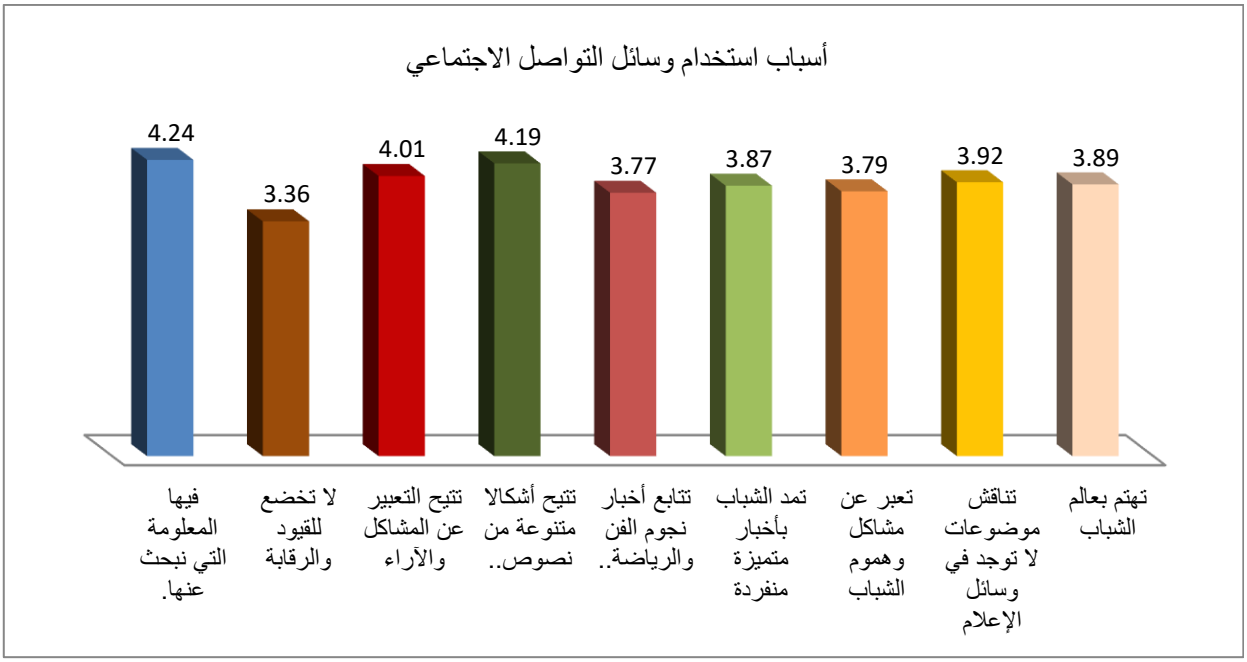
المكان	دائما	أحيانا	لا أتابع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	%	%	%		
في المنزل منفردا	61.3	31.3	7.5	2.54	0.63
في المنزل مع العائلة	26.6	51	22.4	2.04	0.70
في المدرسة، الجامعة، العمل	34	51.3	14.8	2.19	0.67
في المقهى	32.2	32.4	35.4	1.97	0.82
في الديوانية	21.8	25.4	52.7	1.69	0.81



توضح نتائج جدول (١٢) الخاص في المكان الأكثر مناسبة لمتابعة أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي بأن المنزل منفردا هو المكان الأنسب لمتابعة ما ينشر في تلك الوسائل وبمتوسط حسابي (٢.٥٤)، وأقل الأماكن متابعة هي الديوانية بمتوسط حسابي (١.٦٩)، وهو ما يؤكد أهمية هذه الوسائل لدى الشباب الكويتي ومتابعتها في أجواء هادئة بعيدا عن التشويش والضوضاء، إضافة لكون الديوان مكانا ذا قدسية خاصة للتواصل المباشر لدى في المجتمع الكويتي. وعلى الرغم من اقتصار ذلك على الذكور من الشباب الكويتي.

