

## الإشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

### لدى الطالب الجامعي

أ/عيشة علة، جامعة زيان عاشور بالجلفة، وأ/ نوري الود، جامعة عمار ثليجي بالأغواط.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إثراء البحوث العلمية من خلال استخدامات طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة وما دوافع طلبة الجامعة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومدى الثقة بمعلوماتها وما هي المقترحات للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي، وتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 313 طالب موزعين كالتالي: 167 طالب و 146 طالبة، كما قام الباحثان بإعداد مقياس يقيس السمة المطلوبة وللتأكد من صدق الفرضيات وبعد التأكد من الخصائص السيكومترية وصلاحية استخدام المقياس أظهرت نتائج الدراسة أن:

- ❖ اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ايجابية.
- ❖ درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي متفاوتة.
- ❖ الإشباع المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي اجتماعية وتعليمية.
- ❖ انعكاسات الإشباع المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ايجابية.
- ❖ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) لدوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي حسب النوع لصالح الإناث.

الكلمات المفتاحية: الإشباع، الاستخدام، شبكات التواصل الاجتماعي، الطلبة الجامعيين.

1- مقدمة:

إنّ مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا مهما في تنمية مشاركة الشباب في قضايا المجتمع وذلك من خلال قيام المجموعات الشبابية بإنشاء صفحات خاصة بهم على هذه المواقع يتبنون بها قضايا المجتمع التي تقع في صلب اهتماماتهم فيعملوا على نشرها والدفاع عنها باستخدام مهارات التواصل والمناصرة والضغط لهذا يتم التركيز على مرحلة الشباب باعتبارها المرحلة الحاسمة في تقدم المجتمع أو تأخره وأهمية هذه الدراسة ترجع إلى محاولة التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي التي يلجأ إليها الطالب الجامعي والتي تساعد على تنشئة الشباب وتحقيق إشباعاته وكيفية تنمية مشاركتهم في قضاياهم الاجتماعية ليكونوا عنصرا فعالا في بناء المجتمع، وكذا تحديد الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت في ظل التطور التكنولوجي والزخم الإعلامي، ومدى مقدرة هذا النوع من الإعلام على خدمة المجتمع.

وهنا تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من المواقع المتواجدة على شبكة الإنترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب، وهي تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء مثل البلد التي يعيشون بها أو الجامعة والمدرسة التي يدرسون بها أو الشركة التي يعملون بها، وكل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي تتاح للعرض، وتعتمد مواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، وحيث أن الهدف من شبكات التواصل الاجتماعي ليس مجرد تبادل الأفكار والآراء حول الاهتمامات المشتركة والظواهر المعاصرة فقط، ولكن البحث عن الحلول وتقديم الاقتراحات للقضايا والمعضلات في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها من المجالات، ومن خلال تحقق التواصل وتبادل الأفكار بين منتسبي الجامعات.

## 2- تحديد الإشكالية:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي المصدر والسريع والفائق في تبادل المعلومات ما بين المتلقي والمرسل، حيث قدمت شبكات التواصل الاجتماعي بمخائصها وميزاتها المتنوعة منصة اجتماعية ومعلوماتية واسعة أمكن توظيفها في شتى المجالات السياسية والإعلامية والاجتماعية والتعليمية والدينية وأصبحت من الأولويات لدى الأفراد وحتى وسائل الإعلام التقليدية من أجل إيصال رسالتها للآخرين. وقد لاقت شبكات التواصل الاجتماعي إقبالا واسعا من قبل الجمهور المتلقي، وأصبحت متنفسا لكل فئات المجتمع متخطية النمط التقليدي في الاتصال، لينتقل الطالب وبشكل خاص عبر هذه الشبكات إلى فضاء يتيح فرصة الإرسال والاستقبال معا وبطريقة سهلة وبعيدة عن القيود المفروضة على الوسائل الإعلامية الأخرى، وتتنوع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي ما بين استخدامات التواصل والتفاعل مع الآخرين والاستخدامات التعليمية والدينية والثقافية والإعلامية والتسويقية والترفيهية، حيث تتنوع الاستخدامات وفقا لهدف الفرد، ويتصدر الطالب النسبة الأكبر في استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة، من خلال ما سبق عرضه فإنّ الهدف من الدراسة هو البحث في الإشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، من أجل معرفة طبيعة هذه الاستخدامات والإشباع المحققة منها، ودوافعهم لاستخدامها، وأيضا الإجابة عن الأسئلة التالية: طبيعة هذه الاستخدامات والإشباع المحققة منها، ودوافعهم لاستخدامها، وأيضا الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي؟
- ما هي الإشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي انعكاسات الإشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) للإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي حسب النوع؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) للإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي حسب المستوى التعليمي؟

### 3- فرضيات الدراسة:

- نتوقع أن تكون اتجاهات الطلبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ايجابية.
- نتوقع أن تكون درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي متفاوتة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) للإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) للإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حسب المستوى التعليمي.

### 4- أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة التعرف:

- على اتجاهات الطلبة نحو الإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- معرفة علاقة كل من الجنس والمستوى التعليمي بالإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

### 5- أهمية الدراسة:

- الكشف عن قدرات ومهارات الطالب التي يكتسبها من خلال استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي.
- توضيح دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين.

- الوقوف على أنماط استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي.
- الوقوف على الأهمية التي تسهم بها شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة على المدى الطويل في تكوين آراء ومعتقدات تكنولوجية ومعلوماتية فعالة.
- الوقوف على إيجابيات وسلبيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

#### 6- حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: اهتم الباحثان بالتعرف على الإشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين.
- الحدود المكانية: اقتصر على طلبة في بعض الجامعات الجزائرية.
- الحدود البشرية: وصلت العينة إلى 313 طالب وطالبة بواقع 146 طالبة و167 طالب

#### 7- الإطار النظري:

##### أولا-تعريف الطالب الجامعي:

يقصد به في هذه الدراسة الطالب المنتمي لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجميع الجامعات ذكرا أو أنثى، ومن كل التخصصات العلمية التي تدرس بالكلية وينتمي إلى أحد الفئات الاجتماعية المختلفة، تم اختياره من الوسط الجامعي (حمداوي، عمر، 2011، ص472)

##### ثانيا- الإشباع:

الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما، فالإشباع في نظرية التحليل النفسي تعني خفض التنبيه والتخلص من التوتر، ووفق نظرية الاستخدامات والإشباع فان الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة، يطلق عليها "الإشباعات." (EdeuTch,1971, P 07)، المقصود بالإشباع هو إرضاء الحاجة وتحقيق الدافع هذا هو الإشباع قد لا يكون كاملا ، وأحيانا لا يكون مباشرا، وذلك عندما يتعرض الفرد لوسائل لإشباع حاجات معينة، قد يتحقق إشباع بعضها بالفعل خلال هذا التعرض، إضافة إلى تحقيق إشباع أخرى لم تكن مقصودة.

ويمكن تعريف الإشباع على أنها النتائج التي يحصل عليها الأفراد نتيجة الاستخدام أو تعرف بأنها إرضاء الحاجة وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع وإشباع الدافع قد لا يكون إشباعا كاملا أو مباشرا فعند تعرض الفرد لشبكات التواصل لإشباع حاجات معينة قد يشبع بعضها أو كلها وأيضا قد يحقق إشباعا غير مقصودة.

