



دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي  
لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة  
منها – دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود  
في الفصل الثاني من العام ١٤٣٣هـ

د. نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود  
قسم الإعلام – كلية الآداب  
جامعة الملك سعود



## دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها – دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود في الفصل الثاني من العام ١٤٣٣هـ

د.نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود  
قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة الملك سعود

### ملخص الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي في السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، والإشباعات المتحققة منها، والتعرف على 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% منهم 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 .



## مقدمة:

نجحت شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت في السنوات الأخيرة في اجتذاب انتباه الباحثين والتربويين والقائمين بالاتصال في مؤسسات الإعلام التقليدية، وقطاعات واسعة من الجمهور وفئات النخبة، والشباب في المنطقة العربية بشكل عام وفي المملكة العربية السعودية على وجه الخصوص. إذ تشير الإحصاءات الصادرة عن المؤسسات الوطنية والدولية المتخصصة في مجالات الاتصالات وتقنية المعلومات إلى التزايد الكبير في حجم الإقبال على هذا الشكل من الإعلام الجديد بما يحمله من تساؤلات بحثية مهمة حول تأثيراته وانعكاساته في المستقبل القريب خاصة على فئة الشباب.

ومن هذا المنطلق تبرز أهمية هذه الدراسة التي تهدف لتناول دوافع استخدامات الشباب الجامعي في المملكة العربية السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، اعتماداً على فروض نظرية الاستخدامات والإشباع.

وتم تقسيم الدراسة إلى مبحثين رئيسيين، يتناول الأول: الإطار المنهجي والنظري للدراسة، ويتناول المبحث الثاني: نتائج الدراسة ومناقشتها.

\* \* \*

## المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة:

يتناول هذا المبحث: مشكلة البحث، ومصطلحاته، والمدخل النظري، وأهمية الدراسة، الدراسات السابقة، والأهداف، والتساؤلات، ونوع دراسة ومنهجها، مجتمع الدراسة وعينتها، وأداة جمع البيانات، واختبارات الصدق والثبات، والمعالجة الإحصائية للبيانات.

### مشكلة الدراسة

أوضحت الإحصاءات الصادرة عن (Internet World Stats) أن عدد مستخدمي (فيس بوك) في السعودية تجاوز ٤,٥ مليون مستخدم بنسبة ١٧,٤% من السكان نهاية العام ٢٠١١م، ثم ارتفع إلى أكثر من ٥,٥ مليون مستخدم نهاية سبتمبر ٢٠١٢م بنسبة ٢٠,٩% من عدد السكان.<sup>(١)</sup>

وأشارت إحصاءات وبيانات أخرى إلى حقائق مشابهة تؤكد ارتفاع كبير في أعداد المستخدمين للشبكات الاجتماعية الأخرى مثل (تويتر) و (يوتيوب)، في المنطقة العربية وفي منطقة الخليج العربي والمملكة العربية السعودية على وجه الخصوص. وكشفت الدراسات العلمية الحديثة أن الشباب من عمر ١٨ – ٣٤ عاماً يقضون مع وسائل الإعلام الاجتماعي مثل "فيس بوك وتويتر ويوتيوب" وقتاً أكثر أربع مرات من قضائهم مع وسائل الإعلام التقليدي من صحف وإذاعات وتلفزة مجتمعة.<sup>(٢)</sup> ومن هنا جاءت مشكلة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي في السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، و الإشباعات المتحققة منها، والتعرف على عادات وكثافة الاستخدام وتأثير ذلك على تقييمهم لسلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي.

١- <http://www.internetworldstats.com/middle.htm#sa>

٢- القرني، علي بن شويل، الإعلام الجديد: من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن. (الرياض: مطابع هلا شركة توزيع الجريسي، ٢٠١١م) ص ٦٦

## مصطلحات البحث:

**شبكات التواصل الاجتماعي:** هي مواقع على شبكة الإنترنت، تحقق التواصل بين الأعضاء يتم من خلالها طرح الأفكار ومناقشتها، وإعطاء وجهات النظر في موضوعات معينة، ولها أعضاؤها الدائمين، الذين ينتظمون في مجموعات بحسب اهتماماتهم وتفضيلاتهم المختلفة لتشارك المواد النصية والمصورة والمسموعة والمرئية المختلفة. وأهمها فيس بوك Facebook وهو موقع ويب للتواصل الاجتماعي، ويمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيس بوك"، ويمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ومشاركتهم في الأفكار والنقاشات والملفات الصوتية والمرئية المختلفة، وتويتر Twitter، وهو توتير هو أحد المواقع التي تقدم خدمات مجانية للتواصل الاجتماعي والتدوين المصغر والذي يسمح للمستخدمين بإرسال أهم اللحظات في حياتهم في شكل تدوينات نصية لا تزيد عن ١٤٠ حرف.

**دوافع الاستخدامات:** هي مصطلحات مستقاة من أدبيات نظرية (الاستخدامات والإشباع) وتعني دوافع الاستخدام لوسيلة معينة، الإجابة عن لماذا يستخدمها الجمهور ويقبلون عليها أكثر من غيرها، وفقاً لتصنيف تلك الدوافع إلى نفعية تتعلق بالحصول على المعلومات أو طقوسية ترتبط بالتسلية والترفيه.

**الإشباع:** وهو أيضاً من المصطلحات المستقاة من أدبيات نظرية (الاستخدامات والإشباع) ويعني الآثار التي تحدث للمستخدم بعد تعرضه للوسيلة، فإذا كانت الدوافع (قبل الاستخدام) فإن الإشباع تحدث بعده، ويقسمها الباحثون إلى إشباع اجتماعية وتوجيهية، وإشباع تتعلق باستخدام وسيلة معينة وإشباع تتعلق بمضمون رسائل اتصالية محددة.

**الشباب السعودي الجامعي:** وتقصد بهم الدراسة جميع الطلاب السعوديين في الجامعات السعودية، وقد طبقت الدراسة على طلاب جامعة الملك سعود.

## المدخل النظري للدراسة:

### نظرية الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratifications Approach):

تأسس مدخل الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratification Approach) على يد الياهو كاتز الذي اهتم بدراسة عملية الاتصال الجماهيري دراسة منظمة انطلاقاً من أن تصرفات الأفراد في كافة النواحي المختلفة محكومة بما يتولد لديهم من احتياجات يسعون لإشباعها، ويقوم الأفراد أنفسهم باختيار المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية.<sup>(١)</sup>

ومدخل الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratification) أهم مداخل دراسة الجمهور "جمهور الوسيلة الاتصالية"، إذ من خلاله يتم التعرف على أهداف الاستخدام وأنماطه وأساليبه كما يمكن من خلاله التعرف على خلفيات الجمهور وخصائصه ومدى ارتباطه بالوسيلة. ويعد هذا المدخل ذو ارتباط وثيق بعملية التعرض الانتقائي ( Selective Exposure)، وهذه العملية وإن لم تكن مضبوطة محكمة بشكل كبير في التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية إذ في كثير من الأحيان يتم التعرض دون انتقاء وتحديد مسبق مثلما يحدث في الراديو والتلفزيون بشكل كبير إلا أن هذه العملية هي جوهر الاتصال عبر شبكة الإنترنت، فالمستخدم لابد أن يحدد الموقع الذي سيزوره ومن هنا فإن التعرض بالمصادفة يصير أمراً نادراً الحدوث في هذا النمط الاتصالي الفريد.<sup>(٢)</sup>

ويعتبر مدخل الاستخدامات والإشباعات من النماذج النظرية التي ظهرت في السبعينيات من القرن الميلادي الماضي، في مرحلة ما سمي بالتأثيرات المعتدلة لوسائل الإعلام) The Moderate Effect بالإضافة إلى نماذج ونظريات أخرى.<sup>(٣)</sup>

---

١ - Klapper , J. T ,The Effects of mass communication , ٢ed. Glencoe : Free Press ١٩٨١, p.٥٤

٢- آل سعود، نايف بن ثنيان، تأثير استخدام الإنترنت على استخدامات طلاب الجامعات السعودية لوسائل الاتصال الجماهيري - دراسة على عينة من طلاب الجامعات السعودية، مجلة جامعة الملك سعود، م. ١٧، الآداب (٢)، ص ٣٣٩-٣٩٧، الرياض (١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٥م) ص ٣٤٢

٣ - Werner, S. & James, W. "Communication Theories Origins Methods and Uses in the Mass Media, New York. Hastings House publishers, ١٩٩٢., p.١٢

وبرزت في هذا الاتجاه البحثي منذ البداية، الجهود البحثية لـ(كاتز وزملائه) الذين اهتموا بصياغة العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية لإشباعها من بين البدائل المختلفة ومنها وسائل الإعلام<sup>(١)</sup>

وتميزت نظرية الاستخدامات والاشباع عن النظريات السابقة أنها تناولت بشكل مركز خصائص الجمهور الذي يتعرض للوسيلة الإعلامية من حيث الخصائص والدوافع بعيداً عن الاعتقاد السابق أن الجمهور يتعود ويتقبل ما يقدم له عبر وسائل الإعلام<sup>(٢)</sup>

واهتم الباحثون بصياغة أطر نظرية للعلاقة بين تلبية وسائل الإعلام لحاجات الفرد ودوافعه وإشباعها لهذه الحاجات، واستخدام الفرد لهذه الوسائل ومحتواها في إطار المداخل المختلفة لنظرية الاستخدامات والإشباع التي تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ١- الكشف عن كيفية استخدام الفرد لوسائل الإعلام How، حيث أنهم أعضاء في جمهور نشط يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته.
  - ٢- الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة Why.
  - ٣- تسهم النتائج في الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري.<sup>(٣)</sup>
- وتقوم نظرية الاستخدامات والاشباع على مجموعة من الفروض التي حددها كاتز و بلومر وجورفيتش (Katz , Blumer, Guervitch) وهي:
- أن الجمهور يتسم بالإيجابية والنشاط في استخدامه لوسائل الإعلام، وأنه يستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف محددة تلبى احتياجاته وتوقعاته.
  - أن الجمهور يمتلك المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

---

١- Blumler, Jay & Eliahu Katz (١٩٧٤) The Uses of Mass Communication. Beverly Hills, Cal., Sage Publications.

٢- Mcquail, Denis, Mass communication Theory: an introduction , London : Sage Publications , ٢٠٠٠, p٣٦٨

٣- عبد الحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤م)، ص ٢٨٢

- تختلف درجة إشباع الحاجات وفقاً لاختلاف وسائل الإعلام التي تتنافس مع مصادر أخرى كالاتصال الشخصي.
- أن الجمهور وحده هو القادر على تحديد احتياجاته واهتماماته، واختيار الوسائل والمضامين التي تشبع هذه الاحتياجات.
- أن الحاجات والدوافع تختلف باختلاف الأفراد، لذلك نجد اختلافاً في نماذج السلوك واختيار المحتوى، ويترتب على ذلك حدوث أو عدم حدوث عملية الإشباع.<sup>(١)</sup>

وتشير تلك الافتراضات إلى وجود عوامل نفسية واجتماعية، تولّد احتياجات عند الجمهور وتجعله يبني توقعات عن قدرة وسائل الاتصال على إشباعها، مما يدفعه للتعرض إلى وسائل الاتصال بمضامينها المتعددة أو القيام بأنشطة أخرى لإشباع تلك الاحتياجات وربما ينتج عن هذا التعرض إشباع حاجات أخرى غير متوقعة.

ويقسم الباحثون دوافع الاستخدام إلى:

- دوافع نفعية Instrumental Motives وتشير إلى اختيار الجمهور لوسيلة أو مضمون معين لإشباع حاجات معينة مثل التعرف على الذات، ومراقبة البيئة.
- دوافع طقوسية Ritualized Motives وترتبط بعادات الفرد التي يمارسها دون تخطيط مسبق، وتمثل في التفاعل مع الوسيلة الإعلامية بغض النظر عن المضمون المقدم فيها، بهدف تمضية الوقت والاسترخاء والهروب من الواقع والمشكلات.<sup>(٢)</sup>

ويميز وينر<sup>(٣)</sup> بين أنواع الإشباع التي تتحقق نتيجة التعرض لوسائل الإعلام على النحو التالي:

١- Werner & James ١٩٩٢, Op. cit, p.٢٠٩

٢- Palmgreen, P. et al (١٩٨٥). " Media Gratification, Robin Research, Bererly Hills Sage,p.١٤

٣- Wenner, L. A. "The Nature of News Gratifications" in Media Gratifications Research: Current Perspectives, ed. K.E. Rosengren, L.A. Wenner, and P. Palmgren (Beverly Hills, CA: Sage, ١٩٨٥): ١٧١-١٩٤

## ١. إشباعات المضمون (المحتوى) Content Gratification : وهي الاشباعات الناتجة

عن التعرض لمضمون وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين:

- أ- إشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.
- ب- إشباعات اجتماعية: وتعني ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

## ٢. الاشباعات العملية Process Gratification: وهي الاشباعات التي تنتج عن

عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، ولا ترتبط بخصائص الرسالة أو المضمون، وتنقسم إلى نوعين:

- أ- إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.
- ب- إشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، خاصة لدى الأفراد الذين يعانون من العزلة عن المجتمع.