جدول (١٣) أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

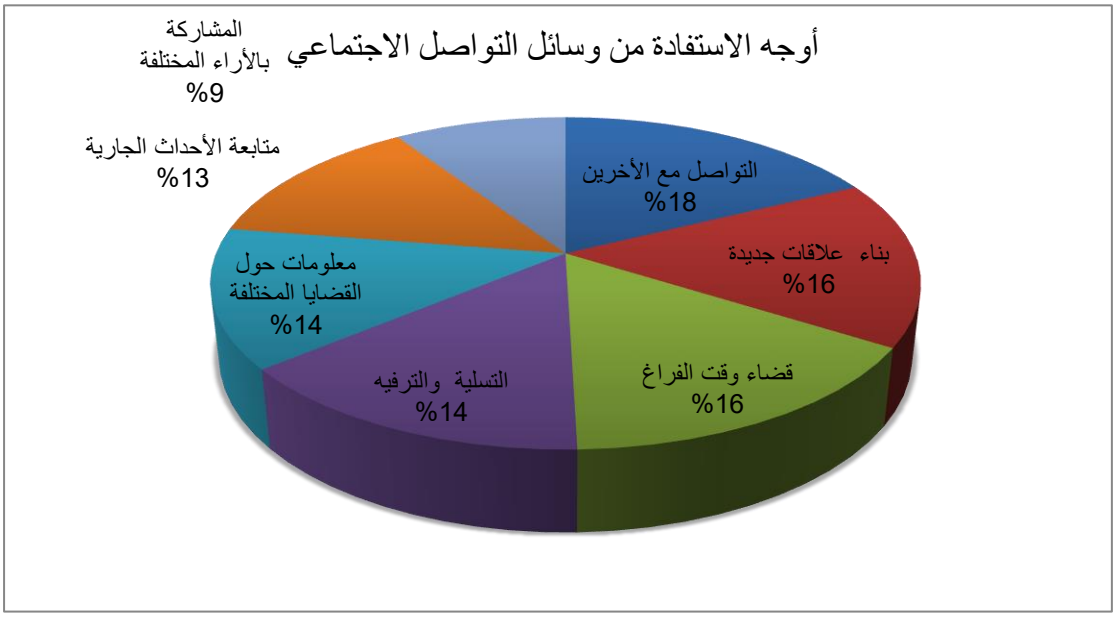
المتغير	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أواق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	%	%	%	%	%		
لأنها تهتم بعالم الشباب	26	47	19.8	4.4	2.8	3.89	0.94
لأنها تناقش موضوعات لا توجد في وسائل الإعلام	29.7	41.5	20.1	8.1	0.5	3.92	0.93
لأنها تعبر عن مشاكل وهموم الشباب	23.6	43.1	23.2	8.9	1.2	3.79	0.94
لأنها تمد الشباب بأخبار متميزة منفردة	27.3	41.4	23	7.2	1.1	3.87	0.93
لأنها تتابع أخبار نجوم الفن والرياضة	28.5	37	22.5	6.8	5.2	3.77	1.09
لأنها تتيح لنا أشكالا متنوعة من المحتوى	41.7	39.7	14.9	3.1	0.7	4.19	0.85
لأنها تتيح لنا التعبير عن مشاكلنا وأرننا	38.3	33.6	20.4	6.1	1.6	4.01	0.99
لأنها لا تخضع للقيود والرقابة	21	23	32.9	16.8	6.3	3.36	1.17
نجد فيها المعلومة التي نبحث عنها	48.6	33.3	12.5	4.3	1.3	4.24	0.92



توضح نتائج جدول (١٣) الخاص في أسباب استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي، بأن بند "فيها المعلومة التي نبحث عنها" جاء بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤.٢٤) وبنسبة موافقة بشدة بلغت (٤٨.٦٪)، وهذا يؤكد صحة ما جاء من نتائج في جدول (٥) ويتوافق مع ما ورد فيه من تفسير.

جدول (١٤) أوجه الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي

أوجه الاستفادة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب
التواصل مع الآخرين	3.18	2.68	1
بناء علاقات جديدة	2.93	2.30	2
قضاء وقت الفراغ	2.81	2.43	3
التسلية والترفيه	2.59	1.90	4
معلومات حول القضايا المختلفة	2.44	1.76	5
متابعة الأحداث الجارية	2.37	2.57	6
المشاركة بالآراء المختلفة	1.68	1.70	7



توضح نتائج جدول (١٤) الخاص في أوجه استفادة أفراد العينة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بأن بند "التواصل مع الآخرين" يأتي بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣.١٨) يليه بند بناء علاقات جديدة بمتوسط حسابي (٢.٩٣)، أما بند المشاركة بالآراء المختلفة فأتى بالمرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي (١.٦٨)، وهذا يؤكد بأن الشباب الكويتي يتمتع بمهارات اجتماعية ويتطلع لبناء علاقات جديدة مع الآخرين، مع إدراكه بأن عالم وسائل التواصل هو عالم افتراضي ولا جدوى من المشاركة مع الآخرين في الآراء المختلفة.

