

دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لموقعي (فيسبوك وتويتر) واشباعاتهم
المتحققة منها

**The motives of Jordanian university students' use of the sites (Facebook
and Twitter) and their verified satisfactions**

¹ أ.د./ عبد الرزاق محمد الدليمي ² الباحث/ أحمد عبد الرزاق محمد
^{1/2} جامعة البترا، الأردن

Mail: abedd2005@gmail.com

تاريخ القبول: 2020/09/18

تاريخ الاستلام: 2020/08/25

© 2020 by Jordanian University of Science and Technology. All rights reserved. This article is published under the Creative Commons Attribution 4.0 International License.

مستخلص البحث:

هدف البحث دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيسبوك وتويتر) ومن أجل تحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الوصفي، وقام بتصميم استبانة لقياس دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها، وتكونت عينة البحث من (٤١٢) وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج من أهمها: كان دافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الاهل والأقارب وحاز على نسبة (89.174%)، تلاها دافع الترفيه والتسلية بنسبة وصلت إلى (87.038%)، ومن بعد ذلك دافع الاستخدام لأغراض دراسية بنسبة وصلت إلى (٧٩.٨٠%)، ومن ثم دافع البحث عن أصدقاء الطفولة بنسبة بلغت (٧٨.٥٩%).

الكلمات المفتاحية: الاستخدام؛ شبكات التواصل الاجتماعي؛ الإشباع

Abstract:

The objective of this study was to determine the motivation of Jordanian universities students in using the social communication webs (facebook, twitter) and its satisfactions especially in the University of Jordan and Petra University. In order to achieve this aim, the researcher used the descriptive analytical method, and he designed a questioner to measure the motivations of the students and its satisfactions in the Jordanian universities in using the social communication webs. The sample of the study contained of (412). The results of the study were the following:

The motivation of using the students the social communication webs in order to communicate with the relatives and the family, which had the following percentage (89.174%). Then came the motivation of entertainment with a percentage of (87.038%). After that, came the motivation of using for educational purposes with a percentage of (79.80%). Then the motivation of research about childhood friendships with a percentage of (78.59%).

Keywords: use; Social networks; Saturation

مقدمة:

أبرزت التطورات التكنولوجية المتسارعة ظهور وسائل الاتصال الجديد ومنها مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل باتت بعض مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع زيارة في العالم، لاسيما الفيسبوك وتويتر وغيرها. لقد كسرت هذه المواقع القيود والحدود الجغرافية وعملت على تقارب الأفكار والأخبار، ونمت العلاقات بين الناس على اختلاف ثقافتهم ولغاتهم وبيئاتهم، ليصبح الاتصال السريع محركاً أساسياً وقوياً بين الناشطين السياسيين والاجتماعيين والاقتصاديين وغيرهم بعضهم مع البعض (Smoloon, Daved. 2009) لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة وجزءاً أساسياً من حياة عدد كبير من الشباب الجامعي لا يمكن الاستغناء عنه، وقد وصل الأمر عند بعضهم إلى درجة الإدمان؛ وقد أثارت هذه المواقع كثير من الجدل وتضاربت حولها الآراء بسبب تأثيرها المباشر في سلوك وتفكير مرتاديها فهي وسيلة ناجحة في نقل الأخبار والتعليمات والوثائق والصور والأبحاث والأزمات والاحتفالات والأحداث بأسرع وقت وأقل تكلفة، إلى حد أصبحت فيه بعض وسائل الإعلام مثل التلفزيون والصحف تعتمد على مواقع الاتصال في نقل الحدث من مكان الحدث بأقصى سرعة (Usluel, Yasmin & Mazman, Sacide 2011).

لقد نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير عما يكتنه الشباب بداخلهم متأثرين بثقافة العصر والانفتاح على الثقافات العالمية ولكنها في المقابل أداة خطيرة عندما تستخدم في تزوير الوقائع والحقائق وفبركة الأحداث ونشر الشائعات، لأن ذلك ينعكس سلباً على الفرد والمجتمع لا سيما المحافظ على تقاليد هو مبادئه وعاداته وثقافته، أما الإفراط في استخدام هذه المواقع فيؤدي حسب دراسات نفسية إلى انعزال الفرد عن أسرته والبعد عن المشاركة الفاعلة مع أفراد أسرته ومجموعته (Meshel, Vansoon,. 2010).

كما أن غياب الرقابة الأسرية والمجتمعية على الأبناء دافع قوي في أحداث سلوكيات غير مرغوبة وأفعال غير مقبولة. ويعتبر طلبة الجامعات من أكثر فئات المجتمع تأثراً بهذه المواقع، وأصبح من النادر أن تجد طالبا جامعيا ليس لديه حساباً على الفيسبوك أوالتويتر، كجزء من ثقافة التواصل الاجتماعي التي انتشرت بسرعة البرق بين

أوساط طلبية الجامعات. من هنا يأتي هذا البحث لتسليط الضوء على دوافع استخدامات طلبية الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) ودرجة الاشباع المتحققة لهم وعلاجه التحديد عينة البحث جامعتنا الأردنية والبترا خلال فترة اجراء البحث ٢٠١٧

مشكلة الدراسة: تعد مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت مثل "فيسبوك وتويتر" من الوسائل الإعلامية التي اجتاحت العالم بأسره وبات الجميع من مختلف الأعمار يستخدمونها، كباراً وصغاراً وتختلف الآراء حول دوافع استخدام هذه المواقع واشباعاتها، فبينما تشير دراسة (الدماري، ٢٠١٠) إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت يجعل الشباب أكثر انفتاحاً وصراحة وتصبح لديه قدرة أكبر على المشاركة الاجتماعية، في المقابل تشير دراسة (خضر، ٢٠٠٩) إلى أن الشباب الذين يقضون جل أوقاتهم في كتابة الرسائل النصية أو على مواقع الشبكات الاجتماعية أو كليهما معرضون لمجموعة من السلوكيات المقلقة بما فيها التدخين والاكنتاب، كما تشير الدراسات التي أجريت إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يشكل عائقاً أمام إقامة علاقات عائلية اجتماعية سوية بين أفراد الأسرة الواحدة، لتأثيرها السلبي على التواصل الأسري ويخلق نوعاً من العزلة النفسية.

وفي ضوء ما تقدم يمكن بلورة مشكلة البحث عبر السؤال الآتي: ماهي دوافع استخدامات طلبية جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) واشباعاتها لرغباتهم؟

تساؤلات البحث: انطلاقاً من حيثيات نظرية الاستخدامات والاشباع (الدليمي ٢٠١٦) فإن هذه الدراسة تسعى للإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ١- ما دوافع استخدامات طلبية الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٢- ما الإشباعات المطلوبة التي يسعى طلبية الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

٣- ماعلاقة المتغيرات الوسيطة (الجنس، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) بالاستخدامات والاشباعات؟

أهداف البحث: يسعى هذا البحث الى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- الوقوف على دوافع استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي .
- معرفة الإشباعات المطلوبة التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي .
- بيان الصلة بين دور المتغيرات الوسيطة (الجنس، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) وطبيعة الاستخدامات والاشباعات .
- الخروج بنتائج وتوصيات حول هذا الموضوع .

أهمية البحث: يمكن تحديد أهمية هذا البحث في ضوء الاعتبارات الآتية:

الأهمية النظرية:

- ١- يستمد هذا الموضوع أهميته من أهمية فئة الشباب الجامعي داخل المجتمع ودوره، فهذه الفئة تعدّ طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها ومستقبل المجتمع.
- ٢- الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، لدى فئة الشباب الجامعي في الأردن ودرجة واشباعاتها لحاجاتهم .
- ٣- تمهيد الطريق أمام إجراء عدد من الدراسات التي تتناول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها بصورة علمية وشاملة، بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي، وإثراء المكتبة العربية بدراسة حديثة من هذا النوع .