## 1- أهداف وفروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يسعى منظور الاستخدامات والإشباعات لتحقيق ثلاثة أهداف هي:

1-السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته، يفترض مدخل الاستخدامات والإشباعات أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعية وتؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال.

2-الكشف عن دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3-التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري (حسن عماد وليلى السيد، 2000، ص242).

وقد اعتبر كاتز وزملاؤه 1973م Katz، أن الأفراد يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالآخرين وقاموا بتجميع 35 حاجة من البحوث وذلك لتحديد الوظائف الاجتماعية والنفسية لوسائل الاتصال الجماهيري يمكن تلخيصًا في خمس فئات هي:

- الحاجات المعرفية: اكتساب المعلومات، المعرفة، الفهم.
- الحاجات العاطفية: العواطف، الاستمتاع، الخبرة الجمالية.
- الحاجة للتكامل الشخصي: تدعيم المصداقية، الثقة الاستقرار.
- الحاجة للتكامل الاجتماعي: تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء.
- الحاجة لتخفيف التوتر: الهروب والترفيه. (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص3)

## 2- عناصر نظرية الاستخدامات:

بتضمن نموذج الاستخدامات والإشباعات على خمسة عناصر وهي الجمهور النشط، أو لأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، ودوافع الاستخدامات وتوقعات الجمهور منها.

### 1.2- الجمهور النشط: حيث يقسم الباحثون نشاط وإيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال

الحديثة إلى ثلاثة مستويات :

أ- الانتقائية: وهي سابقة على التعرض لوسائل الاتصال.

ب- الاستغراق والاندماج: أثناء التعرض لوسائل الإعلام.

ت- الإيجابية: حيث عمقت من مفهومها وأضافت معانٍ جديدة لكل من الانتقائية والاستغراق الذي يشغل متصفح الإنترنت بشكل لا يوجد مع وسيلة أخرى، والإيجابية التي يمارسها القارئون بالتصفح عبر مواقع الإنترنت.

**2.2- الأصول الاجتماعية والنفسية:** وتعني أن أسباب استخدام وسائل الإعلام تكمن في ظروف اجتماعية ونفسية يتم الإحساس بها كمشكلات، وقد تم صياغة علاقة الأصول النفسية والاجتماعية على النحو التالي:

الظروف الاجتماعية الشخصية والميول أو النزعات النفسية يؤثران معا في كل من العادات العامة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وأيضا في المعتقدات والتوقعات عن الفوائد التي قدمتها شبكات التواصل، والتي تشكل أعمالا أو تصرفات محددة لاختيار شبكات التواصل واستهلاكها، يتبعها تقييم للخبرة والتجربة وإمكانية تطبيق الفوائد المكتسبة في مجالات أخرى من النشاط الاجتماعي.

**2. 3-دوافع الاستخدامات:** قسمت أغلب دراسات الاتصال دوافع الاستخدامات لدى الجمهور إلى فئتين:

أ - **دوافع منفعية:** حيث يقوم الفرد باختيار المضمون الذي يتعرض له، وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام.

ب - **دوافع طقوسية:** وفيها يقوم الفرد بالتعرض لوسائل الإعلام بدون قصد مسبق، وذلك بهدف تمضية الوقت في

الاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات والتواصل الاجتماعي، وتنعكس هذه في البرامج الخيالية.

أما ماكويل وزملائه في عام 1972 فقد اقترحوا أربع فئات للدوافع تم التوصل إليها امبريقيا وهي:

- التحول: ويشمل الهروب من المشكلات والروتين والراحة النفسية.

- العلاقات الشخصية: ويقصد بها الاستخدام الاجتماعي للمعلومات في المناقشات.

- الهوية الشخصية: وتشمل تعزيز القيم، وفهم الذات، واكتشاف الحقيقة وغيرها.

- المراقبة: ويقصد بها الحصول على معلومات عن أشياء ربما تؤثر في الفرد أو تساعد في

عمل أو انجاز شيء. (حسن مكاوي وليلى السيد، 1998، ص ص246-247).

وصنفت الباحثة نجوى عبد السلام الدوافع والحاجات المعرض للإنترنت وفقا لتصنيفات كاتز وزملائه إلى:

أ- **الحاجات معرفية: Cognitive Needs** وهي أكثر الحاجات التي تحققها الإنترنت لمستخدميها، حيث إن الشبكة نشأت لتحقيق عملية التشارك في المعلومات بين المؤسسات العلمية والتعليمية، لذا تحرص العديد من الجهات العلمية ومراكز المعلومات والأبحاث على إتاحة أحداث ما لديها من معلومات من خلال الشبكة والإنترنت تضم معلومات عن البيئة والمنتجات والخدمات المختلفة، وتعتبر بمثابة كتاب كبير يضم مختلف أنواع المعلومات في شبكة الإنترنت من إحدى مصادر المعلومات المهمة، حيث تتيح لمستخدميها الوصول للمعلومات سواء عن المجتمع المحيط أو العالم الخارجي أو المعلومات الاختصاصية.

ب - **حاجات عاطفية: Affective Needs** ويحقق مستخدم الشبكة الحاجات المعرفية والعاطفية عن طريق عملية التصفح لهذه المواقع التي تتيح له اكتشاف معلومات جديدة Browsing .

ت - **حاجات شخصية: Personal Integration needs** من خلال الحصول على معلومات خاصة بالفرد تقدم خدماتها للفرد بحد ذاته، ومن أمثلة الحاجات الشخصية التي تلبها الإنترنت لمستخدميها، هناك المواقع الخاصة بفرص العمل وشبكات التواصل الاجتماعي، ومواقع العناية بالصحة، ومواقع عروض الزواج. (عبد السلام، نجوى، 1998، ص93).

ث - **حاجات اجتماعية Social integration Needs** : حيث تتيح لمستخدميها الاتصال مع الآخرين والمجتمع من خلال البريد الإلكتروني والمحادثة.

ح - **حاجات هروبية Escapist Needs**: وتهدف للترفيه عن الفرد، والتخلص من المشاكل من خلال مواقع الألعاب، وهي تعمل على تقليل التوتر لدى مستخدميها.

2. 4- **توقعات الجمهور من وسائل الإعلام** ( سهام نصار، 2002، ص235 )

2. 5- **انواع الاشباعات**: تنقسم اشباعات شبكات التواصل الى مجموعة من الفئات حسب طبيعتها وهي:

2. 5.1- **اشباعات المحتوى: content Gratification** وهي الإشباعات التي تنتج من التعرض لمحتوى شبكات التواصل الاجتماعي، وتنقسم إلى قسمين:

**1- إشباعات توجيهية:** Orientation of Gratification وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات وتأكيد الذات وهي ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي. (زكريا ابراهيم الدسوقي مصيلحي صص 62-2005).

**2- إشباعات اجتماعية:** Social Gratifications ويقصد بها المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته الاجتماعية وتتمثل في التحدث مع الآخرين وإدراك الواقع الاجتماعي والقدرة على حل المشكلات وهي تنقسم الى نمطين: (نياف احمد السليطي، 2014، ص 25).