نتائج الدراسة ومناقشتها وتحليلها والتوصيات

أولاً: نتائج الدراسة:

بينت المعالجات الإحصائية للبيانات المدخلة من خلال الرزمة الإحصائية SPSS مجموعة من النتائج يمكن توضيحها كما يلي:

١- أن الموضوعات الاقتصادية والرياضية والسياسية التي تطرح في وسائل التواصل الاجتماعي لا تحظى بالأهمية من قبل الشباب الكويتي خاصة الشابات من أفراد العينة، بينما حظيت الموضوعات الاجتماعية والترفيهية والوطنية بأهمية بالغة لدى الجنسين، كما بينت بأن هناك فرق في أهمية الموضوعات الاجتماعية والترفيهية لصالح الشابات، أما الموضوعات المتعلقة في الوطن فقد أوضحت نتائج الدراسة أهميتها لدى الجنسين من أفراد العينة.

٢- أن هناك ثقة لدى أفراد العينة في الأخبار التي يتم تداولها في وسائل التواصل الاجتماعي إلى حد ما، لكنها ثقة غير مطلقة.

٣- أن هناك عددا من المهارات الحياتية يمكن أن يكتسبها الشباب الكويتي من خلال متابعة ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي، كما توضح بأن الذكور أكثر قدرة من الإناث على اكتساب بعض المهارات، منها (تطوير الثقة العامة، تكوين الصداقات، تنمية الوازع الديني، تعزيز الوحدة الوطنية وتقبل الآراء المختلفة)، فيما توضح النتائج بأن الإناث يفقن الذكور في اكتساب مهارة (عرض وجهات النظر المختلفة)، وتساوى الجنسين في القدرة على اكتساب بعض المهارات، مثل (الجرأة، التحدث دون قيود، ومهارة معرفة الجديد على الساحة).

٤- أن القيم الاجتماعية والدينية هي العامل الأول الذي تقوم عليه الوحدة الوطنية، كما أوضحت النتائج بأن القدرة على تقبل الرأي الآخر لها دور هام في تعزيز الوحدة الوطنية، وقد كانت الإناث أكثر موافقة من الذكور على دور (تكثيف التراث الكويتي الأصيل والاندماج مع فئات المجتمع الاخرى) كعامل أساسي في تعزيز الوحدة الوطنية، فيما أتفق الجنسين بأن العاملين (إبراز سيرة رجالات الدولة وتحفيز الآراء للمشاركة الإيجابية) لا يلعبان دوراً كبيراً في تعزيز الوحدة الوطنية، وكان الذكور أكثر موافقة من الإناث على دور (الابتعاد عن التجاذب الطائفي والفئوي، القدرة على تقبل الرأي الآخر، تنمية القيم الاجتماعية والدينية، تلبية الاحتياجات من مواضيع تخص القضايا الوطنية) في تدعيم وتعزيز الوحدة الوطنية، كما بينت النتائج بأن اهتمام الشباب بالقضايا الوطنية يبدأ عادة بعد الخروج من مرحلة المراهقة.

٥- أن الحصول على المعلومات العامة هو أكثر الدوافع لدى الشباب الكويتي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

٦- أن وسيلتي (الواتس آب وسناب شات) هما وسيلتا التواصل الاجتماعي الاكثر استخداماً من قبل الشباب الكويتي.
٧- أن الفترة المسائية أكثر الفترات التي يتم بها متابعة ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الكويتي.
٨- أن استهلاك الوقت هو أبرز العيوب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الكويتي، كما عكست النتائج عدم مشاركة الشباب الكويتي في المسائل التي تشعل الخلافات.
٩- أن الوقت المستغرق الذي يقضيه الشاب الكويتي في متابعة وسائل التواصل الاجتماعي يومياً بين ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، يليه في المرتبة الثانية ما بين ثلاث ساعات إلى أقل من ست ساعات.
١٠- أن أبرز خاصية لوسائل التواصل الاجتماعي تمثلت في عاملي الانتشار والسرعة، أما خاصية الواقعية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة من الخصائص التي تنال إعجاب الشباب الكويتي.
١١- أن الموضوعات الاجتماعية والترفيهية والوطنية هي أكثر الموضوعات تفضيلاً من بين الموضوعات التي تطرح في وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الكويتي.
١٢- أن المنزل منفردا هو المكان الأنسب لمتابعة ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الكويتي.
١٣- أن وجود المعلومة في وسائل التواصل الاجتماعي هي أهم الاسباب التي تدفع الشباب الكويتي لمتابعة تلك الوسائل.
١٤- أن التواصل مع الآخرين وتكوين علاقة جديدة هي أكثر أوجه الاستفادة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الكويتي.

