

مستوي التأثيرات للدوافع المعرفية والاجتماعية والسلوكية
والوجدانية التي تحدثها وسائل التواصل الاجتماعي ودرجة
الإشباع النفسي المتحقق منها لدى طلبة الدبلوم العام
فى التربية بجامعة الأزهر

إعداد

د/ زين العابدين محمد على وهبه

المدرس بقسم علم النفس التعليمي والإحصاء التربوي

كلية التربية بنين بالقاهرة - جامعة الأزهر

80 مستوى التأثيرات للدوافع المعرفية والاجتماعية والسلوكية والوجدانية التي تحدثها وسائل التواصل الاجتماعي ودرجة الاشباع النفسي المتحقق منها لدى طلبة الدبلوم العام فى التربية بجامعة الأزهر

مستوى التأثيرات للدوافع المعرفية والاجتماعية والسلوكية والوجدانية التي تحدثها وسائل التواصل الاجتماعي ودرجة الإشباع النفسي المتحقق منها لدى طلبة الدبلوم العام فى التربية بجامعة الأزهر

د/ زين العابدين محمد على وهبه*

ملخص البحث:

هدف البحث تعرف مستوى التأثيرات المعرفية والاجتماعية والسلوكية والوجدانية لوسائل التواصل الاجتماعي ودرجة الإشباع النفسي المتحقق منها في ضوء المتغيرات المكان (قبلى، بحري) والنوع (ذكور، إناث) والعمر (قصير، متوسط، كبير) والتخصص (علمي - أدبي) ونوع التعليم (أزهري، غير أزهري)، تكونت عينة الدراسة من (٩٣٨) طالباً وطالبة بالدبلوم العام في التربية بجامعة الأزهر خلال الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي ٢٠١٨ - ٢٠١٩م، طبق عليهم مقياس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (إعداد/ الباحث)، ومقياس الإشباع النفسي (إعداد/ الباحث) تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية: المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية. تحليل التباين الأحادي، اختبار شيفيه لمعرفة اتجاه الفروق، اختبارات لعينتين مستقلتين وتوصل البحث إلى النتائج التالية: كانت درجة تأثير الدوافع المعرفية من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة مرتفعة، ودرجة تأثير الدوافع الاجتماعية متوسطة، ودرجة تأثير الدوافع السلوكية متوسطة، ودرجة تأثير الدوافع الوجدانية مرتفعة، والدرجة الكلية مرتفعة. وجود علاقة

* د/ زين العابدين محمد على وهبه: المدرس بقسم علم النفس التعليمي والإحصاء التربوي

- كلية التربية بنين بالقاهرة - جامعة الأزهر.

ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجات مقياس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الأبعاد والدرجة الكلية) ومقياس الإشباع النفسي. وجود فروق وعدم وجود فروق في بعض الأبعاد والدرجة الكلية لمقياس وسائل التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المكان. عدم وجود فروق في (الأبعاد والدرجة الكلية) تعزى لمتغير النوع. وجود فروق وعدم وجود فروق في بعض الأبعاد والدرجة الكلية تعزى لمتغير العمر. وجود فروق وعدم وجود فروق في بعض الأبعاد والدرجة الكلية تعزى لمتغير التخصص. عدم وجود فروق في الأبعاد والدرجة الكلية تعزى لمتغير نوع التعليم. وجود فروق وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بعض الأبعاد والدرجة الكلية لمقياس الإشباع النفسي تعزى لمتغير المكان. وجود فروق وعدم وجود فروق في بعض الأبعاد والدرجة الكلية تعزى لمتغير النوع. وجود فروق في بعض الأبعاد والدرجة الكلية تعزى لمتغير العمر. وجود فروق في بعض الأبعاد والدرجة الكلية تعزى لمتغير التخصص. وجود فروق وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بعض الأبعاد والدرجة الكلية لمقياس الإشباع النفسي تعزى لمتغير نوع التعليم.

الكلمات المفتاحية: الدوافع المعرفية - الاجتماعية - السلوكية - الوجدانية - وسائل التواصل الاجتماعي - الإشباع النفسي - طلبة الدبلوم العام.

Level of Effects of Cognitive, Social, Behavioral and Emotional Motives Caused by Social Media Means and Degree of Psychological Satisfaction achieved from them among Students of General Diploma in Education at Al-Azhar University

Prepared by

Dr. Zain Al Abedeen Muhammmad Ali Wahbah

Lecturer of Educational Psychology and Educational Statistics
Faculty of Education for Boys in Cairo, Al- Azhar University

Abstract

The research aimed at identifying the level of cognitive, social, behavioral and emotional effects of social media Means and the degree of psychological satisfaction achieved from them in the light of the variables of place (Upper Egypt, Lower Egypt), gender (male, female), age (short, median, long), specialization (scientific - literary) and type of education (Azhari, non-Azhari). The study sample consisted of (938) male and female students in the general diploma in education at Al-Azhar University during the second semester of the academic year 2018 - 2019. The motives for using social media networks scale (prepared by the researcher) and psychological satisfaction scale (prepared by the researcher) were administered on them. The following statistical methods were used: means, standard deviations, relative weights, one-way ANOVA, Scheffe test to identify the direction of differences and independent sample t-test. The research revealed the following results: The degree of the effect of cognitive motives from using social media means among the study sample was high, the degree of the effect of social motives was average, the degree of the effect of behavioral motives was average, the degree of the effect of emotional motives was high and the degree of the effect of total score was high. A statistically significant correlation was found

between scores of the motives for using social media networks scale (dimensions and total score) and psychological satisfaction scale. Differences and no differences were found in some dimensions and the total score of the social communication scale attributed to the variable of place. No differences were found in (dimensions and total score) attributed to the variable of type. Differences and no differences were found in some dimensions and the total score attributable to the variable of age. Differences and no differences were found in some dimensions and the total score in some dimensions and the total degree attributed to the variable of specialization. No differences were found in (dimensions and total score) attributed to type of education. Differences and no statistically significant differences were found in some dimensions and the total score of psychological satisfaction scale attributed to the variable of place. Differences and no significant differences were found in some dimensions attributed to the variable of type. Differences were found in some dimensions and the total score attributed to the variable of age. Differences were found in some dimensions and the total degree attributed to the variable of specialization. Differences and no statistically significant differences were found in some dimensions and the total score of the psychological satisfaction scale attributable to the variable of type of education.

Keywords: cognitive, social, behavioral and emotional motives, social media Means, psychological satisfaction, general diploma students.

المقدمة:

دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من الوسائل الحديثة التي تستهدف إنتاج الأفكار والمعلومات، وتبادل الخبرات والمهارات والمعارف المختلفة، لتحقيق ما ينشده الأفراد والطلاب من الإشباع التي كلما أُحسن استخدامها زاد تحقيق الفوائد المرجوة منها (الباحث)* ١.

وسائل التواصل الاجتماعي من الأدوات العصرية الفعالة؛ لتبادل المعلومات والمفاهيم والخبرات بين الأفراد والمؤسسات، ومن أهم الوسائل لتحقيق تعلم نشط وتدريب أفضل، لمعرفة دوافع الطلبة وحاجاتهم، ومدى تفضيلهم لها ودراسة الإشباع المتحقق منها، واكتساب المعلومات التي تضيفها مواقع التواصل الاجتماعي إلى حصيلتهم المعرفية (العياضي، ٢٠٠١، ٢٨).

إن وسائل التواصل الاجتماعي، بشكل مبسط هي مجتمعات تسمح للمستخدمين بالتواصل بين الأفراد وتبادل المواد فيما بينهم سواء كانت صوراً، أو تسجيلات أو كتابات وغيرها، عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل هذه المعلومات على نطاق واسع (Haigh, 2010).

وبعد الفيسبوك (facebook) أحد أهم وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يزيد عدد مستخدميه عن (٩٠٠) مليون مستخدم نشط يومياً، ويأتي في المرتبة الثانية بعد (Google) بعدد المتصفحين يومياً (Campbell, 2012).

إن وسائل التواصل الاجتماعي ما هي إلا تكنولوجيا ثورية، لأنها أدت إلي تخطي حاجز الزمان والمكان، وسهولة انسياب المعلومات واتخاذ القرارات، والقدرة على التنوع دون تكلفة، حيث يتم التعليم والإعلام حسب الطلب، وتخطي قيود الهرميات البيروقراطية والإدارية، وكذلك تخطي قيود القواعد الاجتماعية (المقدادي، ٣٧، ٢٠١٤).

وسائل التواصل الاجتماعي مفيدة في إدارة الأزمات ومواجهة الشائعات، ولذا يبدو أثر هذه التكنولوجيا في توفير الأساليب الحديثة السريعة الانتشار، لتغيير الرأي العام، وخاصة في الفترات المليئة بالأحداث، وخاصة أن الناس يميلون إلى تصديق الشائعات دون محاولة منهم؛ للوقوف على الحقيقة في ظل

* ١ يلتزم الباحث في توثيقه للمراجع بالنسخة السادسة لقواعد الجمعية الأمريكية لعلم النفس APA.

تضارب الأخبار وعدم الثقة بها، وانسياق الشباب وراء الشائعات التي تنتشرها بعض وسائل التواصل الاجتماعي (حراب، ٢٠١٤، ٩).

وبذلك توفر وسائل التواصل الاجتماعي بوسائلها المختلفة معرفة اتجاهات الطلبة نحو بعض القضايا والموضوعات ذات الحساسية الخاصة بكل ما حولهم، وخاصة نحو الأحداث والموضوعات والأفكار، التي يرفضون الحديث فيها جهاراً، وتتجسد مظاهرها في آرائهم وأنماطهم السلوكية، ومعتقداتهم ومعاييرهم الاجتماعية، التي ترتبط بمكونات بنائهم الاجتماعي والثقافي في ضوء الاستخدام و الإشباع المتوقع منها (wakefied&rice,2008,78). (ابو صعييليك، ٢٠١٢، ١٨).

و الإشباع يعتمد على اهتمام الفرد بالرسائل التي تجلب له السرور وتساعده على إشباع حاجاته ورغباته ولو كانت هذه الرسائل لا تتفق مع أفكاره، فإنه يتعرض لها إذا توقع فائدتها في تحقيق نوع من الإشباع ؛ فإن الأفراد لا يتعرضون للرسائل غير الشيقة وغير السارة من وجهة نظرهم وإذا تعرضوا لها سوف يتجاهلونها أو ينسونها، فإن الأفراد ينتظرون عائداً من خلال استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي و الإشباع المتحقق منها (أل سعود، ٢٠١٤، ٢٠٤).

والمزايا التي تدفع الطلبة إلى استخدام مواقع التواصل ؛ وتحقيق إشباعهم تتمثل في: تكوين أفضل علاقات ؛ تبادل الخبرات والمهارات والمعارف المختلفة، توفير المرونة في تحديد الزمان والمكان الذي يرغبونه، إمكانية اتساع نطاق الاستخدام، سرعة تنوع اهتمامات الطلبة وتطويرها بما يتناسب مع إشباعاتهم المستهدفة، تحقيق التعاون، وتنوع محتوى المواد والبرامج المختلفة وأساليب تقويمها بشكل موضوعي، إمكانية الحصول على الآراء في مختلف القضايا والمجالات المتصلة باهتماماتهم واحتياجاتهم في ضوء استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي و الإشباع المتحقق منها (shen&shker,2009) و(الدليمي، ٢٠١٤، ١٢٢)..

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي له استخدامات متعددة ومتنوعة منها البحث وإرسال الرسائل يكون لها أثر إيجابي على تصور الذات لدى الشباب (shen&shker,2009). وسائل التواصل الاجتماعي يغلب عليها الطابع الاجتماعي أكثر من غيره (خضر، ٢٠٠٩). هناك خصائص مشتركة بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من حيث السن والجنس والنوع والطبقة

الاجتماعية والاهتمامات والسلوكيات (mia fsher,2010). (أبو عبطة آخرون، ٢٠١٥، ٤٢٥).

وتصفح المستخدمين لصفحات غيرهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي يشعرهم إيجابياً ببحث الآخرين عنهم، والاستخدام لفترات طويلة يؤثر سلباً في القيام بأداء مهام أخرى (calalima,2010). خريجو الجامعة والبالغون يقضون وقت أطول على وسائل التواصل الاجتماعي من الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين وأفراد أسرهم، ووسائل التواصل الاجتماعي أحدثت تغييراً في أنماط حياتهم (meshel,2010) و(الطيبار، ٢٠١٤، ١٩٥).

إن أكثر مواقع وسائل التواصل الاجتماعي الفيس بوك وأنه يلبي احتياجات الطلبة الجامعية، وإن الدوافع وراء استخدامه التواصل مع الأقرباء والأصدقاء في الداخل والخارج (عيد والعشى، ٢٠١١).

تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بدور كبير في حياة الملايين من الطلبة، مع طرح تساؤل شغل المربين: "هل هذه ظاهرة جيدة أو سيئة؟"، لذلك يسعى المربون إلى توجيه حماس الطلبة نحو موقع الفيسبوك لتحقيق الأهداف التعليمية، حيث توصلت مجموعة من الدراسات في الآونة الأخيرة، إلى أن الفيسبوك يمكن أن يعزز التعلم داخل الفصول الدراسية وخارجها (Phillips, Baird, & Fogg, 2011).

وحتى يتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التعليم، كان لا بد من فهم طريقة استخدام الطلبة لها، وفهم سلوكهم في أثناء الاستخدام، ولا يتم ذلك إلا من خلال فهم للدوافع التي أدت إلى ذلك. وتأتي أهمية الدوافع على أنها أساس التعلم واكتساب الخبرة، وهي الأساس في اتصال الفرد بمحيطه، كما أنها جزء من شخصية الفرد التي تقوم على أساس تنظيم هذه الدوافع (أحمد وعمر، ٢٠١٧، ٢٢٩٥).

التأثير السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، وإهمال أداء الشعائر الدينية، فضلا عن التأثير الإيجابي لها في تعلم أمور عديدة وجديدة منها التعبير عن الرأي بحرية، تخفي الخجل، التحدث بجرأة (الطيبار، ٢٠١٤، ١٩٥).

وسائل التواصل الاجتماعي مصدر من مصادر المعلومات والأخبار المؤثرة في تشكيل الرأي العام، وفي تنمية روح المواطنة والانتماء والولاء (الدبيسي والطاهات، ٢٠١٣، ١٧). أن دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تحقق

العديد من الإشباعات الاجتماعية والمعرفية والنفسية (الدليمي، ٢٠١٤، ١٢٢). وأبرز مواقع وسائل التواصل الاجتماعي هي الفيس بوك، تويتر، يوتيوب (solaiman,2015,24).

مشكلة الدراسة:

وسائل التواصل الاجتماعي تغير أوجه الحياة الشخصية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والفكرية، وبالتعليم الأمثل والارشاد المناسب لاستخدام الشباب لها يتأثرون إيجابياً وينمو نمو سليماً (wakefied&rice,2008).

يُنظر إلى العصر الذي نعيش فيه بأنه عصر كسرت فيه تكنولوجيا الاتصال العوائق والحواجز، وسهلت التواصل بين الشعوب، وفتحت المجال أمام الأفراد؛ للوصول إلى معارف ومعلومات ضخمة ومتنوعة بسرعة مذهلة؛ مما زاد من التنافس الدولي في هذا المجال الذي يُعد معياراً أساسياً للتفوق والقوة في النظام العالمي الجديد (شحاتة، ٢٠٠٨، ٢٦٠).

وسائل التواصل الاجتماعي قد أحدثت ثورة في الاتصال؛ وذلك لجمعها لملايين من المستخدمين الذين يتبادلون كميات هائلة من المعلومات، مما أدى إلى زيادة مطردة في أعداد المشاركين لها (Draucker & Martsof, 2010,134).

وتتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بمجموعة من الإيجابيات منها، تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين، وتحفز على التفكير الإبداعي والتعلم بأنماط وطرق مختلفة؛ من بيئات مختلفة، وتساعد على قبول القضايا الخلافية، وتساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم، وتحقق قدراً لا بأس به من الترفيه والتسلية (Namo, 2011).

وبالرغم من الإيجابيات التي تتمتع بها وسائل التواصل الاجتماعي إلا أنها لا تخلو من بعض السلبيات، كإدمان الجلوس عليها مما يعطل الكثير من الأعمال، وظهور لغة جديدة بين الشباب من خلال تحويل بعض حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام متعارف عليها بين المستخدمين، ناهيك عن تعرض المستخدم للجرائم الإلكترونية من خلالها (الدليمي، ٢٠١٤، ١٢٢) و(النموري، ٢٠١٧، ٥١).

والدوافع هي التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في موقف معين؛ وتصبح رغبة الفرد في إشباع حاجاته من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هي الإطار

العام للعلاقة بين تعرض الفرد لهذه الوسائل ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها (العنزي، ٢٠١٣، ١٧) و(الهزاني، ٢٠١٣، ١٣١).

وبذلك يكون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمستوى عالٍ من الكفاءة لطلاب التعليم الجامعي أكثر إلحاحاً، وخاصة أن التعليم العالي لا يكون بمعزلٍ عن الانتشار العالمي لتكنولوجيا المعلومات، حيث يتأثر بعدد من العوامل والقوى، والتسارع المذهل في إعادة تشكيل الجامعات من خلال تقنيات الاتصال والتكنولوجيا وما أحدثته من ثورة معلوماتية، يكون لها الأثر الواضح على الطلاب واتجاهاتهم وميولهم وإشباعاتهم المختلفة، التي يحققونها من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (أبو العلا، ٢٠٠٧، ٢٢٠) و(أحمد وعمر، ٢٠١٧، ٢٢٨٨).

لا توجد فروق بين الذكور والإناث في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ويستخدمها الطلاب لأوقات طويلة للبحث عن الأصدقاء وخاصة القدامى، وتوجد فروق بين الذكور والإناث في عدد الأصدقاء (John, 2010). ودرجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لطلاب الجامعة كان ضعيفاً (دروزة، ٢٠٠٩).