### نظرية الاستخدامات في الإعلام الجديد:

يعتبر الاتصال الرقمي بوسائله المختلفة أحد البدائل والخيارات المطروحة أمام جمهور وسائل الإعلام لإشباع حاجاته بناء على التوقعات التي يرسمها باختياراته. بل إن الاتصال الرقمي يتصدر الوسائل الأخرى في الاختيار بينها وبين وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجات على شبكة الإنترنت.

ولذلك تتصدر بحوث استخدام الاتصال الرقمي وبصفة خاصة الإنترنت، كافة البحوث والدراسات التي تجرى في هذا المجال، وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباعات في هذه البحوث والدراسات.

”إذا كانت فروض النظرية تشير إلى نشاط جمهور وسائل الإعلام والاستخدام الموجه لتحقيق أهداف معينة، فإن فئات جمهور مستخدمي الشبكة أكثر نشاطا ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي. بالتالي فإننا

نتوقع أن يتخذ الفرد قراره بالاستخدام عن وعي كامل بالحاجات ومدى إشباعها من استخدام الاتصال الرقمي مقارنة بوسائل الإعلام أو المصادر الأخرى.<sup>(١)</sup> واستعرضت د.نجوى عبد السلام تطبيقات نظرية الاستخدامات والإشباع في بحوث الإنترنت من زاوية الحاجات التي يمكن للإنترنت إشباعها، وتتمثل في:

#### ١- الحاجات المعرفية:

وهي أكثر الحاجات التي تحققها الإنترنت لمستخدميها، حيث أن الشبكة نشأت لتحقيق عملية التشارك في المعلومات، وهي تعتبر بمثابة كتاب كبير يضم مختلف أنواع المعلومات.

#### ٢- الحاجات العاطفية

وتشمل المواقع المخصصة للجوانب الترفيهية كالموسيقى والفن والمسرح.

#### ٣- الحاجات الشخصية:

مثل المواقع الخاصة بفرص العمل ومواقع العناية بالصحة ومواقع عروض الزواج.

#### ٤- الحاجات الاجتماعية:

حيث تتيح لمستخدميها الاتصال مع الآخرين والمجتمع من خلال البريد الإلكتروني والمحادثة.

#### ٥- الحاجات الهوائية:

وتهدف للترفيه عن الفرد، والتخلص من المشاكل من خلال مواقع الألعاب والترفيه الأخرى.<sup>(٢)</sup>

ومن خلال التجول بين المواقع المختلفة فقد تصدرت وظيفة المعلومات كافة الوظائف الأخرى في الاختيار حيث تراوحت نسبتها بين ٧٥-٩٠% بالنسبة للوظائف

١- عبد الحميد، نظريات الإعلام... مرجع سابق، ص ٢٨٨

٢- عبد السلام، نجوى، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام - الإعلام وقضايا الشباب، - جامعة القاهرة، كلية الإعلام مايو ١٩٩٨م، ص ٩٣

الأخرى، تليها وظيفة الترفيهية والترفيه. أما وظيفة التعليم والتعلم فهي تدخل في إطار المعلومات ما لم يكن التعرض إليها مطلباً أساسياً.

ويمكن المقارنة في مجال الاستخدام بين الوسائل الإعلامية التقليدية أو تصنيفات المحتوى الذي تنشره أو تذيعه لتحديد الاهتمام والتفضيل وبناء علاقته بالحاجات وإشباعها. فإنه يمكن المقارنة بين فئات المواقع. وتصنيفات المحتوى الذي تهتم بنشره هذه المواقع وليس كل المواقع.

ولا تعتبر كثافة استخدام الشبكة بصفة عامة دليلاً على إشباع الحاجات، حيث أن التجول بين المواقع المختلفة سمة من سمات استخدام شبكة الإنترنت، ولذلك فإنه يفضل البحث في عادات الاستخدام والأنماط السلوكية له. للدلالة على ارتباط المستخدم بالموقع أو المحتوى في الفئة الواحدة.

ونظراً لأن هناك فجوة بين الفئات الاجتماعية المختلفة في استخدام شبكة الإنترنت، فإنه من المتوقع أن يكون هناك تباين في كثافة الاستخدام وعاداته.<sup>(١)</sup> وكثافة الاستخدام في الاتصال الرقمي التفاعلي، قد لاتشير بالضرورة إلى حدث التأثير، لأنها ترتبط أكثر بتبادل الأدوار والتفاعلية، وبالتالي فإن كثافة الاستخدام قد تشير إلى رفض المعاني أو عدم تأييدها في كثير من الأحوال.

ويشدد د.محمد عبد الحميد على أهمية أن يضع الباحث في اعتباره عند اختبار فروض هذه النظرية عزل العوامل المؤثرة في استخدام شبكة الإنترنت ومواقعها بداية، لأن الكشف عن المستجدات الرقمية وتطبيقاتها وبصفة خاصة مواقع الشبكة، قد يتصدر أسباب الاستخدام في البدايات الأولى للتعامل مع الشبكة على سبيل المثال. لذلك يفضل أن يدرس الباحث بداية مدى علاقة المبحوث باستخدام الشبكة ومهارات التعامل معها، قبل الحكم على الاستخدام علاقته بإشباع الحاجات.<sup>(٢)</sup>

١ - عبد الحميد، نظريات الإعلام... مرجع سابق، ص. ٢٨٩

٢ - المرجع السابق، ص. ٢٩٠

## أهمية الدراسة:

تعد دراسة مواقع شبكات الاتصال الاجتماعي (فيس بوك - تويتر - يوتيوب)) وأثرها على الشباب الجامعي من الدراسات التي لها أهميتها الخاصة في ظل التسارع المتزايد في معدلات استخدام هذا الشبكات، ويمكن تلخيص الأهمية العلمية والعملية لهذه الدراسة على النحو التالي:

- أن هذه الدراسة تسعى إلى تعميق فهمنا لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى تأثيرها على الشباب.
- أن التفسير العلمي لهذه الظاهرة في المجتمع السعودي يمثل إضافة معرفية تمكن الباحثين من مقارنة تأثير وسائل الإعلام الجديد وخاصة الشبكات الاجتماعية على الشباب في المجتمعات والبيئات المختلفة.
- أن هذه الدراسة والدراسات الأخرى في هذا المجال البحثي، ستضع مؤشرات و توصيات تساعد صانعي القرار، والمؤسسات الاجتماعية والتعليمية في فهم أكثر وضوحاً لطبيعة تأثير الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، وإضافة مهمة لرسم استراتيجيات مبنية على أسس علمية في التعاطي مع قضايا ومشكلات الشباب في عصر الإعلام الجديد.

## الدراسات السابقة:

يمثل المجال العام لهذه الدراسة طيفا واسعا من الأدبيات والدراسات المرتبطة والسابقة، إلا أن العرض هنا سيركز على الدراسات الأكثر ارتباطا بموضوع هذه الدراسة، والتي تتناول محورين رئيسيين، هما:

الأول: الدراسات التي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي.

ثانيا: الدراسات التي تناولت علاقة الشباب بوسائل الإعلام الجديد.

فمن دراسات المحور الأول، دراسة<sup>(١)</sup> (Sean P. Hagerty, ٢٠٠٨) التي تناولت استخدامات اليوتيوب والاشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام، وهل تختلف تلك

---

١- Hagerty, S. P (٢٠٠٨), an examination of uses and gratifications of YOUTUBE, Unpublished Master thesis, Department of Communication, Villanova University

الاستخدامات والدوافع عن استخدامات التلفزيون؟ والتأثيرات المحتملة لليوتيوب على وسائل الإعلام التقليدية.

وطبقت الدراسة على عينة قوامها ١٣٣ طالباً من الطلاب الجامعيين الأمريكيين، وأشارت نتائجها إلى أن الدوافع والاستخدامات والإشباعات لا تختلف كثيراً سواء في حالة التلفزيون أم في حالة اليوتيوب.

ودراسة (أمين، ٢٠٠٩م)<sup>(١)</sup> التي استهدفت التعرف على طبيعة وخصائص المجتمعات الافتراضية في شبكة الويب، والتعرف كذلك على أنماط المجتمعات الافتراضية في الإنترنت والسمات العامة التي تميز كل نمط، وحدود ما يمكن أن تقدمه من علاقات تفاعلية اجتماعية وثقافية بين سكان هذه المجتمعات، وتوصلت الدراسة إلى أن الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك والمجموعات التي تتشكل فيها والمنتديات والمدونات التي لاقت إقبالا هائلا في الفترة السابقة أعادت صياغة العلاقة بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، كما أنها أضافت أبعادا جديدة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد داخل النظام، كما أنها استخدمت لحشد الجماهير المتفرقة جغرافيا وعقائديا للضغط على الأنظمة السياسية للمطالبة بمزيد من الحقوق والتعبير بحرية كاملة عن الآراء والمعتقدات.

وأوضحت الدراسة أن "المجتمعات الافتراضية" في شبكة الإنترنت هي تجمعات اجتماعية تخضع لاعتبارات السلوك الإنساني، وأن توفر تطبيقات معينة من أدوات الاتصال الرقمي ضرورة لإنشاء هذه المجتمعات، وأن التواصل والمناقشات والحوار بين سكان هذه المجتمعات هي معيار نجاحها بالدرجة الأولى.

وفرقت الدراسة بين نوعين هامين من أنواع المجتمعات الافتراضية في شبكة الإنترنت:

---

١ - أمين، رضا عبد الواحد، "حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت" بحث مقدم في مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، الرياض، ٢٠-١٨ / ٣ / ١٧-١٥ / ٢٠٠٩م

أولاهما: تلك المجتمعات الافتراضية التي تقوم على التفاعل الثقافي والاجتماعي، وتبادل الأفكار والآراء عبر مواقع تسمح لمستخدميها بالإضافة والتعليق والمشاركة النشطة أثناء التجول، كالمدونات، والمنتديات، ومجموعات الأخبار، وغرف الحوار والشات، والقوائم البريدية، وشبكات التعارف الاجتماعي وعلى رأسها شبكة الفيس بوك وماي سبيس.

والنوع الثاني من هذه المجتمعات الافتراضية التي يمكن تسميتها بالمجتمعات الافتراضية الكاملة على شبكة الويب، وهي المواقع الإلكترونية التي تحاول محاكاة العالم الواقعي، من خلال إتاحة عدد من الخيارات المتعددة أمام المستخدمين تمكنهم من ممارسة تفاصيل متعددة وكأنهم في العالم الحقيقي من بيع وشراء وارتداء ملابس والسفر عبر الطائرات وغيرها وجنى الأموال وإنشاء البيوت والشركات... الخ بما في ذلك من إنشاء مجتمعاتهم الخاصة بنشر أفكارهم وتبادل الاهتمامات المشتركة مع آخرين من خلال إمكانية إنشاء المدونات والصفحات الخاصة بالمستخدمين.

واستهدفت دراسة (عبد الشافي، ٢٠١٠م)<sup>(١)</sup> التعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة التأثيرات المعرفية للصحف لدى الشباب في الجامعات المصرية، وتكونت عينة الدراسة من ٣٠٠ فرد من شباب الجامعات المصرية واتضح من نتائج الدراسة إن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب في الجامعات المصرية استخدامها هي: على التوالي: فيس بوك، يليه تويتر، ثم يوتيوب. ومن أبرز تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي تكوين صداقات جديدة، والمشاركات في التعرف على آخر الأخبار حول الأحداث المهمة، وتبادل الصور والفيديوهات المفضلة عبر الموقع. وأشارت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة وفق متغيرات (النوع - نوع التعليم الجامعي - المستوى الثقافي للأسرة) في متوسطات درجات كثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

---

١ - عبد الشافي، مؤمن جبر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة التأثيرات المعرفية للصحف لدى شباب الجامعة المصرية، مجلة دراسات الطفولة - مصر، مج ١٤، ع ٥٣، أكتوبر ٢٠١١م، ص ٤٩

واستهدف الإصدار الثاني من تقرير (كلية دبي للإدارة الحكومية، ٢٠١١م) <sup>(١)</sup> عن " الإعلام الاجتماعي والحراك المدني: تأثير فيسبوك وتويتر" صياغة فهم أفضل لتأثير الإعلام الاجتماعي على التطوير والتنمية في المنطقة العربية، وأشارت نتائج الدراسة التي تضمنها التقرير أن الشباب (الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٥ و ٢٩ عاماً) يشكلون حوالي ٧٠% من مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية، ولوحظ وجود زيادة طفيفة في عدد المستخدمين فوق ٣٠ عاماً منذ نهاية عام ٢٠١٠م، وأن دول مجلس التعاون الخليجي بالإضافة إلى مصر تحتل الصدارة لتسجل أعلى خمس دول في المنطقة من حيث عدد مستخدمي تويتر وعدد التغريدات التي يبثها المستخدمون. وبوجه عام توجد علاقة ارتباطية بين عدد التغريدات وعدد مستخدمي تويتر، ما يشير إلى أن العدد المقدر لمستخدمي تويتر في المنطقة يصنفون كمستخدمين نشطين (أي يقومون بإنتاج تغريدة واحدة على الأقل كل أسبوعين، وبمتوسط يومي يعادل أقل من رسالة واحدة يومياً). وأشار أيضاً إلى أن معظم المستخدمين يستخدمون تويتر باعتباره مصدراً للأخبار أكثر منه أداة للتدوين المصغر.