ثانياً: مناقشة وتحليل النتائج

١- تعكس النتائج عدم الاكتراث للجانب الاقتصادي من قبل الشباب الكويتي، وقد يعزى ذلك لكون الشباب لم يصل إلى مرحلة الإنتاج، أما في الجانب الرياضي فقد كان قلة اهتمام الشباب به نتيجة لتوفر قنوات كثيرة تشبع حاجاته الرياضية، وتأتي قلة اهتمام الشباب الجانب السياسي نتيجة عدم إشراك الشباب في الأمور السياسية، وفيما تعكس ميول الشباب الكويتي لتمثل الحالة الاجتماعية والتفاعل مع الآخرين وتقبلهم للآخرين نتيجة طبيعة المجتمع الكويتي ومكوناته المتآلفة، ويبين الاهتمام بالموضوعات الترفيهية حاجة الشباب لقضاء أوقات الفراغ، ويدل الاهتمام بالموضوعات الوطنية على مستوى عال من الوعي والثقافة والحس الوطني والشعور بالولاء والانتماء لديهم.
٢- وتعكس النتائج التأثر الحتمي لتدافع الرسائل الحاضنة للمعلومات والفوضى الإعلامية السائدة، لكنها تؤكد أن الشباب الكويتي يتجه في نهاية المطاف إلى المصادر الرسمية في بحثه عن المعلومة أو

تحريه الحقيقة، أما لمؤشر الثقة التامة المتدنية فمرده وقوع الأجهزة الذكية في متناول الجميع ولاسيما الجهات غير المعروفة، وعلى الرغم من وجود "ثقة إلى حد ما" في الأخبار التي يتم تداولها في وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة عالية جداً، إلا أن هذه الثقة غير مطلقة، ويزداد تداول تلك الأخبار بشكل طردي كلما ابتعد الشاب عن مرحلة المراهقة.

٣- يسعى الشباب في الكويت إلى متابعته الأحداث الجديدة، وذلك يعكس إدراكه ووعيه بأنه يعيش في عالم سريع التغير، كما أن الطبيعة الاجتماعية للمجتمع الكويتي تبقي النوافذ مفتوحة لتبادل الآراء وتداخلها الثقافي، وقد جاءت نتيجة التحدث بدون قيود في المرتبة الأخيرة الأمر الذي يعكس القيود التي فرضتها القوانين والتشريعات والأنظمة سعيا منها للحفاظ على تماسك فئات المجتمع وتكاتفه.

٤- على الرغم من تنوع الخطاب الديني وتعرض البنية الاجتماعية الكويتية الى حالة من الصدع والضعف، إلا أن الكثير من الشباب يؤكدون ضرورة تعزيز الوازع الديني والاجتماعي في تدعيم قيم الولاء، والاهتمام بالموروث الديني والاجتماعي عنصر جاذب في تحريك قيم المواطنة، كما جاءت إجابات الشباب أيضا لتؤكد احترامه للرأي الآخر، وذلك في اطار من التلاقي الفكري والثقافي، وان تقبل الأخر هو المنطلق الحقيقي لتأسيس ثقافة مشتركة مبعثها الإيمان بالمشتركات وتعزيز مبدأ تكافؤ الفرص، وهو غايه لها بواعثها في الحياة السياسية عززها الدستور الكويتي الذي يكفل حرية الآراء ويساوي بين افراد المجتمع.

٥- تشير النتائج بان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مرده الأول الحصول على المعلومات العامة والأخبار المحلية والعالمية، وهذا أمر طبيعي، لما يتميز به الشباب الكويتي في متابعة الأمور المستجدة على الساحتين المحلية والعالمية من جهة، وما تتميز به تلك الوسائل من تجدد الأخبار وتكرارها من جهة أخرى.

٦- جاء استخدام الواتساب لدى الشباب الكويتي في المرتبة الأولى، وذلك لسهولة وشمولية هذه الوسيلة لكل التطبيقات، وتميزها بقدر أكبر من الخصوصية من جهة، وانعكاس للقدرة الاقتصادية في اقتناء الأجهزة الذكية التي تطبق هذه الوسيلة من جهة أخرى، اما حصول تطبيق السناب شات على المرتبة الثانية، هو يؤكد ارتباط الشباب الكويتي بالثقافة الاجتماعية ونزعته نحو معرفة أخبار الشخصيات العامة ومتابعتها، ورغبته في مشاركة الآخرين بيومياته.