إن دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تحقق العديد من الإشباعات الاجتماعية والمعرفية والنفسية (الدليمي، ٢٠١٤، ١٢٥). ويمكن دراسة العلاقة بين استخدام الطلبة لوسائل الاتصال والإشباع المتحققة منها، من حيث مدى استخدام الأفراد لوسائل الاتصال الحديثة، وما يترتب على هذا الاستخدام من نتائج تشبع رغباتهم، وتؤدي لهم مجموعة من الوظائف المتصلة بدوافعهم وحاجاتهم؛ لتحقيق مزيد من التواصل الاجتماعي مع الوفاء بمتطلبات الحياة اليومية.

ومن خلال العرض السابق تتضح أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لطبة خريجي الجامعات، من حيث كونها أداة أساسية لتطويرهم في منحي حياتهم، مع ضرورة الاهتمام بتوظيف هذه الوسائل لديهم، في إشباع مطالبهم واحتياجاتهم، ويمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: "ما مستوي التأثيرات للدوافع المعرفية والاجتماعية والسلوكية والوجدانية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإشباع النفسي المتحقق منها لدى طلبة الدبلوم العام في التربية بجامعة الأزهر؟".

ويتفرع من التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما مستوى التأثير لاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة؟
أ- ما مستوى التأثير المعرفي لاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة؟

ب- ما مستوى التأثير الاجتماعي لاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة

ج- ما مستوى التأثير السلوكي لاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة؟

د- ما مستوى التأثير الوجداني لاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة؟

2- هل هناك علاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و الإشباع النفسي لدى عينة الدراسة؟

3- هل توجد فروق ذات دالة احصائية في متغيرات وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة تعزى لمتغير (المكان - النوع - العمر- التخصص - نوع التعليم)؟

4- هل توجد فروق ذات دالة احصائية في متغيرات الإشباع النفسي لدى عينة الدراسة تعزى لمتغير (المكان - النوع - العمر - التخصص- نوع التعليم)؟
أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

تعرف التأثيرات للدوافع المعرفية والاجتماعية والسلوكية والوجدانية لوسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة من طلبة الدبلوم العام في التربية. تعرف درجة الإشباع النفسي من وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة من طلبة الدبلوم العام في التربية.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة الحالية من أهميتين:

الأهمية النظرية: تساهم في تسليط الضوء نحو تأثيرات استخدام وسائل الإنترنت على الأفراد بشكل عام، وفي البيئة الجامعية بشكل خاص. محاولة الربط بين مجالين مهمين من مجالات علم النفس، وهما: علم النفس المعرفي ممثلًا في وسائل التواصل الاجتماعي، وعلم النفس الإيجابي ممثلًا في الإشباع النفسي. تساهم في توجيه نظر المؤسسات التعليمية إلى تطوير برامجها التربوية والتعليمية

وأثرائها لتواكب التوجهات الحديثة في التربية والتي من ضمنها وسائل التواصل الاجتماعي و الإشباع النفسي.

الأهمية التطبيقية: الاستفادة من نتائج الدراسة في تقديم برامج تدريبية قائم على وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير في تحقيق الإشباع النفسي الإيجابي. توفر الدراسة الحالية مقياس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومقياس الإشباع النفسي.

حدود الدراسة: تتضح حدود الدراسة فيما يلي:

- **الحد البشري:** تم تطبيق الدراسة الحالية على طلبة الدبلوم العام فى التربية بجامعة الأزهر.

- **الحد الزمني:** طبقت الدراسة على الطلبة خلال العام الجامعي ٢٠١٨-٢٠١٩م.

- **الحد الموضوعي:** دوافع التأثيرات المعرفية والاجتماعية والسلوكية والوجدانية من استخدام طلبة الدبلوم العام لوسائل التواصل الاجتماعي ومعرفة درجة الإشباع المتحقق منها، ولأى مدى يختلف هذا الاستخدام و الإشباع باختلاف كلٍ من (المكان - النوع - العمر - التخصص - نوع التعليم).

- **الحد المكاني:** طبقت الدراسة الحالية على طلبة الدبلوم العام من مناطق (أسوان - الأقصر - الجيزة - القاهرة).

مصطلحات الدراسة:

وسائل التواصل الاجتماعي: تعرف بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها من مختلف أرجاء العالم، وتوفر له فرصة الحصول على المعلومات وتكوين علاقات التعبير عن آراءه وأفكاره وتأثره وتعلقه ببعض الأفراد. وتعرف إجرائياً على أنها: "الدرجة التي يحصل على الطلبة فى المقياس المعد لذلك".

الدافع: هو السبب أو العامل الذي يقود الطلبة لممارسة، أو سلوك، أو القيام بعمل معين، ويقصد به في البحث: الحافز الذاتي داخلي أو خارجي لاستخدام طلبة الدبلوم العام لوسائل التواصل الاجتماعي الفيسبوك ويقاس بالدرجة التي يحصل عليها الطالب على المقياس المعد.

- **التأثير (الدافع):** ويعني أن الأفراد يميلون لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم، من خلال الأبعاد التالية وهي:
- **الدافع المعرفي:** اكتساب المعارف والخبرات والمعلومات وجميع أشكال التعلم التي تعكسها وسائل التواصل الاجتماعي.
- **الدافع الاجتماعي:** تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء عن طريق الاتصال وتحسين العلاقات مع الأسرة والأصدقاء والمجتمع.
- **الدافع السلوكي:** زيادة الثقة بالنفس والمصداقية، والاستقرار وتقدير الذات.
- **الدافع الوجداني:** وتتمثل في تقوية التجارب العاطفية والجمالية مثل الحاجة إلى الحب والصدقة والسعي وراء البهجة.
- **الإشباع النفسي:** إرضاء الحاجة وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع لدى الطلبة. ويصلوا إلى مزيد من الاستجابات الفورية المرتبطة بالوفاء بحاجاتهم نتيجة لخبراتهم الاتصالية بهذه الوسائل.
- **ويعرف إجرائياً بأنه "الدرجة التي يحصل عليها طلبة الدبلوم العام في التربية على مقياس الإشباع النفسي المطبق عليهم (الباحث).**

الإطار النظري:

زاد الاهتمام بالوسائل والمجتمعات الافتراضية، والتي ساهمت في تطوير في مجال التعلم والتعليم، مثل التعلم الإلكتروني، والتعلم عن بعد، والجامعات الافتراضية، والتعلم الفوري، والتي قوت مفهوم التعلم لديهم، حيث يعتمد هذا المبدأ على فكرة أن التعلم غير محدد بفترة معينة، أو في غرفة محددة، بل يتعداها إلى كل مراحل العمر، وفي أي مكان من خلال وسائل التواصل الاجتماعي (الشاعر، ٢٠١٥، ١١).

وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من الوسائل المؤثرة في تشكيل فكر المجتمعات فهي تعتبر سلاح ذو حدين فقد يكون وسيلة لتعزيز السلوك الإيجابي داخل المجتمع عن طريق تشجيع الفرد على تكوين صداقات وتعريف كل ما هو جديد في مجال العلوم وتبادل الخبرات العلمية في جميع المجالات، وقد يكون أيضاً وسيلة هادمة لجميع القيم الجيدة التي ينبغي أن يمتلكها الفرد وقد تجعله شخصية عدوانية وعنيفة جدا عن طريق تجنبه لإقامة علاقات اجتماعية طبيعية مع الأهل أو الأقارب أو الزملاء وغيرهم (الشافعي وآخرون، ٢٠١٤، ١٣).

وبالإضافة إلى معدل الاستخدام المرتفع بين خريجي الجامعات لوسائل التواصل الاجتماعي، فإن هناك العديد من الميزات الفريدة التي تجعل شبكات التواصل الاجتماعي قابلة للاستخدام في الأنشطة التعليمية، ويمكن لأي شخص نشر المعلومات والتعاون داخل منظومة متكاملة. (Towner & Muñoz, 2009,8)

والانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي أثار الكثير من التساؤلات حولها، والتي تنحصر في رأيين الأول من يعتبرها نتاجا للتطور التكنولوجي الذي قرب المسافات بين الناس، والثاني يرى أنها تُعد مضيعة للوقت ونافذة للمفاسد (Helton, 2011).

حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أدوات التعاون غير الرسمي بين الأفراد باستخدام الرسائل والمجموعات على الفيسبوك وغيره للتواصل والتنسيق فيما بينهم لتخطيط الأعمال والمشاريع الجماعية وتبادل الرأي والمشورة بشأنها (أبو صعيديك، ٢٠١٢، ٢٣).

وساعدت وسائل التواصل الاجتماعي في حل الكثير من المشكلات التربوية، ومنها افتقاد التعليم الإلكتروني للجانب الإنساني، من خلال المشاركة وتفاعل العناصر البشرية مع العملية التعليمية التعليمية، وجذب المتعلمين وزيادة إقبالهم على التعلم (العنزي، ٢٠١٣، ٢٥).

وعلى الرغم من الدور الإيجابي الذي قامت به وسائل التواصل الاجتماعي في المجالات التربوية، وريادتها الكبرى بين الأفراد، إلا أن هناك عوائق أمام استخدامها في التعليم اتجاهات المعلمين السلبية نحو استخدامها داخل غرفة الصف. بطء التغيير في الأنظمة التعليمية وكثرة تغير المواقع، فقد نجد الموقع اليوم ولا نجده غدا (الهزاني، ٢٠١٣، ١٣٢).

مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي:

هناك عدة تعريفات لوسائل التواصل الاجتماعي فمنها:

- أنها مجتمعات افتراضية عبر شبكات الإنترنت تجمع مجموعة من الأفراد يحملون ذات الاهتمامات يتبادلون الخبرات والمعلومات فيما بينهم من خلال إطار برنامج أو تطبيق محدد يشتركون جميعا في استعماله (حداد، ٢٠٠٢، ٨).

- أنها مقهى اجتماعي يجتمع في بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي وهو أنك تستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجي أينما كنت (رحومة، ٢٠٠٧، ٧٥).
- عرفت بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" (العنبي، ٢٠٠٨، ٩).
- أنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية (قتلوني، ٢٠١٢، ١٠).

- أنها عبارة عن تجمعات اجتماعية من خلال شبكة الإنترنت يستطيع روادها القيام بمناقشات خلال فترة زمنية مفتوحة، يجمعهم شعور إنساني طيب، وذلك في إطار محدد (أحمد وعمر، ٢٠١٧، ٢٢٩٢).
- وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً:

نتيجة لانتشار العديد من الشبكات والمواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي فإنه هناك صعوبة في حصر جميع المواقع الخاصة بذلك النشاط- التواصل الاجتماعي- إلا أنه بالرغم من تعدد تلك المواقع يظل هناك بعض الوسائل تعد هي الأبرز في هذا المجال ألا وهي:

- ١- **الفييس بوك:** هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح للمستخدمين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع وتكوين روابط وصداقات جيدة من خلاله (خليفة، ٢٠١٦، ١١٤).
- ٢- **تويتر:** اسهم بشكل كبير في بعض الأحداث السياسية الهامة التي جرت في الفترة الأخيرة في العديد من البلدان سواء كانت البلدان العربية أم الأجنبية، فهو مخصص لإرسال تغريدات صغيرة لها شديد الأثر في الأحداث التي جرت على الساحة في الآونة الأخيرة (خليفة، ٢٠١٦، ١١٨).
- ٣- **اليوتيوب:** موقع يجمع بين النشاطين وهو ما يميزه عن غيره وذلك نتيجة للضغط الهائل على مشاهدة الفيديوهات التي تنتشر من خلاله وهو ما يدفع بعض المستخدمين للمشاركة بإدلاء آراءهم ووضع تعليقات على الفيديو

المنشور وهو ما يفتح مجال للتواصل الاجتماعي مع غيرهم من متابعي نفس الفيديو (خليفة، ٢٠١٦، ٧٠).

دوافع استخدام الطلبة لوسائل التواصل الاجتماعي:

في إطار بيئة التعلم التي تتمحور حول الطالب واحتياجاته، وتراعي مبادئ تكنولوجيا التعليم، والتي تركز على تعلم الطالب وفق قدراته الخاصة، وحيث يكون هو المسؤول الأول عن تعلمه، فبدل أن يكون متلقٍ يجب عليه أن يكون باحث عن المعرفة، ولتحقيق ذلك يجب أن يكون لديه الرغبة الداخلية من أجل التعلم (بحري، ٢٠٠٦، ٢٢).

وإقدام الطالب على أداء المهمة بنشاط وحماسة، رغبة منه في اكتساب خبرة النجاح الممكن، وقد يؤثر دافع تجنب الفشل على هذا الدافع حيث يتجنب المتعلم أداء مهمة معينة خوفاً من الفشل (العياصرة، ٢٠١١، ١٥).

وهناك بعض الدوافع الرئيسية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل: التسلية، وقضاء الوقت، والاسترخاء، والهروب، والحصول على المعلومات (شاهين، ٢٠١٠، ٣٣).

وأهم دوافع وسائل التواصل الاجتماعي هي أنها تتيح للمستخدمين تقديم أنفسهم بالطريقة التي يحبونها، وإعطاء الآخرين صورة يعتقدون أنها مثالية، وتبادل المعلومات الشخصية والعامة، والحفاظ على علاقات قوية مع الأصدقاء، وتعزيز الصداقات الجديدة، والتسلية والترفيه من خلال الألعاب التفاعلية، أو من خلال التفاعل الاجتماعي، والحصول على الأخبار والمعلومات (أبو صعيك، ٢٠١٢، ١٨).

ومن الدوافع التي تدفع الأفراد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كما يلي:

١- **بعد المسافة بين الفرد وأهله وأقاربه:** واضطرار بعض الأشخاص المقربين للسفر لدواعي العمل أو العلاج إلى محاولة البحث على طريقة ووسيلة للتواصل مع هؤلاء الأشخاص، وكان ذلك سبباً هاماً للجوء إلى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- **المشكلات الأسرية:** يلجأ الكثير من الأفراد إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كهروب من المشكلات الأسرية التي تحدث داخل المنزل، فيلجأ الفرد إلى البحث عن أصدقاء جدد كمحاولة للبعد عن ذلك التوتر.

٣- **عدم وجود فرص للعمل:** يلجأ الكثير من الشباب إلى مواقع التواصل الاجتماعي كنتيجة للبطالة وعدم توافر فرص عمل يفرغ فيها الشباب طاقته وقدرته على العطاء والإنجاز، فينتجه إلى مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من ذلك الواقع المرير.

٤- **وقت الفراغ:** يقوم البعض بملء وقت الفراغ عن طريق التهاور مع بعض الأصدقاء وتكوين صداقات جديدة في محاولة منهم للقضاء على الشعور بالملل والرغبة في التجديد وخلق جو اجتماعي (الجعبري،، ٢٠٠٩، ١٢١) و(المقادي،، ٢٠١٤، ٣٥).

إيجابيات وسلبيات وسائل التواصل الاجتماعي:

وسائل التواصل الاجتماعي لها العديد من الآثار سواء كانت إيجابية أم سلبية وفيما يلي توضيح لبعض الجوانب الإيجابية والسلبية لها:

أولاً- إيجابيات وسائل التواصل الاجتماعي:

١. **تقريب المسافات بين القارات:** فتعد مواقع التواصل الاجتماعي طفرة تكنولوجية نتج عنها إمكانية مشاهدة الأقارب والأهل كما يمكن عن طريقها إجراء اجتماعات خاصة بالعمل وإنجاز العديد من المهام التي كان يصعب إنجازها فيما قبل.

٢. **اكتساب الخبرات وتكوين الصداقات:** استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي تقديم كل ما يحتاجه المرء من إمكانيات وأدوات لاكتساب الخبرات من جميع أنحاء العالم كما مكنت الأفراد من تكوين صداقات على مستوى العالم.

٣. **تجديد الصداقة بين الأصدقاء القدامى:** في حين ظن الأشخاص أن صلتهم قد انقطعت عن أصدقائهم القدامى قدمت وسائل التواصل الاجتماعي يدها للتدخل بشكل قوي وتعيد تلك الصداقات القديمة إلى الحياة مرة أخرى (أبو عبطة وآخرون، ٢٠١٥، ٤٢٠) و(والسرحان وآخرون، ٢٠١٦، ١٩٨).

ثانياً- سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي:

١- **ضعف العلاقات الأسرية والعزلة النسبية للأسرة:** أصبحت الأسرة تشهد ضعفاً في تركيبتها وأصبح الطابع الفردي هو السائد بين أفرادها

وأصبح هناك انخفاض في التفاعل بين أفراد الأسرة وزيادة العلاقة سوءاً ما تبثه تلك الوسائل من أفكار هدامة تتعكس بالسلب على سلوك الفرد داخل أسرته من استخدام تلك الوسائل.

٢- **التفكك الأسري:** أصبحت السمة السائدة بين الأزواج داخل الأسرة العربية هو انشغال كل منهم بجهازه الخاص سواء كان جهاز تليفون محمول أو كمبيوتر أو متابعة الأفلام الخاصة به مما أدى إلى حدوث فجوة كبيرة بين الزوجين فكل منهما مشغول بعالمه الخاص والذي لا يجد فيه وقت لمناقشة المشكلات الخاصة بالأسرة والأبناء لمناقشتها وحلها.

٣- **أرهاق ميزانية الأسرة:** من الآثار السلبية المترتبة على انتشار استخدام وسائل الاتصال الحديثة شيوع ثقافة الاستهلاك والتطلع إلى ما يفوق قدرات الأسرة المالية فكل فرد يريد أن يحدث جهاز التليفون المحمول الخاص به بما لمجرد الحصول على جهاز آخر متطور ذو إمكانيات أعلى للبقاء دائماً على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما تهدف إليه كبرى شركات المحمول والتي تعمل على إغراق السوق كل فترة بأجهزة جديدة ذات تقنيات عالية ليقوم المستهلك بمحاولة التحديث وهو ما يرهق ميزانية الأسرة (جبريل وآخرون، ٢٠٠٢، ٤٣- ٤٤) و(ربيع، ٢٠٠٣، ٥٦٠) و(سعد، ٢٠١٢، ٣٥).