أما دراسة (المنصور، ٢٠١٢م) <sup>(٢)</sup> فقد كان هدفها العام هو التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، والمقارنة بين مواقع تلك الشبكات والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً".

ورصدت الدراسة تراجع المواقع الإلكترونية لحساب الشبكات الاجتماعية، وقوة تأثير هذه الشبكات على جمهور المتلقين، وأوضحت الدراسة الدور المتميز الذي تلعبه المواقع الاجتماعية كوسيلة إعلامية متطورة، قياساً بما تقوم به المواقع الإلكترونية. وخلصت الدراسة إلى أنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عن مواقع التواصل الاجتماعي، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة

---

١ - تقرير "الإعلام الاجتماعي العربي" كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار الثاني، مايو ٢٠١١  
٢ - المنصور، محمد، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية" رسالة ماجستير (الأكاديمية العربية في الدانمارك، كلية الاعلام والاتصال: ٢٠١٢م)

ومتنوعة، ومحادثة مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات، وخلق صداقات افتراضية جديدة واستهدفت دراسة<sup>(١)</sup> (AGRIFOGLIO & others, ٢٠١٢) التعرف على الدوافع والأسباب الذاتية والخارجية التي تؤدي بالأفراد إلى الاستمرار في الإقبال على استخدام شبكة تويتر. وقارنت الدراسة بين المستخدمين للتويتر لغايات العمل والمستخدمين له لغايات اللعب والترفيه، وتوصلت الدراسة إلى أن "سهولة الاستخدام" من أهم العوامل التي تجعل تويتر أداة تواصل مشهورة ومنتشرة خاصة لدى صغار السن بحكم تواجدهم بالعالم الرقمي الجديد بعكس الكبار الذين لا يجيدون استخدام التكنولوجيا الجديدة، أو لا يستطيعون مجاراته.

### ثانياً: الدراسات التي تناولت علاقة الشباب بوسائل الإعلام الجديد.

وفي هذا المجال اهتم الباحثون بشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) باعتبارها أهم تجليات الإعلام الجديد، ثم في فترة لاحقة برزت الدراسات التي تتناول مواقع التواصل الإجتماعي على وجه الخصوص. من ذلك دراسة (الحيلة، ٢١٤١هـ)<sup>(٢)</sup> التي استهدفت الكشف عن أثر الاستخدام المنزلي للإنترنت في التحصيل الدراسي لمستخدميه. وطبقت الدراسة على عينتين الأولى تكونت من (٣٦) طالباً من طلبة الصف العاشر الأساسي ممن هم مشتركون بشبكة الإنترنت. والثانية تكونت من (٨٠) طالباً تراوحت أعمارهم بين (١٢-١٨) سنة، ممن يرتادون مقاهي الإنترنت في عمان

---

١- AGRIFOGLIO, ROCCO\, BLACK, SUE\, METALLO, CONCETTA& FERRARA, MARIA(٢٠١٢). EXTRINSIC VERSUS INTRINSIC MOTIVATION IN CONTINUED TWITTER USAGE. Journal of Computer Information Systems; Fall٢٠١٢, Vol. ٥٣ Issue ١, p٣٣-٤١

٢- الحيلة، محمد: اثر الاستخدام المنزلي للإنترنت في التحصيل الدراسي لمستخدميه. مجلة التربية، قطر، السنة (٣٣)، العدد (١٤١)، ١٤٢١هـ.

وكانت الأداة المستخدمة عبارة عن كشوف العلامات المدرسية، للحصول على المعدلات العامة للطلبة أفراد العينة الأولى في ثلاث فصول دراسية: الفصل الأول للعام الدراسي ٩٧/٩٨ والفصل الثاني لنفس العام، والفصل الأول من العام الدراسي اللاحق، بالإضافة إلى استبانته تكونت من أسئلة مفتوحة وزعت على مرتادي مقاهي الانترنت ممن تتراوح أعمارهم بين ١٢-١٨ سنة. وأشارت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المعدلات العامة للطلبة في نهاية الفصل الدراسي الثاني ٩٧/٩٨ وأن ذلك يعزى إلى طريقة تنظيم الاستخدام المنزلي للانترنت. كما كشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدلات طلبة مجموعته إشراف الوالد مع استخدام الانترنت يومي الخميس والجمعة، ومعدلات طلبة المجموعة التي لا تخضع لأي إشراف ولصالح المجموعة التي يشرف عليها الوالد.

أما دراسة (إسماعيل و عبدالرحمن، ٢٠٠٩م)<sup>(١)</sup> فقد سعت إلى التعرف على أثر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية والأسرية للشباب، ومعدلات استخدام الشباب للإنترنت، وخلصت إلى تفضيل مستخدمي الإنترنت المنزل ثم مقاهي الإنترنت عند استخدامهم للإنترنت، وأن الذكور يتفوقون على الإناث في استخدام الإنترنت، وأن معظم مستخدمي الإنترنت في السودان من الشباب الجامعي.

وطبقت دراسة (النعيم، ٢٠١٠م)<sup>(٢)</sup> على شباب مدينة الرياض كمجتمع للدراسة، وتكونت العينة من طلبة وطالبات المرحلتين الثانوية والجامعية، واستخدمت الدراسة الاستبيان كأداة للبحث، كما استخدمت الملاحظة والمقابلة أيضا. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها: أن الخلفية الثقافية التي يعيش فيها الشباب تؤثر تأثيرا كبيرا على اتجاهاتهم نحو استخدام الانترنت. وأن من أهم الأسباب التي تدفع الشباب لاستخدام

---

١- إسماعيل، عفاف عبدالله أحمد، وعبدالرحمن، جعفر عبدالرحمن، "تأثير الإنترنت في علاقات الشباب الاجتماعية والأسرية- دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الخرطوم-السودان" دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩م

٢- النعيم، تأثير العلاقات الافتراضية على العلاقات الاجتماعية القائمة. مجلة البحث في التربية وعلم النفس، المجلد (١٧)، العدد (٢)، أكتوبر ٢٠١٠م.

الانترنت أنه يعد وسيلة للتخاطب، ومنها ما يخص الإناث كعدم القدرة على الخروج من المنزل بسبب الاعتماد على الرجل في المواصلات، وأن الانترنت يعد أسهل طرق التخاطب مع الآخرين وأقربها. وأشارت الدراسة إلى أن ٥٤% من العينة قد نفوا تخليهم عن واجباتهم الأسرية بسبب استخدامهم للانترنت.

### دراسات مواقع التواصل الاجتماعي:

أما الدراسات التي تناولت الشباب والمواقع الاجتماعية، فمنها دراسة (حسن، ٢٠٠٩م)<sup>(١)</sup> التي خلصت إلى وجود إقبال كبير من جانب الشباب على المواقع الاجتماعية بشبكة الإنترنت. وأن موقع (فيس بوك) ويوتيوب وماي سبايس) احتلت موقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لأفراد العينة الذين يعتبرون أن أصدقائهم المرجع الأول لهم في حال مواجهة أي مشكلة.

وأوضحت الدراسة أن التفاعل الاجتماعي يزداد بوجود الأب والأم وينخفض بغياهما سواء كان غيابا طبيعيا أو نفسيا. وأشارت الدراسة إلى أن الشباب من سن (١٥-١٨ سنة) يميلون للدردشة والمنتديات والرسائل النصية بينما يميل الشباب في الفئة العمرية (١٩-٢٢ سنة) إلى البريد الإلكتروني والتصفح.

وركزت دراسات أخرى مثل دراسة (خضر، ٢٠٠٩م)<sup>(٢)</sup> على لآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية، من خلال التعرف على دوافع استخدام الشباب المصري لموقع الفيس بوك، والكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية والصداقات التي يكونها الشباب وأولوية تفضيلهم لها عند التعامل مع أصحابهم، والتعرف على طريقة تعبير عينة الدراسة عن حالتهم النفسية

---

١ - حسن، أشرف جلال، "أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية- دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل" دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩م

٢ - خضر، نرمين زكريا، "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩م

والاجتماعية من خلال استخدامهم موقع الفيس بوك. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أبرز مصادر معرفة الشباب الجامعي بموقع الفيس بوك هم الأصدقاء والمعارف بنسبة ٣٦%. وأن دافع التسلية والترفيه جاء على رأس قائمة دوافع استخدامهم لموقع فيس بوك، وأن مشاهدة البومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسها المبحوثون على موقع فيس بوك بنسبة ٧٦,٥%. واتفق المبحوثون بشكل كبير على أن التفاعل الاجتماعي بين الأشخاص عبر فيس بوك يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين، وأن من أهم مزايا فيس بوك التواصل مع الأصدقاء ومواكبة ما يجرى والتعرف على مزاج الأصدقاء وتجديد العلاقات بأصدقاء الماضي، وإبداء الرأي بحرية.

وتناولت دراسة (المنتشري, ٢٠١٢م)<sup>(١)</sup> موقع (اليوتيوب) على وجه التحديد، من حيث مدى استخدام الشباب والفتيات في السعودية له، والعوامل المؤثرة على استخدامهم، والدوافع والإشباع المتحققة من ذلك الاستخدام، وأشارت الدراسة إلى أهمية موقع اليوتيوب الذي يعد أحد أهم مواقع الإعلام الاجتماعي خاصة بين الشباب لكونهم أكثر المستخدمين لتلك المواقع. واعتباره مصدراً موثقاً للمعلومات وليس مجرد تقنية مساندة للأخبار المكتوبة، وقدمت الدراسة مؤشرات إحصائية تؤكد الإقبال الكبير من الشباب السعودي على استخدام موقع اليوتيوب وتصدر المملكة المركز الأول عربياً في معدلات استخدامه.

وخلصت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في المدة الزمنية التي يقضونها على الإنترنت وذلك لصالح الإناث، وفي المقابل تفوق الذكور في مدى استخدام اليوتيوب. وأكدت الدراسة انتشار استخدام موقع اليوتيوب بين الشباب السعودي، بشكل دائم وغالب. وأن خدمة البحث في موقع اليوتيوب جاءت في المرتبة الأولى من بين الخدمات التي يوفرها الموقع.

---

١- المنتشري، فاطم يتييم. استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب youtube والإشباع المتحققة منها: دراسة مسحية، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، ٢٠١٢م

## التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من عرض الأدبيات السابقة ما يلي:

- أن الشباب في المنطقة العربية من الفئات الأكثر استخداماً لشبكة الإنترنت، ولشبكات التواصل الاجتماعي على وجه التحديد.
- أن الباحثين حاولوا رصد هذه الظاهرة من مداخل متعددة: تربوية ونفسية واجتماعية واتصالية، ومع ذلك يصعب القول أن البحث العلمي في هذا الموضوع قد قدم إجابات شافية ووافية نظراً لحدائث الظاهرة وصعوبة التنبؤ بالتأثيرات المتوسطة وبعيدة المدى.
- ركزت بعض الدراسات على موقع واحد من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مثل (فيس بوك) أو (تويتر) أو (يوتيوب) من خلال مداخل نظرية متعددة مثل الاستخدامات والإشباع، الاعتماد على وسائل الإعلام..

لذلك تسعى هذه الدراسة إلى تقديم رؤية علمية من خلال دراسة ميدانية تتناول دوافع استخدامات الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي إجمالاً والإشباع المتحققة من ذلك الاستخدام.

## أهداف الدراسة:

في ضوء استعراض الدراسات السابقة، وبالرجوع إلى الإطار النظري للدراسة، والمتمثل بنظرية الاستخدامات والإشباع، يمكن تحديد الأهداف الرئيسة للدراسة فيما يلي:

الهدف الأول: التعرف على مستوى إقبال الشباب الجامعي السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي، ومصادر تعرفه عليها.

الهدف الثاني: التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي، والإشباع المتحققة من ذلك الاستخدام.

الهدف الثالث: التعرف على عادات الشباب الجامعي السعودي في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

الهدف الرابع: التعرف على تقييم الشباب الجامعي السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي.

الهدف الخامس: الكشف عن العلاقة بين كثافة الاستخدام وطبيعة التقييم لتأثيرات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

### تساؤلات الدراسة

وانطلاقاً من الأهداف السابقة، تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- ١- ما مستوى استخدام شبكة الإنترنت لدى الشباب الجامعي السعودي؟
- ٢- ما مستوى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي؟
- ٣- ما الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً لدى الشباب الجامعي السعودي؟
- ٤- ما مصادر التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي؟
- ٥- ما دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٦- ما الإشباع المتحققة من استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٧- ما رؤية المبحوثين للتأثيرات السلبية والإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٨- ما طبيعة عادات المبحوثين في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي (الانتقائية، الارتباط، الاندماج)؟
- ٩- ما دلالة الفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لتأثيرات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حسب عدد ساعات الاستخدام؟

### نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتستخدم منهج المسح للإجابة على أسئلة البحث، وتحقيق أهدافه.

والباحث يتبع هذا المنهج باعتباره المنهج العلمي الذي يتلاءم مع طبيعة البحث، باستخدام المسح لجمع البيانات، مع تحليل المعلومات للتوصل إلى استنتاجات تُبنى عليها، وهذا المنهج يحقق ذلك بجمعه بين وصف الواقع وفهمه وتطويره. نظراً لأهميته

في معرفة الحقائق التفصيلية عن واقع الظاهرة المدروسة، مما يمكن الباحث من تقديم الوصف الشامل، والتشخيص الدقيق لذلك الواقع.<sup>(١)</sup>

### مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون المجتمع المستهدف Target Population في هذه الدراسة من جميع الطلاب السعوديين في الجامعات السعودية، ويمثل طلاب جامعة الملك سعود المجتمع المتاح Accessible Population الذي تم اختيار العينة من خلاله.