الأهمية العملية:

- التعرف على استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا على مواقع التواصل الاجتماعي، ومحاولة توضيح الاستخدامات الأمثل لهذه المواقع لإحداث التنمية في أوساط الشباب .
- التعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المطلوبة التي يسعى طلبة الجامعات إلى تلبيتها من خلال هذه الاستخدامات .
- يتوقع أن يستفيد من نتائج هذه الدراسة طلبة الجامعات الأردنية بشكل عام وطلبة جامعتي الأردنية والبترا حول الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص الفيسبوك وتويتر.

مصطلحات البحث وتعريفاته الاجرائية:

الاستخدام: يعرفه (Le Coadic, 2001, p65) بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام .

الإشباع: الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدفاً أو خفض دافع ما، فالإشباع في نظرية التحليل النفسي تعني خفض التنبيه والتخلص من التوتر، ووفق نظرية الاستخدام والإشباع فإن الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة، يطلق عليها الإشباع (بومعيزة، ٢٠٠٦، ص ٦١) .

مواقع التواصل الاجتماعي: هي تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة – Node)، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما ف هذا العالم. وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو

المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص". (عواد، ٢٠١٠) وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توصلت العلاقة الاجتماعية بينهم". (خليفة، ٢٠٠٩)

كما يعرفها (راضي، ٢٠٠٣، ٢) بأنها مجموعة من الشبكات الإلكترونية التي تتيح للمستخدمين بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الميول والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية . وتتبنى الدراسة تعريف هبة محمد خليفة لأنه أكثر شمولاً ووضوحاً.

فيسبوك: يعد من أشهر المواقع الاجتماعية على الانترنت أسسه طالب اسمه ماركزو كريبز في جامعة هارفارد سيطر موقع gadgetsnow الضوء على أن موقع فيس بوك سيكون الموقع الأول في العالم وسيصل عدد مستخدميه إلى ٢ مليار مستخدم نشط حول العالم قبل نهاية ٢٠١٧، وهذا وفقاً لمعدلات النمو الجديدة في عدد مستخدمي الموقع في بلدان جديدة مثل الهند. وكانت الشركة الأمريكية قالت في تقرير أرباحها للربع الرابع، إن عدد مستخدميها وصل إلى ١.٨٦ مليار مستخدم ارتفاعاً من ١.٧٩ مليار في الربع السابق و١.٥٩ مليار قبل عام، وقال المدير المالي للشركة "ديفيد وينر" إن فيس بوك أضاف عدد مستخدمين هائلاً خلال هذا الربع. وأشار التقرير إلى أن الشركة عملت بشكل مستمر خلال الفترة الماضية من أجل توسيع قاعدة المستخدمين حول العالم، سواء من خلال إطلاق مبادرة الإنترنت المجاني Internet.org في عدد من الدول النامية حول العالم، أو عقد شراكات مع بعض الحكومات. وقال "جان داوسون"، كبير المحللين في Jackdaw Research، إن فيس بوك يسير على الطريق الصحيح للوصول إلى ٢ مليار مستخدم قبل نهاية هذا العام، وهو أمر لم تصل إليه أي شركة أخرى على الإنترنت. يذكر أن فيس بوك تستفيد مالياً بشكل كبير من زيادة عدد مستخدمي موقعها

حول العالم، وهذا النمو يجعل قوتها مضاعفة، لذلك تحرص الشركة على إضافة مستخدمين جدد للشبكة كل يوم. <http://www.youm7.com/story/2017/2/7>

تويتر: هذا الموقع أخذ اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة، وهو عبارة عن نص موجز مكثف لتفاصيل كثيرة من خلال إرسال رسالة لا تتعدى ١٤٠ حرفاً.

الجامعة الأردنية: تأسست الجامعة الأردنية عام ١٩٦٢ في العاصمة عمان، وتقدم للطلبة ٣٥٠٠ مبحثاً، تدرّس في ١٨ كلية، وتمثل رؤية الجامعة الأردنية في إدارة مجتمع المعرفة وتنظيمها وصولاً بالجامعة إلى مصاف الجامعات المصنفة عالمياً في غضون عام ٢٠١٨. تتمثل رسالة الجامعة الأردنية في أن تصبح جامعة رائدة بين الجامعات المصنفة عالمياً، من حيث توفيره الخبرة التعليمية تعليمية متميزة لطلبتها، وتبنيها برنامجاً بحثياً لإنتاج المعرفة النظرية والتطبيقية ونشرها، والمساهمة بشكل فعال في بناء ثقافة التعلم مدى الحياة، وتحسين مستوى الحياة في مجتمعها المحلي والإقليمي والعالمي (موقع الجامعة الأردنية على الانترنت، ٢٠١٩).

جامعة البترا: تأسست الجامعة عام ١٩٩١ فيأحد ضواحي العاصمة عمان وتبوأت مقاماً رفيعاً، وسمعة متميزة بين الجامعات الأردنية والعربية والأجنبية؛ وذلك لقدرتها على التطور المستمر والسريع، بفضل نخبة متميزة من أعضاء هيئة التدريس، وإتباعها أفضل أحدث السياسات التعليمية، وتعمل الجامعة على مواكبة التطورات المعرفية وبخاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات، وتحرص على تطوير برامجها العلمية والإنسانية المختلفة بكل جوانبها النظرية والتطبيقية والتربوية. وتحرص جامعة البترا على توفير المناخ والبيئة المناسبة ليتمكن الطالب من تطوير مداركه وقدراته وتعميق فهمه لمسؤولياته الاجتماعية والثقافية و العلمية وانتمائه الوطني، (موقع جامعة البترا على الانترنت، ٢٠١٩).

حدود البحث:

الحدود المكانية: الجامعة الأردنية وجامعة البترا في عمان عاصمة المملكة الأردنية الهاشمية .

الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الاول ٢٠٢٠ .

الحدود البشرية: طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا.

محددات البحث:

تحدد هذه الدراسة بمجموعة من المحددات على النحو الآتي:

- تقتصر نتائج الدراسة على إجابات أفراد العينة على الاستبانة التي تم تصميمها وتوزيعها على طلبة جامعتي البترا والأردنية في عمان.
- قلة الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة وخاصة في البيئة الأردنية.

الدراسات السابقة: اطلع الباحث على عدد من البحوث والدراسات العربية والاجنبية واستفاد من اغلبها في تنفيذ خطة البحث ومنها ،دراسة الدليمي (٢٠١١) وعنوانها "الفيسبوك والتغير في تونس ومصر".دراسة حافظ (٢٠١١) وعنوانها "تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية".دراسة (الدماري، ٢٠١٠) بعنوان الطلاب والشبكات الاجتماعية مع التطبيق على عينة من طلبة كلية الفنون والإعلام بجامعة الفاتح في ليبيا لمستخدمين للفيسبوك كشبكة، دراسة لشركة كيتشومبلون (٢٠١١): "الفيسبوك و حماية الخصوصية الفردية"دراسة موقع "بيت .كوم" (٢٠١١): "غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للدردشة"،دراسة (أرينكارينسكي 2010) بعنوان : أتر موقع " فيسبوك" على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات، دراسة فانسون ميشيل (Meshel, 2010) أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، دراسة (خضر، ٢٠٠٩) حول الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيسبوك، دراسة أجرتها جامعة تكساس الأمريكية (2009) ، دراسة العتيبي (2008) تأثير الفيسبوك على طلبة الجامعات السعودية

التعليق على الدراسات السابقة: تنوعت الدراسات السابقة حول موضوع البحث فهناك دراسة الدليمي (٢٠١١) التي أشارت إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك الشعبي وخاصة في مصر وتونس، أما دراسة حافظ (٢٠١١) فسلطت الضوء على ادمان

الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وآثارها السلبية عليهم، بينما جاءت دراسة (الدماري، ٢٠١٠) لتتناول الاشباعات التي يحققها الفيسبوك لمستخدميه، بينما تمحورت دراسة موقع "بيت.كوم" (٢٠١١) على استخدامات الانترنت بين العرب وتوصلت إلى إن أغلبهم يستخدمونه في الدردشة، بينما حاولت دراسة كارينسكي (2010) معرفة العلاقة بين "فيسبوك" والتحصيل الدراسي، أما دراسة (Meshel, 2010) فجاءت للتعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، بينما هدفت دراسة العتيبي (٢٠٠٨) إلى التعرف على تأثير الفيسبوك على طلبة الجامعات السعودية. وقد استفاد الباحث من هذه الدراسات في معرفة بعض استخدامات الأفراد للانترنت بشكل عام لمواقع التواصل الاجتماعي. أما ما يميز هذا البحث عن الدراسات السابقة فانه ركز على استخدامات طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا لموقعي فيسبوك وتويتر، والاشباعات التي رغب الطلبة في تحقيقها، كما درس الفروق بين الطلبة حسب متغيرات الجنس والعمر والمرحلة الدراسية والتخصص.