الإشباع النفسي:

ويقصد بالإشباع النفسي: إرضاء الحاجة وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع، وإشباع الدافع قد لا يكون كاملاً وقد يحدث بشكل غير مباشر فكثيراً ما يتعرض الفرد إلى وسائل الإعلام ولديه حاجات معينة يريد إشباعها إلا أنه قد يتحقق بعضها وقد تتحقق إشباعات لم تكن مقصودة من قبل (زاهر، ٢٠٠٣، ٨٨) و(أل سعود، ٢٠١٦، ٢٠٧).

الاستخدام و الإشباع يسعى إلى تحقيق اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، تفسير دوافع الاستخدام لوسيلة معينة من وسائل تكنولوجيا الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا الاستخدام، التأكيد على نتائج استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال بهدف الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري، تعرف دور المتغيرات الوسيطة وتأثيرها على استخدامات أفراد الجمهور لوسائل الإعلام

والإشباع المتحققة لهم من تلك الوسائل، تعرف العلاقة بين كل من الإشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من خلال استخدامه لوسائل تكنولوجيا الاتصال وبين الإشباع المتحققة نتيجة هذا الاستخدام، تدعيم نقاط القوة وتعديل نقاط الضعف فيما يتصل بالاتجاهات الإيجابية والسلبية و الإشباع المتحققة منها (أل سعود، ٢٠١٦، ٢٠٧) و(النموري، ٢٠١٧، ١٩٦).

في ضوء مجموعة الخصائص الشخصية والنفسية والاجتماعية يمكن استنتاج ما يلي: تأتي حاجات الطلاب الفردية في بداية الحاجات المطلوب إشباعها وإلا سيترتب عليها مجموعة من المشكلات الحيوية المدركة، يحرك الطلاب في سبيل الإشباع مجموعة من الدوافع التي تؤدي بهم إلى بعض الحلول المحتملة، تتمثل هذه الحلول المحتملة في استخدام الطلاب لتكنولوجيا الاتصال، أو في استخدام بدائل أخرى، يراعى الطلاب في أثناء عملية الإشباع البناء الاجتماعي ومنظومته القيمية، عملية استخدام تكنولوجيا الاتصال والإشباع المتحققة منها تتأثر متأثراً مباشراً بالبناء الاجتماعي ومجموعة العوامل الشخصية والنفسية والاجتماعية (سعد، ٢٠١٢، ٥٥) و(لويضة، ٢٠١٤، ٣٣) و(خليفة، ٢٠١٦، ٢٧).

عناصر الإشباع النفسي: ويشتمل الإشباع على عناصر هي كما يلي:

- **الانتقائية:** وتتمثل في اختيار وسائل اتصال معينة وانتقاء التعرض لمضامين بعينها ليشمل الإدراك الانتقائي والتذكر الانتقائي.
- **المنفعة:** وتتحقق هذه المنفعة لجمهور وسائل التواصل حيث إنه لا يختار فقط ما يتعرض له من وسائل، ولكنه يختار فضلاً على ذلك المضمون الذي يحقق له إشباع حاجات ودوافع معينة وإشباع تلك الحاجات والدوافع هي بمثابة منفعة يحصل عليها الأفراد.
- **العمدية:** ويقصد بالعمدية أن استخدام أفراد الجمهور لمضمون وسائل التواصل يكون مدفوع بحاجات سابقة لدى هؤلاء الأفراد وهذه الحاجات والدوافع يكون مصدرها الخصائص الفردية والاجتماعية والبيئة المحيطة بالأفراد.
- **الاستغراق:** يقصد بالاستغراق مدى اندماج الطلاب مع مضمون الوسيلة الاتصالية، ويحدث الاستغراق على مستويات مختلفة إدراكية وشعورية وسلوكية، فالاستغراق الإدراكي يعني الحصول على معلومات وأخبار من

الوسيلة وتقييمها والحكم عليها، أما الاستغراق الشعوري فيقصد به تفاعل الفرد مع الوسيلة والموضوعات التي تقدمها، أما الاستغراق السلوكي فيقصد به تأثر الفرد بالشخصيات المقدمة في الوسيلة.

- **مقاومة التأثير:** وتبدو مقاومة التأثير في عدم تأثر بعض الأفراد بمضمون الوسيلة، فالجمهور عنيد فهو لا يريد السيطرة عليه بواسطة أي شخص أو أي شيء حتى وسائل التواصل (على، ٢٠٠٤، ٢٥) و(سعد، ٢٠١٢، ٤٥) و(عمر، ٢٠١٣، ١٣).

ولذلك يقسم الاستخدام و الإشباع نشاط الجمهور إلى نوعين هما: النشاط المساعد: وهو يشجع ويزيد من تأثيرات وسائل الاتصال ويشمل العمليات الانتقائية المختلفة التي تزيد من تأثير الرسالة على الجمهور لأنه اختارها بقصد. النشاط المانع: وهو يقلل من تأثير وسائل الاتصال ويشمل عمليات: التجنب، والإلهاء، والشك، وكلها عمليات معوقة لتأثيرات الاتصال(بحري، ٢٠٠٦، ١٩١) و(سعد، ٢٠١٢، ٤٧).

يفترض أن الأفراد مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية وثقافية لاستخدام وسائل التواصل لتحقيق أو انجاز أغراض معينة يطلق عليها الإشباعات، وهذه الإشباعات يتم التعبير عنها من خلال أفراد الجمهور أنفسهم، فاستخدام الجمهور لإحدى وسائل الإعلام يقدم مكافآت قد يتوقعها الأفراد من خلال خيراتهم السابقة مع وسائل الاتصال، وتعتبر هذه المكافآت تأثيرات نفسية يقيمها الأفراد بعد انتهاء العملية الاتصالية (مهدى، ٢٠٠٤، ٢٢) و(عمر، ٢٠١٣، ١٤).

تصنيف الإشباع النفسي:

تتعدد تصنيفات الإشباعات لدي الأفراد فمنهم من صنفها إلى إشباعات حالية وإشباعات مؤجلة وآخرون قسموها إلى إشباعات تعليمية وإشباعات ترفيهية وإشباعات الأفراد من وسائل التواصل هي: مراقبة البيئة، إقامة علاقات متبادلة، الترفيه، ونشر الثقافة، اكتساب المعلومات، التفاعل الاجتماعي، تحديد الهوية الشخصية، التسلية، والترفيه (سعد، ٢٠١٢، ٣١).

الإشباع المطلوب والإشباع المتحقق: يعد التمييز بين الإشباعات المطلوبة- التي يبحث عنها طلاب الجامعة - والإشباعات المتحققة أمراً مهماً في تطوير الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي، وقد كانت بحوث الاستخدامات في

البداية تهتم ب الإشباعات المطلوبة فقط، باعتبارها مهمة في اتخاذ الفرد لقرار التعرض لتلك الوسائل (سعد، ٢٠١٢، ٣٢).

فالإشباع الذي يبحث عنه الفرد من خلال تعرضه لوسائل التواصل الاجتماعي ليس بالضرورة هو نفس الإشباع الذي سوف يحصل عليه، كما توصلت الدراسات إلى أن الإشباع المطلوب لا يختلف إلى حد كبير بين الأفراد، بينما الإشباع المتحقق قد يكون مختلفة تماما، كما توصلت نتائج بعض الدراسات أيضا إلى أن الإشباع المطلوب و الإشباع المتحقق يرتبطان بمجموعة من المتغيرات مثل: حجم التعرض، اختيار البرامج، الاعتماد على نوع معين من وسائل الاتصال، تقويم الأفراد للوسائل التي تعرضوا لها (النموري، ٢٠١٧).

مصادر الإشباع النفسي:

تؤكد معظم البحوث على أن كل من الإشباع المطلوب و الإشباع المتحقق من وسائل الاتصال تتبع من ثلاثة مصادر رئيسة هي:

١- **التعرض للوسيلة:** فالتعرض في حد ذاته لأي وسيلة إتصالية يمكن أن يشبع حاجات معين مثل الهروب من الضغوط، تضيبة الوقت، التسلية، الاسترخاء، الإثارة، والترفيه.

٢- **محتوى أو مضمون الوسيلة:** فالتعرض لمضمون أو رسالة معينة يمكن أن يشبع حاجات معينة مرتبطة بخصائص هذا المضمون.

السياق الاجتماعي أو البيئة المحيطة: فالتعرض للوسيلة في حضور الأسرة أو الأصدقاء يحقق إشباعا تتمثل في تأكيد الذات وتكوين علاقات شخصية، كما أن التعرض في غياب الآخرين يحقق إشباعا تتمثل في تخفيف الإحساس بالعزلة والوحدة (سعد، ٢٠١٢، ٣٥) و(ال سعود، ٢٠١٤، ٢٠٧).

الدراسات السابقة:

دراسة "واكفيلد ورايس (Wakefield & Rice,2008) هدفت إلى تعرف أثر تكنولوجيا الاتصالات على الشباب في المجال الشخصي والاجتماعي والعاطفي وتوضح أفضل الطرق والسبل التي يمكن الاستفادة منها في هذه المجالات ومن أبرزها الاستفادة في مجال التعليم والدراسة. وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية: أن تكنولوجيا الاتصالات بداية من الهواتف الخلوية إلى الآي بود والكمبيوتر يمكن أن تغير أوجها في حياتنا على الصعيد الشخصي والاجتماعي

والتقافي، والاقتصادي والفكري أيضا، بالتعليم الأمثل والإرشاد المناسب والإشراف الجيد على الشباب عند استخدامهم لتكنولوجيا الاتصالات يتأثرون إيجابياً وينمون نمواً سليماً.

دراسة " شين وشكر (Shen & Shker,2009) هدفت الى معرفة تأثير الإنترنت على تطور شخصية الأفراد في مناحى الحياة المختلفة. واعتمدت على منهج استكشافي واستخدمت الدراسة استطلاعات الرأي والمقابلات المقننة مع ٧٤ طالب جامعي (جامعة عامة وجامعة خاصة). وأظهرت نتائج الدراسة: أن أشكال استخدام الإنترنت متنوعة ومتعددة ولكن أهمها هي البحث، إرسال البريد الإلكتروني، الدردشة، الترفيه والحوارات المباشرة، وقد شغلت هذه الأنشطة ٧٥% من الوقت الذي يقضيه الشباب على الإنترنت. وجود أثر إيجابي على تصور الذات لدى فئة الشباب والمراهقين العرب في الشرق الأوسط.

دراسة (خضر، ٢٠٠٩) هدفت إلى قياس التأثيرات النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لموقع Face Book وقد قامت الباحثة بإختيار عينة عمدية من طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية، بواقع ٦٨ طالباً في كل جامعة كما أجريت مقابلة متعمقة مع مجموعتين منهم، تشتمل كل مجموعة على ١٢ طالباً. وتوصلت الدراسة إلى: غلبة الطابع الإيجابي على الآثار الاجتماعية المترتبة على استخدام موقع Face Book. أن الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت أصبحت سلوك روتيني لكثير من طلاب الجامعات.

دراسة (دروزة، ٢٠٠٩) استهدفت تعرف واقع استخدام شبكة الإنترنت لدى طلبة كلية التربية في جامعة النجاح الوطنية، واعتمدت الدراسة على عينة عشوائية من كلية التربية بلغت (100) طالب وطالبة، منهم (48) من الذكور و(٥٢) من الإناث. وتوصلت الدراسة إلى: أن درجة استخدام الطلبة في جامعة النجاح الوطنية للإنترنت يعد ضعيفاً، ويتمثل أعلى تلك الاستخدامات في مجال التسجيل للجامعة والمساقات ومعرفة العلامات، يليها مجال الدراسة والبحث، واستخدام مواقع البحث المشهورة كياهو وجوجل.

دراسة "مياشير" (Mia Fsher, 2010) هدفت إلى تحليل دور مواقع الشبكات الاجتماعية في دعم العلاقات القائمة على التجانس الاجتماعي والثقافي والفكري وقد أجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٤٧ طالب جامعي من مستخدمي موقع Face Book. وقد توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية: توجد

خصائص مشتركة بين الطلاب وأصدقائهم في موقع Face Book وذلك فيما يتعلق بالسن والجنسية والنوع والطبقة الاجتماعية والاهتمامات والسلوكيات. يستخدم الطلاب الأدوات الاتصالية المختلفة في موقع Face Book مثل الحائط والبريد الخاص للتواصل مع أصدقائهم وأقاربهم ومعارفهم وزملائهم في الجامعة. أشارت نسبة ٧٠,٢% من الطلاب أن موقع Face Book يُمكنهم من التواصل مع المستخدمين الآخرين من ذوي الخلفيات الاجتماعية والديموجرافية المختلفة. دراسة جون راكيس (John Raackes,2010) هدفت إلى تعرف طبيعة دوافع استخدامات الشباب لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء وقد طبقت الدراسة على عينة من طلاب الجامعات قوامها ١١٦ طالب وتوصلت إلى: لاتوجد فروق بين الذكور والإناث ودوافع استخداماتهم لمواقع شبكات التواصل مع الأصدقاء. - تستخدم غالبية الطلاب مواقع شبكات التواصل مع الأصدقاء لأوقات طويلة يومياً للبحث عن الأصدقاء القدامي وتكوين صداقات جديدة. توجد فروق بين الذكور والإناث في عدد أصدقائهم في مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء.

دراسة كالاليمّا (Calalima Laura Toma,2010) هدفت إلى تعرف التأثيرات النفسية لموقع Face Book في المستخدمين وفقاً لنظرية تأكيد الذات self- affirm tic theory التي تشير إلى علاقة البيانات والمعلومات التي يضعها المستخدمون في صفحاتهم الشخصية بتدعيم الاحساس بالذات والحالة العاطفية لديهم. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: إن التعرض للصفحات الشخصية في موقع Face Book يؤثر إيجابياً في المستخدمين حيث يشعرون بحب الآخرين لهم ودعمهم وتواصلهم معهم كما أنه من جانب آخر يدفعهم إلى الإحساس بالعتاء والشعور برد الجميل للآخرين. إن استخدام موقع Face Book لفترات طويلة، يؤثر سلباً في قيام المستخدمين بأداء مهامهم في الحياة.

دراسة سيونج اينكو (Seong Euncho,2010) هدفت إلى استكشاف أنماط استخدامات طلبة الجامعات في كوريا والولايات المتحدة الأمريكية لمواقع الشبكات الاجتماعية وتحليل هذا الاستكشاف وطبقت الدراسة على عينة من طلاب الجامعات قوامها ٦٠٢ طالب مقسمة إلى ٣٦١ طالب في الولايات المتحدة

الأمريكية و ٢٤١ طالب في كوريا. وأسفرت الدراسة عن النتائج الآتية:- توجد فروق دالة بين الطلاب الكوريين والأمريكان في عدد أصدقائهم في مواقع الشبكات الاجتماعية لصالح الطلاب الأمريكيين. يميل الطلاب الأمريكيين إلى إظهار بياناتهم الشخصية في موقع Face Book بدرجة أكبر من الطلاب الكوريين. لوحظ ميل الطلاب الكوريين إلى إنشاء صفحات شخصية مجهولة الهوية من الطلاب الأمريكيين الذين يضعون صورهم الحقيقية.

دراسة ميشيل فانسون (Mesheh, 2010) هدفت تعرف أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامه ١٦٠٠ شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا. وقد أظهرت الدراسة النتائج التالية :- أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم. أن شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم.

دراسة (عيد والعشي ٢٠١١) استهدفت الدراسة تعرف استخدامات طلبة الجامعات المنتظمة في مدينة غزة لموقع "Face book"، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت ادوات الدراسة في صحيفة الاستقصاء، وعينة طبقية تم اختيارها بطريقة عشوائية بسيطة من طلبة الجامعات الثلاث المنتظمة (الإسلامية، الأزهر، الأقصى) في محافظة غزة، بواقع ٥,٠% من مجموع مجتمع الدراسة وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: كشفت الدراسة أن هناك إقبالا كبيراً من أفراد العينة على استخدام موقع Face Book. وكشفت الدراسة أن الأكثرية من عينة الدراسة يعتقدون بأن موقع Face Book يلبي احتياجاتك الجامعية. وبينت الدراسة بأن الدوافع وراء استخدام العينة لموقع Face Book هي أولاً للتواصل مع الأصدقاء والأقرباء في الداخل والخارج ولإبداء الرأي في بعض القضايا وللتسلية وقضاء وقت الفراغ وللتعرف على أصدقاء آخرين وبحثاً عن الثقافة ولاكتساب معارف وخبرات وللتواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك. مما يدل أن الفيسبوك في بداية الامر لم يكن سوى شبكة للتواصل الاجتماعي.

دراسة الدببسي والطاهات (٢٠١٣) هدفت الدراسة إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة ومستوى منافسة

شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها للأخبار والمعلومات، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة لمسح آراء الطلبة وجمع الحقائق والمعلومات ثم تحليلها. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكل الرأي العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابياً مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبياً مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك افراد المجتمع، او الدعوى لمقاطعة الانشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

هدفت الدراسة الطيار (٢٠١٤) إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلبة الجامعة من حيث بيان الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، وبيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، وطبقت الدراسة على عينة من طلاب جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية، بطريقة عشوائية. وتمثلت الآثار السلبية لشبكات التواصل في الدراسة في إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، وإهمال في الشعائر الدينية، وتمثلت الآثار الإيجابية في الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، وتعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والتعبير بحرية عن الرأي، والتمكن من تخطي حاجز الخجل.