**1- إشباعات اجتماعية إقناعية:** وتشمل حصيلة المعلومات المؤيدة وتستخدم في المناقشات والتفاعل الاجتماعي.

**2- إشباعات اجتماعية هزلية:** وتأخذ شكل المنفعة الاجتماعية والشخصية التي تهتم بالأشياء المثيرة لاستخدامها في المناقشات مع الأصدقاء. (إبراهيم أبو اليزيد الدسوقي، 2009، ص 153)

**2.5.2- إشباعات العملية:** Process Gratifications وهي الإشباعات التي تتحقق للفرد من خلال التعرض بشكل عام للوسيلة في حد ذاتها وليس من خلال التعرض لمحتوى معين وتنقسم إلى نوعين هما:

(دعاء فتحي سالم سالم ص 93 ، 2007).

**1- إشباعات شبه التوجيهية:** Para - Orientational وهي إشباعات بديلة أو مكملة للإشباعات التوجيهية وتتمثل في الشعور بالراحة والاسترخاء والمتعة واستعادة الحيوية وتحدد النشاط وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه.

**2- إشباعات شبه اجتماعية:** Para-Social وهي إشباعات بديلة أو مكملة للإشباعات الاجتماعية وتتمثل في التخلص من الإحساس بالملل والضيق والإحساس بالعزلة والتوحد مع الشخصيات التي تعكسها شبكات التواصل الاجتماعي وتتحقق من خلال النوح داو التماثل Identification الذي يحدث بين الملتقى والقائم بالاتصال في شبكات التواصل الاجتماعي.(إيمان عبد الرحمان النقيب، 2015، ص 27).

**ثالثا- تعريف الاستخدام:** حسب معجم le robert de sociologie فإن الاستخدام نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي لدى ثقافة معينة بفضل التكرار و بظهور الوسائل الاتصالية الحديثة تعزز مفهوم المستخدمين والذي يرمز إلى الجمهور النشط الإيجابي ، يحدد نوع الموضوع الذي يرغب في



التعرض له و الوسائل التي يتعرض وفقا للمعلومات التي يرغب في الحصول عليها ( علياء سامي عبد الفتاح، 2009، ص72 )

**رابعا-تعريف شبكات التواصل الاجتماعي Social Networking:** يعرفها إيهاب خليفة في كتابه بأنها " مواقع تتشكل من خلال الانترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر ( إيهاب خليفة، 2016، ص42 )، وتعرف موسوعة ويب اوبيديا الشبكات الاجتماعية بأنها: "عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة معروضة، ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تستخدم لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي، مجموعات النقاش الحي غرف الدردشة وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية، كما عرفها الشهري " أنها عبارة عن منظومة من الشبكات والمواقع الإلكترونية، التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات، أو جمعه مع أصدقائه، ومن ثم تتيح للفرد إنشاء رسائل إلكترونية ونشرها بين أعضاء الموقع والمواقع المشتركة على الشبكات بحرية تامة". (موسي بن أحمد موسي الشهري، 2008، ص12)

**1-مميزات شبكات التواصل الاجتماعي:** تتعدد مميزات شبكات التواصل الاجتماعي التي تعطيها التفوق على غيرها من وسائل الاتصال الأخرى من حيث القدرات الاتصالية المتعددة والتفاعلية وسرعة التواصل ودمج وسائط ووسائل متعددة وغيرها من المميزات الأخرى، ونورد هنا أبرز هذه المميزات:

**1.1- سهولة البناء والاستخدام:** تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بمعالم جديدة من حيث البناء والاستخدامات تسهل على المستخدم التعامل معها، وهي:

- الاشتراك المجاني في الاستفادة منها.

- سهولة بناء الروابط للموضوعات ذات الاهتمام المشترك بمواقع أخرى
- استخدام وسائل النشر الفوري على الجماعات أو التشكيلات الاجتماعية.

- سهولة المشاركة في هذه الشبكات والاستفادة منها (محمد عبد الحميد، 2009، ص 129).

**2.1- قدرات اتصالية متعددة:** تتمتع مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بقدرات اتصالية متعددة، فهي تدمج بين البريد الإلكتروني والرسائل وبناء الموقع، وكتابة اليوميات وتحميل الملفات والموسيقى

والفيديو، وهذا ما يجعلها تدمج مميزات متعددة لوسائل اتصال أخرى في باقة واحد للمستخدم ( شريف اللبان، 2011، ص 88).

**3.1- بناء وتكوين صداقات متعددة:** تساعد شبكات التواصل الاجتماعي مستخدميها على تكوين صداقات جديدة عبر بيئة ومجتمع افتراضي، حيث أصبح بإمكان أي فرد أن ينشئ موقعه الخاص على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة.

**4.1- سرعة وفورية نقل الحدث والمعلومة:** بحسب لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تتعامل مع المعلومة والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة، فإن وضع احد المستخدمين أي معلومة على صفحته تصل في نفس الوقت إلى باقي المستخدمين المشتركين معهم في نفس الوقت تلقائيا.

**1.5- خلاصة الأخبار والأحداث:** توفر شبكات التواصل الاجتماعي للمتلقى إمكانية الحصول على خلاصة وافية لما تنشره المواقع الإلكترونية، التي يرتبط بها مباشرة أو من خلال أصدقائه، حيث أوجد موقع الفيس بوك وشبكات التواصل الاجتماعية بشكل عام نوعا جديدا من الخدمات الإخبارية، هذا النوع يتميز بسرعة التحديث واختصار المادة الإخبارية، فقد نشأت في الفترة الماضية صفحات إخبارية على الفيس بوك فاقت في شهرتها كثيراً من المواقع الإخبارية المتخصصة، عبر هذه الصفحات تستلک الأخبار فور وقوعها وعلى شكل رؤوس أقلام أو ملخصات توفر عليك الوقت

**6.1- شمولية الاستخدام:** أصبح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي غير مقتصر على الأفراد أو المؤسسات بأشكالها المختلفة فقط، ولا استخدامها من قبل بعض المسؤولين والسياسيين في دول عديدة في العالم فحسب، وإنما أصبحت الكثير من الجامعات والمعاهد العلمية في العالم أجمع تتواصل مع طلابها عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، ونتيجة لإقبال الناس على التسوق الإلكتروني، فقد زادت نسبة الإعلانات على المواقع الإلكترونية، مما حقق بالتالي ارتفاعاً خيالياً في أرباحها (صلاح محمد ابو صلاح، 2014، ص 90).

**7.1- دمج وسائل ووسائط متعددة:** تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بأنها تدمج الوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلايبي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد في موقع ثورة بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي

التقليدي، فضلا عن تبني هذه الشبكات للتكنولوجيا الرقمية و حالات التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص. (عباس صادق، 2008، ص8) **2- أهم الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي:** ونلخصها في الملفات الشخصية، الأصدقاء/العلاقات، الألبومات المصورة، إمكانية ترك إعلان مصور عن نشاطك، إمكانية تبادل الهدايا الالكترونية بين الأعضاء.

- إمكانية التواصل عن طريق البريد الإلكتروني أو عن طريق المحادثة الفورية.
- تتيح خدمة مشاركة الملفات لمستخدمين معينين أو بشكل مفتوح.
- تقدم خدمة ترك رسالة معينة تسمى حالة كي يراها المستخدمون الآخرون.
- يمكن لأي مستخدم ترك لمحة عن نفسه واهتماماته وإنشاء مجموعات.
- إمكانية التواصل مع عدة أشخاص حسب أي نوع من الاهتمام تريد.
- إمكانية تحديد الموقع الجغرافي وتبديله كلما استدعت الحاجة، والتواصل مع الآخرين حسب الموقع الجغرافي.
- إمكانية ممارسة الألعاب مع أطراف عدة من خلال هذه الشبكات (صلاح محمد ابو صلاح، 2014، ص91).

