ISNN: 2253-0592 EISSN: 2588-199X / Prefix: 10.46315

الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظات غزة

The Psycho-social and Academic Motives of the Palestinian Universities Students Beyond Using Social Communication Networks in Gaza Governorates

د. أمجد جمعة Dr. Amjad Joma ajoma1979@hotmail.com	علم النفس التربوي	قسم علم النفس، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الشرقية، سلطنة عمان.

DOI : 10.46315/1714-009-003-004

الإرسال: 2020/02/09 القبول: 2020/04/11 النشر: 2020/06/16

ملخص:

هدفت الدراسة للتعرف إلى الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي. وتكونت عينة الدراسة من طلبة الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة بلغ تعدادها (311) طالبة وطالبة. ولتحقيق أغراض الدراسة استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي (المسحي)، والاستبانة كأداة رئيسية حيث اشتملت على المجالات التالية: (الدوافع النفسية الاجتماعية، الدوافع الأكاديمية). وتوصلت النتائج أن الدوافع الأكاديمية كانت السبب الرئيس وراء استخدام طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي حيث حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (73.8%)، يليها الدوافع النفسية الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة (70.2%). وأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية (النفسية الاجتماعية، الاكاديمية) لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس، نوع الكلية، والمستوى الأكاديمي، والمعدل التراكمي، ومكان السكن.

كلمات مفتاحية: الدوافع، شبكات التواصل الاجتماعي.

Abstract:

This study aimed at identifying the psycho-social and academic motives of Palestinian universities students beyond to using the social communication networks according to the Palestinian universities students perspective. The sample of the study consisted of (311) students in the Gaza Strip who used social communication networks. The researcher adopted the analytical descriptive method. The tool of study was the Questionnaire of motives to determine: (psycho-social motives, academic motives). The results shows: The Academy motives were the main reason beyond the using of Palestinian universities students to social communication networks, with an average (73.8%), to be followed by psycho-social motives (70.2%).

Keywords: Motives, Social Communication Networks.

1- مقدمة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، وبالرغم من أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فقد امتد استخدامها ليشمل النشاط السياسي والأكاديمي والرياضي والاقتصادي وغير ذلك من الأنشطة (عوض، 2011). حيث يؤكد عابد (2012) على أن شبكات التواصل الاجتماعي كانت من أهم وأضخم انجازات هذا العصر، حيث عملت هذه الشبكات على تناول التطورات والأحداث المحلية والعالمية بسرعة فائقة أكثر من أي وسائل إعلامية أخرى لنقل الحدث سواء أكان حدثاً إخبارياً سياسياً أو تعليمياً أو تثقيفياً أو ترفيهياً.

ويرى الصاعدي (2012) أن هذا العالم التقني التكنولوجي الذي يحياه شباب اليوم، سيطر على أكثر اهتماماتهم وأخذ الكثير من أوقاتهم، ومن أبرز تلك الاهتمامات التواصل الاجتماعي التي توفرت لهم عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت كالفيس بوك وتويتر ويوتيوب وغيرها من الشبكات الاجتماعية، وكان لهذا العالم أثره الكبير الايجابي والسلبي على هوية هؤلاء الشباب الاجتماعية والوطنية وعلى العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع الواحد.

أما أبو فاشلة (2011) فيعتبر أن فئة الشباب هم الأكثر مواكبة للتطورات التقنية في مجتمعاتهم، كون معظمهم جزءاً من العملية التعليمية، إضافة لمتطلبات سوق العمل المتزايدة والمرتبطة أساسا بالقدرة على استيعاب واستخدام ومتابعة التقدم التكنولوجي. فضلا عن عوامل أخرى تشكل فيها المعلوماتية مركبا هاماً في حياة الشباب، كالتواصل، وقضاء وقت الفراغ، وشباب فلسطين ليسوا بمعزل عن هذا السياق العام، بل من الواضح حسب بعض البيانات المتوفرة أن معدلات استخدام الإنترنت والفضائيات وغيرها من وسائل المعلوماتية باطراد مستمر ضمن مختلف الشرائح الشبابية. ويشكل الإنترنت مصدراً للمعلومات لدى أكثرية الشباب (44%)، وفي الدرجة الثانية تأتي القنوات الفضائية كمصدر رئيسي لمعلومات الشباب وبنسبة (31%)، فيما تراوحت نسبة الحصول على المعلومات من المصادر الأخرى بين (8%) للتلفزيونات المحلية، و(3%) للأصدقاء والمعارف.