هدفت دراسة الدليمي (٢٠١٤) إلى تعرف دوافع استخدام الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها المتحققة لديهم، من خلال تطبيق المقياس على ٤١٢ طالباً من جامعتي اليرموك والبتراء وتوصلت الدراسة أن من دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع الأقارب والأهل وأن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباع اجتماعي من خلال خلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء، إضافة إلى تحقق

إشباع معرفي. كما إن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا نفسيا وذلك من خلال تجاوز الخجل لدى المنطوين نفسيا من الطلبة.

دراسة حراب (٢٠١٤) حيث هدفت الدراسة إلى الكشف عن مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية روح المواطنة لدى الشباب الجزائري، ودوافع اقبال الشباب على موقع فيسبوك، و الإشباعات التي يحققها هذا الموقع للشباب، ومساهمة الموقع في نشر قيم المواطنة". وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: ان غالبية أفراد عينة الدراسة يستخدموا موقع فيسبوك بشكل دائم وهذا راجع إلى ان فيسبوك يلبي احتياجاتهم، وبينت الدراسة ان موقع فيسبوك ساهم مساهمة كبيرة في طرح قيم المواطنة، وتمثلت هذه القيم في الاهتمام بقضايا الوطن وحبه وحمايته، وكشفت الدراسة أن تقييم الشباب لموقع فيسبوك في نشره لقيم المواطنة كان مقبول.

دراسة (Sulaiman, 2015) هدفت إلى معرفة أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دول الخليج العربي: دراسة تحليلية"، حيث بينت الدراسة أن هناك تأثيراً هائلاً لمواقع التواصل الاجتماعي على الناس بغض النظر عن الإقليم، الجنس، العمر، حيث تستخدم هذه المواقع للتواصل مع الأصدقاء وأفراد العائلة في مختلف أرجاء العالم، وبناء على ذلك جاءت الدراسة لتسليط الضوء على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دول الخليج العربي وبينت نتائج الدراسة أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً في دول الخليج هي الفيس بوك وتويتر وموقع يوتيوب، وكشفت الدراسة أن موقع الفيسبوك هو الرائد في مواقع الشبكات الاجتماعية المستخدمة في المنطقة، ولكن هناك تسارع في انتشار التوتير حيث أصبح يحظى بشعبية كبيرة بين المستخدمين بشكل منافس لموقع الفيس بوك، حيث إنه في عام ٢٠١٣م انتقل إلى الموقع الأول في كل من المملكة العربية السعودية والكويت، وحل بذلك محل موقع الفيس بوك، وخلصت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي في دول الخليج العربي يشير إلى أن شبكة الإنترنت لديها الإمكانية أن تكون منبر حر متقدم لكافة شرائح المجتمع للتعبير عن آراءها وإيصال صوتها.

دراسة (أحمد وعمر، ٢٠١٧) استهدفت هذه الدراسة تعرف دوافع استخدام الشباب الجامعي في السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، والإشباعات المتحققة منها، وتعرف عادات وكثافة الاستخدام وتأثير ذلك على

تقييمهم لسلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وأخذت بأسلوب العينة العشوائية لاختيار ٥% من إجمالي طلاب السنة التحضيرية بجامعة الملك سعود بواقع ٤٧٠ طالباً. وأوضحت نتائج الدراسة أن أكثر من ٨٥% من عينة البحث يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وأن ٨٨% من هم يقضون في استخدام تلك الشبكات ما بين ساعة إلى أقل من ساعتين، وأن أكثر من ٦١% منهم يستخدمون (تويتر)، مقابل ٥٧% (لمن يستخدمون) فيس بوك (وجاءت دوافع) الحصول على الأخبار، ومعرفة أبرز القضايا السياسية العالمية، والبحث عن الأحداث والاحتفالات (في مقدمة دوافع المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تليها الأسباب والدوافع الخاصة بالاتصال والتواصل مع الآخرين. وكان الاتجاه الإيجابي هو الغالب لدى المبحوثين إزاء تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اتجهت معظم الدراسات العربية إلى دراسة أهم مواقع التواصل الاجتماعي لدي الأفراد.
- اهتمت بعض الدراسات العربية باستخدام الشباب لشبكة الإنترنت، وتوضيح أنماط هذا الاستخدام.
- تباينت أعمار العينات في الدراسات العربية والاجنبية.
- تنوعت الدراسات في كيفية تعرض الجمهور والشباب لشبكة الإنترنت حسب إشباعاتها لهم عن طريق استخداماتهم للمواقع الإلكترونية.
- اتجهت معظم الدراسات الأجنبية إلى دراسة دور المؤسسات التربوية والاجتماعية في تعليم الطلاب استخدام الإنترنت.
- أثبتت بعض الدراسات الأجنبية أن المبالغة في استخدام الإنترنت من قبل الأطفال يؤدي إلى تخليهم عن واجباتهم المنزلية نظراً لانشغالهم في تحقيق ما يرغبون فيه من إشباعات.
- أثبتت بعض الدراسات الأجنبية أن للإنترنت تأثيرات متعددة على شباب اليوم على المجالات الشخصية والاجتماعية والعاطفية حسب اشباعاته لهم (واكفيلد ورايس ٢٠٠٨) وأثره على المراهقين والأفراد وأيضاً في تحسين مهاراتهم الاجتماعية في الدول النامية وتأثيره على تطور شخصية الأفراد في مناحي

حياتهم المختلفة (شين وشكر ٢٠٠٩). تناولت دراسات أخرى دور مواقع الشبكات الاجتماعية في دعم العلاقات القائمة على التجانس الاجتماعي والثقافي والفكري (مياشر ٢٠١٠).

أستفادة الباحث من الدراسات السابقة:

- مساعدة الباحث في صياغة وبلورة مشكلة البحث ووضع تساؤلات الدراسة.
- مساعدة الباحث في معرفة أهم المراجع العربية التي يمكن الاستعانة بها في الدراسة الحالية.
- إثراء الإطار النظري في ضوء المادة العلمية التي عرضتها تلك الدراسات.
- الاستفادة من الإطار المنهجي والإجراءات والنتائج والتوصيات التي قدمتها تلك البحوث.
- الاستفادة من معالجة البحوث لمتغيراتها الدراسية وذلك عند معالجة متغيرات الدراسة الحالية.

- الاستفادة من تلك الدراسات عند بناء أدوات الدراسة الحالية.

فروض الدراسة: تسعى الدراسة للتحقق من الفروض التالية:

الفرض الأول: لا يمتلك طلبة الدبلوم العام فى التربية (الوجه البحري- الوجه القبلي- العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدوافع المعرفية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الثانى: لا تمتلك العينة (بالوجه البحري- بالوجه القبلي. العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدوافع الاجتماعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث: لا تمتلك العينة (بالوجه البحري- بالوجه القبلي- العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدوافع السلوكية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الرابع: لا تمتلك العينة (بالوجه البحري- بالوجه القبلي- العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدوافع الوجدانية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الخامس: لا تمتلك العينة (بالوجه البحري- بالوجه القبلي- العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدرجة الكلية لدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض السادس: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإشباع النفسي لدى طلبة الدبلوم العام فى التربية.

الفرض السابع: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى العينة تعزى لمتغير المكان (الوجه القبلي - الوجه البحري).

الفرض الثامن: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى العينة تعزى لمتغير النوع (ذكور - إناث).

الفرض التاسع: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى العينة تعزى لمتغير العمر (أقل من "٢٧" عام - "٢٧" عام فأكثر).

الفرض العاشر: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى العينة تعزى لمتغير التخصص (أدبي - علمي).

الفرض الحادي عشر: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى العينة تعزى لمتغير نوع التعليم (أزهري - غير أزهري).

الفرض الثاني عشر: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي) لدى طلبة الدبلوم العام فى التربية تعزى لمتغير المكان (الوجه القبلي - الوجه البحري).

الفرض الثالث عشر: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي) لدى العينة تعزى لمتغير النوع (ذكور - إناث).

الفرض الرابع عشر: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي) لدى العينة تعزى لمتغير العمر (أقل من "٢٧" عام - "٢٧" عام فأكثر).

الفرض الخامس عشر: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي) لدى العينة تعزى لمتغير التخصص (أدبي - علمي).

الفرض السادس عشر: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي) لدى العينة تعزى لمتغير نوع التعليم (أزهري - غير أزهري).

إجراءات الدراسة:

أولاً- المنهج المستخدم: استخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي، والذي حاول من خلاله الكشف عن متغير (دوافع استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي) ومتغير (الإشباع النفسي) وعلاقته بينهما. **ثانياً - عينة الدراسة:** المشاركون في العينة الاستطلاعية: المشاركون الذين طبق الباحث عليهم مقياس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومقياس الإشباع النفسي المستخدم في الدراسة الحالية في صورته الأولى وذلك لحساب الخصائص السيكومترية، والذين بلغ عددهم (٣٢٠) طالباً وطالبة بالدبلوم العام في التربية بجامعة الأزهر.

المشاركون في الدراسة الأساسية: ويقصد بهم المشاركون الذين طبق الباحث عليهم أدوات الدراسة في صورتها النهائية للتحقق من الفروض، وتتوافر فيهم نفس خصائص العينة الاستطلاعية، وبلغ عددهم (٩٣٨) طالباً وطالبة بالدبلوم العام في التربية بجامعة الأزهر.

وقد تراوح المدى العمري لأفراد العينة من (٢٣:٣٠) عاماً ومتوسط أعمارهم (٢٧) عاماً، بانحراف معياري قدره (٥.٣) والجدول (١) التالي يوضح توزيع عينة الدراسة.

جدول (١) توزيع عينة الدراسة

الاناث		الذكور		العدد	المنطقة
غير أزهر	أزهر	غير أزهر	أزهر		
١٠٢	١٥٠	٩٥	١٥٠	٤٩٧	الوجه القبلي (أسوان - الأقصر)
٢٥٢		٢٤٥			
٨٩	١٥٠	٨٣	١١٩	٤٤١	الوجه البحري (الجيزة - القاهرة)
٢٣٩		٢٠٢			
٤٩١		٤٤٧		٩٣٨	الاجمالي

ثالثاً - أدوات الدراسة: الأدوات المستخدمة والتي تتضمن:

١- مقياس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (إعداد الباحث).
- خطوات بناء المقياس: قام الباحث بعدة خطوات لبناء هذا المقياس، وتمثل في الآتي:

- تحديد الهدف من المقياس: ويتمثل في معرفة دوافع استخدام طلبة الدبلوم العام في التربية لوسائل التواصل الاجتماعي.
- الاطلاع على بعض المقاييس التي اهتمت بدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتحديد الأبعاد التي تبنتها تلك المقاييس.
- الاطلاع على الدراسات والبحوث السابقة المرتبطة بمتغيرات البحث.

- قام الباحث باختيار وتحديد هذه الأبعاد بعدما قام بإجراء مسح لمعظم الدراسات والبحوث والمقاييس السابقة، والتي تقيس في مجملها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك بهدف وضع إطار نظري اعتمد عليه الباحث في بناء المقياس.
- أمكن للباحث وضع تعريف لوسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده وهي: (المعرفي، الاجتماعي، السلوكي، الوجداني).

ويبرر الباحث اختياره لهذه الأبعاد بالآتي:

- أن هذه الأبعاد هي الأكثر تكرارًا في الدراسات والبحوث والمقاييس السابقة.
- أن هذه الأبعاد الأكثر ارتباطًا باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- أن هذه الأبعاد الأكثر تناسبًا لعينة الدراسة.
- تم عمل التعليمات التي تتناسب مع طبيعة المقياس.
- ثم صياغة تعريف إجرائي لكل بعد من أبعاد التواصل الاجتماعي.
- وفي ضوء ما سبق قام الباحث بصياغة (٤١) عبارة تقيس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث خصص الباحث لكل بُعد مجموعة من العبارات تعبر عن التعريف الإجرائي للبعد، ويتبع كل عبارة ثلاث استجابات (بدرجة مرتفعة- بدرجة متوسطة- بدرجة منخفضة).
- إعداد مفتاح التصحيح، حيث يحصل الفرد على ثلاث درجات للاستجابة المرتفعة، ودرجتين للاستجابة المتوسطة، ودرجة واحدة للاستجابة المنخفضة، ومن ثم فإن أعلى درجة للمقياس = $3 \times 41 = 123$ درجة، وأدنى درجة للمقياس = $1 \times 41 = 41$ درجة.

الخصائص السيكومترية لمقياس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

أولاً- صدق المقياس: اعتمد الباحث في التحقق من صدق المقياس على ما يأتي:

- صدق المحكمين: حيث عرض الباحث المقياس في صورته الأولية على (٩) محكمًا من المتخصصين في مجال تكنولوجيا التعليم وعلم النفس التعليمي، والصحة النفسية؛ وذلك لإبداء الرأي حول عناصر التحكيم الواردة في جدول (٢) التالي يوضح نسب المحكمين على مقياس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (٢)

نسب المحكمين على مقياس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

م	عناصر التحكيم	نسبة الاتفاق
١	مدى ملائمة عبارات المقياس لشبكات التواصل الاجتماعي.	١٠٠%
٢	مدى ملائمة عبارات كل بُعد للتعريف الإجرائي له.	١٠٠%
٣	مدى ملائمة الاستجابات المطروحة للعبارات التي تعبر عنها.	٨٨,٩%
٤	مدى ملائمة صياغة عبارات المقياس.	١٠٠%
٥	مدى ملائمة تعليمات المقياس مع طبيعته.	١٠٠%

يتضح من الجدول أن نسب اتفاق المحكمين تراوحت ما بين (٨٨,٩% - ١٠٠%) وهي نسب اتفاق مرتفعة.

١- الصدق العاملي:

يعتمد هذا النوع من الصدق على استخدام أسلوب التحليل العاملي، وقد قام الباحث بحساب الصدق العاملي لمقياس التواصل الاجتماعي في صورته الأولية من خلال مصفوفة الارتباطات لدرجات عينة تكونت من (٣٢٠) طالباً وطالبة بالدبلوم العام في التربية.

كما قام الباحث بحساب مدى كفاية حجم العينة لإجراء التحليل العاملي باستخدام اختبار (K.M.O Test) Kaiser- Meyer- Olkin Measure of (Sampling Adequacy) حيث تتراوح قيمة هذا الاختبار بين الصفر والواحد الصحيح، وبلغت قيمته في تحليل هذا المقياس (٠,٥٥٣) وهي أكبر من قيمة الحد الأدنى الذي اشترطه Kaiser وهو (٠,٥٠) وبالتالي فإنه يمكن الحكم بكفاية حجم العينة لإجراء التحليل العاملي.

وقد تم إجراء التحليل العاملي بطريقة المكونات الأساسية باستخدام برنامج (SPSS) وأخذت الباحث بمحك جيفورد لمعرفة حد الدلالة الإحصائية للتشعبات وهو اعتبار التشعبات التي تصل إلى (٠,٣٠) أو أكثر تشعبات دالة، وإعطاء معنى سيكولوجي للمكونات المستخرجة تم تدويرها تدويراً متعامداً باستخدام طريقة الفارماكس لكاييز Kaiser Varimax، وفي ضوء نتائج التحليل العاملي أمكن استخلاص أربعة عوامل رئيسية الجذر الكامن لكل منهما أكبر من الواحد الصحيح، والجدول (٣) التالي يوضح تشعبات العوامل المستخرجة بعد التدوير المتعامد لمقياس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (٣) تشبعات العوامل المستخرجة بعد التدوير المتعامد

لمقياس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

رقم العبرة	العامل الأول	العامل الثاني	العامل الثالث	العامل الرابع	رقم العبرة	العامل الأول	العامل الثاني	العامل الثالث	العامل الرابع
١		٠,٤٥٠		٢٢		٠,٦٥٢			
٢	٠,٣٣٨	٠,٣٤٨		٢٣					
٣			٠,٣٢٩	٢٤		٠,٧٧٢			
٤		٠,٥١٢		٢٥		٠,٦١٠			
٥		٠,٤٠٤		٢٦		٠,٦١٠			
٦				٢٧		٠,٥٥١			٠,٤١٤
٧		٠,٣٣٤		٢٨		٠,٤٢٤			
٨	٠,٥٠٥			٢٩					٠,٦٩١
٩	٠,٣٧٦		٠,٥٦٠	٣٠					
١٠	٠,٥٥٣			٣١					٠,٦٧٥
١١	٠,٦١٦			٣٢					٠,٤٩٠
١٢	٠,٥٧٥			٣٣					
١٣	٠,٦٣٧			٣٤					٠,٣٢٦
١٤	٠,٣٩٣			٣٥					٠,٤٣٤
١٥	٠,٣٧١			٣٦					٠,٣٢٥
١٦				٣٧					
١٧	٠,٣٦٩		٠,٤١٩	٣٨					
١٨	٠,٦٠٧			٣٩					٠,٥٤١
١٩	٠,٤٣٨			٤٠					٠,٣٣٣
٢٠	٠,٥٧٥			٤١					٠,٤٦٨
٢١	٠,٧٠٣								
الجذر الكامن									
نسبة التباين									
		٣,١٨٥	٣,٤٢٣	٣,٨٥٨	٤,٥١٢				
		٧,٧٦٩	٨,٣٤٩	٩,٤١١	١١,٠٠٦				

يتضح من الجدول ما يلي:

- اشتمل العامل الأول على (٩) عبارات تشبعت تشبعاً دالاً إحصائياً تراوحت قيمها ما بين (٠,٣٣٨ : ٠,٦٣٦)، حيث تشبعت جميع عباراته تشبعاً موجباً، وهي العبارات أرقام (٢-٨-٩-١٠-١١-١٢-١٣-١٤-١٥)، وبفحص محتوى عباراته يمكن تسمية هذا العامل (الدوافع الاجتماعية)، حيث أنها الصفة الغالبة على عبارات هذا العامل.