**3- دوافع استخدام منتسبي الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي:** ويمكن القول إن استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي قد أدت إلى ظهور المجتمعات الافتراضية التي تسعى إلى غرس الوطنية وتحقيق الانتماء والولاء وحب الوطن لدى منتسبي الجامعة، ويتم ذلك من خلال استثمار غايات ودوافع استخدام منتسبي الجامعات لها والتي تتمثل فيما يلي: (Boyd. & Ellison, 2007).  
- غايات دينية أخلاقية: وتتحقق هذه الغايات من خلال المناهج الدراسية والأنشطة المتنوعة للدعوة وتبادل النصيحة والمواد الدينية المسموعة والمرئية والمكتوبة.  
- غايات تعليمية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات والخبرات.  
- غايات تجارية: وتتضح هذه الغايات من خلال التسويق والإعلان والترويج للبرامج الأكاديمية والإدارية والأنشطة.

- غايات سياسية: وتتضح هذه الغايات من خلال الدعاية والتوجيه، وقد عاين العالم العربي ما كان لمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر من تأثير بالغ في انتقال الثورات من بلد عربي إلى آخر

ومن مدينة إلى أخرى.

- غايات ترفيهية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الموسيقي والصور والمقاطع المصورة وما إلى ذلك.
- غايات أدبية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الكتابات الأدبية وتبادل الآراء حولها.
- غايات نفسية اجتماعية: خروجاً من العزلة وسعيًا إلى بناء علاقات اجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات اجتماعية.

#### خامسا-الدراسات السابقة:

1- دراسة صلاح محمد ابو صلاح (2014) بعنوان " استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة" وتهدف التعرف إلى استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة وما دوافع طلبة الجامعات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومدى الثقة بمعلوماتها وما هي المقترحات للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي، وتندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج الدراسات المسحية مسح جمهور وسائل الإعلام معتمدا على نظرية الاستخدامات والإشباع، واستخدم صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسة لجمع البيانات من المبحوثين، والمقابلة كأداة ثانوية، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 390 مفردة موزعين على طلبة الجامعات الفلسطينية النظامية بقطاع غزة (وهي الجامعة الإسلامية، توصلت الدراسة إلى أن 90 % من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وبينت الدراسة أن الفيس بوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما، وتصدر دافع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج سبب استخدام شبكات التواصل، تلاه دافع الحصول على المعلومات واكتساب خبرات، ثم دافع التسلية وقضاء أوقات الفراغ.

-وكشفت الدراسة عن وجود فروق في الاستخدام لصالح الذكور، كما كشفت عن فروق لصالح طلبة جامعة الأزهر في الاستخدام. وبينت الدراسة أن الموضوعات الترفيهية تصدرت أبرز الموضوعات التي يطالعها المبحوثون بنسبة % 70.57، تلاها الموضوعات الاجتماعية بنسبة % 62، ثم الموضوعات الثقافية بنسبة % 61,4. تصدرت إشباع التفاعل الاجتماعي بنسبة % 33.2، تلتها إشباع مراقبة البيئة بنسبة % 27.3 ثم إشباع المشاركة بالرأي بنسبة % 23.8، وأخيرا إشباع التسلية بنسبة % 20.1 وأوضحت الدراسة أن مستوى الثقة بشبكات التواصل الاجتماعي تأتي بدرجة متوسطة، وأن شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على متابعة وسائل الإعلام الأخرى.

2-دراسة أوجد عزات جمعة (2013)، بعنوان "دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة" هدفت الدراسة التعرف إلى دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، تم اختيارهم بطريقة عشوائية قوامهم ( 311 ) طالب وطالبة من الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، ومن الأدوات التي تم تطبيقها لتحقيق أغراض البحث استبانة دوافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي حيث اشتملت على المجالات التالية: ( الدوافع النفسية الاجتماعية، الدوافع الأكاديمية، الدوافع السياسية، الدوافع الاقتصادية)، في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات وبعد إجراء المعالجة الإحصائية للبيانات تم التوصل إلى النتائج التالية:

1-لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي النفسية الاجتماعية الأكاديمية، الاقتصادية لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس، ما عدا الدوافع السياسية فكانت الفروق لصالح الذكور.

2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي النفسية الاجتماعية الأكاديمية، السياسية، الاقتصادية التواصل الاجتماعي تعزى للمتغيرات التالية: نوع الكلية، والمستوى الأكاديمي والمعدل التراكمي، ومكان السكن.

3-دراسة محمد احمد شاهين (2010) بعنوان" دوافع استخدام الشبكة العنكبوتية لدى الطلاب في جامعة القدس المفتوحة" هدفت هذه الدراسة إلى تقصي دوافع استخدام الشبكة العنكبوتية لدى الطلاب في جامعة القدس المفتوحة، وتحديد أهمية كل دافع بحسب بعض خصائصهم النوعية، إضافة إلى تحديد بعض السمات الشخصية لمستخدمي الشبكة العنكبوتية من الطلبة الجامعيين. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي القائم على وصف الواقع من خلال الاستبانة، التي صممت لأغراض الدراسة، وتمتعت بدلالات صدق وثبات تسمح باعتبارها مناسبة لأغراض الدراسة. اختيرت عينة الدراسة من الطلاب في منطقة تعليمية واحدة بطريقة المعاينة العنقودية، فكان العدد الإجمالي (346) بنسبة (5%) من عدد الطلاب الإجمالي، اعتمد منها (309) بعد استبعاد الاستجابات غير المكتملة. أظهرت نتائج الدراسة أن (90 %) من الطلاب لديهم كفاءة متوسطة فأعلى في استخدام الشبكة العنكبوتية، وتوصلت الدراسة إلى أن دافع عدم الرغبة في التواصل هو الأكثر شيوعًا لدى الطلاب، يليه دافع الهروب والاختلاء بالذات، والاندماج الاجتماعي، والتحكم، والاندماج الشخصي، والمتعة والترفيه في مرتبة متقاربة، وأخيرا دافع الحصول على المعلومات، وأظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في مجال

المعلومات والهروب، والاندماج الاجتماعي، وعدم الرغبة في التواصل تبعًا لمتغير الجنس، والفئة العمرية، ولصالح الذكور والفئة العمرية الأقل من (20) عاما، أما الفروق في الدوافع بحسب متغيري البرنامج الدراسي والتخصص، فكانت دالة إحصائيًا فقط في مجال دافع الحصول على المعلومات، ولصالح طلبة السنة الأولى من برنامج التكنولوجيا.