الإطار النظري

إن تكنولوجيا الاتصال الحديث تميزت عما سبقها في الموروث الاتصالي القديم بميلاد شبكة يمكن من خلالها إرسال مجموعة من الرموز من نقطة إلى نقطة أخرى يمكن أن تكون في الوقت نفسه مكتوبة ومسموعة ومرئية، ويشكل الانترنت أحد انجازات الثورة التكنولوجية، وساهم في بروز نوع جديد من الإعلام سمي بالإعلام الإلكتروني، وهو إعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، غير أنه يختلف عنه في أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متنوعة ومؤثرة بطريقة أكبر. (الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ٢٠١٢). ولقد أدت التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات والانترنت في العقد الأخير إلى تغيير هيكلي في الطريقة التي يتم جمع المعلومات من خلالها فيها، وإن معظم الناس من الجيل الأكبر سنا يفضلون الحصول على أخبارهم بطريقة تقليدية، أي من الصحف والمجلات بينما جيل الشباب فإنه يسجل الدخول إلى مصادر الانترنت لتلبية احتياجاتهم إلى المعلومات،

كما يقوم جيل الشباب بالتصفح عن طريق وسائل الإعلام المختلفة الإلكترونية، وهناك قلق باختفاء وسائل الإعلام القديمة المتمثلة بالصحف والمجلات (الدليمي ٢٠١٦، الإعلام في ظل التطورات العالمية).

نظرية الاستخدامات والاشباعات: حيث تعد نظرية الاستخدامات والاشباعات، إطاراً اتصالياً سيكولوجياً، حيث يفترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تدفعه لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته. (الدليمي، ٢٠١٦)، وتمثل هذه النظرية نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يعتقد مؤيدوها أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار (حجاب، ٢٠١٠). هناك العديد من الأهداف التي تحققها نظرية الاستخدامات والاشباعات، إلا أن هناك ثلاثة أهداف رئيسة لهذه النظرية هي: (الدليمي ٢٠١٦)

- محاولة اكتشاف كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتلبي توقعاته ورغباته.
- تفسير دوافع استخدام وسيلة محددة من وسائل الاتصال بعينها والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا الاستخدام.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي: من الممكن لمواقع التواصل الاجتماعي، إذا "وظفت بشكل صحيح أن تسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهي القيم التي ينطلق منها أي مشروع تنموي ثقافي (التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، ٢٠٠٨). كما تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي إعلاماً بديلاً؛ ويقصده "الموقع الذي مارس فيه النقد. ويولد أفكاراً وأساليب لها أهميتها، وأيضاً طرقاً جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع. وربما الأكثر أهمية، يشير إلى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين

السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة (هارتلي، ٢٠٠٧)، ومن ثم يتضاءل البديل إلى إن يصبح نمطاً، للاتصال الجماهيري".

ويمكن أن تعلم واقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان ويوجهها للبناء والإبداع في إطار "تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بث معلومات، بل لتقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث (العبد الله، ٢٠٠٥).

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي:

ارتكزت البحوث العلمية حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على نموذج ينتفسيريين، الأول، ويتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والمؤيدون للتكنولوجيا يرون بأنها رمز التقدم البشرية، وعامل التجاوز إخفاقاتها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تنقاسمه البشرية. والمتشائمون من التكنولوجيا يرون بأنها وسيلة للهيمنة على الشعوب الفقيرة، وأداة تفكك علاقات الفرد الاجتماعية (العياضي، ٢٠٠٩). وهناك نموذج آخر يرأى البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التقنية الحديثة وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها (العياضي ٢٠٠٩).

مواقع التواصل الاجتماعي في الاردن: تُظهر الإحصاءات العالمية تزايد الإقبال على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في جميع أرجاء العالم، ويدل مؤشر جديد على شغف الأردنيين واستخدامهم المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة (الفيسبوك، تويتر، انستغرام، سنابشات، وغيرها)، حيث وضعت دراسة عالمية لمؤسسة (Pew Research Center) البحثية الأردن في المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر نسبة عدد من يستخدمون منصات وشبكات التواصل الاجتماعي إلى مستخدمي الإنترنت.

أظهرت هذه الدراسة تفوق الأردن في مؤشر نسبة عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي البالغين الى عدد مستخدمي الإنترنت، حيث بلغت النسبة في الأردن

٩٠ % . وان هذه النسبة تعني أن حوالي ٩٠ % من مستخدمي الإنترنت في الأردن عبر مختلف الوسائل والادوات لا سيما الهواتف الذكية هم مستخدمون لشبكات التواصل الاجتماعي، وأن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما في الأردن هي فيسبوك، انستغرام، سنابشات، تويتر، ولينكد ان وغيرها. ووفقا لارقام رسمية محلية، فإن عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن يقدر بنحو ٨ ملايين مستخدم، وبالاتناد إلى النسبة العالمية، فان عدد مستخدمي مختلف شبكات التواصل الاجتماعي في الاردن يقدر بحوالي ٧.٢ مليون مستخدم. وبينت الدراسة العالمية ذكرت بان الأردن احتل المرتبة الأولى عالميا في نسبة مستخدمي شبكات التواصل إلى مستخدمي الإنترنت بنسبة ٩٠ %، جاءت اندونيسيا في المرتبة الثانية بنسبة ٨٩ %، فالفلبين بنسبة ٨٨ %، ثم فنزويلا بنسبة ٨٨ % ايضا فتركيا بنسبة ٨٧ % . ويعزى انتشار استخدام الأردنيين لشبكات التواصل الاجتماعي لعدة اسباب اهمها: زيادة استخدام الإنترنت بشكل عام في الأردن وذلك مع توافر شبكات الإنترنت عريض النطاق لا سيما الإنترنت المتنقل عريض النطاق من الجيلين الثالث والرابع، وانتشار استخدام الهواتف الذكية مع انخفاض أسعارها، رافق ذلك وعي كبير وشغف باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل الاجتماعي بمختلف انواعه، في الحياة اليومية أو لأغراض العمل والتسويق والترويج والاعلام. كما إن تنوع شبكات التواصل الاجتماعي وتقديمها لاضافات وخدمات جديدة جذب الكثير من المستخدمين حول العالم والأردن للاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمنصة سنابشات لتبادل الصور ومقاطع الفيديو، واستخدام منصات مثل انستغرام لتبادل الصور، والفيسبوك بمختلف خدماته وادواته التي استقطبت كثيرين من مستخدمي الإنترنت لاستعمالها لتصبح أكبر منصة إعلام اجتماعي حول العالم. أن كثير من الأردنيين يستفيدون من اسواق الاتصالات حول العالم سيما الذين يشتركون ويستخدمون الإنترنت لأول مرة اصبحت منصات التواصل الاجتماعي لا سيما فيسبوك من أول التجارب لهم في استخدام الإنترنت بشكل عام. الارقام التفصيلية المعلنه مؤخرا (وقت انجاز البحث) تظهر ان قاعدة مستخدمي " الفيسبوك " في الاردن بلغ في شهر حزيران ٢٠٢٠ أكثر من ٥.٨ مليون مستخدم.