٢- اشتمل العامل الثاني على (١٠) عبارات تشبعت تشبعاً دالاً إحصائياً تراوحت قيمها ما بين (٠,٣٣٤ : ٠,٧٠٣)، حيث تشبعت جميع عباراته تشبعاً موجباً، وهي العبارات أرقام (١٧-١٨-١٩-٢٠-٢١-٢٢-٢٣-٢٥-٢٦-٢٨)، وبفحص محتوى عباراته تسمية هذا العامل (الدوافع السلوكية)، حيث أنها الصفة الغالبة على عبارات هذا العامل.

٣- اشتمل العامل الثالث على (٩) عبارة تشبعت تشبعاً دالاً إحصائياً تراوحت قيمها ما بين (٠,٣٢٩ : ٠,٧٧٢)، حيث تشبعت جميع عباراته تشبعاً موجباً، وهي العبارات أرقام (١-٣-٤-٥-٦-٧-٢٤-٣٠-٣٨) وبفحص محتوى عباراته يمكن تسمية هذا العامل (الدوافع المعرفية)، حيث أنها الصفة الغالبة على عبارات هذا العامل.

٤- اشتمل العامل الرابع على (١٠) عبارات تشبعت تشبعاً دالاً إحصائياً تراوحت قيمها ما بين (٠,٣٢٥ : ٠,٦٩١)، حيث تشبعت جميع عباراته تشبعاً موجباً، وهي العبارات أرقام (٢٧-٢٩-٣١-٣٢-٣٤-٣٥-٣٦-٣٩-٤٠-٤١) وبفحص محتوى عباراته يمكن تسمية هذا العامل (الدوافع الوجدانية)، حيث أنها الصفة الغالبة على عبارات هذا العامل.

٥- هناك عبارات من عبارات المقياس لم يكن لها أي تشبعت دالة إحصائياً على أي عامل من عوامل المقياس وهي العبارات أرقام (١٦-٣٣-٣٧) وبالتالي تم حذفهم، لتصبح عبارات المقياس بعد التحليل العملي (٣٨) عبارة. ويوضح الجدول (٤) التالي توزيع عبارات مقياس وسائل التواصل الاجتماعي على الأبعاد المكونة له بعد حذف العبارة أرقام (١٦-٣٣-٣٧) وترقيم العبارات بناءً على ذلك:

جدول (٤)

توزيع عبارات مقياس وسائل التواصل الاجتماعي على الأبعاد المكونة له

المجموع	العبارات	الأبعاد
٩	(١-٣-٤-٥-٦-٧-٢٣-٢٩-٣٥)	الدوافع المعرفية
٩	(٢-٨-٩-١٠-١١-١٢-١٣-١٤-١٥)	الدوافع الاجتماعية
١٠	(١٦-١٧-١٨-١٩-٢٠-٢١-٢٢-٢٤-٢٥-٢٧)	الدوافع السلوكية
١٠	(٢٦-٢٨-٣٠-٣١-٣٢-٣٣-٣٤-٣٦-٣٧-٣٨)	الدوافع الوجدانية
٣٨	المجموع	

ثانياً - الاتساق الداخلي: قام الباحث بتطبيق المقياس على (٣٢٠) طالباً وطالبة بالدبلوم العام في التربية، وذلك لحساب الاتساق الداخلي لعبارة المقياس عن طريق:

- حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة البعد الذي تنتمي إليه والجدول (٥) يوضح ذلك:

جدول (٥) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة

ودرجة البعد الذي تنتمي إليه لمقياس وسائل التواصل الاجتماعي

البعد الأول		البعد الثاني		البعد الثالث		البعد الرابع	
معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م
**٠,٤٨٩	٢	**٠,٣٠٢	١٦	**٠,٥٩٦	١٦	**٠,٤٠٨	٢٦
**٠,٤٠٠	٨	**٠,٣٩٧	١٧	**٠,٣٩٧	١٧	**٠,٥٩٧	٢٨
**٠,٧٥٤	٩	**٠,٥٣٧	١٨	**٠,٥٢١	١٨	**٠,٤٨٩	٣٠
**٠,٥٢٦	١٠	**٠,٥٢٢	١٩	**٠,٤٩١	١٩	**٠,٦٦٣	٣١
**٠,٢٤٢	١١	**٠,٥١١	٢٠	**٠,٤٨٧	٢٠	**٠,٣٩٥	٣٢
**٠,٤٦٢	١٢	**٠,٦١٦	٢١	**٠,٤٨٤	٢١	**٠,٥٩٨	٣٣
**٠,٥٣١	١٣	**٠,٤٣١	٢٢	**٠,٤٥١	٢٢	**٠,٥٢٣	٣٤
**٠,٤٤٣	١٤	**٠,٣٥٦	٢٤	**٠,٤٣٧	٢٤	**٠,٤٠٦	٣٦
**٠,٦٩١	١٥	**٠,٥٠٣	٢٥	**٠,٥١١	٢٥	**٠,٦٣١	٣٧
			٢٧	**٠,٦١٢	٢٧	**٠,٥٣١	٣٨

** مستوى الدلالة الاحصائية (٠,٠١)

* مستوى الدلالة الاحصائية (٠,٠٥)

يتضح من جدول أن قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة البعد الذي تنتمي إليه دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمقياس.

- حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس كما في الجدول (٦) التالي يوضح معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية لمقياس وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (٦) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية لمقياس وسائل التواصل الاجتماعي

العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط
١	**٠,٧٤١	١٤	**٠,٣٠٦	٢٧	*٠,٤٢٠
٢	**٠,٤٦٩	١٥	**٠,٥٥٠	٢٨	**٠,٣٣٥
٣	**٠,٣٦١	١٦	**٠,٣٧٧	٢٩	**٠,٣٥٨
٤	**٠,٣٩٤	١٧	**٠,٤٦٢	٣٠	**٠,٣٢٣
٥	**٠,٣٧٥	١٨	**٠,٣٨٦	٣١	**٠,٤٤١
٦	**٠,٤٩٩	١٩	*٠,٥٠٤	٣٢	**٠,٣٦٨
٧	**٠,٣٦٧	٢٠	**٠,٣٤٢	٣٣	*٠,٤٤٣
٨	**٠,٤٤٠	٢١	**٠,٤٥٠	٣٤	**٠,٥٦٩
٩	**٠,٤٨٣	٢٢	**٠,٤٠٦	٣٥	**٠,٥٠١
١٠	**٠,٣٩٣	٢٣	**٠,٥٢٣	٣٦	**٠,٣٧١
١١	**٠,٥٢٥	٢٤	**٠,٣٥٣	٣٧	**٠,٤٣١
١٢	**٠,٣٣٩	٢٥	**٠,٣٠٣	٣٨	**٠,٤٦٢
١٣	**٠,٣٤٨	٢٦	**٠,٤٢٥		

يتضح من الجدول أن قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمقياس.

- حساب معاملات الارتباط بين درجات الأبعاد مع بعضها البعض والدرجة الكلية للمقياس كما في الجدول (٧) التالي يوضح معاملات الارتباط بين الأبعاد وبعضها والدرجة الكلية لمقياس وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (٧) معاملات الارتباط بين الأبعاد وبعضها والدرجة الكلية لمقياس وسائل التواصل الاجتماعي

الدرجة الكلية	الدوافع الوجدانية	الدوافع السلوكية	الدوافع الاجتماعية	الدوافع المعرفية	الأبعاد
				-	الدوافع المعرفية
			-	**٠,٦٢٣	الدوافع الاجتماعية
		-	**٠,٦٥٦	**٠,٦٤٨	الدوافع السلوكية
	-	**٠,٥٨٦	**٠,٥٣٤	**٠,٥٦٥	الدوافع الوجدانية
-	**٠,٨٣٩	**٠,٧٢٨	**٠,٧٤٩	**٠,٧٣٤	الدرجة الكلية

يتضح من جدول (٧) أن جميع معاملات الارتباط بين الأبعاد وبعضها البعض وبين الأبعاد والدرجة الكلية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) وهي قيم مرتفعة ومقبولة إحصائياً، وهذا يدل على الاتساق الداخلي للمقياس.

ثالثاً - الثبات:

قام الباحث باستخدام معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات مقياس وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك بعد تطبيقه على (٣٢٠) طالباً وطالبة بالدبلوم العام في التربية، ويوضح الجدول (٨) التالي يوضح معامل الثبات لكل بعد من أبعاد مقياس وسائل التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية:

جدول (٨) معاملات ثبات ألفا كرونباخ للأبعاد والدرجة الكلية

لمقياس وسائل التواصل الاجتماعي

م	الأبعاد	معامل الثبات
١	الدوافع المعرفية	٠,٥٨٨
٢	الدوافع الاجتماعية	٠,٦٦٠
٣	الدوافع السلوكية	٠,٦٣٩
٤	الدوافع الوجدانية	٠,٥٨١
-	الدرجة الكلية	٠,٧٧٨

يتضح من الجدول أن معاملات الثبات للأبعاد والدرجة الكلية لمقياس وسائل التواصل الاجتماعي تراوحت بين (٠,٥٨١ : ٠,٧٧٨) وجميعها معاملات ثبات مقبولة إحصائياً، مما يشير إلى الثقة في النتائج التي يمكن التوصل إليها من تطبيق المقياس.

٢- مقياس الإشباع النفسي (إعداد الباحث).

- خطوات بناء المقياس: قام الباحث بعدة خطوات لبناء هذا المقياس، وتمثل في الآتي:

- تحديد الهدف من المقياس: ويتمثل في معرفة درجة الإشباع النفسي الإيجابي أو السلبي لطلبة الدبلوم العام في التربية.
- الاطلاع على بعض المقاييس التي اهتمت بقياس الإشباع وتحديد الأبعاد التي تبنتها تلك المقاييس.
- الاطلاع على الدراسات والبحوث السابقة المرتبطة بمتغيرات البحث.
- قام الباحث باختيار وتحديد هذه الأبعاد بعدما قام بإجراء مسح لمعظم الدراسات والبحوث والمقاييس السابقة، والتي تقيس الإشباع ؛ وذلك بهدف وضع إطار نظري اعتمد عليه الباحث في بناء المقياس.
- أمكن للباحث وضع تعريف للإشباع النفسي وابعاده وهي: (الإيجابي، السلبي).

- وفي ضوء ما سبق قام الباحث بصياغة (٣٢) عبارة تقيس درجة الإشباع النفسي، حيث خصص الباحث لكل بُعد مجموعة من العبارات تعبر عن التعريف الإجرائي للبُعد، ويتبع كل عبارة ثلاث استجابات (بدرجة مرتفعة- بدرجة متوسطة- بدرجة منخفضة).
- إعداد مفتاح التصحيح، حيث يحصل الفرد على ثلاث درجات للاستجابة المرتفعة، ودرجتين للاستجابة المتوسطة، ودرجة واحدة للاستجابة المنخفضة، ومن ثم فإن أعلى درجة للمقياس = $3 \times 32 = 96$ درجة، وأدنى درجة للمقياس = $1 \times 32 = 32$ درجة.

الخصائص السيكومترية لمقياس الإشباع النفسي:

أولاً- صدق المقياس: اعتمد الباحث في التحقق من صدق المقياس على ما يأتي:
صدق المحكمين: حيث عرض الباحث المقياس في صورته الأولية على (٧) محكماً من المتخصصين في مجال علم النفس التعليمي، والصحة النفسية؛ وذلك لإبداء الرأي حول عناصر التحكيم الواردة في جدول (٩) التالي يوضح نسب المحكمين على مقياس الإشباع النفسي.

جدول (٩) نسب المحكمين على مقياس الإشباع النفسي

م	عناصر التحكيم	نسبة الاتفاق
١	مدى ملاءمة عبارات المقياس للإشباع النفسي	١٠٠%
٢	مدى ملاءمة عبارات كل بُعد للتعريف الإجرائي له.	٨٥,٧%
٣	مدى ملاءمة الاستجابات المطروحة للعبارات التي تعبر عنها.	٨٥,٧%
٤	مدى ملاءمة صياغة عبارات المقياس.	١٠٠%
٥	مدى ملاءمة تعليمات المقياس مع طبيعته.	١٠٠%

يتضح من الجدول أن نسب اتفاق المحكمين تراوحت ما بين (٨٥,٧) % - ١٠٠% وهي نسب اتفاق مرتفعة.

١-الصدق العاملي:

يعتمد هذا النوع من الصدق على استخدام أسلوب التحليل العاملي، وقد قام الباحث بحساب الصدق العاملي لمقياس الإشباع النفسي في صورته الأولية من خلال مصفوفة الارتباطات لدرجات عينة تكونت من (٢٤٠) طالباً وطالبة بالدبلوم العام في التربية.

كما قام الباحث بحساب مدى كفاية حجم العينة لإجراء التحليل العاملي باستخدام اختبار (Kaiser- Meyer- Olkin Measure of) K.M.O Test

(Sampling Adequacy) حيث تتراوح قيمة هذا الاختبار بين الصفر والواحد الصحيح، وبلغت قيمته في تحليل هذا المقياس (٠,٦٤٤) وهي أكبر من قيمة الحد الأدنى الذي اشتراطه Kaiser وهو (٠,٥٠) وبالتالي فإنه يمكن الحكم بكفاية حجم العينة لإجراء التحليل العاملي.

وقد تم إجراء التحليل العاملي بطريقة المكونات الأساسية باستخدام برنامج (SPSS) وأخذت الباحثة بمحك جيلفورد لمعرفة حد الدلالة الإحصائية للتشبعات وهو اعتبار التشبعات التي تصل إلى (٠,٣٠) أو أكثر تشبعات دالة، ولإعطاء معنى سيكولوجي للمكونات المستخرجة تم تدويرها تدويراً متعامداً باستخدام طريقة الفاريماكس لكاييز Kaiser Varimax، وفي ضوء نتائج التحليل العاملي أمكن استخلاص عاملين الجذر الكامن لكل منهما أكبر من الواحد الصحيح، والجدول (١٠) التالي يوضح تشبعات العوامل المستخرجة بعد التدوير المتعامد لمقياس الإشباع النفسي.

جدول (١٠)

تشبعات العوامل المستخرجة بعد التدوير المتعامد لمقياس الإشباع النفسي

رقم العبارة	العامل الأول	العامل الثاني	رقم العبارة	العامل الأول	العامل الثاني
١	٠,٥٢٢		١٧	٠,٧٦٥	
٢	٠,٥١٣		١٨	٠,٦٥٣	
٣	٠,٥٢٠		١٩		
٤	٠,٤١٠		٢٠	٠,٦٥٦	
٥	٠,٣٣٠		٢١	٠,٦٥٥	
٦	٠,٥٠٣		٢٢	٠,٧٢٧	
٧	٠,٦٥٣		٢٣	٠,٧٠١	
٨	٠,٥٥٧		٢٤	٠,٥٢٥	
٩	٠,٣٦٣		٢٥	٠,٦٥٩	
١٠	٠,٥٥٩		٢٦	٠,٤٥٠	
١١	٠,٧٠٣		٢٧	٠,٥١٤	
١٢	٠,٥٥٨		٢٨	٠,٤١٠	
١٣	٠,٤٨٧		٢٩	٠,٣٠٦	
١٤			٣٠	٠,٣٥٢	
١٥	٠,٤٥٠		٣١	٠,٥٧٣	
١٦	٠,٦٣٣		٣٢	٠,٤٥٢	
الجذر الكامن			٥,٤٣٨		٤,٣٠٤
نسبة التباين			١٦,٩٩٣		١٣,٤٥١

يتضح من جدول (١٠) ما يلي:

- ١- اشتمل العامل الأول على (١٧) عبارة تشبعت تشبعاً دالاً إحصائياً تراوحت قيمها ما بين (٠,٣٣٠ : ٠,٧٦٥)، حيث تشبعت جميع عباراته تشبعاً موجباً، وهي العبارات أرقام (١-٢-٣-٤-٥-٦-٧-٨-٩-١٠-١١-١٢-١٣-١٥-١٦-١٧-١٨)، وبفحص محتوى عباراته يمكن تسمية هذا العامل (الإشباع الإيجابي)، حيث إنها الصفة الغالبة على عبارات هذا العامل.
- ٢- اشتمل العامل الثاني على (١٣) عبارة تشبعت تشبعاً دالاً إحصائياً تراوحت قيمها ما بين (٠,٣٠٦ : ٠,٦٨٥)، حيث تشبعت جميع عباراته تشبعاً موجباً، وهي العبارات أرقام (٢٠-٢١-٢٢-٢٣-٢٤-٢٥-٢٦-٢٧-٢٨-٢٩-٣٠-٣١-٣٢)، وبفحص محتوى عباراته تسمية هذا العامل (الإشباع السلبي)، حيث أنها الصفة الغالبة على عبارات هذا العامل.
- ٣- هناك عبارتين من عبارات المقياس لم يكن لها أي تشبعت دالة إحصائياً على أي عامل من عوامل المقياس وهي العبارتين أرقام (١٤-١٩) وبالتالي تم حذفهما، لتصبح عبارات المقياس بعد التحليل العاملي (٣٠) عبارة. ويوضح الجدول (١١) التالي يوضح توزيع عبارات مقياس الإشباع النفسي على الأبعاد المكونة له بعد حذف العبارتين (١٤-١٩):

جدول (١١) توزيع عبارات مقياس الإشباع النفسي على الأبعاد المكونة له

المجموع	العبارات	الأبعاد
١٧	-١٣-١٢-١١-١٠-٩-٨-٧-٦-٥-٤-٣-٢-١ ١٧-١٦-١٥-١٤	الإشباع الإيجابي
١٣	-٢٧-٢٦-٢٥-٢٤-٢٣-٢٢-٢١-٢٠-١٩-١٨ ٣٠-٢٩-٢٨	الإشباع السلبي
٣٠	المجموع	-

ثانياً- الاتساق الداخلي:

قام الباحث بتطبيق المقياس على (٢٤٠) طالباً وطالبة بالدبلوم العام في التربية وذلك لحساب الاتساق الداخلي لعبارات المقياس عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة البعد الذي تنتمي إليه كما في الجدول (١٢) التالي يوضح معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة البعد الذي تنتمي إليه لمقياس الإشباع النفسي:

جدول (١٢) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة البعد الذي تنتمي إليه لمقياس الإشباع النفسي

البعد الأول		البعد الثاني	
م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
١	**٠,٥٦٥	١٨	**٠,٦٤٥
٢	**٠,٧٢٦	١٩	**٠,٧٤٥
٣	**٠,٦٨٦	٢٠	**٠,٦٢٩
٤	**٠,٥٧٩	٢١	**٠,٧١٣
٥	**٠,٧٢٨	٢٢	**٠,٧٠٥
٦	**٠,٥٢٩	٢٣	**٠,٦١٠
٧	**٠,٦٥٢	٢٤	**٠,٧٩٥
٨	**٠,٦٣١	٢٥	**٠,٧٦٧
٩	**٠,٦٦٩	٢٦	**٠,٧١٥
١٠	**٠,٧٨٠	٢٧	**٠,٧٣٩
١١	**٠,٧٤٨	٢٨	**٠,٦٨٤
١٢	**٠,٦٩٠	٢٩	**٠,٧٠١
١٣	**٠,٥٧٩	٣٠	**٠,٦٣٢
١٤	**٠,٧١٢		
١٥	**٠,٧١٥		
١٦	**٠,٥٧٦		
١٧	**٠,٧١٠		

يتضح من الجدول أن قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة البعد الذي تنتمي إليه دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمقياس.