٧- تدل الدراسة أن الفترة المسائية هي الأنسب للاستقراء المتمهل حيث الخصوصية والهدوء هي المساحة المناسبة للمتابعة، أما ما يحدث في فترات الصباح فهو تصفح سريع لكل المواضيع والتطبيقات، وما يحدث في واقع الحال هو تصفح Browsing لكل ما هو مهم دون النظر في التفاصيل نتيجة الانشغال بالعمل والدراسة.

٨- تأتي نتائج عيوب الاستخدام كمستهلك للوقت مؤشر طبيعي ولا يعبر عن خطورة حقيقية تهدد كيان هذ المجتمع وحيث تأتي الخلافات الشخصية في المرتبة الأخيرة دليل المناخ الديموقراطي الذي يعيش فيه شبابنا في ظل وجود الدستور كفل للجميع حرية التعبير، ويدل ذلك على نضج الشاب الكويتي ووعيه بأهمية الوقت والاستفادة منه وعدم تبديده، وإدراكه لأهمية التواصل الاجتماعي مع المجتمع والأهل والقرناء، مع معرفته التامة باحتمال وجود بعض الدسائس المغرضة.

٩- أن تأتي نتائج الجدول السادس الشباب الكويتي بمعدل ٣ ساعات للاستهلاك يوميا مؤشر أكثر من العادي إذا ما قورن بالدراسات التي أجريت على المستخدمين في العالم فعلى الدولة او القائمين على رعاية قضايا الشباب في الدولة استثمار ذلك الوقت بشكل إيجابي وكذلك متابعة هذه الاخبار خوفا وقوع البعض فريسة سهلة لتنظيمات مشبوهة وأخرى متطرفة.

١٠- لا شك ان عامل السرعة والانتشار يعزز من العلاقة بين الشاب الكويتي ووسائل الاتصال بأنواعها المختلفة والحصول على المعلومة، ويشير النتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لا ليست عالما واقعيا، وإنما هو واقع افتراضي مبعثه سقوط جميع الحواجز، كما أن المبعث الأساسي لاستخدام تلك الوسائل هو اجتماعي ترفيهي بالدرجة الى حد كبير. وهذا يدل على وعي الشباب الكويتي الذي لا يتعامل مع تلك الوسائل بواقعية مطلقة.

١١- تشكل الموضوعات الاجتماعية والترفيهية والوطنية أهمية خاصة لدى الشباب الكويتي، ويتفق هذا مع ما ذكر سبقا حول متابعة هذه الموضوعات، ويعكس ذلك طبيعة الشعب الكويتي من الناحية الاجتماعية والتواصل مغ الآخرين، كما يعكس وجود وقت من الفراغ لدى الشباب، فيما يؤكد الاهتمام بالموضوعات الوطنية وجود حس وطني كبير في نفوس الشباب، وتمتعهم بقدر عال من الانتماء.

١٢- على غير ما كان متوقعا بأن أماكن تجمعات الشباب (الديوانية –المقاهي) هي الأماكن الأكثر استخداما لهذه الوسائل، فقد جاءت البيوت كمنطلق أساسي لاستخدام تلك الوسائل على اختلاف أنواعها، وهذا يشر إلى احتفاظ الديوانية كنواة للمجتمع وملتقى فكري وثقافي وترفيهي، وما يحدث في الديوانية في واقع الحال هو تصفح سريع وليست قراءة متأنية، كما يؤكد ذلك أهمية هذه الوسائل بالنسبة للشباب الكويتي ومتابعتها في أجواء هادئة بعيدا عن التشويش والضوضاء.

١٣- تطابقت الأسباب مع الدوافع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الكويتي، نظرا لوجود المعلومة التي يبحث عنها من جهة، وسهولة الوصول إليها في تلك الوسائل من جهة أخرى، وإمكانية الحصول على إجابات لتساؤلاته واستفساراته.

١٤- تلبي وسائل التواصل الاجتماعي حاجة الشباب الكويتي للتواصل مع الآخرين والرغبة لديهم في بناء علاقات جديدة، مع إدراكه بأن عالم وسائل التواصل هو عالم افتراضي ولا جدوى من المشاركة مع الآخرين في بعض الآراء التي لا تتطابق مع فكره ووجهة نظره.