وقد حدد كاتز وجورجيفيتش وهاس (Katz, Gorivitch, and Has)المشار إليهم في الحمداني (2012) حاجات الأفراد التي يتم إشباعها عن طريق استعمال شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت بأنها تشبع لديهم الحاجات المعرفية المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم البيئة، وهي الحاجات التي تشبع حب الاستطلاع والاكتشاف لدى الإنسان، إذ توفر لهم الإمكانيات اللازمة لتلبية حاجات الشباب المعرفية، وذلك بالوصول إلى المواقع الأكاديمية وتحميل كتب الكترونية وزيارة مواقع استشارات طبية، حقوق إنسان، الوصول إلى مواقع

ISNN: 2253-0592 EISSN: 2588-199X / Prefix: 10.46315

تلفزيونية وصحفية، الوصول إلى خدمات التسوق والتجارة الالكترونية، الوصول إلى الخدمات الإعلانية...الخ . كما تشبع شبكات التواصل الاجتماعي لدى هؤلاء الشباب نوع ثاني من الحاجات وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والعاطفية والترفيهية والتعبير عن المشاعر، ويعتبر السعي للحصول على المرح والترفيه من الدوافع العامة التي يتم إشباعها عن طريق الانترنت بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص، حيث توفر هذه المواقع إمكانات اتصالية هامة لتلبية الحاجات العاطفية، فهناك العديد من المواقع التي تزود الشباب بخبرات جمالية كمواقع الفنون الموسيقية والتشكيلية بأنواعها، والتواصل مع الأصدقاء والأهل في غرف الدردشة الالكترونية والرسائل الفورية القصيرة. أما النوع الثالث من الحاجات التي تشبعها شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب فهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصيتهم من حيث المصداقية والثقة، الاستقرار، ومركز الفرد الاجتماعي، وتنبع هذه الحاجات من رغبة الفرد في تحقيق الذات. أضف إلى ذلك أن مواقع الانترنت في الغالب تشبع لدى هؤلاء الشباب حاجات اندماجية مرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء والعالم ليكون الشاب جزءاً متفاعلا مع بيئته الاجتماعية، وهي حاجات تنبع من رغبة الفرد للانتماء إلى الجماعة.

وعلى الرغم من أن هناك الكثير من العلوم قد اهتمت بدراسة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي كأحد أشكال الاتصال الحديثة، إلا أنها لم تحظ بالعناية الكافية من قبل العاملين بالحقل النفسي والتربوي، وحيث أن ظاهرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وموضوع الدوافع الذي تشبعه شبكات التواصل الاجتماعي ظاهرة حديثة إلى حد ما بين أفراد مجتمع الدراسة، ولم تأخذ الاهتمام الكافي بما يتناسب وانتشارها المضطرد، خصوصاً بين فئات الشباب الجامعي، الذين يُعدّون الأكثر استخداماً للإنترنت، حيث يميل الشباب إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بسبب ما تحققه لهم من اشباع لحاجات ولرغبات لا يستطيعون تحقيقها بوسائل أخرى، لذلك تهدف هذه الدراسة بشكل عام إلى معرفة الدوافع النفسية الاجتماعية والأكاديمية من وراء استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة في ضوء مجموعة من المتغيرات.

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

باتت مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة تسيطر على حيز كبير من حياة الشباب العربي عامة والشباب الفلسطيني خاصة، فشغلت أوقات وأفكار الشباب، وتباينت الدوافع والأسباب من وراء استخدام الشباب لهذا النوع من التقنية الحديثة. فهناك من يستخدمها لتحقيق أغراض نفسية اجتماعية بحتة، وهناك من يستخدمها بدوافع أكاديمية، وهناك من

يستخدمها بدوافع سياسية، وهناك من يستخدمها لتحقيق مكاسب اقتصادية ربحية. وعلى الرغم من الأثر المتنامي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومن الإقبال اللامحدود من قبل الشباب الجامعي على استخدامها، لا زالت دراسة الدوافع والأسباب من وراء استخدام الشباب لهذا النوع من التقنية الحديثة لم تحظ بالعناية الكافية من قبل العاملين بالحقل النفسي والتربوي، لذلك قام الباحث بدراسة دوافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة، وذلك في ظل التسارع المذهل لصناعة تكنولوجيا المعلومات، وكذلك الحراك الاجتماعي في المجتمعات العربية. من هنا تتمثل مشكلة الدراسة بالتعرف إلى الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظات غزة.

أسئلة الدراسة:

1. ما الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظات غزة؟
2. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظات غزة تعزى للمتغيرات التالية: الجنس، الجامعة، الكلية، المستوى الأكاديمي، المعدل التراكمي، مكان السكن؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية من الناحية النظرية والناحية التطبيقية فيما يلي:-

1. المساهمة في إثراء الأدب النفسي والتربوي حول دوافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي كإحدى وسائل الانترنت الحديثة، وذلك في ضوء ندرة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت موضوعا البحث.
2. يستمد البحث أهميته من طبيعة الفئة العمرية التي يستهدفها، حيث فئة الشباب التي تعدّ طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والتعرف على حاجاتها والتواصل معها، والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها ومستقل المجتمع.
3. التعرف إلى الدوافع الحقيقية (النفسية الاجتماعية، الأكاديمية) وراء استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي يساعد متخذي القرارات والسياسات والمهتمين بقضايا الشباب في اشباع دوافعهم وحاجاتهم المختلفة.