ثالثاً - الثبات:

قام الباحث باستخدام معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات مقياس الإشباع النفسي، وذلك بعد تطبيقه على (٢٤٠) طالباً وطالبة بالدبلوم العام في التربية، ويوضح الجدول (١٣) التالي يوضح معامل الثبات ألفا كرونباخ لكل بعد من أبعاد مقياس الإشباع النفسي:

جدول (١٣) معاملات ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد الإشباع النفسي

م	الأبعاد	معامل الثبات
١	الإشباع الإيجابي	٠,٨٥٤
٢	الإشباع السلبي	٠,٨٠

يتضح من الجدول أن معاملات الثبات لأبعاد مقياس الإشباع النفسي تراوحت بين (٠,٨٠ : ٠,٨٥٤) وجميعها معاملات ثبات مرتفعة ومقبولة إحصائياً، مما يشير إلى الثقة في النتائج التي يمكن التوصل إليها من تطبيق المقياس.

نتائج فروض الدراسة:

نتائج الفرض الأول:

لا يمتلك طلبة الدبلوم العام في التربية (الوجه البحري - الوجه القبلي) - العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدوافع المعرفية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وللإجابة عن هذا الفرض قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لبعدها الدوافع المعرفية لدى عينة الوجه البحري والوجه القبلي والعينة الكلية، والجدول (١٤) التالي يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لبعدها الدوافع المعرفية:

جدول (١٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لبعدها الدوافع المعرفية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة الكلية	عدد العبارات	العينة
٦٩,١٨%	٣,٣٧	١٨,٦٨	٢٧	٩	الوجه البحري
٦٩,٢٥%	٣,٤٦	١٨,٧٠			الوجه القبلي
٦٩,٢٢%	٣,٤٢	١٨,٦٩			العينة الكلية

يتضح من الجدول أن الوزن النسبي للدوافع المعرفية لطلبة الوجه البحري بلغ (٦٩,١٨%)، وللوجه القبلي (٦٩,٢٥%)، وللعينة الكلية (٦٩,٢٢%)، مما يدل على أن مستوى الدوافع المعرفية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة مرتفع، وهذا يشير إلى امتلاك طلاب وطالبات الدبلوم العام في التربية (بالوجه البحري - بالوجه القبلي - العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدوافع المعرفية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

نتائج الفرض الثاني:

لا يمتلك طلبة الدبلوم العام في التربية (الوجه البحري - الوجه القبلي) - العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدوافع الاجتماعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وللإجابة عن هذا الفرض قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لبعث الدوافع الاجتماعية لدى عينة الوجه البحري والوجه القبلي والعينة الكلية، والجدول (١٥) التالي يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لبعث الدوافع الاجتماعية:

جدول (١٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية

لبعث الدوافع الاجتماعية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة الكلية	عدد العبارات	العينة
٥٦,٨٦%	٣,٣٥	١٥,٣٨	٢٧	٩	الوجه البحري
٥٥,٥٥%	٣,٦٨	١٥			الوجه القبلي
٥٦,٢٢%	٣,٥٣	١٥,١٨			العينة الكلية

يتضح من الجدول أن الوزن النسبي للدوافع الاجتماعية لطلبة الوجه البحري بلغ (٥٦,٨٦%)، وللوجه القبلي (٥٥,٥٥%)، وللعينة الكلية (٥٦,٢٢%)، مما يدل على أن مستوى الدوافع الاجتماعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة متوسط، وهذا يشير إلى امتلاك طلاب وطالبات الدبلوم العام فى التربية (بالوجه البحري- بالوجه القبلي- العينة الكلية) مستوى متوسط من الدوافع الاجتماعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

نتائج الفرض الثالث:

لا يمتلك طلبة الدبلوم العام فى التربية (بالوجه البحري- بالوجه القبلي- العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدوافع السلوكية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وللإجابة عن هذا الفرض قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لبعث الدوافع السلوكية لدى عينة الوجه البحري والوجه القبلي والعينة الكلية، والجدول (١٦) التالي يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لبعث الدوافع السلوكية:

جدول (١٦)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لبعث الدوافع السلوكية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة الكلية	عدد العبارات	العينة
٥٣,٤٦%	٣,١٥	١٦,٠٤	٣٠	١٠	الوجه البحري
٥٢,٢%	٢,٧٤	١٥,٦٦			الوجه القبلي
٥٢,٨%	٢,٩٤	١٥,٨٤			العينة الكلية

يتضح من الجدول أن الوزن النسبي للدوافع الاجتماعية لطلبة الوجه البحري بلغ (٥٣,٤٦%)، وللوجه القبلي (٥٢,٢%)، وللعينة الكلية (٥٢,٨%)، مما يدل على أن مستوى الدوافع السلوكية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة متوسط، وهذا يشير إلى امتلاك طلاب وطالبات الدبلوم العام في التربية (بالوجه البحري- بالوجه القبلي- العينة الكلية) مستوى متوسط من الدوافع السلوكية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

نتائج الفرض الرابع:

لا يمتلك طلبة الدبلوم العام في التربية (بالوجه البحري- بالوجه القبلي- العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدوافع الوجدانية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وللإجابة عن هذا الفرض قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لبعث الدوافع الوجدانية لدى عينة الوجه البحري والوجه القبلي والعينة الكلية، والجدول (١٧) التالي يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لبعث الدوافع الوجدانية:

جدول (١٧)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لبعث الدوافع الوجدانية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة الكلية	عدد العبارات	العينة
٦٣,٢٣%	٣,٤٥	١٨,٩٧	٣٠	١٠	الوجه البحري
٦٢,٣%	٢,٧١	١٨,٦٩			الوجه القبلي
٦٢,٧٣%	٣,٠٨	١٨,٨٢			العينة الكلية

يتضح من الجدول أن الوزن النسبي للدوافع الوجدانية لطلبة الوجه البحري بلغ (٦٣,٢٣%)، وللوجه القبلي (٦٢,٣%)، وللعينة الكلية (٦٢,٧٣%)، مما يدل على أن مستوى الدوافع الوجدانية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة مرتفع، وهذا يشير إلى امتلاك طلاب وطالبات الدبلوم العام فى التربية (بالوجه البحري- بالوجه القبلي- العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدوافع الوجدانية لوسائل التواصل الاجتماعي.

نتائج الفرض الخامس:

لا يمتلك طلبة الدبلوم العام فى التربية (بالوجه البحري- بالوجه القبلي- العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدرجة الكلية لدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وللإجابة عن هذا الفرض قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية الدرجة الكلية لدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الوجه البحري والوجه القبلي والعينة الكلية، والجدول (١٨) التالي يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية للدرجة الكلية:

جدول (١٨)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية للدرجة الكلية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة الكلية	عدد العبارات	العينة
٦٠,٦٠%	٨,٦٣	٦٩,٠٩	١١٤	٣٨	الوجه البحري
٥٩,٦٩%	٧,٢١	٦٨,٠٥			الوجه القبلي
٦٠,١٢%	٧,٩٣	٦٨,٥٤			العينة الكلية

يتضح من الجدول أن الوزن النسبي للدرجة الكلية لدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لطلبة الوجه البحري بلغ (٦٠,٦٠%)، وللوجه القبلي (٥٩,٦٩%)، وللعينة الكلية (٦٠,١٢%)، مما يدل على أن مستوى الدرجة الكلية لدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة مرتفع، وهذا يشير إلى امتلاك طلاب وطالبات الدبلوم العام فى التربية (بالوجه البحري- بالوجه القبلي- العينة الكلية) مستوى مرتفع من الدرجة الكلية لدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

ويؤيد تلك النتيجة ما توصلت إليه دراسة كل من (العياضي، ٢٠٠١) من ان وسائل التواصل الاجتماعي من الأدوات العصرية الفعالة؛ لتبادل المعلومات والمفاهيم المعرفية. ودراسة (Haigh,2010) إن وسائل التواصل الاجتماعي، تسمح للمستخدمين بالتواصل بين الأفراد وتبادل المواد فيما بينهم ودراسة (حراب، ٢٠١٤) ودراسة (wakefied&rice,2008) ودراسة (ابو صعيديك، ٢٠١٢).

ودراسة (shen&shker,2009) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي له استخدامات متعددة ومتنوعة يكون لها أثر إيجابي على تصور الذات لدى الشباب، ووسائل التواصل الاجتماعي يغلب عليها الطابع الاجتماعي أكثر من غيره (خضر، ٢٠٠٩) هناك خصائص مشتركة بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من حيث السن والجنس والنوع والطبقة الاجتماعية والاهتمامات والسلوكيات (mia fsher,2010) و(أبو عبطة أخرون، ٢٠١٥).

وتصفح المستخدمين لصفحات غيرهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي يشعرهم إيجابياً ببحث الآخرين عنهم، والاستخدام لفترات طويلة يؤثر سلباً في القيام بأداء مهام أخرى (calalima, 2010). خريجي الجامعة والبالغين يقضون وقت أطول على وسائل التواصل الاجتماعي من الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين وأفراد أسرهم، ووسائل التواصل الاجتماعي أحدثت تغييراً في أنماط حياتهم (meshel,2010) و(الطيبار، ٢٠١٤).

تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بدورا كبيرا في حياة الملايين من الطلبة يعزز التعلم داخل الفصول الدراسية وخارجها(Phillips, Baird, & 2011) Fogg, و(أحمد وعمر، ٢٠١٧).

فضلا عن التأثير الإيجابي لها في تعلم امور عديدة وجديدة منها التعبير عن الرأي بحرية، تخطي الخجل، التحدث بجرأة (الطيبار، ٢٠١٤) ووسائل التواصل الاجتماعي مصدرا من مصادر المعلومات والاخبار المؤثرة في تشكيل الرأي العام، وفي تنمية روح المواطنة والانتماء والولاء (الدبيسي والطاهات، ٢٠١٣) و(solaiman,2015).

وسائل التواصل الاجتماعي تغير أوجه الحياة الشخصية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والفكرية، وبالتعليم الامثل والارشاد المناسب لاستخدام الشباب لها يتأثرون إيجابيا ويمنوا نموا سليماً ((wakefied&rice,2008)). وتتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بمجموعة من الإيجابيات منها، تعمق مفهوم المشاركة

والتواصل مع الآخرين، (Namo, 2011). وبذلك يكون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمستوى عالٍ من الكفاءة لطلاب التعليم الجامعي أكثر إلحاحاً من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (أبو العلا، ٢٠٠٧) و(أحمد وعمر، ٢٠١٧).

لا توجد فروق بين الذكور والإناث في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ويستخدمها الطلاب لاوقات طويلة للبحث عن الأصدقاء وخاصة القدامى، وتوجد فروق بين الذكور والإناث في عدد الأصدقاء (John, 2010). ودرجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لطلاب الجامعة كان ضعيفاً (دروزة، ٢٠٠٩). أن دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تحقق العديد من الإشباعات الاجتماعية والمعرفية والنفسية (الدليمي، ٢٠١٤). وإرضاء الحاجة وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع (زاهر، ٢٠٠٣) و(ال سعود، ٢٠١٦).

كما يؤيد نتائج الدراسة ما توصلت دراسة (Meshel, 2010) أن شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم. ودراسة (عيد والعشي ٢٠١١) يلبي احتياجاتك الجامعية. وللتواصل مع الأقرباء والأصدقاء في الداخل والخارج.

ودراسة الطيار (٢٠١٤) لشبكات التواصل تعلم أمور جديدة والتعبير بحرية عن الرأي، والتمكن من تخطي حاجز الخجل. ودراسة حراب (٢٠١٤) وسائل التواصل الاجتماعي يلبي احتياجاتهم. دراسة الديبسي والطاهات (٢٠١٣) انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة. ودراسة الدليمي (٢٠١٤) التواصل مع الأقارب والأهل وأن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباع اجتماعي. ودراسة (أحمد وعمر، ٢٠١٧).

نتائج الفرض السادس:

لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و الإشباع النفسي لدى طلبة الدبلوم العام في التربية.

وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون والجدول (١٩) التالي يوضح معاملات الارتباط بين درجات دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و الإشباع النفسي:

جدول (١٩) معاملات الارتباط بين درجات دوافع استخدام

وسائل التواصل الاجتماعي والإشباع النفسي

المتغيرات	الإشباع الإيجابي	الإشباع السلبي
الدوافع المعرفية	**٠,١٣٦	**٠,١٧٩-
الدوافع الاجتماعية	**٠,١٧٠	**٠,١٩٤-
الدوافع السلوكية	**٠,١١٨-	**٠,١٨٦
الدوافع الوجدانية	**٠,١٧٨	**٠,١٠٢
الدرجة الكلية	**٠,١٦١	٠,٠٢٥

يتضح من الجدول وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين درجات دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الأبعاد والدرجة الكلية) و الإشباع النفسي الإيجابي، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجات أبعاد دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و الإشباع النفسي السلبي، وعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدرجة الكلية لدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و الإشباع النفسي السلبي.

ويؤيد تلك النتيجة ما توصلت اليه نتائج دراسة كل من (العززي، ٢٠١٣) و(الهزاني، ٢٠١٣) من ان الدوافع هي التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في موقف معين؛ وتصبح رغبة الفرد في إشباع حاجاته من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. الاستخدام والإشباع يسعى إلى تحقيق اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، والإشباع المتحققة منها دراسة (أل سعود، ٢٠١٦) ودراسة (النموري، ٢٠١٧). عملية استخدام تكنولوجيا الاتصال والإشباع المتحققة منها تتأثر متأثراً مباشراً بالبناء الاجتماعي ومجموعة العوامل الشخصية والنفسية والاجتماعية دراسة (سعد، ٢٠١٢) ودراسة (لويضة، ٢٠١٤) ودراسة (خليفة، ٢٠١٦).

نتائج الفرض السابع:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الدبلوم العام في التربية تعزى لمتغير المكان (الوجه القبلي - الوجه البحري).

وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت" لعينتين مستقلتين والجدول (٢٠) التالي يوضح قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (الوجهك البحري - الوجه القبلي) في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (٢٠) قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (الوجه البحري- الوجه القبلي) في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الأبعاد	المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الدوافع المعرفية	بحري	٤٤١	١٨,٦٨	٣,٣٧	٠,١٠٥	غير دالة
	قبلي	٤٩٧	١٨,٧٠	٣,٤٦		
الدوافع الاجتماعية	بحري	٤٤١	١٥,٣٨	٣,٣٥	١,٦٧	غير دالة
	قبلي	٤٩٧	١٥	٣,٦٨		
الدوافع السلوكية	بحري	٤٤١	١٦,٠٤	٣,١٥	٢,٠١	دالة
	قبلي	٤٩٧	١٥,٥٥	٢,٧٤		
الدوافع الوجدانية	بحري	٤٤١	١٨,٩٧	٣,٤٥	١,٤١	غير دالة
	قبلي	٤٩٧	١٨,٦٩	٢,٧١		
الدرجة الكلية	بحري	٤٤١	٦٩,٠٩	٨,٦٣	٢,٠١	دالة
	قبلي	٤٩٧	٦٨,٠٥	٧,٢١		

يتضح من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) في بعد الدوافع السلوكية والدرجة الكلية تعزى لمتغير المكان (الوجه البحري- الوجه القبلي) لصالح الوجه البحري، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد الدوافع المعرفية والدوافع الاجتماعية والدوافع الوجدانية تعزى لمتغير المكان (الوجه البحري- الوجه القبلي).

نتائج الفرض الثامن:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الدبلوم العام فى التربية تعزى لمتغير النوع (ذكور- إناث). وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت" لعينتين مستقلتين والجدول (٢١) التالي يوضح قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (الذكور- الإناث) في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (٢١) قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (الذكور - الإناث) في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الأبعاد	المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الدوافع المعرفية	ذكور	٤٤٧	١٨,٦٦	٣,٣٥	٠,٢٦١	غير دالة
	إناث	٤٩١	١٨,٧٢	٣,٤٨		
الدوافع الاجتماعية	ذكور	٤٤٧	١٥,٣٤	٣,٣٤	١,٣٧	غير دالة
	إناث	٤٩١	١٥,٠٣	٣,٧٠		
الدوافع السلوكية	ذكور	٤٤٧	١٥,٩٩	٣,١١	١,٤٦	غير دالة
	إناث	٤٩١	١٥,٧٠	٢,٧٧		
الدوافع الوجدانية	ذكور	٤٤٧	١٩	٣,٤٣	١,٦٦	غير دالة
	إناث	٤٩١	١٨,٦٦	٢,٧٢		
الدرجة الكلية	ذكور	٤٤٧	٦٩,٠١	٨,٤٥	١,٦٨	غير دالة
	إناث	٤٩١	٦٨,١٢	٧,٤٠		

يتضح من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الأبعاد والدرجة الكلية) تعزى لمتغير النوع (ذكور - إناث).