ثالثاً: التوصيات

- ضرورة توجيه البرامج الإعلامية في المؤسسات الحكومية المختلفة باتجاه استثمار وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقاته المختلفة باعتبارها وسيلة التخاطب الاكثر فاعلية لدى الشباب الكويتي.
- التركيز على الموضوعات الاجتماعية والدينية والوطنية باعتبارها تحظى باهتمام شريحة كبيرة من الشباب الكويتي كعامل مؤثر من عوامل تعزيز الهوية الوطنية.
- ضرورة تكثيف الجهود الحكومية لمواجهة الرسائل المغرضة ذات الطابع الفئوي والطائفي وإبدالها برسائل رسمية.
- التركيز على الفترة المسائية لبث الرسائل التوعوية والإرشادية وتكرارها كونها الفترة الأنسب لمتابعة ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الكويتي.
- استثمار القدرات الإبداعية لدى شباب (وزارة الإعلام ووزارة الدولة لشئون الشباب) لإعداد رسائل إعلامية وفلاشات قصيرة تبث من خلال التطبيقات الذكية الاكثر انتشارا (الواتس آب والسناب شات) لدى الشباب الكويتي.
- ضرورة استثمار القاعدة الجماهيرية لدى بعض الشخصيات المحببة لدى فئة الشباب لتعزيز الهوية الوطنية.
- ضرورة إشراك الشباب في صناعة الرسائل الإعلامية من خلال تشجيع المبادرات الشبابية وإشراك الشباب في المسائل السياسية وتحمل المسؤولية الوطنية.
- تفعيل مبادئ الشراكة المجتمعية في تدعيم وتعزيز الهوية الوطنية.
- تخصيص جوائز لأفضل عمل إبداعي يجسد الهوية الوطنية من خلال ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي وتكريم أصحاب المشاركات الإيجابية لتلك الأعمال.
- إبراز إنجازات المبدعين الكويتيين وبطولات الشهداء.
- توعية الأسرة لممارسة دورها الرقابي على ما يطلع عليه الشباب في وسائل التواصل الاجتماعي.
- تخصيص إدارة للإعلام الجديد في كل وزارة من وزارات الدولة ومؤسساتها.

المراجع:

المراجع العربية:

- أبو طاحون، عدلي، (١٩٩٨). مناهج وإجراءات البحث الاجتماعي، ج ١، جامعة المنوفية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
- التقرير السنوي لقمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، دبي، ٢٠١٥.
- الخياط، عبدالكريم (١٩٩٣): التعليم العام والمواطنة، دراسة مقدمة إلى المؤتمر التربوي الثاني لمركز تطوير التعليم، كلية التربية جامعة الكويت بالتعاون مع مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
- الرشيدي، بشير صالح (١٩٩٨): دور النظام التربوي في تنمية سمات الشخصية الكويتية المرغوبة والتأكيد على هويتها، ورقة مقدمة إلى الموسم الثقافي الخامس لمركز البحوث التربوية والمناهج بوزارة التربية، الكويت.
- الكندري، يعقوب والقشعان، حمود (٢٠٠١): علاقة استخدام شبكة الانترنت بالعزلة الاجتماعية لدى طلاب جامعة الكويت، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد ١٤، العدد الاول، جامعة الكويت.
- تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات (٢٠١٦): حول دراسة استخدامات الانترنت في العالم.
- جنيد، حنان (٢٠٠٣): تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الانترنت وعلاقة بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ١٨، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- طايع، سامي (٢٠٠١): استخدام الانترنت في العالم العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- عاطف، حاتم (٢٠٠٤): العلاقة بين استخدام المراهقين من ١٤-١٧ سنة للإنترنت وهويتهم الثقافية، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، جمهورية مصر العربية.
- عبدالغني، أمين (٢٠٠٣): تأثير استخدام الإنترنت على القيم والاتجاهات الاخلاقية للشباب الجامعي، المؤتمر العلمي السنوي التاسع، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- غيث، محمد عاطف (١٩٩٥): قاموس علم الاجتماع، جمهورية مصر العربية، دار المعرفة الجامعية.
- قاموس الفكر السياسي (١٩٩٤): ترجمة أنطوان حمصي، الجمهورية العربية السورية، دمشق، منشورات وزارة الثقافة.
- محمد الموسوي (٢٠٠٤)، النظرية الإعلامية، مطبوعات كلية التربية، جامعة البحرين.
- محمد عبدالحميد (٢٠٠٤). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. الطبعة الثانية. عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة. القاهرة.
- مقتطفات من خطاب سمو أمير البلاد في العشر الأواخر من شهر رمضان المبارك لعام ١٤٢٧.

- مكاوي، حسن والسيد، ليلى (٢٠١٠): الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط ٢. الدار المصرية اللبنانية / القاهرة.
- نقي، خديجة على (١٩٩٥): نظرة في النواحي البيئية المتعلقة بالمواطنة في المنهج الدراسي في الكويت، مجلة التربية، العدد الثاني، السنة الخامسة، وزارة التربية، مركز البحوث التربوية والمناهج، الكويت.