ذلك أن المجتمع المستهدف هو المجتمع الذي يهدف الباحث إلى تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إليه لضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح الذي أمكن للباحث الوصول إليه، وهو جزء ممثل للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها.<sup>(٢)</sup>

واعتمد الباحث على أسلوب العينة المتكاثرة أو المتضاعفة Snowball Sample من خلال توزيع الاستبانة على مجموعات عشوائية من طلاب مسار الكليات الإنسانية، ومجموعات من طلاب مسار الكليات الصحية والعلمية والهندسية، ثم طلب الباحث من أولئك الطلاب أن يقوموا بتوزيع الاستبانة على زملائهم في نفس المسار، حتى تمكن الباحث من الوصول إلى نسبة ٥% من إجمالي طلاب السنة التحضيرية، بواقع (٤٧٠) طالباً.

ويصلح هذا الأسلوب (أسلوب العينة المتكاثرة أو كرة الثلج) في الحالات التي تستهدف إجراء البحث على فئة واحدة كفئة الطلاب في جامعة واحدة<sup>(٣)</sup> وهو ما ينطبق على هذه الدراسة.

وتم إجراء الدراسة الميدانية على المبحوثين خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي ١٤٤٣هـ - ١٤٣٣هـ.

١ - العساف، حمد، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، مكتبة العبيكان، ١٤١٣/٢٠٠٣م،

٢ - عبد الحميد، محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ٢ (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤م)، ص ١٣٠

## أداة جمع البيانات:

قام الباحث بتصميم استمارة (استبيان) كأداة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، حيث "تعتبر الاستبانة أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين<sup>(١)</sup>

وعند تصميم أداة جمع البيانات (الاستبيان) تم إتباع الإجراءات التالية للتأكد من صدقها الظاهري:

١. قام الباحث بمراجعة لأهم الدراسات والبحوث ذات العلاقة بموضوع الدراسة والاستفادة منها، ومن أدوات جمع بياناتها، والتي تم من خلالها التوصل إلى المسودة الأولى لأداة الدراسة.
٢. تم عرض المسودة الأولى لأداة الدراسة على عدد من المحكمين<sup>(\*)</sup> في مجالات العلوم المختلفة، والذي استفادة الباحث كثيراً من ملاحظاتهم، فتم إجراء التعديل على الاستبيان وإضافة وحذف بعض الأسئلة من قبل المحكمين.
٣. تم عرض الاستبيان على الجهات المختصة فتم حذف وتعديل بعض الأسئلة حسب طلباتهم.
٤. تم تطبيق اختبار تجريبي للاستبيان للتأكد من وضوح عباراتها وسهولة الإجابة عليها على عينة قوامها (٤٠) مبحوثاً.
٥. تم الاستفادة مما ورد من ملاحظات وأخطاء وتم تلافيتها حتى التوصل إلى الأداة بشكلها النهائي
٦. في ضوء تعديلات المحكمين واختبار الصدق الظاهري للاستبانة تكونت الاستبانة بصورتها النهائية بعد استيفاء ملحوظات المحكمين وبلغت عدد الأسئلة والعبارات (١٠٠) سؤالاً وعبارة، تركزت في (سبع) جوانب رئيسية

---

١ - عبيدات ، ذوقان . عدس ، عبد الرحمن . وآخرون ، البحث العلمي مفهومه - أدواته - أساليبه ، (عمّان: دار الفكر للنشر والتوزيع ، ١٩٨٧م) ص ١٢٥

\* - وهم أ.د. صابر سليمان عسران، ود. محمد بكير، ود. بكر إبراهيم، ود. وديع العززي - أعضاء هيئة التدريس في قسم الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة الملك سعود.

وتشمل: البيانات العامة، مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، مدى الإشباع الذي يتحقق من خلال هذه التقنية، ما أثار استخدام شبكة التواصل الاجتماعي، مدى الانتقائية والارتباط والاندماج مع شبكة التواصل الاجتماعي، الدوافع التي تدفعك لاستخدام شبكة التواصل الاجتماعي، البيانات الشخصية.

٧. تصميم الاستبانة: بعد مراجعة بعض المراجع، وخبرة الباحث بما يتعلق في موضوع الدراسة قام الباحث بتصميم الاستبانة، وأصبحت تتكون من ستة أقسام:

أ- البيانات العامة

ب- متغيرات الدراسة وتنقسم إلى أربعة أقسام وهي

آثار استخدام شبكة التواصل الاجتماعي.

مدى الانتقائية والارتباط والاندماج مع شبكة التواصل الاجتماعي.

الدوافع التي تدفعك استخدام شبكة التواصل الاجتماعي.

الإشباع التي تتحقق من خلال هذه التقنية.

ج- البيانات الشخصية

ويوضح الجدول التالي توزيع محاور أسئلة وعبارات الاستبانة، على النحو التالي:

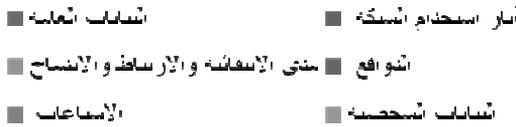
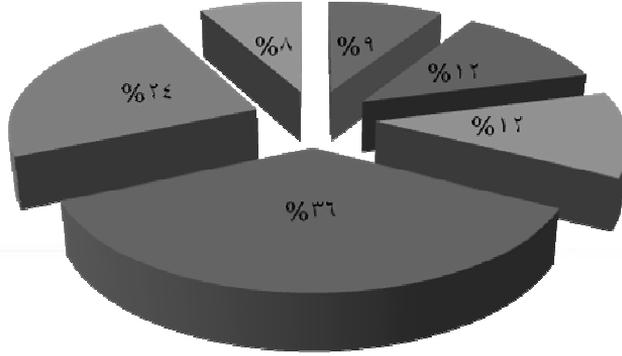
### جدول رقم (١)

يوضح عدد ونسبة كل محور من محاور أسئلة وعبارات الاستبانة

النسبة	العدد	المحاور
٩%	٧	البيانات العامة
١٢%	٩	آثار استخدام الشبكة
١٢%	٩	مدى الانتقائية والارتباط والاندماج
٣٦%	٢٨	الدوافع
٢٤%	١٩	الإشباع
٨%	٦	البيانات الشخصية
١٠٠%	٧٨	الإجمالي

### شكل رقم (١)

يوضح عدد ونسبة كل محور من المحاور



وفي الصفحة الأولى من الاستبانة وضعت بعض الأسئلة للدلالة على البيانات العامة:  
وللإجابة على فقرات الاستبانة، وضعت خمسة خيارات:

- من ١ إلى ١,٧٩ يمثل (غير موافق مطلقا)
- من ١,٨٠ إلى ٢,٥٩ يمثل (غير موافق)
- من ٢,٦٠ إلى ٣,٣٩ يمثل (لا أدري)
- من ٣,٤٠ إلى ٤,١٩ يمثل (موافق إلى حد ما)
- من ٤,٢٠ إلى ٥,٠٠ يمثل (موافق بشدة)

#### أساليب المعالجة الإحصائية لتحليل البيانات:

بعد الانتهاء من جمع الاستمارات وعددها (٤٧٠) استمارة، تم ترقيمها وتفريغها وإدخالها بالحاسب الآلي باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وذلك للإجابة على تساؤلات الدراسة بواسطة ما يلي:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات والانحرافات المعيارية.

- معامل ارتباط بيرسون لحساب الاتساق الداخلي.
- معامل الثبات ألفا كرومباخ.
- الاختبار التائي
- اختبار التباين الأحادي

### اختبارات الصدق والثبات:

بعد مراجعة الاستبانة لغوياً وفنياً، تم التحقيق من صدقها بطريقتين، هما:

#### أولاً: الصدق الظاهري:

أعتمد الباحث على الصدق الظاهري، حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المتخصصين، وذلك للتأكد من صدقها ومناسبتها للغرض الذي صممت من أجله، من حيث الملائمة، والوضوح، والتنظيم، وارتباط كل محور من محاور الاستبانة بالعبارات التي وضعت له، وفي ضوء ما أبداه المحكمون من آراء، ثم تعديل بعض العبارات، وإعادة صياغة عبارات أخرى، مما ساعد على زيادة تمثيل المجال الذي يقيسه، وخرجت الاستبانة بصورتها النهائية.

#### ثانياً: صدق الاتساق الداخلي:

قام الباحث بحساب معامل الارتباط (بيرسون) بين كل عبارة من عبارات الأداة والدرجة الكلية لجميع العبارات، للتأكد من صدق الاستبانة، وأنها تقيس ما صممت لقياسه، كما يوضح الجدول رقم (١-٢)، والجدول رقم (٢-٢). وبالرجوع إلى أدبيات البحث وجد الباحث أنه من المفيد حساب معامل الثبات باستخدام ثبات التجانس أو الاتساق الداخلي الذي يشير إلى قوة الترابط المنطقي بين فقرات الاختبار. وتم قياس درجة ثبات الاتساق الداخلي باستخدام معامل الارتباط بين الجزئين ومن ثم تعديله عن طريق معادلة بيرسون.

## جدول رقم (١-٢)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحاور والدرجة الكلية لجميع

عبارات المحاور الذي تنتمي إليه

رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
<b>أثار استخدام شبكة التواصل الاجتماعي</b>							
١	**-.٧٨٩	٣	**-.٦٢٣	٥	**-.٣٩٧	٧	**-.٩٤٩
٢	*.٦٨٤	٤	**-.٣٩٧	٦	**-.٩٤٩	٨	**-.٩٤٩
٩	*.٩٤٩						
<b>مدى الانتقائية والارتباط والاندماج مع شبكة التواصل الاجتماعي</b>							
١.	**-.٣٣١	٢.	**-.٣٣١	٣.	**-.٨٩٧	٤.	**-.٥٢٧
٥.	**-.٣٩٣-	٦.	**-.٦٨٩	٧.	**-.٤٢٨	٨.	**-.٦٢١
٩.	٠.٨٤١-						
<b>دوافع استخدام شبكة التواصل الاجتماعي</b>							
١.	٠.٩٢٥-	٢.	**-.٨١٧	٣.	٠.٦٨٠-	٤.	**-.٩٢٥
٥.	**-.٣٢٧	٦.	**-.٥٦٦	٧.	٠.٨٧٩-	٨.	**-.٨٧٩
٩.	**-.٧٥٣	١٠.	٠.٨٦٠-	١١.	**-.٩٣٠	١٢.	٠.٤٦٢-
١٣.	**-.٩٢١	١٤.	**-.٢٩٢	١٥.	**-.٨٣٧	١٦.	٠.٩٢١-
١٧.	**-.٨٧٩	١٨.	**-.٨٥١	١٩.	**-.٨٥٨	٢٠.	**-.٨٧٩
٢١.	**-.٨٧٩	٢٢.	٠.٤٨٨-	٢٣.	**-.٧٧١	٢٤.	**-.٩٢٢
٢٥.	**-.٩٣٠	٢٦.	**-.٩٢٢	٢٧.	**-.٨٧٩	٢٨.	**-.٨٢٣
<b>مدى الإشباع الذي يتحقق من خلال هذه التقنية</b>							
١.	**-.٩٧٨	٢.	٠.٨٣٩-	٣.	**-.٨٨٤	٤.	**-.٧٣٩
٥.	٠.١٧٥-	٦.	**-.٨٨٤	٧.	٠.٠٨٨-	٨.	**-.٥٧٤
٩.	**-.٩٤٠	١٠.	**٩٧٩.	١١.	**-.٩٤٧	١٢.	**-.٩٤٧
١٣.	**-.٩٢٣	١٤.	**-.٩١٠	١٥.	**٨٨٤.	١٦.	**-.٩٧٨
١٧.	**-.٩٤٧	١٨.	**-.٩٧٨	١٩.	**-.٩٤٦		

\* دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥

\*\* دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠١

ويتضح من الجدول رقم (٢-١) أن نتائج حساب معامل ارتباط كل عبارة مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه كانت دالة وعالية إحصائياً عند مستوى الدلالة أقل من (٠,٠١)، أو أقل من (٠,٠٥) وهذا يدل على إن الاستبانة تتمتع بقدر كبير من الاتساق الداخلي.

وكما يتضح من الجدول رقم (٢) أن نتائج حساب معامل ارتباط كل محور مع الدرجة الكلية للمحاور الذي تنتمي إليه كانت دالة وعالية إحصائياً عند مستوى الدلالة أقل من (٠,٠١)، وهذا يدل على إن الاستبانة تتمتع بقدر كبير من الاتساق الداخلي.