ووفقا للبيانات المنشورة على موقع "انترنت وورلد ستاتيس" - الموقع العالمي الذي يرصد تطورات ومؤشرات استخدام الإنترنت والفيسبوك حول العالم- فإن وصول عدد مستخدمي الفيسبوك في الاردن الى هذا المستوى يعني أن نسبة انتشار استخدام الفيسبوك قياسا بعدد السكان المقدر بأكثر من ١٠ ملايين نسمة تصل الى نحو ٥٧% ، فيما بلغ عدد مستخدمي شبكة التدوينات المصغرة 'تويتر' في الأردن حوالي ٣٥٠ ألف مستخدم نشط، فيما يقدر عدد مستخدمي "إنستغرام" بحوالي المليون مستخدم، كما يقترب عدد مستخدمي سنابشات من الأردنيين بحوالي المليون مستخدم. والشبكات الاجتماعية على شاكلة "فيسبوك" عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت يتواصل من خلالها الملايين الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة؛ حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية. وبسبب ماتوفره هذه الشبكات بالاجتماعية؛ من مزايا كونها تتيح التواصل مع الأصدقاء والزلاء وتقوية الروابط بين أعضائها، ومن أبرز الشبكات الاجتماعية الأخرى على الإنترنت "تويتر"، التي بلغ عدد مستخدميها أواخر العام الماضي قرابة نصف مليار مستخدم، وشبكة "لينكد ان" المهنية التي تضم مستخدمين من الشركات والمؤسسات وبلغ عدد مستخدميها العام الماضي ٢٠٠ مليون مستخدم، "ماي سبيس"، وغيرها العشرات من شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تقدم ثلاثية التواصل الاجتماعي والاتصال، والإعلام، والتسويق عبر عشرات الآلاف من خدماتها.

المبحث الثالث: الطريقة والإجراءات

منهج البحث: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول وصف دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيسبوك وتويتر) على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترانموذجا، ويسعى الباحث من خلال هذا المنهج أن يوضح ويفسر ويقيم نتائج البحث.

مصادر جمع البيانات والمعلومات

استخدم الباحث مصدرين أساسيين لجمع البيانات والمعلومات:

١-المصادرالثانوية: حيث اعتمد الباحث في الجانب النظري للبحث على مصادر البيانات الثانوية والتي تمثلت بالكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، بالإضافة للبحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة.

٢- المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسة للدراسة، صممت خصيصا لهذا الغرض، ووزعت على عينة الدراسة وعددها (٤١٢) استبانته.

مجتمع البحث: يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعة الأردنية(٤٠٣٢٨) ألف طالب، وجامعة البترا(٧٤٦٥) والبالغ عددهم وفق إحصائيات (وزارة التعليم العالي، ٢٠١٩)

عينة البحث :قام الباحث باستخدام العينة العشوائية وفي هذا النوع من العينات يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع نفس الفرصة للاختيار والظهور في العينة، وقدمت توزيع (٤٢٥) استبانته على عينة الدراسة وفق دراسة (Sekaran, 2003) التي أشارت إلى أنه إن كان حجم مجتمع الدراسة أكثر من ٤٠٠٠٠ فإن العينة الملائمة لهذا المجتمع على الأقل ٣٨٠ فما فوق، وقد تمكن الباحث من استرداد (٤١٢) استبانته من عينة الدراسة تمثل ما نسبته (٩٦%) من مجموع العينة التي تم توزيعها.

المعالجة الإحصائية:

المعلومات الشخصية : وفيمايلي عرض لعينة الدراسة وفق المعلومات الشخصية:-

١- توزيع أفراد العينة حسب الجنس

جدول رقم (١): يبين توزيع عينة البحث حسب الجنس

النوع	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	221	53.6
أنثى	191	46.4
المجموع	412	100.0

يوضح الجدول السابق أن الذكور كانت نسبتهم أعلى من الإناث حيث كانت نسبتهم المئوية (53.6%)، أما نسبة الإناث فكانت (46.4%).

٢- توزيع أفراد العينة العمر

جدول رقم (٢): يبين توزيع عينة البحث حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية %
أقل من ٢٠ سنة	148	35.9
من ٢١ إلى ٢٥ سنة	199	48.3
من ٢٦ - ٣٠ سنة	36	8.7
أكثر من ٣١ سنة	29	7.0
المجموع	412	100.0

يوضح جدول (٢) متغير العمر لأفراد العينة، حيث كانت الفئة العمرية التي بين ٢١-٢٥ سنة قد حصلت على أعلى نسبة مئوية إذ بلغت (٤٨.٣%)، وحصلت الفئة العمرية الأقل من ٢٠ سنة على نسبة مئوية مقدارها (٣٥.٩%)، والفئة العمرية التي بين ٢٦-٣٠ سنة شكلت نسبة مئوية مقدارها (٨.٧%)، والفئة العمرية الأكثر من ٣١ سنة حصلت على أقل نسبة مئوية من أفراد العينة ونسبتهم (٧.٠%).

٣- توزيع أفراد العينة حسب المرحلة الدراسية

جدول رقم (٣): يبين توزيع عينة البحث حسب المرحلة الدراسية

المرحلة الدراسية	العدد	النسبة المئوية %
بكالوريوس	377	91.5
ماجستير	٣٥	٨.٥
المجموع	412	100.0

يمثل جدول (٣) متغير المرحلة الدراسية، حيث حصل طلبة درجة البكالوريوس على أعلى نسبة من أفراد العينة بنسبة بلغت (٩١.٥%)، أما طلبة درجة الماجستير فحصلوا على نسبة مئوية مقدارها (٨.٥%).

٤- توزيع أفراد العينة حسب التخصص

جدول رقم (٤): يبين توزيع عينة البحث حسب التخصص

النسبة المئوية %	العدد	التخصص
60.0	247	كليات علمية إنسانية
40.0	165	كليات علمية تطبيقية
100.0	412	المجموع

يوضح جدول (٤) متغير التخصص لأفراد العينة، حيث بلغت نسبة طلبة الكليات العلمية الإنسانية (٦٠.٠%)، ونسبة طلبة الكليات العلمية التطبيقية (٤٠.٠%).

٥- توزيع أفراد العينة حسب استخدام الانترنت

جدول رقم (٥): يبين توزيع عينة البحث حسب متابعي الإنترنت

النسبة المئوية %	العدد	متابعي الإنترنت
88.6	365	نعم
0	0	لا
11.4	47	أحيانا
100.0	412	المجموع

يوضح جدول (٥) متابعي الانترنت، حيث كان المجيبين بنعم قد حصلوا على أعلى نسبة مئوية من أفراد العينة ونسبتهم (٨٨.٦%)، وأفرد العينة المجيبين بإجابة أحيانا شكلوا نسبة مئوية مقدارها (١١.٤%).

٦- توزيع أفراد العينة حسب متابعي مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٦): يبين توزيع عينة البحث حسب متابعي مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	العدد	متابعي مواقع التواصل الاجتماعي
84.7	349	نعم
1.5	٦	لا
13.8	57	أحيانا
100.0	412	المجموع

٧- توزيع أفراد العينة حسب أكثر المواقع تتابع بشكل أكثر

جدول رقم (٧): يبين توزيع عينة البحث حسب أكثر المواقع تتابع بشكل أكثر

النسبة المئوية %	العدد	أكثر المواقع تتابع بشكل أكثر
87.6	361	Face Book
5.8	24	Twitter
6.6	27	أخرى
100.0	412	المجموع

٨- توزيع أفراد العينة حسب وسيلة التصفح

جدول رقم (٨): يبين توزيع عينة البحث حسب وسيلة التصفح

النسبة المئوية %	العدد	وسيلة التصفح
44.9	185	الهاتف المحمول
11.7	48	الآيباد
30.6	126	لابتوب
12.9	53	الكمبيوتر المكتبي
100.0	412	المجموع

أداة الدراسة

خطوات بناء الاستبانة: تم بناء استبانة حول دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيسبوك وتويتر) على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البتراء نموذجاً، وذلك بالاعتماد على أهداف الدراسة ومتغيراتها والرجوع إلى الدراسات السابقة والأخذ بأراء الخبراء والمختصين في هذا المجال. لقد تم اختيار مقياس ليكرت (Likert) الخماسي لأنه يعتبر من أكثر المقاييس استخداماً لسهولة فهمه وتوازن درجاته، حيث يشير أفراد العينة الخاضعين للاختبار عن مدى موافقتهم على كل عبارة من المتغيرات على النحو الآتي:

أوافق	أوافق بشدة	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
(١) درجة	(٢) درجة	(٣) درجات	(٤) درجات	(٥) درجات

صدق الاستبانة وثباتها

أ- صدق الاستبانة

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس اسئلة الاستبانة ما وضعت لقياسه، وقام الباحث بالتأكد من صدق الاستبانة من خلال صدق المحكمين حيث عرض الباحث الاستبانة على مجموعه من المحكمين تألفت من (٩) من الزملاء أعضاء الهيئة التدريسية والمتخصصين وقد اخذ الباحث باراء المحكمين المناسبة للبحث وقام بأجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة.