المراجع الأجنبية:

- Alice Hall (2009); College Students' Motives for Using Social Network Sites and Their Relationships to Users' Personality Traits, Conference Papers, International Communication Association, Annual Meeting, p1-38. *Retrieved from*: http://web.ebscohost.com/ehost/resultsadvanced
- Baltaretu, C. Maria & C. Balaban Delia (2010); Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students: A Qualitative Approach, *Journal of Media Research*, Vol. 3, No. 1, pp. 67-74.
- KATZ , Elihu, (1989): « La recherche en communication depuis Lazarsfeld » Paris: Hermès n° 4, Le Nouvel Espace Public, , Éditions du CNRS ;.p 7.
- Katz, Blumler & Gureviteh (1974): Utilization of Mass Communication. In the Uses of Mass Communication: Current Prespectives on Grantification Research. Blumler & Katz (editors): sage publications, Beverly Hills, Londoon.
- Valerie Barker (2008); Older Adolescents' Motivations for Use of Social Networking Sites: The Influence of Group Identity and Collective Self-esteem, *Conference Papers-International Communication Association Annual Meeting*, Retrieved from:

http://content.ebscohost.com/pdf23_24/pdf

ملحق الدراسة

الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

عزيزتي / عزيزي

بين يديك استمارة بحثية لدراسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وما مدى تأثير هذه الوسيلة المهمة في تعزيز الوحدة الوطنية والولاء والانتماء لدى شباب وشابات دولتنا الحبية الكويت.

نرجو التكرم بتعبئة الاستمارة، علماً بأن تلك المعلومات سوف تكون في سرية تامة ولن تستخدم إلا للأغراض العلمية المناسبة لموضوع الوحدة الوطنية. مشاركتكم الحقة سوف تكون اللبنة الأولى لتحديد الثغرات العائقة أمام الجهود الحكومية لتعزيز الوحدة الوطنية.

هذا ولكم جزيل الشكر

البيانات الشخصية:

الاسم) اختياري): .....

الحساب على التوتير (اختياري): .....

النوع:

- ذكر ( )
- أنثى ( )

العمر:

١٥ – ١٨ ( )

١٨–٢١ ( )

٢١–٢٤ ( )

٢٤–٢٧ ( )

٢٧–٣٠ ( )

١– ما هي الموضوعات التي تتابعها من خلال ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي.

(ممكن اختيار أكثر من متغير).

	المتغير / الاتجاه	دائماً	أحياناً	لا أتابع
١	السياسية			
٢	الاقتصادية			
٣	الرياضية			

٤	الترفيهية				
٥	الاجتماعية				
٦	الوطنية				
٧	الدينية				
٨	الفنية				
٩	الأمنية				

٢- ما مدى ثقتك في الأخبار التى تجدها على وسائل التواصل الاجتماعي؟

- أثق فيها جدا ( )
- أثق فيها إلى حد ما ( )
- لا أثق فيها ( )

٣- ما هي المهارات التي قد تكتسبها من خلال ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي؟ (ممكن اختيار أكثر من متغير) بحيث يكون (٥ بقوة – ١ ضعيف).

	المتغير / الاتجاه	٥	٤	٣	٢	١
١	الجرائه في طرح الأراء					
٢	التحدث دون قيود					
٣	تطوير الثقافة العامة					
٤	تكوين صداقات					
٥	عرض وجهات النظر المختلفة					
٦	معرفة ما هو جديد على الساحة					
٧	زيادة الوازع الديني					
٨	تعزيز الوحدة الوطنية					
٩	تقبل الآراء المختلفة					

٤- من وجه نظرك، كيف يمكن أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي عامل اساسي لتعزيز الوحدة الوطنية؟ (ممكن اختيار أكثر من متغير)

	المتغير / الاتجاه	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لاأوافق بشدة

١	أبراز سيرة رجالات الدولة					
٢	تكثيف التراث الكويتي الاصيل					
٣	الابتعاد عن التجاذب الطائفي والفئوي					
٤	تنمي لدي القدرة على تقبل الرأي الآخر					
٥	تنمية القيم الاجتماعية والدينية					
٦	الاندماج مع فئات المجتمع الآخرى					
٧	تلبي احتياجاتي من مواضيع تخص القضايا الوطنية					
٨	مناقشة القضايا الوطنية مع الغير					
٩	تحفيز الآراء للمشاركة الإيجابية					

٥- ما هو الدوافع لاستخدامك وسائل التواصل الاجتماعي؟

(ممكن اختيار أكثر من متغير مع مراعاة الترتيب)

- الحصول على معلومات عامة ( )
- معرفة الأخبار المحلية ( )
- متابعة الأحداث العالمية ( )
- النقاش فى أمور الدراسة ( )
- التعرف على أشخاص جدد ( )
- النقاش وتبادل الآراء ( )
- التواصل الاجتماعى مع الأصدقاء ( )
- التسلية والترفيه ( )

٦- ما هي الوسيلة من وسائل التواصل الأجتماعي الاكثر تأثيراً على شخصيتك العامة.