### جدول رقم (٢-٢)

#### معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية لجميع المحاور

معامل الارتباط	اسم المحور
**٠,٦٦٨-	أثر استخدام شبكة التواصل الاجتماعي
**٠,٨٧٣	مدى الانتقائية والارتباط والاندماج مع شبكة التواصل الاجتماعي
**٠,٩٤٢	الدوافع التي تدفع لاستخدام شبكة التواصل الاجتماعي
**٠,٩٧١	مدى الإشباع الذي يتحقق من خلال هذه التقنية

\*\* دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠١

#### قياس ثبات الاستبانة:

تم حساب ثبات الأداة عن طريق استخدام ألفا كرونباخ لكل مجال، وللمقياس ككل، ويوضح الجدول رقم (٣) قيم الثبات على النحو التالي:

### جدول رقم (٣)

#### ثبات أداة الدراسة

معامل ارتباط ألفا كرونباخ	اسم المحور
٠,٢٥٥	أثر استخدام شبكة التواصل الاجتماعي
٠,٠٧١	مدى الانتقائية والارتباط والاندماج مع شبكة التواصل الاجتماعي
٠,٧٠	دوافع استخدام شبكة التواصل الاجتماعي
٠,٩٥	مدى الإشباع الذي يتحقق من خلال هذه التقنية
٠,٨٩	معامل الثبات الكلي

للتحقق من ثبات أداة الدراسة، قام الباحث بقياس ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل الفاكرونباخ فظهر أن الثبات محور الاتجاه ٠,٨٩، وهذا يدل على أن ثبات أداة الدراسة بدرجة عالية جداً ويمكن الاعتماد عليها في تحقيق أهداف الدراسة. وكلما اقترب رقم معامل ألفا كرومباخ من الواحد الصحيح كلما كان هذا يدل على أن الثبات أقوى، وكان معامل ألفا كرومباخ للمحاور الأربعة السابقة هو (٠,٨٩)

\* \* \*

## المبحث الثاني: نتائج الدراسة ومناقشتها:

سيتم إلقاء الضوء بشكل مفصل على النتائج التي توصلت إليها الدراسة التي أجريت ويتم استعراض البيانات والنتائج للتعرف على خصائص عينة الدراسة من خلال استعراض المتغيرات الديموغرافية، ومتغيرات كثافة الاستخدام ومستوى الخبرة في استخدام الإنترنت ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ثم استعراض آراء واتجاهات المبحوثين حول موضوع الدراسة والإجابة على تساؤلات الدراسة على النحو الآتي:

### أولاً: المعلومات الشخصية (خصائص عينة الدراسة):

#### جدول رقم (٤)

##### توزيع المبحوثين حسب متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من ٢٠ سنة	٢٩٤	٦٢,٦
من ٢٠ إلى ٢٢ سنة	١٧٦	٣٧,٤
الإجمالي	٤٧٠	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول رقم (٤) أن أكثر من ٦٢% من المبحوثين من عينة طلاب السنة التحضيرية أقل من ٢٠ سنة، ويتناسب هذا التوزيع مع واقع مجتمع الدراسة من طلاب جامعة الملك سعود في السنة التحضيرية.

#### جدول رقم (٥)

##### التكرارات والنسب المئوية متوسط الدخل الشهري للأسرة

الدخل الشهري	التكرار	النسبة
أقل من ٣٠٠٠	٢١٨	٤٦,٤
من ٣٠٠٠ إلى ٦٠٠٠	١٤٥	٣٠,٩
من ٦٠٠١ إلى ٩٠٠٠	٣٧	٧,٩
من ٩٠٠١ إلى ١٢٠٠٠	٣٧	٧,٩
من ١٢٠٠١ إلى ١٥٠٠٠ ألف	٣٣	٧,٠
الإجمالي	٤٧٠	١٠٠

ويتضح من بيانات الجدول أعلاه أن ما يقارب على نصف مجتمع الدراسة كان متوسط الدخل الشهري لهم أقل من ٣٠٠٠ ريال ثم جاء في المركز الثاني المبحوثون من الطلاب الذين يبلغ متوسط الدخل الشهري لديهم ما بين ٣٠٠٠-٦٠٠٠ ريال.

أي أن أكثر من ثلاثة أرباع العينة يبلغ المتوسط الشهر للدخل لديهم من ٦ آلاف ريال فأقل.

#### جدول رقم (٦)

##### التكرارات والنسب المئوية الحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	الحالة الاجتماعية
٦٩,١	٣٢٥	أعزب
٢٣,٢	١٠٩	متزوج
٧,٧	٣٦	مطلق
١٠٠	٤٧٠	الإجمالي

ويتبين أن أغلبية أفراد عينة الدراسة كانوا من غير المتزوجين بنسبة ٧٧% تقريبا، (عزاب، ومطلقون) وجاءت نسبة المتزوجين ٢٣% من أفراد العينة.

#### جدول رقم (٧)

##### توزيع المبحوثين حسب التخصص العلمي

النسبة	التكرار	الكلية
٦١,٥	٢٨٩	مسار الكليات الإنسانية
٣٨,٥	١٨١	مسار الكليات الصحية والعلمية والهندسية
١٠٠	٤٧٠	الإجمالي

ويوضح الجدول رقم (٧) أن أكثر من ٦١% من عينة المبحوثين ينتمون إلى مسار الكليات الإنسانية، وتتفق هذه النتيجة مع توزيع مجتمع البحث بحسب إحصائيات الجامعة التي تشير إلى أن عدد طلاب الكليات الإنسانية أكثر من طلاب الكليات الصحية والعلمية الأخرى.

#### جدول رقم (٨)

##### توزيع المبحوثين حسب مستوى تعليم الأب

النسبة	التكرار	مستوى تعليم الاب
٣٨,٧	١٨٢	ثانوي
٣٠,٩	١٤٥	جامعي
١٥,٥	٧٣	دراسات عليا
١٤,٩	٧٠	متوسط
١٠٠	٤٧٠	الإجمالي

ويوضح الجدول رقم (٨) أن ٤٦,٤% من آباء الطلاب الذين شملهم البحث حاصلون على مؤهل جامعي أو دراسات عليا، مقابل ٣٩% تقريباً للآباء من ذوي المؤهل الثانوي، و١٥% تقريباً مؤهل متوسط.

### جدول رقم (٩)

#### توزيع المبحوثين حسب مستوى تعليم الأم

النسبة	التكرار	مستوى تعليم الام
٣٨,٥	١٨١	ثانوي
٢٣,٢	١٠٩	متوسط
١٥,٥	٧٣	ابتدائي
١٥,٥	٧٣	جامعي
٧,٢	٣٤	دراسات عليا
١٠٠	٤٧٠	الإجمالي

أما المؤهل التعليمي للأم، فقد كانت نسبة الأمهات الحاصلات على مؤهل جامعي أو أعلى ٢٢,٧% وهي نسبة تقل بنسبة الضعف عن الآباء، وكانت النسبة الأكبر للأمهات الحاصلات على مؤهل ثانوي أو متوسط بنسبة تجاوزت ٦٠%.

ثانياً: كثافة الاستخدام، ومستوى الخبرة:

### جدول رقم (١٠)

#### توزيع المبحوثين بحسب امتلاك جهاز الحاسب الآلي

لا		نعم		مدى امتلاك جهاز حاسب آلي ولا توب
%	ك	%	ك	
٤,٣	٢٠	٩٥,٧	٤٥٠	هل تمتلك جهاز حاسب آلي خاص بك
٣٦,٢	١٧٠	٦٣,٨	٣٠٠	هل تمتلك جهاز لاب توب

يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يمتلكون حاسبا آليا بنسبة ٩٥,٧%، وأيضاً الأغلبية كانوا يمتلكون جهاز لاب توب بنسبة ٦٣,٨%. ولعل ارتفاع نسبة امتلاك الحاسب الآلي مقارنة بنتائج دراسات سابقة أجريت على المجتمع السعودي، يعود لعاملين:

الأول: طبيعة مجتمع البحث، من الطلاب، وهم من الفئات المجتمعية الأكثر ارتباطاً باستخدام الحاسب الآلي والإنترنت.

الثاني: العامل الزمني، حيث أصبحت الحاسبات الآلية وأجهزة الكمبيوتر المحمول في متناول الجميع تقريباً، بينما كان الوضع مختلفاً قبل سنوات قليلة، فقد أشارت دراسة (العنزي، ٢٠٠٣م)<sup>(١)</sup> التي تناولت الانترنت كوسيلة إعلامية واستخداماتها في المملكة العربية السعودية، أن ٥٣% فقط من عينة البحث أكدوا ملكيتهم لكمبيوتر واحد على الأقل، وكان الهدف الأكبر للاستخدام متعلق بالواجبات المدرسية.

### جدول رقم (١١)

#### توزيع المبحوثين حسب إجادة استخدام الحاسب الآلي

النسبة	التكرار	إجادة استخدام الحاسب الآلي
٤٢,٦	٢٠٠	ممتاز
٣١,٩	١٥٠	جيد
٢٥,٥	١٢٠	متوسط
١,٠	٤٧٠	الإجمالي

وكانت نسبة ٤٢,٦% من عينة الدراسة لديهم مستويات متقدمة (ممتازة) في التعامل مع الحاسب الآلي، مقابل ٣٢% تقريباً للمستوى فوق المتوسط (جيد)، و ٢٥,٥% للمستوى المتوسط.

### جدول رقم (١٢)

#### العلاقة بين مدى إجادة استخدام الحاسب الآلي بمتغير العمر

المتغير	معامل الارتباط
مدى إجادة استخدام الحاسب	-٠,٢٢٥**

وباستخدام معامل ارتباط بيرسون يتضح من بيانات الجدول أعلاه وجود علاقة عكسية ضعيفة عند مستوى دلالة أقل من ٠,٠١ بين متغير (العمر) ومتغير (مدى إجادة استخدام الحاسب الآلي)، أي أنه كلما قلت الفئة العمرية ارتفع مستوى الإجابة

١ - العنزي، جمعة بن حامد، الانترنت كوسيلة إعلامية واستخداماتها في المملكة العربية السعودية، بحث مقدم إلى المنتدى الإعلامي السنوي الأول: الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل، الرياض، المحرم ١٤٢٤هـ، مارس ٢٠٠٣م

للحاسب الآلي، وهي نتيجة لافتة رغم العلاقة الضعيفة بين المتغيرين إلا أنها تشير إلى توجهات الفئة الأصغر سنا من الشباب السعودي في تعامله مع التقنيات الحديثة.

### جدول رقم (١٣)

توزيع المبحوثين حسب عدد أجهزة الحاسب الآلي التي يمتلكونها

عدد الاجهزة	التكرار	النسبة
من ١ إلى ٢	٣٥٠	٧٤,٥
من ٣ إلى ٤	٨٠	١٧,٠
لا يوجد	٢٠	٤,٣
٥ فأكثر	٢٠	٤,٣
الإجمالي	٤٧٠	١٠٠,٠

أوضحت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلاب الذين شملتهم الدراسة (٧٤,٥%) يمتلكون في منازلهم من جهاز إلى جهازي حاسب آلي، مقابل ١٧% لمن يمتلكون ما بين ٣ إلى ٤ أجهزة، و ٤,٣% لمن يمتلك خمسة أجهزة فأكثر.

### جدول رقم (١٤)

توزيع المبحوثين حسب عدد سنوات استخدام الحاسب الآلي

عدد سنوات استخدامك للحاسب الآلي	التكرار	النسبة
أكثر من سنتين إلى أربع	١٥٠	٣١,٩
أكثر من أربع إلى ست	١٥٠	٣١,٩
من سنة إلى سنتين	١٢٠	٢٥,٥
أكثر من ست سنوات	٥٠	١٠,٦
الإجمالي	٤٧٠	١٠٠,٠

كما تبين من الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الحاسب الآلي منذ أكثر من سنتين، منهم ١٠,٦% لمن تجاوزت سنوات استخدامهم ست سنوات، أما الأقل استخداما فكانت نسبتهم ٢٥,٥% وتراوح مدة استخدامهم ما بين السنة والسنتين.

## مستوى استخدام شبكة الإنترنت لدى الشباب الجامعي السعودي:

### جدول رقم (١٥)

#### توزيع المبحوثين حسب الانتظام وكثافة الاستخدام للإنترنت

النسبة	التكرار	مدى استخدامك للإنترنت	الانتظام في الاستخدام
٤٢,٦	٢٠٠	من ٤-٦ ساعات في اليوم	منتظم
٣١,٩	١٥٠	ساعتين إلى أقل من ٤ ساعات في اليوم	
٢١,٣	١٠٠	أقل من ساعتين في اليوم	
٤,٣	٢٠	لا يستخدم الإنترنت يومياً	غير منتظم
١٠٠,٠	٤٧٠	الإجمالي	

يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن الأغلبية (أكثر من ٩٥%) يستخدمون الإنترنت بشكل يومي منتظم، منهم ٤٢,٦% يتراوح استخدامهم للإنترنت بين ٤-٦ ساعات في اليوم. مقابل ٤,٣% فقط للطلاب الذين لا يستخدمون الإنترنت بشكل يومي. وتتفق النتيجة السابقة مع نتائج دراسات وإحصاءات عديدة ساقطت مؤشرات قريبة من ذلك، مثل دراسة (الغفيلي، ٢٠١١م)<sup>(١)</sup> التي أوضحت أن ٩٣,٩% من السعوديين الذين يستخدمون الإنترنت يتصفحونه بشكل يومي، ولا تقل عدد الساعات التي يمضيها ٩٢,٩% منهم عن ساعتين، وقد تمتد إلى أربع ساعات فأكثر لدى ٤٤,٢%.