4-دراسة المجالي (2008) دراسة هدفت إلى معرفة دوافع استخدام شبكة الشبكة العنكبوتية لدى طلبة الجامعة الأردنية من خلال عينة عشوائية حجمها (556) طالبًا وطالبة. وبينت نتائج الدراسة أن غالبية الباحثين استخدموا الشبكة العنكبوتية منذ أكثر من سنة، وأن مستوى الكفاءة والرضا عن استخدامهم للشبكة العنكبوتية معتدل، وأن أكثر المواقع والتطبيقات للشبكة العنكبوتية تستخدم لغايات بحثية وعلمية. كما أشارت النتائج إلى أن مجال دوافع المعلومات في استخدام الشبكة العنكبوتية جاء بالمرتبة الأولى، ومجال دوافع الرغبة في التواصل بالمرتبة الأخيرة. وأظهرت النتائج كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام الشبكة العنكبوتية لدى الطلبة تعزى لمتغير الجنس، ونوع الكلية العلمية، والمستوى الدراسي

5-بينما هدفت دراسة الشامي (2004) للتعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي اليمني للانترنت، حيث بلغ حجم العينة (400) من الشباب الجامعي، ومن أهم ما توصلت إليه من نتائج هو استخدام شبكة الإنترنت من قبل أفراد العينة كان بدافع الحصول على المعلومات، واستخدام البريد الإلكتروني، ثم لقراءة الصحف والمجلات وعن أهم اتجاهاتهم نحو منافع استخدام الإنترنت فقد اتسمت بالإيجابية، وبخاصة ما يتعلق بكونها من أهم الوسائل المساعدة في إنجاز الأبحاث العلمية، ووسيلة للتواصل مع العالم الخارجي، ووسيلة ثقافية لإجراء حوارات علمية، ووسيلة لمعرفة أهم ما يحدث في العالم. I. إجراءات الدراسة الميدانية:

1-منهج الدراسة: اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي لملاءمته الدراسة على حد علمنا قصد تحليل ودراسة الإشكالية التي تمّ طرحها، والمنهج الوصفي يعبر عن جمع البيانات بنوعها الكمية والكيفية حول الظاهرة محل الدراسة من أجل تحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج لمعرفة طبيعتها وخصائصها وتحديد العلاقات بين عناصرها وبينها وبين الظواهر الأخرى وصولاً إلى تعميمها (محمد بوفاتح.2007.ص 11)

2-مجتمع وعينة الدراسة: تمّ اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية probability sample. حيث يتم تشكيل هذه العينة على أساس أن يكون هناك احتمال متساو أمام جميع العناصر في مجتمع الدراسة

لاختبارها (رجحي وعثمان.2000.ص143)، وتم تطبيق المقياس على عينة استطلاعية مقدره بـ (60) فرد لأجل حساب الخصائص السيكمومترية للمقياسين والتأكد من صلاحيتها.

### 3- أدوات الدراسة وخصائصها السيكمومترية:

**1.3- مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:** قام البحثان ببناء المقياس بالاعتماد على مجموعة من المقاييس، حيث يتضمن المقياس في صورته النهائية (72) عبارة موزع على أربع محاور هي محور الإشباع المحققة من استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي ومحور دوافع استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي ومحور أنماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي، إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الطلبة، وتبلغ أعلى درجة للمقياس (216) درجة وأقل درجة (72) درجة يجيب الأفراد بدائل الإجابة الثلاثة (موافق - محايد - غير موافق)، أعطيت أوزان تراوحت بين (1-3) حسب تسلسل الإجابة.

**2.3- الخصائص السيكمومترية للمقياس:** يرى المتخصصون في مجال القياس النفسي أنّ الصدق هو الخاصية الوحيدة التي تحدد جوانب الاختبار وأنّ الاختبار الصادق هو الذي ترتبط درجاته بدرجة عالية مع السلوك الفعلي الذي كان يهدف إلى قياسه أي الصدق هو أن يكون الاختبار قادرا على قياس ما وضع لقياسه بمعنى أن يكون الاختبار ذا صلة وثيقة بالسمة التي يقيسها (السيد، محمد.2006. ص.ص17-19)، للتأكد من صلاحية المقياس على البيئة الجزائرية، قمنا بتطبيق المقياس على أفراد عينة الدراسة، وحساب معامل الصدق والثبات بعدة طرق هي:

### 1.2.3- صدق المقياس :

#### 1-الصدق التمييزي (المقارنة الطرفية):

وهو قدرة المقياس على التمييز بين طرفي الخاصية التي يقيسها حيث يطبق المقياس على مجموعة المفحوصين ثم ترتب الدرجات التي تم الحصول عليها تنازليا أو تصاعديا، ثم يقارن بين المجموعتين المتناقضتين اللتان تقعان على طرفي الخاصية، ويستعمل أسلوبا إحصائيا ملائما وهو اختبار "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطين حسابيين ويكون المقياس صادقا كلما كان قادرا على التمييز تمييزا دالا بين المجموعتين المتطرفتين (نوبيات.2013.ص104)، تمّ الاعتماد لحساب صدق المقياس على الصدق التمييزي، حيث تمّ ترتيب الدرجات من الأدنى إلى الأعلى بحيث تم أخذ 27% من أعلى التوزيع و27% من درجات أدنى التوزيع فكان عدد الأفراد (16) فردا، وبعد ذلك تمّ حساب (T) لمعرفة الفروق بين المجموعتين (محمود المنسي.2006.ص250)، نلاحظ من خلال الجدول (01)، أنّ قيمة (t) بلغت

القيمة (12.78) عند درجة الحرية (30) بمستوى الدلالة الإحصائية (0.00) أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المقياس بين المجموعتين، وذلك لصالح المجموعة العليا أي المقياس لديه قدرة تمييزية، حيث بلغ متوسط المجموعة العليا (224.43) بينما متوسط المجموعة الدنيا بلغ (165.37) وهذا ما يؤكد أنّ المقياس صادق.

جدول رقم (01) يمثل نتائج صدق المقياس بطريقة الصدق التمييزي.						
المتغير المقاس	مجموعات المقارنة	N	$\bar{X}$	S2	T	Df
استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	المجموعة الدنيا	16	123	4.44	25.326	30
	المجموعة العليا	16	174	6.75		

## 2- صدق الاتساق الداخلي Internal Consistency:

صدق الاتساق الداخلي من أهم أنواع الصدق التي يمكن استخدامها للتحقق من صدق الأداة، ويرتبط هذا النوع من الصدق بالتحقق من الاتساق بين أبعاد المقياس ومدى ارتباطها بالدرجة الكلية، مع مراعاة عدم التداخل بين المفردات المكونة لكل بعد أو التداخل بين مفردات المقياس ككل (بندر بن ناصر، 2004، ص20)، وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي قمنا بحساب ارتباط درجة كل محور بالدرجة الكلية للمقياس، واتضح أنّ هناك ارتباط بين كل محور بالدرجة الكلية للمقياس حيث أنّ كل هذه الأبعاد صادقة عند مستوى الدلالة (0.000)، بالتالي المقياس صادق.

### 2.2.3- ثبات المقياس:

يؤكد التعريف الشائع للثبات أنّه يشير إلى إمكانية الاعتماد على أداة القياس أو على استخدام الاختبار، وهذا يعني أنّ ثبات الاختبار هو أن يعطي نفس النتائج باستمرار إذا ما استخدم الاختبار أكثر من مرة تحت ظروف مماثلة، أي الثبات يشير إلى أنّه عند تكرار تطبيق الاختبار نحصل على نتائج لها صفة الاستقرار (فاطمة وميرفت، 2002، ص 165). اعتمد الباحثان في حساب ثبات المقياس مجموعة من الطرق هي:

### 1- ثبات المقياس بطريقة ألفا-كرونباخ Cronbach Alpha M:

يعتبر معامل ألفا كرونباخ أحد مؤشرات الاتساق الداخلي للمقياس، ويمثل معامل ألفا متوسط المعاملات الناتجة عن تجزئة الاختبار بطرق مختلفة، ويتم حساب تباين كل بند من بنود المقياس ثم مجموع التباينات، وكذلك تباين الدرجة الكلية للمقياس، وتشتت أن تقيس بنود المقياس سمة واحدة فقط (السيد محمد، 2006، ص9)، تمت معالجة البيانات بطريقة ألفا - كرونباخ للمقياس فكانت النتائج



المحصل عليها أنّ معامل الثبات بلغ القيمة (0.820) للمقياس وهذا يدل على الثبات وبما أنّ هذه القيم تقترّب من الواحد فهي قيمة عالية وتدل على الثبات المرتفع للمقياس وبالتالي فهو ثابت.