ب- ثبات الأداة: وقد تحقق الباحث من ثبات الأداة من خلال طريقة الاختبار وإعادة الاختبار حيث قام الباحث توزيع (١٢) استبانة على عينة عشوائية من مجتمع الدراسة ثم قام بإعادة توزيع مرة أخرى وبلغ معدل ثبات الإجابات في المرتين (٩٠%). وقد تحقق الباحث من ثبات استبانة الدراسة من خلال اختبار معامل ألفا كرونباخ وذلك كما يلي:

جدول رقم (٩): يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

ت	المحور	معامل ألفا كرونباخ
١	- دوافع استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي	.68
٢	- الإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	.82

يتبين من النتائج الموضحة في جدول (٩) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ أكبر من .٦٠، وبذلك يكون الباحث قد تأكد من صدق وثبات استبانة البحث مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحياتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضيتها.

الأساليب الإحصائية المستخدمة: لاختبار فرضيات البحث فقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية في برنامج (SPSS) حيث أن المقياس المستخدم (١-٥) وهو مقياس ليكرت ذي التوزيع الخماسي، ولقد أخذ الباحث عينة مقدارها (٤١٢) من طلبة الجامعة

الأردنية وجامعة البترا نموذجاً، وقد استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية في معالجة بيانات البحث:

- ١- النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما ويفيد الباحث في وصف عينة البحث.
- ٢- اختبار ألفا كرونباخ (Cronbachs alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة
- ٣- اختبار (T-test).
- ٤- اختبار (One Way ANOVA)

٥- اختبار F. هو مجموعة من النماذج الإحصائية (statistical model) مع إجراءات مرافقة لهذه النماذج تمكن من مقارنة المتوسطات لمجتمعات إحصائية مختلفة عن طريق تقسيم التباين variance الكلي الملاحظ بينهم إلى أجزاء مختلفة.

المبحث الرابع: نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات

هدف البحث إلى التعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيسبوك وتويتر) لدى طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا حيث تم توزيع (٤٢٥) استبانته على أفراد عينة البحث وتم استرداد (٤١٢) استبانته صالحة لأغراض التحليل.

وبعد تطبيق أداة البحث، جمعت استجابات أفراد عينة البحث ، وحولت اجاباتهم إلى درجات خام، ثم وجدت التكرارات والنسب المئوية، كما استخدم اختبار الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا والمتوسطات الحسابية واختبار الانحدار لإيجاد دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيسبوك وتويتر) على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا نموذج أو ذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

نتائج أسئلة البحث:

مادوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيسبوك وتويتر) على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا؟

للإجابة عن هذا السؤال تم تقسيمه إلى الأسئلة الفرعية الآتية:

١- السؤال الفرعي الأول: ما دوافع استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة البحث، وذلك كمايلي:

المتوسطات الحسابية لمجال دوافع استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

اتضح أن نسبة الموافقة على مجال دوافع استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي كانت مرتفعة بدلالة المتوسط الحسابي (٣.٧١) والنسبة المئوية التي بلغت (74.25%).

وظهر أن أعلى الفقرات موافقةً هي الفقرة الثامنة التي نصت على "التواصل مع الأقارب والأهل" حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (4.45) وهي درجة مرتفعة، وكما اتضح أيضاً أقل الفقرات موافقةً هي الفقرة الحادية عشر والتي تنص على " للترويج والإعلان عن تجارتي الخاصة"، حيث كان المتوسط الحسابي لها يساوي (٣.٠٦)، وهي درجة متوسطة.

٢- السؤال الفرعي الثاني: ما الإشباعات المطلوبة التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة البحث، وذلك كمايلي:

اتضح أن نسبة الموافقة على مجال الإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كانت مرتفعة بدلالة المتوسط الحسابي (٣.٧٢) والنسبة المئوية التي بلغت (٧٤.٥٤)%. وظهر أن أعلى الفقرات موافقةً هي الفقرة السادسة عشر التي نصت على "تخلق جواً اجتماعياً وتواصلًا بين

الزملاء" حيث بلغ المتوسط الحسابي لما (٤.٣١) وهي درجة مرتفعة، وكما اتضح أيضا أقل الفقرات موافقةً هي الفقرة الواحدة والعشرون والتي تنص على "تحقق إشباعاً عاطفياً"، حيث كان المتوسط الحسابي لها يساوي (٣.٢٦)، وهي درجة متوسطة.

السؤال الفرعي الثالث: ما علاقة المتغيرات الوسيطة (الجنس، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) بدوافع استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي؟ من أجل الإجابة على سؤال "ما علاقة متغير الجنس بدوافع استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي"، تم تطبيق اختبار T-Test على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير الجنس، وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (١٠) test T-لدراسة تأثير متغير الجنس

مستوى الدلالة	F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس
.023	9.754	.57409	3.6584	221	ذكر
		.46791	3.7756	191	أنثى
.423	1.603	.62423	3.7085	221	ذكر
		.52640	3.7539	191	أنثى

نلاحظ أن مستوى الدلالة للإشباع التي يسعى طلبة الجامعات لتبليتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كانت أكبر من (٠.٠٥)، بالتالي لا توجد فروق في الإشباع التي يسعى طلبة الجامعات لتبليتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغير الجنس

نلاحظ أن مستوى الدلالة لاستخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي كان أقل من (٠.٠٥)، بالتالي يمكن القول إن هناك اختلاف بين الذكور والإناث من طلبة جامعتي الأردنية والبترا في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي. اتضح إن هناك اختلافات بين الذكور والإناث في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار السياسية وكانت الفروق لصالح الذكور، كما كانت هناك اختلافات في

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار الاقتصاد وكانت الفروق لصالح الذكور، كما كان هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار الرياضة وكانت الفروق لصالح الطلبة الذكور، كما كانت هناك فروق في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الفنية وكانت الفروق لصالح الطالبات الإناث. كما تبين من التحليل إن هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن أصدقاء الطفولة وكانت الفروق لصالح الإناث، كما كانت هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لغايات التسوق وكانت الفروق تعزى للطالبات الإناث. كما كان هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في شؤون الدراسة الجامعية للأغراض الدراسية وكانت الفروق لصالح الطالبات الإناث، كما تبين إن هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الترفيه والتسلية وكانت الفروق لصالح الطالبات، كما اتضح إن هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية وكانت الفروق تعزى للطالبات الإناث.