وتعكس النتيجة السابقة مدى التقدم الكبير في حجم وكثافة استخدام الإنترنت مقارنة بالسنوات الماضية، فقد أشارت دراسة (العنزي، ٢٠٠٣م) قبل أقل من عشر سنوات أن متوسط استخدام الإنترنت اليومي في السعودية كان من ساعة أو أقل من ذلك لما نسبته ٢٦% من المستجيبين، مقابل ١٧% منهم يقضون بين ساعتين إلى أربع يومياً. وكانت نسبة من تتجاوز ساعات استخدامهم الخمس ساعات لا تتجاوز ٣%.

١- الغفيلي، فهد بن عبد العزيز، "الإعلام الرقمي أدوات تواصل متنوعة ومخاطر أمنية متعددة" ندوة برامج الإعلام الأمني بين الواقع والتطلعات، بيروت ١٠-١٢ / ٨ / ١٤٣٢هـ الموافق ١١-١٣ / ٧ / ٢٠١١م .

## جدول رقم (١٦)

### توزيع المبحوثين حسب مستوى الخبرة بتطبيقات الانترنت

النسبة	التكرار	المستوى
٧٤.٥	٣٥٠	ممتاز
٢١,٣	١٠٠	جيد
٤,٣	٢٠	متوسط
١٠٠,٠	٤٧٠	الإجمالي

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (١٦) فإن معظم المبحوثين (أكثر من ٩٥%) أوضحوا أن لديهم مستوى متقدم أو فوق المتوسط (جيد) في استخدام تطبيقات الانترنت.

مستوى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي:

## جدول رقم (١٦)

### توزيع المبحوثين حسب استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي

لا		نعم		
ك	%	ك	%	
٧٠	١٤,٩	٨٥,١	٤٠٠	هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي

توضح النتائج أن أكثر من ٨٥% من عينة البحث يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي مقابل أقل من ١٥% لا يستخدمونها.

وتأتي النتيجة هنا متفقة مع المؤشرات الإحصائية الحديثة التي أصدرتها بعض المؤسسات والجهات العلمية مثل تقرير (كلية دبي للإدارة الحكومية، ٢٠١١م) الذي تناول الإعلام الاجتماعي والحراك المدني: تأثير فيسبوك وتويتر وأشار أن الشباب (الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٥ و ٢٩ عاماً) يشكلون حوالي ٧٠% من مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية. والدراسات الأخرى التي أوضحت أن الشريحة العمرية ١٨ – ٣٤

تقضي مع وسائل الإعلام الاجتماعي مثل "فيس بوك وتويتر ويوتيوب" وقتاً أكثر أربع مرات من قضائها مع وسائل الإعلام التقليدي من صحف وإذاعات وتلفزة مجتمعة. (١)

### جدول رقم (١٧)

توزيع المبحوثين حسب الوقت الذي يقضونه في استخدام الشبكات الاجتماعية

النسبة	التكرار	الوقت الذي تقضيه في استخدام الشبكات الاجتماعية
٨٨%	٣٥٠	ساعة إلى أقل من ساعتين
١٢%	٥٠	ساعتين فأكثر
١٠٠,٠	٤٠٠	الإجمالي

وتوضح نتائج الدراسة أن ٨٨% من المبحوثين يقضون في استخدام الشبكات الاجتماعية ما بين ساعة إلى أقل من ساعتين، مقابل ١٢% لمن يقضون ساعتين فأكثر على شبكات التواصل الاجتماعي.

الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً لدى الشباب الجامعي السعودي:

### جدول رقم (١٨)

توزيع المبحوثين حسب استخدامهم للشبكات الاجتماعية المختلفة

المواقع	دائماً		أحياناً		لا	
	ك	%	ك	%	ك	%
تويتر	١٣٨	٢٩,٤	١٥٠	٣١,٩	١٨٢	٣٨,٧
فيس بوك	١١٨	٢٥,١	١٥٢	٣٢,٣	٢٠٠	٤٢,٦
المدونات	١٩	٤	٢٠	٤,٣	٤٣١	٩١,٧
ماي سبيس	٦	١,٣	٦	١,٣	٤٥٨	٩٧,٤

وتوضح النتائج أن أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً من الطلاب - عينة الدراسة - كانت شبكة تويتر، حيث أوضح أكثر من ٦١% منهم أنهم يستخدمونها دائماً أو أحياناً، مقابل أكثر من ٥٧% لمن يستخدمون فيس بوك.

وتتفق هذه الدراسة مع نتائج دراسات عديدة أجريت في المنطقة العربية، أشارت إلى حجم الإقبال المتزايد على شبكتي (فيس بوك) و (تويتر)، مثل دراسة (حسن،

٢٠٠٩م) التي خلصت إلى وجود إقبال كبير من جانب الشباب على المواقع الاجتماعية بشبكة الإنترنت. وإحصاءات (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، مايو ٢٠١١م)<sup>(١)</sup> التي أشارت إلى أن عدد مستخدمي فيسبوك قد ارتفعت في الوطن العربي بنسبة ٣٠% في الربع الأول من ٢٠١١م، وما زالت دول الخليج، إضافة إلى لبنان، تحتل المراكز الخمسة الأولى من حيث أعداد المستخدمين لفيسبوك مقارنة بعدد السكان. وأن الشباب (الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٥ و ٢٩ عاماً) يشكلون حوالي ٧٠% من مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية. بالإضافة إلى إحصائيات تويتر الرسمية عام ٢٠١٢م التي تؤكد أن المملكة العربية السعودية من أسرع المناطق نمواً في استخدام تويتر بالشرق الأوسط وبمعدل تجاوز ٣٠٠٠% في شهر يونيو ٢٠١٢م

**مصادر التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي:**

#### جدول رقم (١٩)

##### مصادر التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	المصادر
٤١	٢٢٠	مواقع الانترنت
٢٣	١٧٧	الأهل والأقارب
١٨	٩٥	الأصدقاء
٨	٤٢	طرق أخرى
١٠٠,٠	٥٣٤	الإجمالي

وتوضح نتائج الجدول أن ٤١% من المبحوثين قد تعرفوا على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مواقع أخرى على شبكة الإنترنت، و٤١% أيضاً تعرفوا على مواقع التواصل الاجتماعي عبر المصادر التقليدية (الأهل – الأقارب – الأصدقاء). وتقترب هذه النتيجة مع دراسة (خضر، ٢٠٠٩م) التي أشارت إلى أن أبرز مصادر معرفة الشباب الجامعي في مصر بموقع الفيس بوك هم الأصدقاء والمعارف بنسبة ٣٦%.

١ - تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، مرجع سابق، مايو ٢٠١١م، ص ٩-١٢

## دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٢٠)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحراف المعياري لعبارات دوافع استخدام

### شبكة التواصل الاجتماعي

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدوافع التي تدفعك لاستخدام شبكة التواصل الاجتماعي
موافق بشدة	.٦٥	٤,٣٦			٣٧	١٨١	١٨٢	ك
					٩,٢	٤٥,١	٤٥,٦	%
موافق بشدة	.٦٥	٤,٣٦			٣٧	١٨١	١٨٢	ك
					٩,٢	٤٥,١	٤٥,٦	%
موافق بشدة	١,٠١	٤,٢٤	١٢	٢٣	٢٨	١٣٠	٢٠٧	ك
			٣,٠	٥,٧	٧,٠	٣٢,٤	٥١,٩	%
موافق بشدة	١,٠١	٤,٢٤	١٢	٢٣	٢٨	١٣٠	٢٠٧	ك
			٣,٠	٥,٧	٧,٠	٣٢,٤	٥١,٩	%
موافق بشدة	١,٠١	٤,٢٤	١٢	٢٣	٢٨	١٣٠	٢٠٧	ك
			٣,٠	٥,٧	٧,٠	٣٢,٤	٥١,٩	%
موافق بشدة	١,٠١	٤,٢٤	١٢	٢٣	٢٨	١٣٠	٢٠٧	ك
			٣,٠	٥,٧	٧,٠	٣٢,٤	٥١,٩	%
موافق بشدة	١,٠١	٤,٢٤	١٢	٢٣	٢٨	١٣٠	٢٠٧	ك
			٣,٠	٥,٧	٧,٠	٣٢,٤	٥١,٩	%
موافق بشدة	.٤٣	٤,٠٠			٣٧	٣٢٨	٣٥	ك
					٩,٢	٨١,٨	٩,٠	%
موافق بشدة	.٤١	٣,٩٨			٣٧	٣٣٥	٢٨	ك
					٩,٢	٨٣,٥	٧,٢	%
موافق بشدة	.٤٢	٣,٩٥	١	١	٣٧	٣٤٠	٢١	ك
			.٢	.٢	٩,٢	٨٤,٨	٥,٥	%

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدوافع التي تدفع لاستخدام شبكة التواصل الاجتماعي	
موافق بشدة	.٦٤	٢,٩٠	١٢	٥	١٧	٣٤٤	٢٢	ك	لتكوين آرائتي الشخصية
			٣,٠	١,٢	٤,٢	٨٥,٨	٥,٧	%	
موافق بشدة	.٤٩	٢,٨٩			٧٣	٣٠١	٢٦	ك	لإبراز مواهبي
					١٨,٢	٧٥,١	٦,٧	%	
موافق بشدة	.٨٤	٢,٧٦	١٩	١٧	٣٧	٢٩٧	٣٠	ك	لأشارك الآخرين آرائهم وأفكارهم
			٤,٧	٤,٢	٩,٢	٧٤,١	٧,٧	%	
موافق بشدة	.٨٥	٢,٦٥	١٩	١٧	٧٣	٢٦٧	٢٤	ك	لتعلم أشياء جديدة عن الآخرين
			٤,٧	٤,٢	١٨,٢	٦٦,٦	٦,٢	%	
موافق بشدة	.٨٠	٢,٦٢	٥	٣١	١٠٩	٢٢٢	٣٣	ك	للهرب من الضغوط
			١,٢	٧,٧	٢٧,٢	٥٥,٤	٨,٥	%	
موافق بشدة	١,١١	٢,٥٣	٤٤	٢٨	٣٧	٢٥٤	٣٧	ك	لإيجاد أصدقاء
			١١,٠	٧,٠	٩,٢	٦٣,٣	٩,٥	%	
موافق	.٧٧	٢,١٢	١٧	١٩	٢٩٢	٤٥	٢٧	ك	لمساعدة الآخرين
			٤,٢	٤,٧	٧٢,٨	١١,٢	٧,٠	%	
موافق	.٨١	٢,٠٨	٢٤	٣٠	٢٥٤	٧٧	١٥	ك	لدعم جماعات معينة وقضايا معينة
			٦,٠	٧,٥	٦٣,٣	١٩,٢	٤,٠	%	
موافق	١,٥١	٢,٠٣	١٢٥	١٨	٣٨	١٦١	٥٨	ك	لإيماني بأهميته وفائدته
			٣١,٢	٤,٥	٩,٥	٤٠,١	١٤,٧	%	
محايد	١,١٨	٢,٧٢	٩٥	٤٧	١٥٠	٩٢	١٦	ك	لأنه أصبح عادة عندي
			٢٣,٧	١١,٧	٣٧,٤	٢٢,٩	٤,٢	%	
محايد	.٨٠	٢,٤٣	٨٠	٦٧	٢٥٣			ك	لتطوير علاقات عاطفية
			٢٠,٠	١٦,٧	٦٣,٣			%	
محايد	١,١٦	٢,٣٢	١٤٧	٣٧	١٨١	١٤	٢١	ك	للتغلب على الشعور بالوحدة
			٣٦,٧	٩,٢	٤٥,١	٣,٥	٥,٥	%	

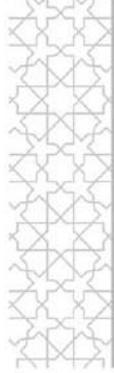
درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدوافع التي تدفعك لاستخدام شبكة التواصل الاجتماعي
محايد	١,١٦	٢,٢٧	١٦١	٢٣	١٨١	٢٠	١٥	ك
			٤٠,١	٥,٧	٤٥,١	٥,٠	٤,٠	%
محايد	١,٢٩	٢,٠٨	٢٠٨	٤٤	٧٣	٦٠	١٥	ك
			٥١,٩	١١,٠	١٨,٢	١٥,٠	٤,٠	%
محايد	١,١٦	١,٩٤	٢٢٠	٣٦	١٠٩	٢٢	١٣	ك
			٥٤,٩	٩,٠	٢٧,٢	٥,٥	٣,٥	%
غير موافق	١,١٨	١,٧٨	٢٥٦	٣٦	٧٣	١٥	٢٠	ك
			٦٣,٨	٩,٠	١٨,٢	٣,٧	٥,٢	%
غير موافق بشدة	١,١٦	١,٦٠	٢٩٦	٢٩	٤٠	١١	٢٤	ك
			٧٣,٨	٧,٢	١٠,٠	٢,٧	٦,٢	%
غير موافق بشدة	٠,٦٤	١,٣٣	٣٠٤	٦٠	٣٦			ك
			٧٥,٨	١٥,٠	٩,٢			%
٣,٢٨ (موافق)			المتوسط العام					

يتبين من الجدول السابق أن (متابعة الأحداث، والوصول إلى أشخاص يصعب الوصول إليهم، والحصول على أخبار، ولمعرفة أبرز القضايا السياسية العالمية، ولعرفة ما يدور في العالم، ولمعرفة ما يدور في وطني، وللحصول على معلومات) جاءت في مقدمة الدوافع التي وافق المبحوثون على اعتبارها من أهم الأسباب التي تدفعهم لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي،

وحصلت تلك الدوافع على متوسط (٤,٢٤) أو أكثر في إجابات المبحوثين، وهو متوسط يقع ضمن فئة (موافق بشدة) والتي تتراوح من (٤,٢٠ - ٥,٠) وفقاً للمقياس الذي اعتمده الدراسة

تليها الأسباب والدوافع الخاصة بالاتصال والتواصل مع الآخرين وهي:

- للتحدث مع الآخرين.
- للوصول لأشخاص ذو صفات محددة.