ISNN: 2253-0592 EISSN: 2588-199X / Prefix: 10.46315

4. نتائج هذه الدراسة ستساعد القائمين على التعليم الجامعي والأكاديميين بقطاع غزة، في التعرف على القضايا الاجتماعية والأكاديمية التي تهم الطالب الجامعي، وذلك من أجل المساعدة على حل هذه القضايا واشباعها من خلال الأنشطة الجامعية المختلفة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف إلى الأسباب والدوافع الكامنة (النفسية الاجتماعية، والاكاديمية) من وراء استخدام فئة الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي.
2. التعرف إلى أهم الفروق الإحصائية بين دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب بعض الخصائص النوعية لأفراد عينة الدراسة: الجنس، الجامعة، الكلية، المستوى الأكاديمي، المعدل التراكمي، مكان السكن.

حدود الدراسة:

الحد النوعي: اقتصرت هذه الدراسة على تحديد الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي.

الحد المكاني: يمثل قطاع غزة الحد المكاني لهذه الدراسة، حيث تقتصر الدراسة على طلبة الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة.

الحد الزماني: أجريت هذه الدراسة خلال شهري يوليو وأغسطس من العام 2013/2012.

الحد البشري: اقتصرت هذه الدراسة على طلبة البكالوريوس الذين يتلقون تعليمهم بالجامعات الفلسطينية الكبرى بقطاع غزة وهي: (جامعة الأزهر، الجامعة الإسلامية، جامعة القدس المفتوحة، جامعة الأقصى).

مصطلحات الدراسة:

- الدوافع: ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها "هي مجموعة الأهداف أو الأغراض (النفسية الاجتماعية، الأكاديمية) التي تحرك وتدفع الشباب الفلسطيني الجامعي بقطاع غزة، لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل الفيس بوك وتويتر وهوتميل وياهو وغيرها من الشبكات الاجتماعية والمواقع المنتشرة على شبكة الانترنت.

- شبكات التواصل الاجتماعي: يعرفها راضي (2003) بانها منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو المدرسة.

2 - إجراءات الدراسة:

1. منهجية الدراسة:

قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي (المسحي) الذي يهتم بدراسة الأحداث والظواهر والمواقف المختلفة وتحليلها وتفسيرها دون تدخل من الباحث.

2. مجتمع وعينة الدراسة:

- **مجتمع الدراسة:** تكون مجتمع الدراسة الأصلي من جميع طلبة المرحلة الجامعية الأولى "البكالوريوس" الذين يتلقون تعليمهم في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة وهي: (جامعة الأزهر، الجامعة الإسلامية، جامعة القدس المفتوحة، جامعة الأقصى)، والمسجلين في الفصل الصيفي 2013، ويستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.
- **عينة الدراسة:** قسم الباحث عينة الدراسة إلى قسمين:

أ. **عينة استطلاعية:** قام الباحث بتطبيق أدوات الدراسة على عينة استطلاعية مكونة من (50) من طلبة الجامعة الإسلامية، وقد تم اختيارهم بشكل عشوائي وذلك لحساب صدق وثبات أدوات الدراسة.

ب. **العينة الفعلية:** تكونت عينة الدراسة الفعلية من (311) طالب وطالبة، من طلبة المرحلة الجامعية الأولى "البكالوريوس" الذين يتلقون تعليمهم في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة. والجدول (1) يبين خصائص عينة الدراسة.

جدول (1) يبين بيانات وخصائص عينة الدراسة

المتغير	البيان	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	174	55.9
	أنثى	137	44.1
	المجموع	311	%100
الجامعة	الأزهر	107	34.4
	الإسلامية	157	50.5
	القدس المفتوحة	38	12.2
	الأقصى	9	2.9
	المجموع	311	%100
نوع الكلية	إنسانية	198	63.7
	علمية	113	36.3
	المجموع	311	%100
المستوى الأكاديمي	**الأول**	47	15.1
	الثاني	49	15.8
	الثالث	90	28.9
	الرابع	109	35
	الخامس	16	5.2

ISNN: 2253-0592 EISSN: 2588-199X / Prefix: 10.46315

	المجموع	311	%100
المعدل التراكمي	مقبول	6	1.9
	جيد	121	38.9
	جيد جداً	159	51.2
	امتياز	25	8
	المجموع	311	%100
مكان السكن	شمال غزة	48	15.4
	غزة	133	42.8
	الوسطى	29	9.3
	خانيونس	28	9
	رفح	73	23.5
	المجموع	311	%100

3. أداة الدراسة: تكونت من استبانة اشتملت على (24) فقرة، موزعة على مجالين رئيسيين: (الدوافع النفسية الاجتماعية، الدوافع الأكاديمية)، تم قياسها من خلال مقياس ليكرت (Likert) الخماسي (أوافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة).