- أ- ماعلاقة متغير المرحلة الدراسية بدوافع استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي؟ من اجل الإجابة على سؤال " ماعلاقة متغير المرحلة الدراسية بدوافع استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي"، تم تطبيق اختبار التباين الأحادي One way ANOVA على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير المرحلة الدراسية، وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم ١١:

الدلالة	F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
0.096	2.357	.658	2	1.316	الاستخدامات
		.279	409	114.198	
			411	115.514	
0.007	5.045	1.668	2	3.337	الإشباعات
		.331	409	135.251	
			411	138.588	

يُلاحظ أن مستوى الدلالة لاستخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي أكبر من (٠.٠٥)، بالتالي لا توجد فروق في استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغير المرحلة الدراسية، كما يُلاحظ أن مستوى الدلالة للإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات لتبليتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كان أقل من (٠.٠٥)، بالتالي يمكن القول إن هناك اختلاف بين المراحل الدراسية المختلفة لطلبة جامعتي الأردنية والبترا في الإشباعات التي يسعون لتبليتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

والجدول الآتي يوضح المتوسطات الحسابية لفئات متغير المرحلة الدراسية بشكل مفصل:

الجدول (١٢) المتوسطات الحسابية لفئات متغير المرحلة الدراسية

النسبة المئوية	المتوسط	العدد	المرحلة الدراسية	
74.176	3.7088	377	بكالوريوس	الاستخدامات
73.214	3.6607	٣٥	ماجستير	
74.254	3.7127	412	المجموع	
74.946	3.7473	377	بكالوريوس	الإشباعات
68.418	3.4209	٣٥	ماجستير	
74.59	3.7295	412	المجموع	

يتضح من الجدول السابق إن هناك اختلاف في الإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات لتبليتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، والجدول الآتي يوضح لصالح من تعود هذه الاختلافات.

الفروق بين فئات المرحلة الدراسية في الإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات لتبليتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

اتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تشجع طلبة البكالوريوس معرفياً وتزودهم بمعلومات عن العالم أكثر من غيرهم من باقي الطلبة في مرحلة الماجستير. كما تبين أنها (أي مواقع التواصل الاجتماعي) تخلق جواً اجتماعياً وتواصلًا بين الزملاء في درجة

البكالوريوس أكثر من غيرهم من الطلبة في مرحلة الماجستير. كما اتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً علمياً عبر مناقشة الطلبة بعضهم في المحتوى الدراسي لدى طلبة البكالوريوس أكثر من غيرهم من باقي الطلبة في مرحلة الماجستير. كما تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تشبع حاجات طلبة البكالوريوس المعرفية في خارج تخصصهم أكثر من غيرهم من باقي الطلبة في مرحلة الماجستير. واتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً اقتصادياً في توفير فرص عمل أفضل لدى طلبة البكالوريوس أكثر من غيرهم من باقي الطلبة في مرحلة الماجستير. كما تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تطوير مهارات طلبة البكالوريوس التقنية أكثر من غيرهم من باقي الطلبة في مرحلة الماجستير.

وبينت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق الاتزان النفسي لدى طلبة البكالوريوس أكثر من غيرهم من باقي الطلبة في مرحلة الماجستير. وأشارت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي تقلل الشعور بالنقص لدى طلبة البكالوريوس أكثر من غيرهم من طلبة الماجستير.

س ٢: ما علاقة متغير العمر بدوافع استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي؟ من أجل الإجابة على السؤال تم تطبيق اختبار التباين الأحادي One way ANOVA على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير العمر، وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول (١٣) اختبار التباين الأحادي ANOVA لدراسة تأثير متغير العمر

الدلالة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
0.000	6.541	1.767	3	5.301
		.270	408	110.214
			411	115.514
0.062	2.468	.823	3	2.470
		.334	408	136.118
			3	138.588

يُلاحظ أن مستوى الدلالة للإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أكبر من (٥٠٠)، بالتالي لا توجد فروق في الإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغير العمر

كما يُلاحظ أن مستوى الدلالة لاستخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي كان أقل من (٥٠٠)، بالتالي يمكن القول إن هناك اختلاف بين الفئات العمرية المختلفة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والجدول الآتي يوضح المتوسطات الحسابية لفئات متغير العمر بشكل مفصل

جدول رقم ١٤:

	العمر	العدد	المتوسط	النسبة المئوية
الاستخدامات	أقل من ٢٠	148	3.7543	75.086
	من ٢١-٢٥ سنة	199	3.7581	75.162
	من ٢٦-٣٠ سنة	36	3.5952	71.904
	أكثر من ٣١ سنة	29	3.3350	66.7
	المجموع	412	3.7127	74.254
الإشباعات	أقل من ٢٠	148	3.7659	75.318
	من ٢١-٢٥ سنة	199	3.7574	75.148
	من ٢٦-٣٠ سنة	36	3.6210	72.42
	أكثر من ٣١ سنة	29	3.4877	69.754
	المجموع	412	3.7295	74.59

يتضح من الجدول السابق إن هناك اختلاف في استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي، والجدول الآتي يوضح لصالح من تعود هذه الاختلافات.

-الفروق بين فئات العمر في استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار السياسية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أكثر من ٣١ سنة). وتبين أن هناك

اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الرياضية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من ٢١ إلى ٢٥ سنة).

وأشارت النتائج أن هناك اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الفنية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من ٢٠ سنة). وبينت النتائج أن هناك اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغايات التسوق وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من ٢١ إلى ٢٥ سنة). وأكدت النتائج وجود اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج والإعلان عن التجارة الخاصة وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من ٢١ إلى ٢٥ سنة). واتضح من النتائج وجود اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في شؤون الدراسة الجامعية لأغراض دراسية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من ٢١ إلى ٢٥ سنة). وأشارت النتائج وجود اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الترفيه والتسلية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من ٢٠ سنة). وبينت النتائج وجود اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من ٢٠ سنة).

ب- ماعلاقة متغير التخصص بدوافع استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي؟ من أجل الإجابة على سؤال "ما علاقة متغير التخصص بدوافع استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي"، تم تطبيق اختبار T-Test على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير التخصص، وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم ١٥ T-test لدراسة تأثير متغير التخصص

مستوى الدلالة	F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	التخصص
.027	.909	.52197	3.7603	247	كليات علمية إنسانية
		.53589	3.6416	165	كليات علمية تطبيقية
.012	.064	.56028	3.7892	247	كليات علمية إنسانية
		.60067	3.6403	165	كليات علمية تطبيقية

أ- نلاحظ أن مستوى الدلالة للإشباع التي يسعى طلبة الجامعات لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كانت أقل من (٠.٠٥)، بالتالي توجد فروق في الإشباع التي يسعى طلبة الجامعات لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغير التخصص.

-الفروق بين الإشباع التي يسعى طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

اتضح أن هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تحقيق الإشباع النفسي وتجاوز الخجل لدى المنطويين نفسياً وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. كما تبين أن هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تحقيق الإشباع العاطفي وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية.

كما تبين أن هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تحقيق الاتزان النفسي لدى الطلبة، وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. كما اتضح أن هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تقليل الشعور بالنقص لدى بعض الطلبة، وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية.

ب- نلاحظ أن مستوى الدلالة لاستخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي كان أقل من (٠.٠٥)، بالتالي يمكن القول إن هناك اختلاف بين التخصصات المختلفة من طلبة جامعتي الأردنية والبترا في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

والجدول الآتي يوضح هذه الفروق:

-الفروق بين استخدامات طلبة الكليات العلمية والإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية من طلبة جامعتي الأردنية والبترا المواقع التواصل الاجتماعي اتضح إن هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإقامة علاقات اجتماعية جديدة وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. كما تبين من النتائج إن هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الفنية وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. وأشارت النتائج إن هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع في المملكة وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. وأكدت النتائج إن هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية.

المبحث الخامس : مناقشة النتائج والتوصيات

فيمايلي عرض لأهم نتائج الدراسة وتوصياتها:

أولاً مناقشة النتائج:

فيمايلي أهم النتائج التي توصل إليها البحث:

هناك (٨٧.٦%) من الطلبة يتابعون موقع (Face Book) ويتابعون وموقع تويتر بنسبة بلغت (٥.٨%) وهذا يدل على توجه كبير من الطلبة في جامعتي الأردنية والبترا نحو

استخدام موقع الفيسبوك. (٤٤.٩%) من الطلبة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي عبر هواتفهم المحمولة، و(٣٠.٦%) منهم يتصفحونها عبر أجهزتهم المحمولة (Laptop) و(١٢.٩%) من الطلبة يتصفحونها عبر الكمبيوتر المكتبي، و(١١.٧%) من هم يتصفحونها عبر الآيباد (I pad).