## 2- حساب ثبات المقياس بطريقة التجزئة النصفية Split-Half:

يتم حساب معامل الارتباط بيرسون بين نصفي الاختبار باستخدام معادلة سبيرمان براون (الافتراض عن استخدام هذه المعادلة تساوي تباين الدرجات على نصفي الاختبار - أي تجانس التباين وهذا شرط من شروط التكافؤ) (سناة ابراهيم ابودقة، 2012، ص11)، اعتمدنا في حساب الثبات على طريقة التجزئة النصفية والتأكد من الثبات بطريقة جوتمان، والجدول (02) يلخص لنا نتائج معالجة البيانات بطريقة التجزئة النصفية حيث نلاحظ أنّ قيمة معامل ثبات المقياس بطريقة التجزئة النصفية وصلت إلى (0.571) قبل التصحيح وبعد التصحيح بطريقة جوتمان وصلت القيمة إلى (0.723) وهي قيمة عالية بالتالي المقياس ثابت.

جدول رقم (02): يمثل نتائج معامل ثبات المقياس بطريقة التجزئة النصفية						
معامل الثبات		N	S <sup>2</sup>	$\bar{X}$	النود	المتغير المقاس
طريقة التصحيح	بعد التصحيح	30	8.10	69.78	الفردية	استخدام شبكات
جوتمان	0.723	30	9.25	70.36	الزوجية	التواصل الاجتماعي
		60	15.39	140.15	الكلية	

## 3- الثبات بطريقة إعادة الاختبار Test -Retest:

تمت هذه الطريقة باختبار عينة عشوائية من مجتمع البحث ويطبق عليها الاختبار ثم بعد أسبوع تقريبا نعيد التطبيق مرة أخرى، ثم يتم حساب معامل الارتباط بين نتائج الاختبارين وذلك باستخدام معادلة سبيرمان كلما كان معامل الارتباط مرتفعا كان معامل الثبات مرتفعا (نادية حسين العقون، 2013، ص229). نلاحظ من خلال الجدول المحصل عليه أنّ قيمة معامل الارتباط (r) بلغت القيمة (0.984) عند درجة حرية 58 ومستوى الدلالة 0.000 وهي قيمة اقل من 0.05 بالتالي الارتباط دال وقريب من الواحد وقوي بالتالي المقياس ثابت.

جدول رقم (03) يمثل نتائج ثبات المقياس بطريقة إعادة الاختبار.							
المتغير المقاس	نموذج	N	$\bar{X}$	S <sup>2</sup>	R	Df	الدلالة الإحصائية
استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	تطبيق الاختبار	60	147.41	20.64	0.984	58	0.00 دال إحصائيا
	إعادة تطبيق الاختبار	60	156.53	13.68			

#### 4- الأساليب الإحصائية:

اعتمدنا على بعض الأساليب الإحصائية بهدف تسهيل عملية العرض والتحليل والتفسير وصولاً إلى نتائج الدراسة التي سنخرج بها ويمكن توضيحها كالتالي:

1. تطبيق مقاييس النزعة المركزية المتمثلة في (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري).
2. دراسة دلالة الفروق وذلك بتطبيق.

- اختبار "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات، ولقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستعمال حزمة البرنامج الإحصائي في العلوم الاجتماعية (spss23) والتي حصلنا من خلالها على النتائج التي ستعرض في الفصل الموالي.

#### 5- عرض وتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها:

- ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

- عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى: نص الفرضية:

نتوقع أن تكون اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ايجابية" وللتأكد من صحة الفرضية استخدمنا اختبار (T) كما تم حساب المتوسط والانحراف المعياري للتفكير الإيجابي. نلاحظ من خلال الجدول المحصل عليه أنّ قيمة (T) بلغت القيمة 1.99 عند درجة الحرية 312 بمستوى الدلالة الإحصائية (0.047)، حيث أن قيمة المتوسط الحسابي الكلي 145.86 وهي أكبر من قيمة المتوسط الفرضي التي بلغت 144 والانحراف المعياري بلغ القيمة 16.54 وهذا ما يؤكد الفرضية وبالتالي نقبلها أي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ايجابية، يمكن عزو هذه النتيجة إلى أنّها تلبي احتياجات الطلبة بشكل كبير فظاهرة تنوع المعلومات والبرامج عبر شبكات التواصل الاجتماعي تضع الطلبة أمام سبيل الانتقاء المبني أساساً على عامل الجودة المطروح بشدة للاطلاع على مستجدات المجتمع وأخباره ومصدر للمعلومات ونموذجاً للانفتاح والحرية، ونتيجة لتعدد أشكال ومصادر المعلومات المتاحة عبرها تمكنهم من الاستفادة من مصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة لزيادة فعالية التعلم الذاتي أيضاً بدافع التسلية والترفيه والشعور بالسعادة والتواصل مع الزملاء والأصدقاء في كل مكان. تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الشامي 2004.

جدول رقم(04): يمثل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ونتائج اختبار (T) لمعرفة الاتجاهات							
متغيرات الدراسة	N	$\bar{X}$	$\bar{X}_0$	S	T	DF	مستوى الدلالة
اتجاهات الطلبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	313	145.86	144	16.54	1.99	312	0.047 دال إحصائيا

\*دالة عند مستوى 0.05

- ما درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي؟

عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية: نص الفرضية

" درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي متفاوتة"، للتحقق من هذه الفرضية تم حساب المتوسط والانحراف المعياري لدرجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى

جدول (05) يمثل المعطيات الوصفية لأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين.			
الأنماط	N	$\bar{X}$	S
نادرا	47	27.40	2.09
أحيانا	221	34.53	3.14
باستمرار	45	45.31	2.60
المجموع	313	35.01	5.72

الطالب في ثلاث أنماط ثم حساب تحليل التباين الأحادي للمتغير والنتائج يوضحها الجدول (05)، يتضح أنّ جميع المتوسطات متفاوتة بين أنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث نجد أنّ قيمة المتوسط الحسابي في نمط نادر بلغت 27.40 وبانحراف معياري قدر بقيمة 2.09 ومتوسط الحسابي للنمط أحيانا بلغ 34.53

وبانحراف معياري قدر بقيمة 3.14 والمتوسط الحسابي للنمط باستمرار بلغ 45.31 وبانحراف معياري قدر بقيمة 2.60 وهذا يدل على وجود فروق دالة إحصائية بين أنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لصالح النمط المستمر.

جدول (06) يمثل نتائج اختبار Test of Homogeneity of Variances			
Test of Homogeneity of Variances			
محور الاستخدام			
Sig.	df2	df1	Levene Statistic
0.000	310	2	10.697

في الجدول (06)، تظهر قيمة إحصاء ليفين = 10.697 ، وقيمة مستوى الدلالة بلغت 0.000 وهذا يدل على عدم التجانس في الفروق.