4. صدق الأداة: تم ايجاد الصدق لأداة الدراسة بعدة طرق منها:

أ - الصدق الظاهري: قام الباحث بعرض الاستبانة على مجموعة من الخبراء والمختصين في علم النفس والصحة النفسية، من أجل الوقوف على مدى ملائمة الاستبانة لما وضعت من أجله.

ب) صدق الاتساق الداخلي Internal Consistency: تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال كما هو موضح في جدول (2)

جدول (2): معاملات الارتباط بين فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
أولاً: الدو افع النفسية الاجتماعية			ثانياً: الدو افع الأكاديمية		
1	0.674	**	13	0.764	**
2	0.584	**	14	0.555	**
3	0.646	**	15	0.625	**
4	0.784	**	16	0.784	**
5	0.621	**	17	0.684	**
6	0.494	**	18	0.555	**
7	0.314	*	19	0.685	**
8	0.677	**	20	0.469	**
9	0.741	**	21	0.611	**
10	0.345	*	22	0.685	**
11	0.487	**	23	0.695	**
12	0.845	**	24	0.688	**

** دالة عند 0.01 * دالة عند 0.05 /// غير دالة

يتضح من الجدول (2) أن جميع الفقرات دالة إحصائيا حيث كان مستوى الدلالة لجميع الفقرات أقل من α= 0.05. مما يعني أن هذه الفقرات تنتمي إلى مجالات الاستبانة، مما يحقق صدق الاتساق الداخلي لها.

5. ثبات الأداة: تحقق الباحث من ثبات أداة الدراسة بطريقتين:

أ. **الثبات بطريقة ألفا كرونباخ:** تم حساب ثبات الاستبانة عن طريق حساب معامل ألفا كرونباخ لكل من المجالات الفرعية والدرجة الكلية للاستبانة موضوع الدراسة، وبلغ معامل ثبات الاستبانة كله (0.82)، وهي قيمة مرتفعة وتشير إلى درجة عالية من الثبات.

ب. **الثبات بطريقة التجزئة النصفية Split Half Method:** تم حساب معامل الارتباط بين مجموع درجات الأسئلة الفردية، ومجموع درجات الأسئلة الزوجية لكل من المجالات الفرعية والدرجة الكلية للاستبانة، وبلغ معامل ارتباط بيرسون (0.877) وذلك قبل التعديل، ثم استخدم معادلة سبيرمان – براون التنبؤية لتعديل طول الاختبار وبلغ معامل الارتباط المعدل للدرجة الكلية للاستبانة (0.934) وهو معامل ثبات مرتفع ودال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05.

3 - عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

فيما يلي عرض للنتائج بحسب ترتيب أسئلة الدراسة:

السؤال الأول ونصه: ما الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظات غزة؟

جدول (3): يوضح النسب المئوية لأبعاد دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي

م	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة
1	الدوافع النفسية الاجتماعية	3.51	1.06	70.2	2
2	الدوافع الأكاديمية	3.69	1.12	73.8	1
	الدرجة الكلية	3.46	1.13	69.1	

أشارت نتائج الدراسة أن نسبة دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بلغت (69.1%). وكما تشير نتائج الجدول (3) أن الدوافع الأكاديمية كانت السبب الرئيس وراء استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حيث حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (73.8%) ويعزو الباحث ذلك إلى خصوصية عينة الدراسة التي تكونت من طلبة الجامعات، وكذلك إلى الدرجة العالية من الوعي والإدراك لدى الشباب الجامعي بأهمية وفوائد شبكات التواصل الاجتماعي على الصعيد الأكاديمي، بينما حلت الدوافع النفسية الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة (70.2%).

جدول (4): يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسب المئوية والرتب للد وافع النفسية الاجتماعية

م	الد وافع النفسية الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة
1	أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للترويح عن النفس وشغل أوقات الفراغ.	3.65	1.13	72.9	5م
2	أظهر مواهبي وقدراتي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	3.47	1.02	69.4	8
3	أعبرعما يجول في خاطري من أفكارومشاعر.	3.64	1.14	72.9	5
4	أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بغرض مواكبة وتقليد الآخرين.	2.35	1.2	47	12
5	أشعر بحب وتقدير الاخرين لي خلال مشاركاتي المختلفة.	3.75	0.96	75	3
6	تزداد ثقتي بنفسي كلما استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي	3.27	1.06	65.5	11
7	اكتسب الكثير من الخبرات والمهارات الجديدة.	3.89	1.01	77.9	1
8	اكتسب العديد من القيم والمعايير الاجتماعية خلال تواصلي مع الاخرين.	3.83	1.03	76.6	2
9	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للتعارف والصداقة.	3.43	1.14	68.7	9م
10	اكتسب العديد من الاتجاهات الايجابية خلال تواصلي مع الاخرين.	3.75	0.97	74.9	4
11	أطور معرفتي بحقوقي وواجباتي الشخصية والاجتماعية.	3.64	1.01	72.9	5م
12	تساعدني على وضع حلول وبدائل للمشكلات المختلفة.	3.44	1.03	68.7	9
	الدرجة الكلية	3.51	1.06	70.2	

أشارت نتائج الدراسة أن نسبة طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث الدوافع النفسية الاجتماعية بلغت (70.2%). فعملية التواصل مع الاخرين وتبادلهم للأفكار تساعد الطالب على تطوير قدراته ومهاراته المختلفة.