- للتواصل مع الأصدقاء
- أما الدوافع التي حصلت على أدنى درجات الموافقة أو لم يوافق عليها المبحوثون فهي:
- لأنه أصبح عادة عندي.
- لتطوير علاقات عاطفية.
- للتغلب على الشعور بالوحدة.
- من باب الفضول.
- للتحرر من القيود الاجتماعية.
- لشغل وقت فراغي.
- لتقليد الآخرين.
- لأقارن نفسي بالآخرين.
- لأنه أصبح إدماناً

وحصلت تلك الدوافع على متوسطات أقل من (٣) وتراوحت من (لا أدري) إلى (غير موافق مطلقاً) حسب المقياس الذي اعتمده الدراسة وأشارت دراسات أخرى إلى نتائج تقترب في بعض جوانبها عن الدوافع المشار إليها في هذه الدراسة، مثل دراسة (خضر، ٢٠٠٩م)<sup>(١)</sup> التي أشارت أن دافع التسلية والترفيه جاء على رأس قائمة دوافع الاستخدام لموقع فيس بوك، وأن مشاهدة البومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسها المبحوثون على موقع فيس بوك بنسبة ٧٦,٥%. واتفقت في إشارتها بأن من أهم مزايا فيس بوك التواصل مع الأصدقاء ومواكبة ما يجري والتعرف على مزاج الأصدقاء وتجديد العلاقات بأصدقاء الماضي، وإبداء الرأي بحرية.

وأشارت دراسات أخرى إلى أن وظيفة الحصول على المعلومات تنصدر كافة الوظائف الأخرى في الاختيار حيث تراوحت نسبتها بين ٧٥ - ٩٠% بالنسبة للوظائف

١ - خضر، نزمين زكريا، مرجع سابق، ٢٠٠٩م

الأخرى، تليها وظيفة التسلية والترفيه، أما وظيفة التعليم والتعلم فهي تدخل في إطار المعلومات ما لم يكن التعرض إليها مطلباً أساسياً.<sup>(١)</sup>

وإذا أخذنا بتقسيم الدوافع السابقة بين الدوافع النفعية Instrumental Motives والدوافع الطقوسية Ritualized Motives فنجد التداخل الواضح بينها، إلا أن الدوافع النفعية حظيت بدرجة أعلى من موافقة الباحثين كدوافع لاستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وهي في مجملها دوافع التعرف على الذات، ومراقبة البيئة. أما الدوافع الطقوسية التي ترتبط بعادات الفرد بهدف تضيئة الوقت والاسترخاء والهروب من الواقع والمشكلات.<sup>(٢)</sup> فقد وافق عليها الباحثون في هذه الدراسة كدوافع لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي ولكن بدرجة أقل من الدوافع النفعية سالفه الذكر.

والملاحظ أن دوافع الجمهور تختلف من استخدام وسيلة إلى أخرى، فقد أشارت دراسة<sup>(٣)</sup> (Rubin، ١٩٨٣) إلى أن هناك خمسة عوامل رئيسية لمشاهدة التلفزيون هي: قضاء وقت الفراغ، والحصول على المعلومات، والتعليم والتسلية، والهروب من مشكلات الحياة.

ودراسة<sup>(٤)</sup> (Eastman، ١٩٧٤) التي أوضحت أن الإثارة والعادة والحصول علي المعلومات الصداقة والتسلية وتضيئة الوقت والهروب من الواقع واستخدام التلفزيون كخلفية عند ممارسة عمل آخر تمثل إشباعات المشاهدة لدى المشاهدين للتلفزيون.

---

١ - عبد الحميد، مرجع سابق، ٢٠٠٤م، ص ٢٨٩

٢ - Palmgreen et al. Op.Cit, ,p.١٤

٣ - Rubin, Alan M. " Television Uses and Gratification : The Interaction of Viewing and Pattern Motivation " Journal of Broadcasting "No. ٢٧, Winter ١٩٨٣, pp. ٣٧ — ٥١.

٤ - Eastman, S. T., " Uses of Television Viewing and Consumer Life Styles, Amulti Variate Analysis ." Journal of Broadcasting Vol ٢٣, No. ٤, Fall, ١٩٧٤, pp. ٤٩١-٤٩٩.

## الإشباع المتحققة من استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

### جدول رقم (٢١)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحراف المعياري للإشباع المتحققة من

### استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	مدى الإشباع الذي يتحقق من خلال هذه التقنية	
								ك	%
موافق	.٨٥	٣.٧	٢٠	١٦	٣٧	٢٩٦	٣١	ك	الهروب من الضغوط
			٥.٠	٤.٠	٩.٢	٧٣.٨	٨.٠	%	
موافق	.٨٤	٣.٦	١٦	٢٠	٧٣	٢٦٣	٢٨	ك	تكوين آرائتي الشخصية
			٤.٠	٥.٠	١٨.٢	٦٥.٦	٧.٢	%	
موافق	.٨٧	٣.٦	٢٠	١٦	٧٣	٢٦٠	٣١	ك	التغلب على الشعور بالوحدة
			٥.٠	٤.٠	١٨.٢	٦٤.٨	٨.٠	%	
محايد	١.٥٥	٣.٣	٨٣	٢٥	١٠.٩	٢٣	١٦٠	ك	التحرر من القيود الاجتماعية
			٢٠.٧	٦.٢	٢٧.٢	٥.٧	٤٠.١	%	
محايد	١.٠٧	٣.٣	٨	٩٦	١٠٠	١٣٣	٦٣	ك	التعرف على الأحداث والاحتفالات والعيادات
			٢.٠	٢٣.٩	٢٤.٩	٣٣.٢	١٦.٠	%	
محايد	١.٢٦	٣.١٩	٢٩	١٠.٦	٥٩	١٣٣	٦٣	ك	الوصول إلى أشخاص يصعب الوصول إليهم
			٩.٧	٢٦.٤	١٤.٧	٣٣.٢	١٦.٠	%	
محايد	١.٢٦	٣.١٤	٣٦	١١٩	٦٢	١٢٠	٦٣	ك	معرفة أبرز القضايا السياسية العالمية
			٩.٠	٢٩.٧	١٥.٥	٢٩.٩	١٦.٠	%	
محايد	١.٣١	٣.١٠	٤٠	١٤١	٢٣	١٣٣	٦٣	ك	الوصول لأشخاص يمتلكون صفات محددة
			١٠.٠	٣٥.٢	٥.٧	٣٣.٢	١٦.٠	%	
محايد	١.٣٦	٣.٠٠	٥٩	١٣٢	٢٦	١٢٠	٦٣	ك	معرفة ما يدور في العالم
			١٤.٧	٣٢.٩	٦.٥	٢٩.٩	١٦.٠	%	
محايد	١.٣٦	٣.٠٠	٥٩	١٣٢	٢٦	١٢٠	٦٣	ك	الحصول على معلومات وأخبار
			١٤.٧	٣٢.٩	٦.٥	٢٩.٩	١٦.٠	%	
محايد	١.٣٨	٢.٩٨	٦٦	١٢٥	٢٦	١٢٠	٦٣	ك	معرفة ما يدور في وطني
			١٦.٥	٣١.٢	٦.٥	٢٩.٩	١٦.٠	%	

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	مدى الإشباع الذي يتحقق من خلال هذه التقنية	
								ك	%
محايد	١,٥٠	٢,٩٤	١٠,٨	٧٣	٢١	١٣٥	٦٣	ك	مشاركة الآخرين
			٢٦,٩	١٨,٢	٥,٢	٣٣,٧	١٦,٠	%	أرائهم وأفكارهم
محايد	٠,٣٠	٢,٩٢		٢٦	٣٦٣		١	ك	إشباع فضولي
				٩,٠	٩٠,٨		٠,٢	%	
محايد	١,٤٨	٢,٨	١٠,٥	٨٧	٢٥	١٢٠	٦٣	ك	مساعدة الآخرين
		٨	٢٦,٢	٢١,٧	٦,٢	٢٩,٩	١٦,٠	%	
محايد	٠,٤٨	٢,٨٦	٢١	١٦	٣٦٣			ك	مقارنة نفسي بالآخرين
			٥,٢	٤,٠	٩٠,٨			%	
محايد	١,٥٠	٢,٨٢	١٠,٥	١١٢		١٢٠	٦٣	ك	الوصول إلى أشياء جديدة عن الآخرين
			٢٦,٢	٢٧,٩		٢٩,٩	١٦,٠	%	
محايد	١,١٢	٢,٧	٨٥	٢٤	٢٢٠	٤٣	٢٨	ك	إبراز مواهبي
		٧	٢١,٢	٦,٠	٥٤,٩	١٠,٧	٧,٢	%	
محايد	١,٥٨	٢,٧٢	١٤٤	٧٣		١٢٠	٦٣	ك	التحدث مع الآخرين
			٣٥,٩	١٨,٢		٢٩,٩	١٦,٠	%	
غير موافق	١,٠٢	٢,٥٩	٧٧	٧١	٢١٧	١٢	٢٣	ك	شغل وقت فراغي
			١٩,٢	١٧,٧	٥٤,١	٣,٠	٦,٠	%	
٢,٣٢ (موافق)			المتوسط العام						

يتبين من الجدول السابق أن الإشباع التي حظيت بأعلى درجات الموافقة لدى المبحوثين من الطلاب كإشباع رأوا أنها متحققة من استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي. كانت على التوالي: الهروب من الضغوط، ثم تكوين آرائهم الشخصية، ثم التغلب على الشعور بالوحدة، وهي الإشباع الثلاثة الوحيدة التي حصلت على متوسط تجاوز (٣,٤٠) ضمن فئة (موافق) التي تقع بين (٣,٤٠ - ٤,١٩) وفقا للمقياس الذي اعتمده الدراسة.

أما بقية الإشباع فقد جاءت ضمن متوسط يشير إلى التردد وعدم تحديد موقف واضح بالموافقة أو عدم الموافقة، وكلها حصلت على أقل من (٣,٣٩) بمعنى أن المبحوثين لم يجزموا بالموافقة عليها، واتجهت إجاباتهم إلى فئة (لا أدري) التي تقع بين

(٢٠٦٠ - ٣٠٣٩) عدا الإشباع الأخير الخاص بشغل وقت الفراغ الذي كانت متوسط الإجابات فيه تميل إلى عدم الموافقة

وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة أجريت على عينة من الطلاب الأمريكيين في استخداماتهم لموقع يوتيوب، وأشارت إلى أن دوافع استخدام اليوتيوب المتمثلة في التسلية وقتل الوقت حصلت مع غيرها من الدوافع على ٧٠,٨% من مجموع إجابات المبحوثين<sup>(١)</sup>

ولعل اختلاف الواقع الاجتماعي بين البيئتين الأمريكية والسعودية يفسر اختلاف الدوافع لدى الشباب في المجتمعين.

وبناء على التقسيم الذي أورده<sup>(٢)</sup> (Wenner, L. A.) للإشباع التي تتحقق نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، بين إشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، وإشباعات اجتماعية: وتعني ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

بالإضافة إلى الإشباع التي تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، ولا ترتبط بخصائص الرسالة أو المضمون، وهي: الإشباعات شبه التوجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، والإشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، خاصة لدى الأفراد الذين يعانون من العزلة عن المجتمع. وتظهر نتائج الدراسة الحالية تداخلا واضحا للإشباعات المتحققة للشباب الجامعي من استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، ما بين إشباعات توجيهية، وشبه توجيهية، وإشباعات اجتماعية وشبه اجتماعية.