(ممكن اختيار أكثر من متغير)

	الاتجاه / المتغير	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	الواتس آب					
٢	الفيس بوك					
٣	التوتير					

٤	أنستغرام					
٥	سناب شات					

٧- ما الوقت المناسب لديك في متابعة ما يعرض في وسائل التواصل الاجتماعي. (ممكن اختيار أكثر من متغير).

	المتغير / الاتجاه	دائماً	أحياناً	لا أتابع
١	الفترة الصباحية			
٢	فترة الظهيرة			
٣	الفترة المسائية			
٤	في الساعات المتأخرة من الليل			
٥	أوقات أخرى متفرقة			

٨- ما أبرز العيوب التي تراها في وسائل التواصل الاجتماعي؟ (ممكن اختيار أكثر من متغير مع مراعاة الترتيب).

- استهلاك الوقت ( )
- يقلل من التواصل المباشر مع الناس ( )
- يشغل عن المذاكرة ( )
- يؤدى للعزلة ( )
- يشعل الخلافات ( )
- أخرى ( )

٩- كم ساعة تقضيها في الإطلاع على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً.

	المتغير / الاتجاه	
١	أقل من ساعة	
٢	من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	
٣	من ثلاث ساعة إلى أقل من ست ساعات	
٤	من ست ساعات إلى أقل من تسع ساعات	
٥	أكثر من تسع ساعات	

١٠- ما أبرز الخصائص التي تعجبك في وسائل التواصل الاجتماعي؟ (ممكن اختيار أكثر من متغير مع مراعاة الترتيب)

- السرعة ( )
- الانتشار ( )
- الإيجاز ( )
- الخصوصية ( )
- التفاعلية ( )
- الموضوعية ( )
- متابعة الأحداث اليومية ( )
- التسليه ( )
- تحسين القدرة الكتابية ( )
- تحسين القدرة على الحوار ( )
- التوجيه والإرشاد ( )
- زيادة المعرفة ( )
- الواقعية ( )

١١- ما الموضوعات التي تفضل المشاركة فيها عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
(ممكن اختيار أكثر من متغير)

	المتغيـــــــــــر / الاتجاه	دائماً	أحياناً	لا أشارك
١	السياسية			
٢	الاقتصادية			
٣	الرياضية			
٤	الترفيهية			
٥	الاجتماعية			
٦	الوطنية			
٧	الدينية			
٨	الفنية			
٩	الأمنية			

١٢- ما هو المكان المناسب لمتابعتك وسائل التواصل الاجتماعي؟

(يمكنك اختيار أكثر من متغير)

	المتغير / الاتجاه	دائماً	أحياناً	لا أتابع
١	في المنزل منفرداً			
٢	في المنزل مع العائلة			
٣	في المدرسة، الجامعة، العمل			
٤	في المقهى			
٥	في الديوانية			

١٣- ما أسباب استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟

	المتغير / الاتجاه	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	لأنها تهتم بعالم الشباب					
٢	لأنها تناقش موضوعات لا توجد في وسائل الإعلام					
٣	لأنها تعبر عن مشاكل وهموم الشباب					
٤	لأنها تمد الشباب بأخبار متميزة منفردة.					
٥	لأنها تتابع أخبار نجوم الفن والرياضة					
٦	لأنها تتيح لنا أشكالاً متنوعة من المحتوى					
٧	لأنها تتيح لنا التعبير عن مشاكلنا وآرائنا.					
٨	لأنها لا تخضع للقيود الرقابية.					
٩	نجد فيها المعلومة التي نبحث عنها.					

١٤- ما أوجه استفادتك من استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟

(ممكن اختيار أكثر من متغير مع مراعاة الترتيب)

- التواصل مع الآخرين ( )
- بناء علاقات جديدة ( )
- قضاء وقت الفراغ ( )
- التسلية والترفيه ( )
- معلومات حول القضايا المختلفة ( )
- متابعة الأحداث الجارية ( )
- المشاركة بالآراء المختلفة ( )