تبين أن أعلى فقرة رقم (1) والتي تنص على " اكتسب الكثير من الخبرات والمهارات الجديدة" بنسبة مئوية (77.9%)، وأن أدنى فقرة رقم (4) والتي تنص على " أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بغرض مواكبة وتقليد الآخرين " بنسبة مئوية (47%) من حيث الدوافع النفسية الاجتماعية.

جدول (5): يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسب المئوية والرتب للد وافع الأكاديمية

م	الد وافع الأكاديمية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة
1	أتبادل الخبرات الأكاديمية مع زملائي من الجامعات الأخرى.	3.78	1.1	75.6	4

2	تتيح لي فرصة التعرف على التطورات العلمية الحديثة.	3.98	1.05	79.6	1
3	أتابع الإعلانات الخاصة بجامعتي والجامعات الاخرى.	3.87	1.15	77.5	2
4	أتابع إعلانات المنح الدراسية.	3.76	1.18	75.2	5
5	أتابع إعلانات الدورات التدريبية.	3.8	1.1	75.9	3
6	أتابع إعلانات الندوات والمؤتمرات العلمية والأيام الدراسية	3.71	1.1	74.3	7
7	أناقش زملائي ببعض القضايا التي أثيرت في المحاضرات.	3.57	1.16	71.3	9
8	أتبادل المحاضرات والملخصات مع زملائي في القسم.	3.51	1.2	70.2	10
9	أتواصل مع أساتذتي بالجامعة للاستفسار ومناقشة بعض القضايا الهامة.	3.42	1.05	68.4	11
10	أتبادل الفيديوهات والصور المرتبطة بموضوعات الدراسة مع زملائي.	3.41	1.15	68.2	12
11	تساعدني في الحصول على الكتب العلمية والثقافية.	3.7	1.09	74	8
12	أتبادل المقالات والموضوعات العلمية المرتبطة بتخصصي مع زملائي بالجامعة.	3.75	1.08	74.9	6
الدرجة الكلية		3.69	1.12	73.8	

أشارت نتائج الدراسة أن نسبة دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث الدوافع الأكاديمية بلغت (73.8%).

وتبين أن أعلى فقرة رقم (2) والتي تنص على " تتيح لي فرصة التعرف على التطورات العلمية الحديثة " بنسبة مئوية (79.6%)، وأن أدنى فقرة رقم (10) والتي تنص على " أتبادل الفيديوهات والصور المرتبطة بموضوعات الدراسة مع زملائي " بنسبة مئوية (68.2%) من حيث الدوافع الأكاديمية.

إجابة السؤال الثاني:

أ. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظات غزة تعزى الجنس (ذكر- أنثى)؟

للإجابة عن السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل مجال من مجالات الاستبانة، واستخدام اختبار(t) لتحديد مصادر هذه الفروق بحسب جنس الطالب، ويوضح جدول (6) ذلك.

جدول (6): نتائج اختبار (t) للعينات المستقلة لدلالة الفروق في متوسطات الدوافع لكافة مجالات الدراسة تبعاً لمتغير

الجنس

المجال	الجنس	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الدوافع النفسية الاجتماعية	ذكر	174	3.487	0.621	0.741	0.459
	أنثى	137	3.54	0.632		
الدوافع الأكاديمية	ذكر	174	3.617	0.734	1.658	0.072
	أنثى	137	3.779	0.842		
	أنثى	137	3.215	0.777		
الدرجة الكلية	ذكر	174	3.491	0.518	0.230	0.818
	أنثى	137	3.505	0.566		

تظهر نتائج الجدول (6) أن قيمة مستوى الدلالة للدرجة الكلية للمجالات (0.818) وهي أكبر من α= 0.05، وبذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام الشباب الفلسطيني الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس. وهذا مؤشر على أنه لا يوجد اختلاف في دوافع طلاب وطالبات الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة (النفسية الاجتماعية والأكاديمية) من وراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. وقد يعزى ذلك إلى تشابه بيئة وظروف طلاب وطالبات الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، فهي موحدة على السواء حيث أن الطلاب والطالبات يتلقون العلوم نفسها ويعيشون في الظروف نفسها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. وبذلك تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عابد (2012) وداسة شاهين (2010).

ب. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظات غزة تعزى لمتغير الجامعة (الازهر، الاسلامية، القدس المفتوحة، الأقصى)؟

للإجابة عن السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل مجال من مجالات الاستبانة، واستخدام اختبار(F) لتحديد مصادر هذه الفروق بحسب نوع الجامعة، ويوضح جدول (7) ذلك.