١- ما دوافع استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

في المرتبة الأولى كان دافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل وحاز على نسبة (89.174%)، تلاها دافع الترفيه والتسلية بنسبة وصلت إلى (87.038%). ومن بعد ذلك دافع الاستخدام لأغراض دراسية بنسبة وصلت إلى (٧٩.٨٠%)، ومن ثم دافع البحث عن أصدقاء الطفولة بنسبة بلغت (٧٨.٥٩%)، تلاها دافع معرفة الأخبار السياسية بنسبة (٧٤.٥١%)، ومن ثم دافع معرفة الأخبار الفنية (٧٣.٩٣%)، ومن ثم تلاه دافع إقامة علاقات اجتماعية جديدة بنسبة بلغت (٧٣.٣٩%)، وأتى بعد ذلك دافع نقل الصورة الحقيقية للأوضاع في المملكة بنسبة وصلت إلى (٧٣.١٥%)، أما دافع معرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية فكانت نسبته (٧٢.٨٦%)، بينما كان دافع معرفة أخبار الرياضة بنسبة (٧٢.٧١%)، وجاء بعد ذلك دافع معرفة أخبار الاقتصاد بنسبة وصلت إلى (٦٩.٨٠%)، أما الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لغايات التسوق فكانت نسبتهم (٦٧.٧١%)، تلاها دافع التعبير عن الآراء السياسية بحرية بنسبة (٦٥.٥٣%)، ومن ثم جاء دافع الترويج والإعلان عن الأعمال التجارية الخاصة بنسبة (٦١.٣١%).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة الدليمي (٢٠١١) التي تناولت أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغيير السياسي في تونس ومصر، حيث أشارت الدراسة التي قدمت في مؤتمر كلية الإعلام في جامعة اليرموك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي عملت على توعية الجمهور ووجهته نحو سلوكيات معينة. كما تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (خضر، ٢٠٠٩) التي أكدت على أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي.

٢- ما الإشباعات المطلوبة التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

يرى (٨٦.٢١%) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباع اجتماعي من خلال خلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء، ويرى (٨١.٠٦%) منهم أنها تحقق إشباع معرفي من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة، بينما يرى (٨٠.٧٢%) أنها تشبعهم معرفياً أيضاً من خلال تزودهم بمعلومات عن العالم، كما يعتقد (٨٠.٤٨%) من هم أنها تشبع رغبة حب الاستطلاع لديهم، بينما يرى (٧٧.٨١%) أنها تشبع حاجتهم المعرفية في المواضيع من خارج تخصصهم.

كما إن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً نفسياً وذلك من خلال تجاوز الخجل لدى المنطوين نفسياً من الطلبة، ما تحقق إشباعاً روحياً لدى (٧٤.٧٠%) من الطلبة من عينة الدراسة. كما تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الإشباع النفسي وذلك عبر تقييم الطالب لذاته في عيون الآخرين لدى (٧٣.٣٩%) من الطلبة، كما تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الإشباع العلمي وذلك عبر مناقشة الطلبة بعضهم البعض في المحتوى الدراسي. بينما يعتقد قرابة (٧٠.١٩%) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تحقق إشباعاً اقتصادياً إذ إنها تساعد في البحث عن فرص عمل أفضل. أما (٦٩.٧٥%) من أفراد العينة فيعتقدون إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تقلل الشعور بالنقص لدى بعض الطلبة لأن الناس أمام شاشات الحواسيب متساوون، بينما يرمي ما نسبته (٦٧.٨١%) من أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق الاتزان النفسي لديهم، وعلى جانب آخر يرى (٦٧.٥٧%) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تطوير المهارات التقنية لهم مما يحقق لهم الإشباع الاقتصادي، وكانت أقل الإشباعات تحقيقاً من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إنها تحقق الإشباع العاطفي. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الدماري، ٢٠١٠) التي أشارت إلى إن الشبكات الاجتماعية تشبع الطلبة معرفياً وتزودهم بمعرفة متعمقة بالعالم، كما إن للشبكات الاجتماعية إشباع اجتماعي حيث أنها تخلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء حتى في أوقات العطلات. كما تبين إن الشبكات

الاجتماعية تحقق إشباع فكري حيث انها تطرح أفكار جديدة للتواصل بين الطلبة. كما تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة ميشيل (Meshel, 2010) التي أشارت إلى إن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق اشباعاً اجتماعياً لأفراد المجتمع حيث تؤثر على العلاقات الاجتماعية لهم. كما تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الدماري، ٢٠١٠) التي اشارت إلى إن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق اشباعاً معرفياً وفكرياً حيث تكسبهم معارف وتعمق أكثر بالعالم والتواصل مع أناس ذوي اهتمام مشترك.

٣- ما علاقة متغير الجنس بدوافع استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي؟ بينت نتائج الدراسة إن هل متكون هنا كفروق بين الطلاب والطالبات في الإشباعات التي يرغبون في تلبيتها باختلاف متغير الجنس وكانت الإشباعات متقاربة ومتنوعة ما بين الإشباعات المعرفية والنفسية والعاطفية والاجتماعية والاقتصادية. ولكن اتضح إن هناك اختلاف بين الذكور والإناث من طلبة جامعتي الأردنية والبترا في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي. حيث كان هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية وكانت الفروق لصالح الذكور وهذا يعود إلى اهتمام الذكور أكثر بالقضايا السياسية والاقتصادية والرياضية. وعلى جانب آخر كانت هناك فروق في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الفنية وكانت الفروق لصالح الطالبات الإناث، وهذا يعود إلى زيادة اهتمام الطالبات بالأخبار الفنية. كما كان هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن أصدقاء الطفولة وكانت الفروق لصالح الإناث، كما كانت هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لغايات التسوق وكانت الفروق تعزى للطالبات الإناث، وهذا يعود إلى رغبة حب التسوق التي تتميز بها المرأة عن الرجل على وجه العموم. كما كان هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في شؤون الدراسة الجامعية للأغراض الدراسية وكانت الفروق لصالح الطالبات الإناث، كما تبين إن هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الترفيه والتسلية وكانت الفروق لصالح الطالبات، كما اتضح إن هناك اختلافات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية وكانت الفروق تعزى للطالبات الإناث. وهذا يعود إلى طبيعة اهتمام

الإناث باستخدام مواقع التواصل للأغراض الدراسية والأنشطة الاجتماعية وأخيراً بهدف التسلية والترفيه.

٤- ما علاقة متغير المرحلة الدراسية بدوافع استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي؟ بينت النتائج إنه لا توجد فروق في استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغير المرحلة الدراسية، حيث يستخدمها الطلبة في مرحلة البكالوريوس والماجستير للتواصل الاجتماعي ومعرفة الأخبار المتنوعة وللتسلية والترفيه، وللأغراض الدراسية. بينما كان هناك اختلاف بين المراحل الدراسية المختلفة لطلبة جامعتي الأردنية والبترا في الإشباعات التي يسعون لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث تشبع مواقع التواصل الاجتماعي طلبة البكالوريوس معرفياً وتزودهم بمعلومات عن العالم أكثر من غيرهم من طلبة الماجستير. كما تخلق مواقع التواصل الاجتماعي جواً اجتماعياً وتواصلًا بين الزملاء في درجة البكالوريوس أكثر من طلبة الماجستير. بالإضافة إلى ذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً علمياً عبر مناقشة الطلبة بعضهم في المحتوى الدراسي لدى طلبة البكالوريوس أكثر من غيرهم من طلبة الماجستير. إلى جانب أن مواقع التواصل الاجتماعي تشبع حاجات طلبة البكالوريوس المعرفية في خارج تخصصهم أكثر من طلبة الماجستير. كما تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير مهارات طلبة البكالوريوس التقنية وبالتالي تحقق إشباعاً اقتصادياً في توفير فرص عمل أفضل لدى طلبة البكالوريوس أكثر من طلبة الماجستير. بالإضافة إلى ذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق الاتزان النفسي وتقلل الشعور بالنقص لدى طلبة البكالوريوس بدرجة أعلى من طلبة الماجستير.