يتضح من الجدول (07)، أنّ: - قيمة (ف) في نمط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب بلغ قيمة 437.255 عند مستوى دلالة 0.000 وهي دالة إحصائية بالتالي تحققت الفرضية أي نقبل الفرضية درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي متفاوتة،

يمكن عزو هذه النتيجة إلى أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للطلبة الجامعيين ومدى تحقيقها لدوافعهم وإشباع حاجاتهم النفسية والتعليمية والاجتماعية والترفيهية والثقافية والرياضية، من خلال الاندماج الشخصي والاجتماعي والحصول على المعلومات تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الشامي 2004 ودراسة محمد احمد شهين 2010 واختلفت مع نتيجة دراسة مجد عزات جمعة 2013.

جدول (07) يمثل نتائج تحليل التباين لمط استخدام شبكات التواصل.						
المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	DF	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة
نمط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب	داخل المجموعات	7543.033	2	3771.517	437.255	0.000 دال إحصائيا
	بين المجموعات	2673.887	310	8.625		
	المجموع	10216.920	312			

\* عند مستوى 0.05

- ما هي الإشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟  
عرض وتحليل نتائج الفرضية الثالثة: نص الفرضية

"الإشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي اجتماعية وتعليمية"، للتحقق من هذه الفرضية تم حساب المتوسط والانحراف المعياري للإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب. حيث يتبين من الجدول أ(08)، أنّ الطلبة يستخدمون شبكات التواصل حسب الرغبة المطلوبة حيث نجد أنّ ما نسبته 73.8% يعتبرون توفر العديد من الخدمات الاجتماعية من أهم الإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل تليها ما نسبته 72.8% استعمال لغات مختلفة في التواصل ثم ما نسبته 71.6% اكتساب مهارات جديدة تفيدني في الدراسة ثم ما نسبته 70.9% أشبعت لديهم حب التسلية وساعدتهم على ملء أوقات الفراغ واستمرارية تدفق المعلومات وحدائتها 70% ثم ما نسبته 69.6% جعلتهم يتبنون أفكار وآراء تعجبهم، ثم ما نسبته 68.7% توفر العديد من الخدمات الاتصالية ثم ما نسبته 65.8% جعلتني اجتماعيا أكثر وعززت مكانتهم الاجتماعية وكسر العزلة والجمود الاجتماعي، ثم ما نسبته 58.5% جعلتهم يعيدون الاتصال بأصدقائهم القدامى الذين فقدوا الاتصال بهم و سهّلت لهم التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والمشاركة في منتديات ثم تتلوها إشباعات أخرى بنسب اقل 50% يمكن عزو هذه النتيجة إلى أن إشباعات التفاعل الاجتماعي متسقة مع الإشباعات العلمية ومع إشباعات التسلية ومع إشباعات المشاركة بالرأي، تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة صلاح محمد 2014.

جدول (08) يمثل المعطيات الوصفية لبنود محور الإشباع المحققة من استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي.									
البنود	N	S	$\bar{X}$	%	البنود	N	S	$\bar{X}$	%
37	313	0.75	2.01	70.6%	46	313	0.76	2.34	47.6%
38	313	0.78	2.19	57.5%	47	313	0.82	1.95	68.4%
39	313	0.85	1.89	68.7%	48	313	0.81	1.90	71.6%
40	313	0.81	1.84	73.8%	49	313	0.77	2.33	47.9%
41	313	0.83	2.00	65.2%	50	313	0.75	1.03	69.6%
42	313	0.77	1.93	72.8%	51	313	0.79	2.05	65.8%
43	313	0.78	2.18	58.5%	52	313	0.82	2.19	54.6%
44	313	0.82	2.28	47.6%	53	313	0.80	2.16	58.5%
45	313	0.80	1.93	70.6%	54	313	0.78	1.95	70.9%

- ما هي انعكاسات الإشباع المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

- عرض وتحليل نتائج الفرضية الرابعة: نص الفرضية:

"نتوقع أن تكون انعكاسات الإشباع المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ايجابية" وللإجابة عن الفرضية استخدمنا اختبار (T) كما تم حساب المتوسط والانحراف المعياري للمقياس. حيث يتبن من الجدول (09)، أنّ قيمة (t) بلغت 21.65 عند درجة حرية 311 وبمستوى دلالة 0.000 وهي قيمة دالة إحصائيا، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي في الاتجاهات الايجابية 40.85 وهي قيمة أكبر من قيمة المتوسط الحسابي في الاتجاهات السلبية 32.05، وبالتالي يمكننا الحكم بقبول الفرضية التي تنص على توقع انعكاسات الإشباع المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ايجابية، يمكن عزو هذه النتيجة إلى أنّ أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي الاستفادة في مجال العلمي وفي زيادة الوعي الديني والصحي وسهولة الحصول على المعلومات وفضاء لتبادل الخبرات وسهولة التواصل مع الأصدقاء ولزيادة الثقة وتخطي حاجز الخجل والانفتاح على الواقع.

جدول رقم(09): يمثل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ونتائج اختبار(T) لمعرفة انعكاسات المتغيرات						
المتغيرات	N	$\bar{X}$	S	T	DF	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	165	40.85	3.76	21.65	311	0.000 دال إحصائيا
الاتجاهات السلبية	148	32.05	3.42			

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) لدوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي حسب النوع؟  
- عرض وتحليل نتائج الفرضية الخامسة: نص الفرضية:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) لدوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي حسب النوع " وللإجابة عن الفرضية استخدمنا اختبار (T) كما تم حساب المتوسط والانحراف المعياري للمقياس. حيث يوضح يتبين من الجدول أ (10)، أنّ قيمة (t) بلغت 2.007 عند درجة حرية 311 وبمستوى دلالة 0.046 وهي قيمة دالة إحصائية، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي عند الذكور 35.14 وانحراف معياري قدر بقيمة 3.76 وبلغ المتوسط الحسابي عند الإناث القيمة 36.16 وانحراف معياري قيمته 3.42، بالتالي تحققت الفرضية توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) لدوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي حسب النوع لصالح الإناث، يمكن عزو هذه النتيجة إلى أنّ الإناث لديهم إمكانية الوصول إلى هذه الشبكات سواء من المنزل أو الهاتف المحمول سهلة الاستخدام عبر مختلف الأجهزة الالكترونية ولديهم الوقت للتواصل من خلالها مع مواقع أخرى مختلفة حسب اهتماماتهن أكثر من الذكور لاستخدام شبكات التواصل منها الاهتمامات التعليمية، الصحية، الفنية، الحرفية، الطبخ.... من خلال الاستعانة بالفيس بوك والمنتديات وغيرها، اتفقت هذه النتيجة جزئيا مع نتيجة دراسة صلاح محمد أبو صلاح 2014 ودراسة محمد احمد شاهين 2010 ودراسة المجالي 2008 واختلفت مع نتيجة دراسة أمجد عزات جمعة 2013.