جدول (7): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) للتعرف الفروق بين متوسطات دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف متغير الجامعة

المجالات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
الدوافع النفسية الاجتماعية	بين المجموعات	5.913	3	1.971	5.249	0.002
	داخل المجموعات	115.272	307	0.375		
	المجموع	121.185	310			

الدوافع الأكاديمية	بين المجموعات	4.411	3	1.47	2.411	0.067
	داخل المجموعات	187.252	307	0.61		
	المجموع	191.663	310			
المجال الكلي	بين المجموعات	1.865	3	0.622	2.168	0.092
	داخل المجموعات	88.059	307	0.287		
	المجموع	89.924	310			

تظهر نتائج تحليل التباين الأحادي أن قيمة مستوى الدلالة للدرجة الكلية للمجالات بلغت (0.092) وهي أكبر من α= 0.05، وبذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجامعة لجميع المجالات ما عدا المجال الأول (الدوافع النفسية الاجتماعية).

ويرجع الباحث هذه النتيجة إلى أن طلبة الجامعات على الرغم من اختلاف الجامعات التي يدرسون بها إلا أنهم يختارون ما يحقق أهدافهم ويشبع رغباتهم وأهدافهم، فبالرغم من تشابه حاجات الشباب الفلسطيني النفسية والاجتماعية والأكاديمية والسياسية والاقتصادية، إلا أن المؤسسة التعليمية تلعب دوراً هاماً في توفير الأنشطة المختلفة التي تساعد طلبة الجامعات على اشباع احتياجاتهم المختلفة. حيث يجد طلبة الجامعة الإسلامية متسعاً عبر شبكات التواصل الاجتماعي من أجل اشباع الحاجات النفسية المتمثلة في تكوين الصداقات وتبادل الخبرات واظهار مواهبهم والشعور بالتقدير والحب والاحترام وغيرها من الحاجات.

جدول (7): يوضح اختبار شيفيه للمجال الأول (الدوافع النفسية الاجتماعية) تبعاً لمتغير الجامعة

المستوى	الأزهر 3.323	الإسلامية 3.616	القدس المفتوحة 3.607	الأقصى 3.453
الأزهر 3.323	-			
الإسلامية 3.616	0.003	-		
القدس المفتوحة 3.607	0.112	0.0999	-	
الأقصى 3.453	0.945	0.896	0.928	-

يتضح من الجدول السابق (7) وجود فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفسية الاجتماعية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعة الإسلامية وطلبة جامعة الأزهر لصالح طلبة الجامعة الإسلامية.

ت. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظات غزة تعزى لمتغير الكلية (علمية – إنسانية)؟

للإجابة عن السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل مجال من مجالات الاستبانة، واستخدام اختبار(t) لتحديد مصادر هذه الفروق بحسب نوع الكلية، ويوضح جدول (14) ذلك.

جدول (8): نتائج اختبار(t) للعينات المستقلة لدلالة الفروق في متوسطات الدوافع لكافة مجالات الدراسة تبعاً لمتغير الكلية

المجال	نوع الكلية	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت "	مستوى الدلالة
الدوافع النفسية الاجتماعية	إنسانية	198	3.55	0.59	1.503	0.134
	علمية	113	3.44	0.68		
الدوافع الأكاديمية	إنسانية	198	3.707	0.732	0.220	0.583
	علمية	113	3.656	0.875		
	علمية	113	3.146	0.901		
الدرجة الكلية	إنسانية	198	3.534	0.503	1.533	0.112
	علمية	113	3.433	0.592		

تظهر نتائج الجدول (8) أن قيمة مستوى الدلالة للدرجة الكلية للمجالات (0.112) وهي أكبر من α= 0.05، وبذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع النفسية الاجتماعية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير نوع الكلية لجميع المجالات.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى مناسبة وملائمة شبكات التواصل الاجتماعي كتقنية اجتماعية أكاديمية يمكن استخدامها في التعليم الالكتروني لجميع التخصصات والكليات على اختلاف وتنوع مناهجها.

ث. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظات غزة تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي (الأول، الثاني، الثالث، الرابع، الخامس)؟

للإجابة عن السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل مجال من مجالات الاستبانة، واستخدام اختبار(F) لتحديد مصادر هذه الفروق بحسب المستوى الأكاديمي للطالب، ويوضح ذلك جدول (9):

جدول (9): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) للتعرف الفروق بين متوسطات دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف المستوى الأكاديمي

المجالات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
الدوافع النفسية الاجتماعية	بين المجموعات	0.593	4	0.148	0.376	0.826
	داخل المجموعات	120.592	306	0.394		
	المجموع	121.185	310			
الدوافع الأكاديمية	بين المجموعات	13.046	4	3.262	.5880	0.336
	داخل المجموعات	178.616	306	0.584		
	المجموع	191.663	310			
	داخل المجموعات	207.69	306	0.679		
	المجموع	212.573	310			
المجال الكلي	بين المجموعات	1.993	4	0.498	1.734	0.142
	داخل المجموعات	87.931	306	0.287		
	المجموع	89.924	310			

تظهر نتائج تحليل التباين الأحادي أن قيمة مستوى الدلالة للدرجة الكلية للمجالات (0.142) وهي أكبر من α= 0.05، وبذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع النفسية الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي.