تختلف مع دراسة الطيار (٢٠١٤) ودراسة الدليمي (٢٠١٤) التي توصلت الى وجود فروق دالة إحصائية بين الطلبة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض التاسع:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الدبلوم العام في التربية تعزى لمتغير العمر (أقل من "٢٧" عام - "٢٧" عام فأكثر)

وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت" لعينتين مستقلتين والجدول (٢٢) التالي يوضح قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات الأعمار ("٢٧" عام - "٢٧" عام فأكثر) في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (٢٢) قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات الأعمار (أقل من "٢٧" عام - "٢٧" عام فأكثر) في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الأبعاد	المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الدوافع المعرفية	أقل من "٢٧"	٥٨٥	١٨,٧٠	٣,٥٦	٠,٠٢٢	٠,٩٨٢ غير دالة
	"٢٧" فأكثر	٣٥٣	١٨,٦٩	٣,١٧		
الدوافع الاجتماعية	أقل من "٢٧"	٥٨٥	١٤,٨٠	٣,٤٨	٤,٢٥	٠,٠١ دالة
	"٢٧" فأكثر	٣٥٣	١٥,٨١	٣,٥٤		
الدوافع السلوكية	أقل من "٢٧"	٥٨٥	١٥,٤٩	٢,٩٩	٤,٦٥	٠,٠١ دالة
	"٢٧" فأكثر	٣٥٣	١٦,٤١	٢,٧٧		
الدوافع الوجدانية	أقل من "٢٧"	٥٨٥	١٩,٠١	٣,٠٨	٢,٣٨	٠,٠١ دالة
	"٢٧" فأكثر	٣٥٣	١٨,٥١	٣,٠٧		
الدرجة الكلية	أقل من "٢٧"	٥٨٥	٦٨,٠١	٧,٩٥	٢,٦٥	٠,٠١ دالة
	"٢٧" فأكثر	٣٥٣	٦٩,٤٢	٧,٨١		

يتضح من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين درجات مجموعتي (أقل من "٢٧" عام - "٢٧" عام فأكثر) في كل من الدوافع الاجتماعية والدوافع السلوكية والدرجة الكلية لصالح مجموعة ("٢٧" عام فأكثر)، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين درجات مجموعتي (أقل من "٢٧" عام - "٢٧" عام فأكثر) في الدوافع الوجدانية لصالح (أقل من "٢٧" عام)، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بعد الدوافع المعرفية تعزى لمتغير العمر.

نتائج الفرض العاشر:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الدبلوم العام في التربية تعزى لمتغير التخصص (أدبي - علمي)

وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت" لعينتين مستقلتين والجدول (٢٣) التالي يوضح قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (أدبي - علمي) في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (٢٣) قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (أدبي - علمي) في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الأبعاد	المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الدوافع المعرفية	أدبي	٥٧٠	١٨,١٨	٣,٤٨	٥,٧٧	٠,٠١ دالة
	علمي	٣٦٨	١٩,٤٨	٣,١٧		
الدوافع الاجتماعية	أدبي	٥٧٠	١٥,٣٠	٣,٨٥	١,٣٤	٠,١٧٩ غير دالة
	علمي	٣٦٨	١٤,٩٨	٢,٩٧		
الدوافع السلوكية	أدبي	٥٧٠	١٦,٧٠	٣,١٨	١٢,٠١	٠,٠١ دالة
	علمي	٣٦٨	١٤,٥٠	١,٨٧		
الدوافع الوجدانية	أدبي	٥٧٠	١٨,٠١	٢,٨٨	١٠,٧٦	٠,٠١ دالة
	علمي	٣٦٨	٢٠,٠٩	٢,٩٤		
الدرجة الكلية	أدبي	٥٧٠	٦٨,٢٠	٨,٦٣	١,٦٥	٠,٩٨ غير دالة
	علمي	٣٦٨	٦٩,٠٧	٦,٦٦		

يتضح من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين درجات (أدبي - علمي) في كل من الدوافع المعرفية والدوافع الوجدانية لصالح العلمي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين درجات (أدبي - علمي) في الدوافع السلوكية لصالح الأدبي، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بعد الدوافع الاجتماعية والدرجة الكلية تعزى لمتغير التخصص (أدبي - علمي).

نتائج الفرض الحادي عشر:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الدبلوم العام في التربية تعزى لمتغير نوع التعليم (أزهري - غير أزهري)

وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت" لعينتين مستقلتين والجدول (٢٤) التالي يوضح قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (أزهري - غير أزهري) في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (٢٤) قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (أزهري- غير أزهري) في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الأبعاد	المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الدوافع المعرفية	أزهري	٥٦٩	١٨,٦٨	٣,٤٦	٠,٠٩٢	غير دالة
	غير أزهري	٣٦٩	١٨,١٧	٣,٣٥		
الدوافع الاجتماعية	أزهري	٥٦٩	١٥,٢٢	٣,٤٥	٠,٤٧٧	غير دالة
	غير أزهري	٣٦٩	١٥,١١	٣,٦٧		
الدوافع السلوكية	أزهري	٥٦٩	١٥,٩٢	٣,٠٣	١,٠٧	غير دالة
	غير أزهري	٣٦٩	١٥,٧١	٢,٨٠		
الدوافع الوجدانية	أزهري	٥٦٩	١٨,٩٥	٣,٢٢	١,٥٨	غير دالة
	غير أزهري	٣٦٩	١٨,٦٢	٢,٨٥		
الدرجة الكلية	أزهري	٥٦٩	٦٨,٧٩	٨,٣٦	١,١٩	غير دالة
	غير أزهري	٣٦٩	٦٨,٧٩	٧,٢٠		

يتضح من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية تعزى لمتغير نوع التعليم (أزهري- غير أزهري).

نتائج الفرض الثاني عشر:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي) لدى طلبة الدبلوم العام في التربية تعزى لمتغير المكان (الوجه القبلي- الوجه البحري).

وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت" لعينتين مستقلتين والجدول (٢٥) التالي يوضح قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (الوجه البحري- الوجه القبلي) في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي):

جدول (٢٥) قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (الوجه البحري- الوجه القبلي) في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي)

الأبعاد	المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الإشباع الإيجابي	بحري	٤٤١	٣٤,١١	٦,٣٣	١,٢٣	غير دالة
	قبلي	٤٩٧	٣٣,٥٨	٦,٦٢		
الإشباع السلبي	بحري	٤٤١	٢٧,٣٧	٥,٣٤	٣,٨٠	دالة
	قبلي	٤٩٧	٢٨,٦١	٤,٤٩		

يتضح من جدول (٢٥) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بعد الإشباع الإيجابي تعزى لمتغير المكان (الوجه البحري- الوجه القبلي)، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) في بعد الإشباع السلبي تعزى لمتغير المكان (الوجه البحري- الوجه القبلي) لصالح الوجه القبلي.

نتائج الفرض الثالث عشر:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي) لدى طلبة الدبلوم العام في التربية تعزى لمتغير النوع (ذكور- إناث).

وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت" لعينتين مستقلتين والجدول (٢٦) التالي يوضح قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (الذكور- الإناث) في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي):

جدول (٢٦) قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات

(الذكور- الإناث) في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي)

الأبعاد	المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الإشباع الإيجابي	ذكور	٤٤٧	٣٤,٠٦	٦,٣١	١,٠٨	٠,٢٧٩ غير دالة
	إناث	٤٩١	٣٣,٦٠	٦,٦٥		
الإشباع السلبي	ذكور	٤٤٧	٢٧,٤٥	٥,٣٢	٣,٤٠	٠,٠١ دالة
	إناث	٤٩١	٢٨,٥٥	٤,٥٢		

يتضح من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع الإيجابي تعزى لمتغير النوع (ذكور- إناث)، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع السلبي تعزى لمتغير النوع (ذكور- إناث) لصالح الإناث.

نتائج الفرض الرابع عشر:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي) لدى طلبة الدبلوم العام في التربية تعزى لمتغير العمر (أقل من "٢٧" عام- "٢٧" عام فأكثر)

وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت" لعينتين مستقلتين والجدول (٢٧) التالي يوضح قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات الأعمار (أقل من "٢٧" عام- "٢٧" عام فأكثر) في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي):

جدول (٢٧) قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات الأعمار (أقل من "٢٧" عام - "٢٧" عام فأكثر) في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي)

الأبعاد	المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الإشباع الإيجابي	أقل من "٢٧"	٥٨٥	٣٣,٤٧	٦,٢٧	٢,١٥	٠,٠٥
	"٢٧" فأكثر	٣٥٣	٣٤,٤١	٦,٨٠		
الإشباع السلبي	أقل من "٢٧"	٥٨٥	٢٨,٤٩	٤,٢٥	٣,٧٠	٠,٠١
	"٢٧" فأكثر	٣٥٣	٢٧,٢٦	٥,٨٦		

يتضح من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) بين درجات مجموعتي (أقل من "٢٧" عام - "٢٧" عام فأكثر) في الإشباع الإيجابي لصالح مجموعة ("٢٧" عام فأكثر)، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين درجات مجموعتي (أقل من "٢٧" عام - "٢٧" عام فأكثر) في الإشباع السلبي لصالح (أقل من "٢٧" عام).
نتائج الفرض الخامس عشر:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي) لدى طلبة الدبلوم العام في التربية تعزى لمتغير التخصص (أدبي - علمي) وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت" لعينتين مستقلتين والجدول (٢٨) التالي يوضح قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (أدبي - علمي) في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي):
جدول (٢٨)

قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (أدبي - علمي) في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي)

الأبعاد	المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الإشباع الإيجابي	أدبي	٥٧٠	٣٢,٣٦	٦,٧٠	٨,٩٥	٠,٠١
	علمي	٣٦٨	٣٦,٠٩	٥,٤٣		
الإشباع السلبي	أدبي	٥٧٠	٢٨,٣٨	٥,٣٣	٢,٧٤	٠,٠١
	علمي	٣٦٨	٢٧,٤٨	٤,٢٤		

يتضح من جدول (٢٨) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين درجات (أدبي - علمي) في الإشباع الإيجابي لصالح العلمي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين درجات (أدبي - علمي) في الإشباع السلبي لصالح الأدبي.

نتائج الفرض السادس عشر:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي) لدى طلبة الدبلوم العام في التربية تعزى لمتغير نوع التعليم (أزهري - غير أزهري) وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت" لعينتين مستقلتين والجدول (٢٩) التالي يوضح قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (أزهري - غير أزهري) في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي):

جدول (٢٩) قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات (أزهري - غير أزهري) في الإشباع النفسي (الإيجابي، السلبي)

الأبعاد	المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الإشباع الإيجابي	أزهري	٥٦٩	٣٣,٩٨	٦,٤١	٠,٨٩٢	٠,٣٧٣ غير دالة
	غير أزهري	٣٦٩	٣٣,٥٩	٦,٦١		
الإشباع السلبي	أزهري	٥٦٩	٢٧,٧٣	٥,٠٤	٢,٢٣	٠,٠٥ دالة
	غير أزهري	٣٦٩	٢٨,٤٧	٤,٧٨		

يتضح من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بعد الإشباع الإيجابي تعزى لمتغير نوع التعليم (أزهري - غير أزهري)، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) في بعد الإشباع السلبي تعزى لمتغير التعليم (أزهري - غير أزهري) لصالح مجموعة غير أزهري.

ويمكن مناقشة نتائج الدراسة الحالية في ضوء نتائج الدراسات السابقة التي أكدت نتائج الدراسة الحالية مثل دراسة (العياضي، ٢٠٠١) ودراسة (Haigh, 2010) ودراسة (المقـدادي، ٢٠١٤) ودراسة (حـراب، ٢٠١٤). (wakefied&rice,2008,78). (أبو صـعيليك، ٢٠١٢). (أل سعود، ٢٠١٤). التي توصلت إلى أن المزايا التي تدفع الطلبة إلى استخدام مواقع التواصل؛ تحقيق إشباعاتهم التي تتمثل في: تكوين أفضل علاقات؛ تبادل الخبرات والمهارات والمعارف المختلفة، توفير المرونة في تحديد الزمان والمكان الذي يرغبونه واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي له استخدامات متعددة ومتنوعة منها البحث

وإرسال الرسائل يكون لها أثر إيجابي على تصور الذات لدى الشباب وسائل التواصل الاجتماعي يغلب عليها الطابع الاجتماعي أكثر من غيره. وهناك خصائص مشتركة بين مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعي من حيث السن والجنس والنوع والطبقة الاجتماعية والاهتمامات والسلوكيات.

تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بدور كبير في حياة الملايين من الطلبة يعزز التعلم داخل الفصول الدراسية وخارجها دراسة (Phillips, Baird, & Fogg, 2011). وحتى يتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التعليم، كان لابد من فهم طريقة استخدام الطلبة لها، وفهم سلوكهم في أثناء الاستخدام دراسة (أحمد وعمر، ٢٠١٧). فضلا عن التأثير الإيجابي لها في تعلم أمور عديدة وجديدة منها التعبير عن الرأي بحرية، تخطي الخجل، التحدث بجرأة دراسة (الطيار، ٢٠١٤). وسائل التواصل الاجتماعي مصدرا من مصادر المعلومات والاختبار المؤثرة في تشكيل الرأي العام، وفي تنمية روح المواطنة والانتماء والولاء دراسة (الدبيسي والطاهات، ٢٠١٣) ودراسة (solaiman, 2015).

وسائل التواصل الاجتماعي تغير اوجه الحياة الشخصية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والفكرية، وبالتعليم الامثل والارشاد المناسب لاستخدام الشباب لها يتأثرون إيجابيا ويمنوا نموا سليماً دراسة (wakefied&rice, 2008) ودراسة (Namo, 2011).

والدوافع هي التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في موقف معين؛ وتصبح رغبة الفرد في إشباع حاجاته من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (العنزي، ٢٠١٣) و(الهزاني، ٢٠١٣). وبذلك يكون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمستوى عالٍ من الكفاءة لطلاب التعليم الجامعي أكثر إلحاحاً من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي دراسة (أبو العلا، ٢٠٠٧) ودراسة (أحمد وعمر، ٢٠١٧).

وأن دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تحقق العديد من الإشباعات الاجتماعية والمعرفية والنفسية دراسة (الدليمي، ٢٠١٤). وإرضاء الحاجة وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع دراسة (زاهر، ٢٠٠٣) ودراسة (أل سعود، ٢٠١٦) ودراسة (النموري، ٢٠١٧).

عملية استخدام تكنولوجيا الاتصال والإشاعات المتحققة منها تتأثر بتأثر مباشر بالبناء الاجتماعي ومجموعة العوامل الشخصية والنفسية والاجتماعية دراسة (سعد، ٢٠١٢) ودراسة (لويضة، ٢٠١٤) ودراسة (خليفة، ٢٠١٦). ودراسة " واكفيلد ورايس(٢٠٠٨) (ان استخدام الطلبة لتكنولوجيا الاتصالات يجعلهم يتأثرون إيجابياً وينمون نمواً سليماً. دراسة " شين وشكر (٢٠٠٩) أن أشكال استخدام الإنترنت متنوعة ومتعددة وجود أثر إيجابي على تصور الذات دراسة(خضر ٢٠٠٩) غلبة الطابع الإيجابي على الآثار الاجتماعية دراسة" ميافشي" (٢٠١٠) توجد خصائص مشتركة بين الطلاب وأصدقائهم في موقع Face Book وذلك فيما يتعلق بالسن والجنسية والنوع والطبقة الاجتماعية والاهتمامات والسلوكيات ودراسة جون راكيس (٢٠١٠) تستخدم غالبية الطلاب مواقع شبكات التواصل مع الأصدقاء لأوقات طويلة يوماً للبحث عن الأصدقاء القدامى وتكوين صداقات جديدة. توجد فروق بين الذكور والإناث في عدد أصدقائهم في مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء. دراسة كالاليمما (٢٠١٠) إن التعرض للصفحات الشخصية يؤثر إيجابياً ودراسة سيونج اينكو Seong Euncho,2010) (توجد فروق دالة بين الطلاب الكوريين والأمريكان في عدد أصدقائهم في مواقع الشبكات الاجتماعية لصالح الطلاب الأمريكيين. دراسة ميشيل فانسون(Meshel,2010) أن شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم. دراسة (عيد والعشي ٢٠١١) يلبي احتياجاتك الجامعية. وبينت الدراسة بأن الدوافع وراء استخدام العينة لموقع Face Book هي أولاً للتواصل مع الأصدقاء والأقرباء في الداخل والخارج. ودراسة الطيار (٢٠١٤) وتمثلت الآثار السلبية لشبكات التواصل في الدراسة في إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، وإهمال في الشعائر الدينية، وتمثلت الآثار الإيجابية في الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، وتعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والتعبير بحرية عن الرأي، والتمكن من تخطي حاجز الخجل. ودراسة حراب(٢٠١٤) ساهم مساهمة كبيرة في طرح قيم المواطنة، وتمثلت هذه القيم في الاهتمام بقضايا الوطن وحبه وحمانيته. ودراسة الدليمي (٢٠١٤) دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع الأقارب والأهل وأن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباع اجتماعي من خلال خلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء، إضافة إلى تحقق

إشباع معرفي. كما إن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا نفسيا دراسة (أحمد وعمر، ٢٠١٧).