٥- ما علاقة متغير العمر بدوافع استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي؟ بينت النتائج إنه لا توجد فروق في الإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغير العمر. ومن ناحية أخرى اتضح إن هناك اختلاف بين الفئات العمرية المختلفة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كان هناك اختلاف حول استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار السياسية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أكثر من ٣١ سنة). كما اتضح وجود اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الرياضية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من ٢١ إلى ٢٥ سنة). وتبين أن هناك اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الفنية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من ٢٠ سنة). واتضح أن هناك اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغايات التسوق وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من ٢١ إلى ٢٥ سنة). كما كان هناك اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للإعلان عن التجارة الخاصة وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من ٢١ إلى ٢٥ سنة). كما وجد اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في شؤون الدراسة الجامعية لأغراض دراسية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (من ٢١ إلى ٢٥ سنة). وتبين وجود اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الترفيه والتسلية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من ٢٠ سنة). وكان هناك اختلاف في استجابات طلبة جامعتي الأردنية والبترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من ٢٠ سنة).

٦- ما علاقة متغير التخصص بدوافع استخدامات طلبة جامعتي الأردنية والبترا لمواقع التواصل الاجتماعي؟ أشارت النتائج إلى فروق في الإشباع التي يسعى طلبة الجامعات لتلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغير التخصص. حيث كان هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تحقيق الإشباع النفسي وتجاوز الخجل لدى المنطويين نفسياً وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. وكانت هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تحقيق الإشباع

العاطفي وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية، وكانت هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تحقيق الانزان النفسي لدى الطلبة، وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. وكانت هناك اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في تقليل الشعور بالنقص لدى بعض الطلبة، وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. كما لاحظ الباحث وجود اختلاف بين التخصصات المختلفة من طلبة جامعتي الأردنية والبترا في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي. حيث اتضح وجود اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإقامة علاقات اجتماعية جديدة وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية.

وتبين وجود اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار الفنية وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية.

وُجِدَت اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع في المملكة وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية. ولُوحِظ وجود اختلافات بين طلبة الكليات العلمية الإنسانية وطلبة الكليات العلمية التطبيقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية وكانت الفروق لصالح طلبة الكليات العلمية الإنسانية.

التوصيات:

في ضوء نتائج البحث يوصي الباحثان بمايلي:

- 1- ضرورة قيام الجامعات باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الإشباعات النفسية والاجتماعية والمعرفية لدى الطلبة من خلال إثرائهم بالمعارف من خارج تخصصاتهم وعبر توجيههم نحو الأنشطة الاجتماعية المفيدة لهم ولمجتمعهم المحلي.

٢- ضرورة أن تقوم مراكز البحوث في الجامعات بإجراء دراسات علمية للمضامين المتاحة على الشبكات الاجتماعية وواقع استخدامات الأفراد لها، بحيث تحقق الإشباعات المطلوبة من قبل الطلبة.

١- ضرورة تحصين الطلبة من مضار الاستخدامات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال الوعظ والإرشاد، وعقد الندوات التوعوية في مختلف وسائل الإعلان لبيان سلبيات الاستخدامات السيئة لهذه المواقع على سلوكيات المستخدمين مع التوعية بطرق الاستخدام الأمثل لمثل هذه المواقع، والفوائد المترتبة على هذا الاستخدام، وبما ينعكس إيجاباً على الطلبة.

٢- ضرورة تعيين خبراء في الإعلام وعلم الاجتماع لإدارة مواقع التواصل الاجتماعي الجامعية لتحقيق اشباعات طلبة الجامعات بما يفيدهم في حياتهم داخل الجامعات وخارجها.

٣- ضرورة القيام بإجراء دراسات مشابهة لهذه الدراسة، على شرائح المجتمع المختلفة، وبيان الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدامات هذه الشرائح لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

قائمة المراجع:

١. التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، (٢٠٠٨)، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان.
٢. الدليمي، عبد الرزاق، (٢٠١٢)، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، دارالمسيرة، عمان، الأردن.
٣. الدليمي، عبد الرزاق، (٢٠١١)، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
٤. الدليمي، عبد الرزاق (٢٠١١)، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن

٥. الدليحي، عبد الرزاق (٢٠١٢)، وسائل الإعلام والطفل، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
٦. الدليحي، عبد الرزاق (٢٠١٦)، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
٧. الدليحي، عبد الرزاق (٢٠١٦)، الإعلام في ظلال تطورات العالمية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
٨. ديفلير، ساندرا ووكيتش، بول، (١٩٩٣)، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
٩. مكاي، حسن عماد. والسيد، ليلي حسين. (٢٠١٠). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط٢، الدار المصرية اللبنانية/ القاهرة، مصر.
١٠. بومعيزة، السعيد، (٢٠٠٦)، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية منطقة البلدية، (أطروحة دكتوراه)، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
١١. الرعود، عبدالله (٢٠١٢) "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
١٢. العتيبي، جراح، (2008)، تأثير الفيسبوك على طلبة الجامعات السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض: كلية الآداب، جامعة الملك سعود.
١٣. الدليحي، عبد الرزاق (٢٠١١)، الفيسبوك والتغيير في تونس ومصر، المؤتمر العلمي، دور وسائل الاعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد.

١٤. الراوي، بشرى، (٢٠١٣) دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مدخل نظري، مؤتمر فيلادلفيا الدولي السابع عشر، ثقافة التغيير، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن.

١٥. عبد الجليل، موسى آدم (٢٠١١): كيف ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إضعاف العادات والتقاليد وتقليص العلاقات الاجتماعية، مؤتمر الدوحة التاسع لحوار الأديان ٢٤-٢٦ أكتوبر ٢٠١١، الدوحة، قطر

١٦. العياضي، نصر الدين، (٢٠٠٩)، "الرهانات الاستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي/ نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من ٧-٩ إبريل ٢٠٠٩ م.

١٧. الكحكي، عزة مصطفى، (٢٠٠٩)، "استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من ٧-٩ إبريل ٢٠٠٩ م.

١٨. راضي، زاهر (2003) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان.

19- Aren, Karbiniski.(2010) **Facebook and the technology revolution**, N,Y Spectrum Publications.

20- Meshel, Vansoon,.(2010) **Facebook and the invasion of technological communities** , N.Y, New York.

21- Muise, Amy, Christofides, Emily & Desmarais, Serge. (2009). **More Information than you Ever Wanted: Does Facebook Bring out the Green-Eyed Monster of Jealousy.?**, Cybersychology & Behavior. Vol. 12, No. 4, 2009, pp. 441-444.

- 22- Sekaran, U. (2003). **Research methods for business**, (4th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons
- 23- Smoloon, Daved. (2009) **The impact of the use of Facebook on the building society in the context of globalization**, N,Y Spectrum Puplication.
- 24- Wimmer, Roger, D & Dominick, Joseph, R. (1991). **Mass Media Research: An Introduction**. 3rd ed. Wadsworth Publishing Company, Belmont, California.
- 25- Munoz, Caroline & Towner, Terri (2009). **Opening Facebook: How to Use Facebook in the College Classroom**. Paper presented at the 2009 Society for Information Technology and Teacher Education conference, Charleston, South Carolina.
- 26- Usluel, Yasmin & Mazman, Sacide (2011). **Gender Differences in Using Social Networks**. The Turkish Online Journal of Educational Technology, 10 (2), 133-13.
- 27- Sturgeon, C.M & Walker, C. (2009). **Faculty on Facebook: Confirm or Deny?**. Research presented at 14th Annual Instructional Technology Conference, Middle Tennessee State University, and Mufreesboro, TN.
- 28- <http://www.youm7.com/story/2017/2/7/%D8%AA%D9%82%D8%B1%D9%8A%D8%B1-%D8%B9%D8%AF%D8%AF->