ويرجع الباحث ذلك إلى تشابه الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي يعيشها الشباب الفلسطيني كمكون أساسي من مكونات المجتمع الفلسطيني، وبالتالي تتشابه حاجاته ودوافع النفسية الاجتماعية والأكاديمي والسياسية والاقتصادية على الرغم من اختلاف المستوى الأكاديمي.

ج. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظات غزة تعزى لمتغير المعدل التراكمي (مقبول، جيد، جيد جدا، امتياز)؟

للإجابة عن السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل مجال من مجالات الاستبانة، واستخدام اختبار(F) لتحديد مصادر هذه الفروق بحسب المعدل التراكمي للطالب، ويوضح ذلك جدول (10):

جدول (10): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) للتعرف على الفروق بين متوسطات دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف المعدل التراكمي

المجالات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
الدوافع النفسية الاجتماعية	بين المجموعات	1.388	3	0.463	1.185	0.315
	داخل المجموعات	119.797	307	0.39		
	المجموع	121.185	310			
الدوافع الأكاديمية	بين المجموعات	1.411	3	0.47	0.759	0.518
	داخل المجموعات	190.252	307	0.62		
	المجموع	191.663	310			
	داخل المجموعات	211.782	307	0.69		
	المجموع	212.573	310			
المجال الكلي	بين المجموعات	0.866	3	0.289	0.996	0.395
	داخل المجموعات	89.058	307	0.29		
	المجموع	89.924	310			

تظهر نتائج تحليل التبيان الأحادي أن قيمة مستوى الدلالة للدرجة الكلية للمجالات (0.395) وهي أكبر من α= 0.05، وبذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام طلبة الجامات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المعدل التراكمي. ويرجع الباحث ذلك إلى تشابه الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي يعيشها طلبة الجامعات الفلسطيني بقطاع غزة، وبالتالي تتشابه حاجاته ودوافع النفسية الاجتماعية والأكاديمي والسياسية والاقتصادية على الرغم من اختلاف المعدل التراكمي للطالب الجامعي.

ح. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظات غزة تعزى لمتغير مكان السكن؟

للإجابة عن السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل مجال من مجالات الاستبانة، واستخدام اختبار(F) لتحديد مصادر هذه الفروق بحسب مكان سكن الطالب، ويوضح ذلك جدول (11):

ISNN: 2253-0592 EISSN: 2588-199X / Prefix: 10.46315

جدول (11): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) للتعرف الفروق بين متوسطات دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف مكان السكن

المجالات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
الدوافع النفسية الاجتماعية	بين المجموعات	0.597	4	0.149	0.379	0.824
	داخل المجموعات	120.587	306	0.394		
	المجموع	121.185	310			
الدوافع الأكاديمية	بين المجموعات	1.877	4	0.469	0.756	0.554
	داخل المجموعات	189.786	306	0.62		
	المجموع	191.663	310			
	داخل المجموعات	209.694	306	0.685		
	المجموع	212.573	310			
المجال الكلي	بين المجموعات	0.924	4	0.231	0.794	0.530
	داخل المجموعات	89.001	306	0.291		
	المجموع	89.924	310			

تظهر نتائج تحليل التباين الأحادي أن قيمة مستوى الدلالة للدرجة الكلية للمجالات (0.530) وهي أكبر من $\alpha = 0.05$، وبذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير مكان السكن. ويعزو الباحث ذلك إلى التقارب الجغرافي والمكاني بين جميع محافظات القطاع، حيث أن جميع محافظات القطاع تصلها خدمات الاتصالات والانترنت.

4 – توصيات البحث:

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يمكن صياغة التوصيات التالية:

1. توعية الطلبة الجامعيين بأهمية شبكات التواصل الاجتماعي على كافة الأصعدة النفسي الاجتماعي، الأكاديمي، السياسي، الاقتصادي باعتبارها إحدى مستجدات التكنولوجيا، وخاصة التعليمية منها في الحصول على المعلومات العلمية المتنوعة، من خلال توزيع النشرات العلمية، وعقد الندوات واللقاءات التثقيفية.
2. تفعيل التواصل الأكاديمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة في التخصصات المختلفة وبين أساتذتهم.
3. الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي من خلال توظيف أساتذة الجامعات لهذه التقنية في إطار التعليم الالكتروني.
4. يقترح الباحث إجراء دراسات مماثلة على مجتمعات مختلفة ومنها مجتمع طلبة الجامعات والأطفال وطلبة المراحل الأساسية العليا في المدارس، وتقصي دوافع

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (النفسية الاجتماعية والأكاديمية والسياسية والاقتصادية)، وأثرها في تنمية شخصياتهم.

5. توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في العملية الارشادية بالجامعات الفلسطينية، من خلال تقديم خدمات الدعم النفسي الاجتماعي والإرشاد النفسي للطلبة.

*****

5- المصادر والمراجع

أولاً/ المراجع العربية:

- الصاعدي، سلطان (2012). **الشبكات الاجتماعية ..خطر أم فرصة؟** سحبت بتاريخ 2012/8/1. http://www.alukah.net/Spotlight/0/40402/
- الحمداني، بشرى (2012). **لماذا يميل الشباب لاستخدام شبكة الانترنت**، الجامعة العراقية، العراق. http://www.aliraqia.edu.iq/articles-and-researchs/1084-2011-08-21-05-30-53
- بركات، زياد (2012). صعوبات استخدام الانترنت لدى طلبة جامعة القدس المفتوحة في طولكرم. **مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية**، المجلد العشرين، العدد الأول، ص521-556.
- عابد، زهير (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي - دراسة وصفية تحليلية، **مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)**، مجلد (26)، عدد6، فلسطين.

عوض، حسنى (2011). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب. **بحث مقدم لمؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية 2011/9/26، جامعة القدس المفتوحة**، فلسطين. http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwad.pdf
- أبو فاشلة، وسيم (2011). **رياح التغيير.. هل ستدرك جدران القهر**، تقرير مرحلي، منتدى شارك الشبابي، رام الله، فلسطين.
- شاهين، محمد (2010). **دوافع استخدام الشبكة العنكبوتية لدى الطلاب في جامعة القدس المفتوحة**، فلسطين. http://www.qou.edu/arabic/researchProgram/researchersPages/mohammadShaheen/internetUsing.pdf
- الزغول، عماد (2010). **مبادئ علم النفس التربوي**، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- قطامي، يوسف (2009). **مدخل إلى علم النفس**. دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- علاونة، شفيق (2008). علم النفس العام. الريماوي، محمد (محرر)، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- المجالي، فايز(2008). دوافع استخدام الإنترنت لدى طلبة الجامعة الأردنية، **أبحاث اليرموك (سلسلة العلوم الانسانية والاجتماعية)**، 24(1)، 199-236.
- العتيبي، جارح (2008) تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية، **رسالة ماجستير غير منشوره، كلية الآداب**، جامعة الملك سعود، الرياض.
- المجالي، فايز(2007). استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، **مجلة المنارة**، المجلد **13**، العدد **7.**
- عبد الله، عامر (2007). الفيس بوك وعالم التكنولوجيا، **مجلة العلوم التكنولوجية**، 14، جامعة البتراء، عمان.
- قطامي، يوسف وعدس، عبد الرحمن (2005). **علم النفس العام**، ط2، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ساري، حلمي (2005). **ثقافة الإنترنت- دراسة في التواصل الاجتماعي**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.
- منصور، تحسين (2004). استخدام الإنترنت ودوافعها لدى طلبة جامعة البحرين: دراسة ميدانية. **المجلة العربية للعلوم الإنسانية**، جامعة الكويت، عدد 86 (22)، 167-196.
- الشامي، عبد الرحمن (2004). استخدام الشباب الجامعي اليمني للأنترنت: دراسة مسحية". **المجلة العربية للعلوم الإنسانية**، عدد 88 (22)، جامعة الكويت، الكويت.
- الأغا، إحسان والأستاذ، محمود (2004). **مقدمة في تصميم البحث التربوي**، مطبعة الرنتيسي، غزة.
- الشرهان، جمال (2003). **الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم**، ط2، مطابع الحميضي، الرياض.
- راضي، زاهر (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، **مجلة التربية، عدد15** ، جامعة عمان الأهلية، عمان.
- زهران، حامد (1995). **علم نفس النمو**، عالم الكتب، القاهرة.
- نجاتي، محمد عثمان (1995) . **علم النفس والحياة**، ط16 ، دار القلم، الكويت.

ثانياً / المراجع الأجنبية

- Karbiniski, Aren**. (2010). Facebook and the technology revolution,** N,Y Spectrum Puplications.
- Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Muko., T., and Scherlis, W. (1998). "Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-being". **Journal of American Psychologist**, vol.53, No.9, p.1017-1031.
- Nie, Norman and Erbing, Lutz. (2000). **Internet and Society: A preliminary Report**. Standford Institute for the Quantitative study of Society. Intersurvey Inc., and Mckinsey and co.
- Vansoon, Mecheel, **(2010) Facebook and the invasion of technological communities**, N.Y, Newyurk**.**
- Young, K. (1996). **Psychology of computer use: XL. Addiction use of psychology Report**. Intersurvey, Inc., and Mckinsey and co.