جدول رقم (10): يمثل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ونتائج اختبار (T) لمعرفة الفروق						
المتغيرات	N	$\bar{X}$	S	T	DF	الدلالة الإحصائية
دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة	167	35.14	3.76	2.007	311	0.046 دال إحصائيا
	ذكور	146	36.16			

## 8- خاتمة واقتراحات:

يمكن أن نقترح مايلي:

- 1- إثراء المكتبات والمجهرودات العلمية والأكاديمية بأبحاث تتبعية أوسع واشمل من اجل إيضاح جوانب أخرى وكشف الستار عن جوانب أخرى لم تأخذ نصبها من الدراسات العلمية.
- 2- توعية الطلبة حول النشر الالكتروني وكيفية استغلال الشبكة بطريقة ايجابية ومفيدة وبعيدة عن التطرف والتحيز وتبني الأفكار الهدامة.
- 3- محاولة إنشاء شبكة إسلامية عربية خاصة بالجامعات العربية والإسلامية تثري فكر الطالب العربي والمسلم.

## 9- المراجع المعتمدة:

### 1.9. الكتب:

1. أبو سليمان، عبد الوهاب إبراهيم. (2005). البحث العلمي: صياغة جديدة. ط 9. الرياض: مكتبة الرشد.
2. أمين، رضا عبد الواحد. (2007) الصحافة الالكترونية، ط 1. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
3. الجميعي، فؤاد (1987). الأسس النظرية والتطبيقية لتخطيط نشاط البحث العلمي. عمان: شركة الشرق الأوسط للطباعة.
4. حسن، مكاوي وليلى السيد (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
5. خليفة، إيهاب (2016)، حروب مواقع التواصل الاجتماعي\_ دراسات في الإعلام، القاهرة: العربي.
6. داودي، محمد وبوفاتح، محمد (2007) منهجية كتابة البحوث العلمية والرسائل الجامعية. ط 1. الجلفة: المكتبة الأوراسية.
7. السيد، محمد أبو هاشم حسن (2006) الخصائص السيكو مترية لأدوات القياس في البحوث النفسية والتربوية باستخدام SPSS. الملك سعود، الرياض
8. الشريف، عبد الله محمد (1996). مناهج البحث العلمي. ط 1. الإسكندرية: مكتبة الإشعاع للطباعة.
9. عباس صادق (2008). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
10. عبد الحميد، محمد (2009) المدونات " الإعلام البديل، ط 1. القاهرة: عالم الكتب.
11. عبد الفتاح، علياء سامي (2009) الانترنت الشباب، دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي 1، مصر: دار العالم العربي.
12. العفون، نادية حسين (2014) التعلم التعاوني واستراتيجيات معالجة المعلومات ط، الأردن: المناهج.
13. عوض، فاطمة وميرفت علي (2002). أساس ومبادئ البحث العلمي، ط 1، مصر: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
14. عوض، فاطمة وميرفت علي (2002). أساس ومبادئ البحث العلمي، ط 1، مصر: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
15. اللبان، شريف. (2011) مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت، ط 1. القاهرة: دار العالم العربي.
16. المنسي، محمود عبد الحليم (2006) الإحصاء وقياس التربية وعلم النفس. الإسكندرية دار المعرفة.
17. المهدي، مجدي صلاح طه (2007)، البحث العلمي التربوي، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر.

18. النقيب، إيمان عبد الرحمان (2015). استخدامات المراهقين لأخبار الحوادث في الصحف المتخصصة والإشباع التي تحققها لهم، المكتب العربي للمعارف.

## 2.9. ملتقيات والمؤتمرات:

1. جمعة، أمجد عزات (2013)، دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة، دراسة مقدمة لمؤتمر دولي أول: طلبة الجامعات "الواقع والآمال" غزة: الجامعة الإسلامية، ص 2-40

2. عبد السلام، نجوى. (1998م). "أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت: دراسة استطلاعية". المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام، جامعة القاهرة حول: الإعلام وقضايا الشباب. ص 93

## 3.9. المذكرات والرسائل العلمية:

1. أبو صلاح، صلاح محمد (2014) استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة "دراسة ميدانية" رسالة ماجستير منشورة. الجامعة الإسلامية-غزة.

2. الأمنية في مجال التوعية الأمنية لطلاب المرحلة الثانوية. رسالة ماجستير، عسير: جامعة الملك خالد

3. الدسوقي، إبراهيم أبو اليزيد (2009) دوافع تعرض المراهقين للبرامج التي تناقش الطب البديل بالفضائيات العربية والإشباع المتحققة منها. رسالة ماجستير. جامعة عين شمس معهد الدراسات العليا للطفولة.

4. سالم، دعاء فنجي (2007). دراسة مقارنة بين دوافع استخدام المراهقين لمجلات الأطفال الالكترونية والورقية والإشباع المتحققة من كل منهما. رسالة دكتوراه. جامعة عين شمس معهد دراسات الطفولة.

5. السليطي، نيف احمد (2014). دور وسائل الاعلام المرئية والمسموعة في بث الأغاني في دولة الكويت دراسة تطبيقية على عينات من الجمهور. رسالة ماجستير. منشورة جامعة الشرق الأوسط.

6. شاهين، محمد احمد (2010) دوافع استخدام الشبكة العنكبوتية لدى الطلاب في جامعة القدس المفتوحة، دراسة دكتوراه منشورة، جامعة القدس المفتوحة.

7. الشهري، موسي بن أحمد موسي (2008). تطوير التعاون بين الإدارة المدرسية والمؤسسات

8. مصيلحي، زكريا إبراهيم الدسوقي (2005). استخدام أطفال الشوارع لوسائل الإعلام والإشباع المحققة منها. رسالة دكتوراه. جامعة عين شمس.

## 4.9. المجلات العلمية:

1. حمداوي، عمر (2011). دور الإنترنت في خدمة البحث العلمي. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية: ع6، خاص:

الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، ص 471-485

2. الشامي، عبد الرحمن (2004). استخدام الشباب الجامعي اليمني للإنترنت: دراسة مسحية. «المجلة العربية للعلوم الإنسانية، عدد88 (22)، جامعة الكويت، الكويت. 155-308

3. المجالي، فايز (2008) دوافع استخدام الإنترنت لدى طلبة الجامعة الأردنية، أبحاث البرموك سلسلة العلوم الانسانية والاجتماعية، 24(1)، 199-236.



4. نصار، سهام (2002)، استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباع المتحققة منها، المجلد الثالث – العدد الأول، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ص ص 235.23

### 6.9. المراجع الأجنبية:

5. Boyd, d., & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210-230.

6. EdeuTch : les Techniques psycho-sociologiques au service de l'étude de Marché, cahier de l'institut de sciences économiques applique, N° 71, Paris, 1971, P 07.

### **Abstract:**

#### **The gratifications resulting from use of using social networks among university students**

This study aims to enrich scientific research through the university student's use of social networking and realized imbuing , What motivated college students to use social networks , to what extent they trust its information and what are the proposals to take advantage of social networks. The study falls within the descriptive studies based on the theory of uses and gratification, this study was conducted on a sample of 313 Students Distributed as the following: 146female students and 167 male students. The two researchers prepared the required characteristic scale to ensure the veracity of the assumptions and after confirmation of the validity of the psychometric properties and the use of the scale, results of the study showed that:

- 1- Students' attitudes towards social networking is positive.
- 2-the degree of social networking is spottily.
- 3-realized imbuing within university students is both educational and social.
- 4-repercussions of the realized imbuing within university students is positive.
- 5-there are statistical distinctions on the attesting of ( $\alpha=0.05$  ) for the impulsions for social network use according to gender.

**keywords:** Gratification, using, Social Networking, university students.