تقييم آثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحث:

النواحي الإيجابية: تتمثل فى مجموعة من النواحي وهي: توفر الحاجات الإنسانية والشخصية والاجتماعية والطبيعية للتواصل، سهولة البحث عن أى معلومة والتحقق منها بسهولة معرفة الاخبار والاحداث بسرعة، المساعدة في البحث عن فرص العمل والوظائف، تكوين الصداقات والبحث عن الأصدقاء القدامى، إزدياد فرص الإبداع والإبتكار والتطور التقني والفني والعلمي، إستخدامها في التبليغ الديني والعلمي والثقافي والسياسي والاقتصادي وغيره، تفعيل عمليات تنظيم الحملات الدعائية والإعلامية، معرفة المكانة الاجتماعية لبعض الفئات الغير معروفة، سرعة إيصال المعلومات ونشرها وتحوّل كل فرد إلى إعلامي، المساعدة في تدعيم قيم الحوار والتسامح لدى الأفراد، إتاحة الفرصة أمام المستخدمين للتعبير عن ذواتهم وأنفسهم وتنمية الثقة بالنفس.

النواحي السلبية: تتمثل فى مجموعة من النواحي وهي:

- **تدمير العادات والتقاليد الاجتماعية:** يحصل ذلك لصالح نمط إتصال إلكتروني مصمّم من قبل شركات لا صلة لها بهويتنا أو تقاليدنا العربية والإسلامية ويسبب حالة تفكيك الهويات الأصلية والحقيقية. بناء علاقات إفتراضية، رفع الخصوصية عن الهوية، زيادة حدّة التنافر الإجماعي، إنقلاب قيم التواصل، إفتشاء الأسرار وكشف المستور، إنتقال الأفكار والمعلومات السلبية بطريقة عدوى المشاعر والأفكار، دفع المستخدم نحو التقصير في الواجبات: خاصة الأسرية والزوجية والاجتماعية، إرتكاب الجرائم عن بُعد من خلال الإخلال بالآداب والأخلاق، تعطلّ الدور الاجتماعي للفرد في العالم الحقيقي الواقعي، إضعاف اليقين العقائدي والإيماني. زيادة الفجوة بين الأجيال، تدنّي حسّ المسؤولية والمصداقية. الإنفصال عن الواقع وضعف الإحساس الشعوري. إزدياد فرص ومعدلات الطلاق. الإختلاط الإلكتروني بين الجنسين. تنمية روح التمرد والنقد غير المنهجي. إضعاف المناعة في مقاومة الأخطاء ومواجهة التحدّيات. الإضطراب النفسي والعاطفي والوصول إلى النرجسية. زيادة معدلات التدخين واستهلاك الكحول. إزدياد نزعة التسلية وهدر الوقت

وعدم إستثمار الأعمار والطاقات. بثّ الأفكار الهدّامة والدعوات المنحرفة والتجمّعات الفاسدة. عرض المواد الإباحية والفاضحة. التشهير والفضيحة والمضايقة والتحايل والإبتزاز والتزوير.

- **تلف الخلايا المخ:** إدمان وسائل التواصل يؤدّي إلى إرهاب العين وإلى تلف جزئي للخلايا الدماغية وهذا الإدمان يرتبط بتغيّرات في الدماغ كما يحصل مع المدمنين على المخدرات أو الخمر الذي يؤدّي إلى تلف ألياف المادة لابيضاء في الدماغ التي تربط المناطق المعنية بالمعالجة العاطفية والإنتباه، واتّخاذ القرارات والسيطرة الإدراكية ويؤدي ذلك إلى:

- **إضعاف التركيز الذهني:** حيث أن التركيز الذهني في قراءة نص إلكتروني لا تتعدّى ٢٥% بالقياس إلى قراءة النصوص الورقية التقليدية من الكتب وذلك بسبب خاصية التشعب النصّي على صفحات الإنترنت التي تتضمن عشرات الثغرات والأوامر والروابط المتشعبة.
- **إضعاف الذكاء:** إن سرعة إنتشار المعلومات، وسهولة الحصول عليها في هذه المواقع تؤثر سلباً على القدرات التحليلية عند الأشخاص الذين يستخدمونها بكثرة.
- **إضعاف اللغوية العربية:** حيث أدّى كثرة إستخدام هذه الوسائل عبر الكتابات النصّية والأوامر الإلكترونية إلى زعزعة منظومة المفردات اللغوية العربية للفرد بسبب قلّة التواصل الطبيعي وقلّة النطق باللغة وظهور نصوص مفردات عربية بأحرف أجنبية ليصل الأمر إلى لغة غير صحيحة.
- **بناء جيل جديد:** حيث يتمّ توجيه وبرمجة الدماغ البشري نتيجة عامل المداومة والإدمان اليومي باتجاه قالب ذهني موحد أي توجيه نمطية العقل الجمعي للمستخدمين بحيث تصبح أدمغتهم متشابهة.
- **الآلام الجسميّة (العمود الفقري):** مما يترتب على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في سائر انواع المواصلات وغيرها والاستخدام الغير سليم لفترات طويلة يؤدي احداث تقوس في العمود الفقري وانزال الرأس فترات طويلة الى صداع وغيره.

توصيات الدراسة:

- في ضوء أدبيات الدراسة الحالية وماتوصلت إليها من نتائج في الدراسة الميدانية تقدم الدراسة التوصيات الآتية:
- الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي فيما يعود بالنفع في الجوانب الثقافية والمعرفية والاجتماعية والسلوكية والوجدانية وغيرها.
 - تدعيم الطلبة على تكوين أفضل علاقات في ضوء تبادل الخبرات والمهارات المختلفة عبر وسائل الاتصال المختلفة.
 - تحقيق إشباع الطلبة مع تحقيق التوازن بين الحفاظ على ثقافتنا الإسلامية.
 - بقضايا الطلبة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والدينية والرياضية والترفيهية.
 - إبراز وإحياء القيم والمبادئ لدى الطلبة والشباب وأفراد المجتمع.
 - الحرص من الجوانب السلبية لوسائل الاتصال في تشكيل العقول والتلاعب باتجاهات الطلبة.
 - تضافر جميع جهود الدولة للعمل على إشباع حاجات الطلبة في جميع المجالات.
 - تنقية مواقع الشبكات الاجتماعية وخاصة الفيس بوك واليوتيوب من الشائعات وتوعية الشباب إعلامياً وتربوياً وثقافياً.
 - المكتبات الرقمية وتفعيل دورها كمجال حيوى من مجالات استخدام مواقع الإنترنت الثقافية والتعليمية.
 - ينبغي تدريب الطلبة على المشاركة بالفكر والرأى في المنتديات الثقافية البناءة.
 - دور الأسرة والجامعة في تأصيل القيم الحميدة داخل الشباب لشغل فكر الشباب وصرف تفكيرهم عما يؤذيهم ويضرهم من وسائل التواصل الاجتماعي.
 - الانتفاع بما تقدمه وسائل التواصل الاجتماعي من أشياء إيجابية مثل نقل المعلومات المفيدة والبرامج الجيدة وتنمية العقل والفكر والبعد عن كل ما يدعو إلى السلبية والعنف.

مقترحات الدراسة:

- في ضوء ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج وتوصيات فإنها تقترح القيام بالبحوث التالية:
- دور وسائل الاتصال الحديثة في معالجة قضايا الشباب لدى عينة من محافظات مصر.
 - دراسة العلاقة بين استخدامات الطلاب في مراحل التعليم قبل الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي و الإشباع المتحققة منه.
 - دور شباب الجامعة من خلال التعليم الإلكتروني في خدمة البيئة والمجالس المحلية.
 - دور تكنولوجيا الاتصال في دعم الأنشطة المجتمعية والمنتديات الثقافية في ضوء أهداف التعليم بعد الجامعي.

المراجع

أولاً- المراجع العربية:

أبو العلا، سهير (٢٠٠٧). التعليم الإلكتروني ومتطلبات تطبيقه في التعليم الجامعي (رؤية مستقبلية)، جامعة عين شمس: مركز تطوير التعليم الجامعي، المؤتمر القومي السنوي الرابع عشر، آفاق جديدة في التعليم الجامعي العربي ٢٥- ٢٦ نوفمبر.

أبو عبطة، جوهرة والفايز، منى والسعود، لبنى (٢٠١٥). امتلاك طالبات الجامعة مستخدمات وغير مستخدمات شبكة التواصل الاجتماعي المهارات الاجتماعية في ضوء بعض المتغيرات: دراسة مقارنة، مجلة المنارة، المجلد ٢١، العدد (٤)، ص ٤١٧-٤٤٦.

أحمد، عبدالسلام وعمر، احلام (٢٠١٧). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى الطالبة الجامعة، مجلة العلوم العربية والانسانية، جامعة القصيم، المجلد (١٠) العدد (٤) صص ٢٢٨٧-٢٣٤٢.

آل سعود، نايف (٢٠١٤). دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي و الإشباع المتحققة منها، مجلة العلوم العربية والانسانية، جامعة القصيم، المجلد (٧) العدد (٤) صص ٢٠١-٢٦٦.

النموري، هبة (٢٠١٧) تهيئة المواقع لشبكات التواصل الاجتماعي، المؤتمر الثامن والعشرون، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.

أبو صعيك، ضاحي. (٢٠١٢)، أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن ودورها المقترح في تنمية الشخصية المتوازنة لديهم. (رسالة دكتوراه غير منشورة) الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

الجعبري، باسم (٢٠٠٩). الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، الرواد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.

الدبيسي، عبدالكريم والطاهات، زهير (٢٠١٣). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (٤٠)، العدد (١)، عمان، الاردن.

الدليمي، عبد الرزاق(٢٠١٤). استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها. *مجلة علوم الإنسان والمجتمع*، (١٢) ١١٩-١٥٠. السرحان، صايل ومشاقبة، عاهد وبني سلامة، محمد ودرادكة، محمد (٢٠١٦). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي دراسة تطبيقية على طلبة جامعة آل البيت. *مجلة المنارة*، المجلد (٢٢)، العدد (٤) ص ١٩٣-٢٥٠.

الشاعر، عبد الرحمن(٢٠١٥). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.

الشافعي، صادق وشاكر، علي ومنتوب، محمد (٢٠١٤). اتجاهات طلبة كلية التربية للعلوم الإنسانية في جامعة كربلاء نحو استخدام الشبكة العنكبوتية (الانترنت) جامعة كربلاء - كلية التربية للعلوم الإنسانية، العدد (١٦) ص ١٢٩-١٥١.

الطيار، فهد (٢٠١٤). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتز نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، *المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب*، المجلد (٣٠)، العدد (٦١) ١٩٣ - ٢٢٦.

العبد، عاطف عدلي(٢٠٠٥). الرأي العام وطرق قياسه، الأسس النظرية- الجوانب المنهجية- النماذج التطبيقية- والتدريبات العملية، القاهرة: دار الفكر العربي.

العبد، نهى (٢٠٠٧). استخدامات الجمهور المسيحي للقنوات الفضائية المسيحية و الإشباعات المتحققة: دراسة ميدانية مقارنة على الصفوة والجمهور العام، *المجلة العربية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثامن، العدد الثالث.

العتيبي، جارح(٢٠٠٨). تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة الملك سعود. الرياض.

العياضي، نصر الدين(٢٠٠١). وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة والقاعدة والاستثناء، الإمارات العربية المتحدة، الشارقة، دار الثقافة والإعلام، الطبعة الأولى.

العياصرة، وائل. (٢٠١١)، *التعليم والتعلم وعلم النفس التربوي*، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.

العنزي، جلال. (٢٠١٣). فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تحصيل العلوم والاتجاه نحو مجتمع المعرفة لدى طالبات الصف الثالث المتوسط بالمدينة المنورة. (رسالة دكتوراة غير منشورة)، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، السعودية.

الهزاني، نور. (٢٠١٣). فاعلية الشبكات الاجتماعية الإلكترونية في تطوير عملية التعليم والتعلم لدى طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود. *المجلة الدولية للأبحاث التربوية*، (٣٣) ١٢٩-١٦٤.

المقدادي، خالد (٢٠١٤). ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.

بحري، محمد. (٢٠٠٦). *اتجاهات حديثة في تكنولوجيا التعليم*، عمان. دار الإعلام.

جبريل، ثريا وآخرون (٢٠٠٢). الخدمة الاجتماعية في مجال الأسرة والطفولة، مركز بيع الكتاب الجامعي كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، القاهرة.

حداد، جيهان (٢٠٠٢). المقاهي الإلكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد، دراسة انثروبولوجية.، (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة اليرموك.

حراب، لويذة (٢٠١٤). دور شبكات التواصل الاجتماعي تنمية روح المواطنة لدى الشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي فيس بوك بأمر

البواقي، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي، الجزائر.

خضر، ناهد. (٢٠٠٩)، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على مستخدمي موقع Facebook،

المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٥-١٧ فبراير.

خليفة، إيهاب (٢٠١٦). مواقع التواصل الاجتماعي "أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى.

ربيع، هبة (٢٠٠٣). إدمان شبكة المعلومات والاتصالات الدولية (الإنترنت) في ضوء بعض المتغيرات، مجلة دراسات نفسية، المجلد (١٣)، العدد (٤)، رابطة الأخصائيين النفسيين المصرية (رانم)، القاهرة، ص ص ٥٥٥-٥٨٠.

رحومة، علي (٢٠٠٧). الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.

زاهر، راضي (٢٠٠٣). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد (١٥)، جامعة عمان الأهلية، عمان، الأردن.

دروزة، أfnان (٢٠٠٩). "درجة استخدام طلبة كلية العلوم التربوية في جامعة النجاح الوطنية لشبكة الإنترنت"، مجلة جامعة النجاح للأبحاث - العلوم الإنسانية، المجلد (٢٣)، العدد (٣)، نابلس، فلسطين.

سعد، أحمد علي (٢٠١٢). استخدامات طلاب الجامعة لتكنولوجيا الاتصال و الإشباعات المتحققة منها دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية)، جامعة بنها.

شاهين، محمد. (٢٠١٠)، دوافع استخدام الشبكة العنكبوتية لدى الطلاب في جامعة القدس المفتوحة، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، جامعة القدس المفتوحة، القدس، فلسطين.

شحاتة، حسن (٢٠٠٨). تصميم المناهج وقيم التقدم في العالم العربي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى.

عبده، جيهان (٢٠٠٣). استخدامات المراهقين لوسائل الاتصال و الإشباعات التي تحققها، (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

علي، أمنية (٢٠٠٤). استخدام الشباب المصري للمواد المقدمة على الأقراص المدمجة و الإشباعات المتحققة (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

عمر، رندا (٢٠١٣). الإعلام الإلكتروني وأثره في اتجاهات الشباب ومعارفهم وسلوكياتهم. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة عدن، اليمن.

عيد، هند والعشي، سماح (٢٠١١). استخدامات طلبة الجامعات في محافظات غزة لمواقع "Face book" دراسة ميداني، بحث مقدم بكلية الأداب، الجامعة الإسلامية- غزة.

قتلوني، مصعب (٢٠١٢). دور مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي مصر نموذجاً، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، نابلس، فلسطين.

مهدي، كريمة (٢٠٠٤). الآثار النفسية والاجتماعية المرتبطة بالإنترنت لدى طلاب الجامعة (دراسة مقارنة)، ملخصات أبحاث المؤتمر الدولي بمركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، جامعة الأزهر، ص ص ٢١-٢٣.

ثانياً- المراجع الأجنبية:

Calalima Laura Toma(2010). Affirming the Self online: motives, benefits and Costs of face book use, Unpublished Ph. D, New York: coronel University.

Campbell, K. (2012). Facebook Makes Us Feel Good About Our selves. Research finds <http://www.sciencedaily.com/releases/2012/06/120626115241.htm>. accessed: 11/6/2013.

Draucker, C. and Martsof, D.(2010). "The role of electronic communication technology in adolescent dating violence", *Journal of Child and Adolescent Phychiatric Nursing*, 23 (3), 133- 142.

Haigh, P. (2010). social networking websites:their benefits and risks. Optimus education. London ,United Kingdom.

Helton, B.(2011). The Effects of Facebook Habits on Academic Success. research finds. <http://www.lagrange.edu/academics/citations/2011/index.html>. accessed: 11/6/2013.

John Raackes Jenifer Bomds Raacke (2008). My space and Face book: Applying the uses and Gratifications theory to Exploring Friend- networking Sites in Cyber psychology and Behavior, v. 11, n. 2,, p. p. 169- 174.

- Mecheel, Vansoon, (2010).. Facebook and the invasion of technological communities, N.Y, Newyork.
- Mia Fscher (2010). Birds of a feather flock Together Relocated: Homophile in the context of web 2.0 in online Social networking Sites Such as face book, graduate of the Collage of Charleston.
- Namo, A., (2011). Twitter, Facebook and YouTube's Role in Arab Spring (Middle East Uprisings), [Online],, Available: <http://socialcapital.wordpress.com/uprising>.
- Phillips, L., Baird, D. & Fogg, B. (2011). Facebook for Educators, Distribution Partners. new York, united states.
- Seong Euncho (2010). Cross- Cultural Comparison of Korean and American Social Network Sites: Exploring Cultural differences in Social relationships and Self- presentation, Unpublished Ph. D, new Jersey: the State University of new Jersey.
- Shen Kethy Ning, Shakir. Maha (2009). Internet Usage Among Arab Adolescents: Preliminary Findings European and Midiferanean Conference on Information System, Izmir, Turkey
- Sulaiman Reyaee, Aquil Ahmed (2015). Growth Pattern of Social Media Usage in Arab Gulf States: An Analytical Study. Social Networking, 4.23-32.
- Towner, T. & Muñoz, C. (2009). Opening Facebook: How to Use Facebook in the College Classroom. Presentation at the 2009 Society for Information Technology and Teacher Education conference in Charleston, Unpublished doctoral thesis South Carolina University, South Carolina, United States.
- Wakefield. Marie A, Rice (2008). Cynthia J. " The Impact of Cyber – communication on Today's Youth" American Counseling Association.