ويمكن مقارنة النتائج السابقة بنتائج دراسات أخرى حديثة استهدفت التعرف على طبيعة الإشباع التي تتحقق لطلاب الجامعات السعودية في التعرض لمضامين إعلامية أخرى عبر وسائل أخرى مثل الأفلام الوثائقية، وأظهرت بروز نوع محدد من

١- Hagerty, Op. cit, ٢٠٠٨

٢ - Wenner, L. A., Op. cit, , Pp:١٧١-١٩٢

الإشباع، ففي دراسة (العمرى، ٢٠١٢م)<sup>(١)</sup> التي أشارت إلى أن الإشباع التوجيهية من خلال مضامين الأفلام الوثائقية كانت هي الأبرز والأكثر تحققاً لدى أفراد عينة الدراسة، وظهر ذلك من خلال تحقق إشباع: الاطلاع على الثقافات الأخرى، تنمية الجوانب الفكرية والمعرفية، معرفة أكبر بالكون والطبيعة، الإلمام بالواقع الاجتماعي للشعوب، معرفة المستجدات العلمية من حولي، وغيرها مما كان في مقدمة الإشباع المتحققة لطلاب الجامعات السعودية.

وبينما جاءت الإشباع التوجيهية في المراتب الأولى في الإشباع المتحققة

لعينة الدراسة، جاءت الإشباع شبه التوجيهية في المراتب التي تليها مباشرة.

وأشارت دراسة (العمرى، ٢٠١٢م) أيضاً إلى أن الإشباع الاجتماعية وشبه الاجتماعية المتحققة لأفراد عينة الدراسة لم تكن بذلك القدر الذي كانت عليه الإشباع التوجيهية وشبه التوجيهية، فقد جاءت فقرات: التحسن في السلوك الشخصي، تحقيق ذاتي وتكوين شخصيتي، مشاركة الأصدقاء المشاهدة والنقاش في مراتب متأخرة جداً في سلم الإشباع المتحققة لطلاب الجامعات السعودية، وفي المقابل كانت الإشباع شبه الاجتماعية آخر أنواع الإشباع المتحققة لطلاب الجامعات السعودية.

وكل هذه المعطيات تؤكد أن الإشباع التوجيهية المتحققة من مشاهدة الأفلام الوثائقية متقدمة وبشكل كبير على أنواع الإشباع الأخرى لدى طلاب الجامعات السعودية.<sup>(٢)</sup>

ودراسة (عبد السلام، ١٩٩٨م)<sup>(٣)</sup> عن أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، والتي أشارت نتائجها أن دافع الحصول على المعلومات مثل أهم الدوافع التي يستهدف الشباب إشباعها على مستوى التخصص أو المستوى العام.

---

١- العمرى، عبد الرحمن بن ظافر، "استخدامات طلاب الجامعات السعودية للأفلام الوثائقية والإشباع المتحققة منها" رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، ٢٠١٢م

٢- المرجع السابق، ص ١٣٧

٣- عبد السلام، مرجع سابق، ص ١٣

ودراسة (السيد، ١٩٩٣م)<sup>(١)</sup> عن استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، والتي أشارت إلى أن سماع الراديو ومشاهدة التلفزيون يحقق إشباعاً توجيهية تتمثل في زيادة المعلومات والمعرفة والاستفادة من تجارب الآخرين وإشباعاً اجتماعية تشمل إدارة النقاش مع الآخرين وفهم الواقع ومشاكله وإشباعاً شبه اجتماعية تتضمن المتعة والسعادة وزيادة النشاط والاسترخاء، وإشباعاً شبه اجتماعية تشمل التخلص من العزلة واستثارة العواطف والتوحد والتخلص من الملل. (السيد، ١٩٩٣م)<sup>(٢)</sup> ودراسة (الفرم، ١٤٢٢هـ)<sup>(٣)</sup> التي أوضحت أن الإشباع التي تحققها شبكة الإنترنت لدى الجمهور المستخدم في مدينة الرياض هي بالترتيب التالي: معرفية فعاطفية فاجتماعية فترفيهية فتجارية.

وعليه، فإن اختلاف الإشباع كما توضح الدراسات السابقة تختلف باختلاف الجمهور واختلاف الوسيلة، وتعطي مؤشرات هذه الدراسة عن شبكات التواصل الاجتماعي دلالات واضحة على التنوع الواضح في الإشباع التي تحققها للجمهور مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى كما اتضح في العرض السابق.

---

١ - السيد، إيلي حسين محمد ، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، دراسة مسحية لعينة من أرباب وربات الأسرة المصرية، رسالة دكتوراة غير منشورة، ( القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٣م)

٢ - السيد، مرجع سابق، ص ٥٥-٦٠

٣ - الفرم، خالد بن فيصل بن عبد المحسن ، شبكة الإنترنت وجمهورها في مدينة الرياض - دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع (رسالة ماجستير، قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الملك سعود ١٤٢٢هـ، ص ١٩)

## رؤية المبحوثين للتأثيرات السلبية والإيجابية لاستخدام شبكات التواصل

الاجتماعي:

جدول رقم (٢٢)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحراف المعياري لآثار استخدام شبكات

### التواصل الاجتماعي

درجة التأثير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير مؤثر على الإطلاق	غير مؤثر	مؤثر إلى حد ما	مؤثر	مؤثر جداً	أثار استخدام شبكة التواصل الاجتماعي	
مؤثر	١,٠٩	٤,٠٦	١٨	٣٣	١٩	١٦٧	١٦٣	ك	ينمي المواهب ويبرزها
			٤,٥	٨,٢	٤,٧	٤١,٦	٤٠,٩	%	
مؤثر	١,١٤	٤,٠٤	٢٧	٢٤	١٩	١٦٧	١٦٣	ك	يوجد مساحة من الحرية للتعبير عن الرأي
			٦,٧	٦,٠	٤,٧	٤١,٦	٤٠,٩	%	
مؤثر إلى حد ما	١,١٩	٣,١٢	٤٨	٣٧	٢١١	٢٧	٧٧	ك	يضعف العلاقات الأسرية
			١٢,٠	٩,٢	٥٢,٦	٦,٧	١٩,٥	%	
مؤثر إلى حد ما	١,١٤	٣,١١	٤٣	٤٢	٢١١	٣٧	٦٧	ك	يساعد على انحلال وتفكك العادات والتقاليد الاجتماعية
			١٠,٧	١٠,٥	٥٢,٦	٩,٢	١٧,٠	%	
مؤثر إلى حد ما	١,٠٧	٣,٠٦	٤٣	٤٢	٢١١	٥٨	٤٦	ك	يصيب الإنسان بالعزلة النفسية
			١٠,٧	١٠,٥	٥٢,٦	١٤,٥	١١,٧	%	
مؤثر إلى حد ما	١,٠١	٣,٠١	٤٥	٤٠	٢١١	٧٧	٢٧	ك	يتسبب في ضياع الوقت
			١١,٢	١٠,٠	٥٢,٦	١٩,٢	٧,٠	%	
مؤثر غير	١,١٦	٢,٥٨	٩٠	٨٦	١٦١	٣٢	٣١	ك	يزيد الترابط الاجتماعي
			٢٢,٤	٢١,٤	٤٠,١	٨,٠	٨,٠	%	
مؤثر غير	١,٠٣	٢,١٦	١٢٩	١٢٠	١٢٨	٨	١٥	ك	يرفع المستوى الثقافي
			٣٢,٢	٢٩,٩	٣١,٩	٢,٠	٤,٠	%	
مؤثر غير	٠,٧٩	١,٨٤	١٥٦	١٥٦	٨٤	٤		ك	يزيد التحصيل العلمي
			٣٨,٩	٣٨,٩	٢١,٢	١,٠		%	
٢,٩٩ (مؤثر إلى حد ما)			المتوسط العام						

يتبين من الجدول السابق أن التأثيرات الخاصة بتنمية المواهب وإبرازها، وتوفير مساحة من الحرية للتعبير عن الرأي، كانت أقوى التأثيرات التي تحدثها شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين مقابل درجة أقل من الموافقة على تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إضعاف العلاقات الأسرية، والعزلة النفسية والتسبب في ضياع الوقت.. وتوضح النتائج أن متوسط إجابات المبحوثين تميل إلى الاعتقاد بعدم تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في:

- زيادة الترابط الاجتماعي.
- رفع المستوى الثقافي.
- زيادة التحصيل العلمي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسات سابقة أشارت إلى الاتجاه الإيجابي لدى الجمهور وخاصة الشباب إزاء تقنيات الإعلام الجديد، مثل دراسة (خض، ٢٠٠٩م) التي أوضحت أن التفاعل الاجتماعي بين الأشخاص عبر فيس بوك يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين، وأن من أهم مزايا فيس بوك التواصل مع الأصدقاء ومواكبة ما يجرى والتعرف على مزاج الأصدقاء وتجديد العلاقات بأصدقاء الماضي، وإبداء الرأي بحرية.

و دراسة (آل سعود، ١٤٢٥هـ)<sup>(١)</sup> التي أكدت فوائد شبكة الإنترنت في إشباع رغبات الشباب في المراسلة وتكوين صداقات وتبادل معلومات، والتسلية، وتخطي الحواجز الاجتماعية والإقليمية، وإن كان هناك بعض الأضرار التي تترتب على ذلك، وخاصة تبادل المعلومات الجنسية والصور الإباحية التي تمثل خطراً على الشباب في هذه المراحل العمرية الحرجة التي يمرون بها.

## عادات الاستخدام (الانتقائية، الارتباط، الاندماج) لشبكات التواصل

الاجتماعي:

جدول رقم (٢٣)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحراف المعياري لمدى الانتقائية والارتباط

### والاندماج مع شبكات التواصل الاجتماعي:

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	مدى الانتقائية والارتباط والاندماج مع شبكة التواصل الاجتماعي	
موافق	٤٦	٤١٠	١	١	١٥	٢٢٣	٦٠	ك	أحرص على تنظيم وقتي لمتابعة شبكة التواصل الاجتماعي
			٠.٢	٠.٢	٣.٧	٨٠.٥	١٥.٢	%	
موافق	٣٩	٤٠٣	١	١	١٥	٣٥٢	٣١	ك	أختار الموضوعات التي تهمني في التصفح
			٠.٢	٠.٢	٣.٧	٨٧.٨	٨.٠	%	
موافق	٦٧	٣٨٢	٣	٢٥	٣٧	٢١١	٢٤	ك	أشعر بالانسجام والتوافق أثناء تصفحي شبكة التواصل الاجتماعي
			٠.٧	٦.٥	٩.٢	٧٧.٦	٦.٠	%	
محايد	٩٣	٣٧٠	٢٨	١٩	٢٦	٢٠١	٢٦	ك	أداوم على متابعة شبكة التواصل الاجتماعي داخل المنزل وفي أوقات الفراغ بالعمل
			٧.٠	٤.٧	٦.٥	٧٥.٣	٦.٥	%	
محايد	٧٢	٣٦٧	٢	٤	١٦٦	١٨١	٤٧	ك	أختار المواقع التي أتابعها بدقة
			٠.٥	١.٠	٤١.٤	٤٥.١	١٢.٠	%	
محايد	٦٥	٣٤٥			٢٥٦	١١٠	٣٤	ك	أتذكر كافة الموضوعات والمشاركات في شبكة التواصل الاجتماعي حتى بعد انتهائي منه
					٦٣.٨	٢٧.٤	٨.٧	%	
غير موافق	٩٤	٣٥٣	٩٣	٢٩	٢٥٧	١٦	٥	ك	أفضل التصفح في شبكة التواصل الاجتماعي عن أي شبكة أخرى (اجتماعية)
			٢٣.٢	٧.٢	٦٤.١	٤.٢	١.٢	%	
غير موافق	١١٣	٢٤٩	١٢٠	٢٤	٢٢٠	١٢	٢٤	ك	عندما أتصفح شبكة التواصل الاجتماعي أكون في غاية التركيز في الموضوعات والمشاركات
			٢٩.٩	٦.٢	٥٤.٩	٣.٠	٦.٠	%	
غير موافق بشدة	٦٧	١٢٠	٣٢٣	٣٩	٣٤	٤		ك	ألغي بعض أعمالي من أجل متابعة الأحداث الهامة في شبكة التواصل الاجتماعي
			٨٠.٥	٩.٧	٨.٧	١.٠		%	
٣,٢٢ (محايد)			المتوسط العام						

توضح نتائج الجدول السابق عادات المبحوثين في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة جوانب (الانتقائية، والارتباط، والاندماج).

فقد أشارت النتائج إلى أعلى درجات الموافقة لدى المبحوثين على العبارات التالية:

”أحرص على تنظيم وقتي لمتابعة شبكة التواصل الاجتماعي“

”أختار الموضوعات التي تهمني في التصفح“

”أشعر بالانسجام والتوافق أثناء تصفحي شبكة التواصل الاجتماعي“

أما العبارات التي أشارت متوسطات إجابات المبحوثين إلى أنهم لا يوافقون عليها

فهي:

- أفضل التصفح في شبكة التواصل الاجتماعي عن أي شبكة أخرى (اجتماعية)
- عندما أتصفح شبكة التواصل الاجتماعي أكون في غاية التركيز على الموضوعات والمشاركات
- ألغي بعض أعمالتي من أجل متابعة الأحداث الهامة في شبكة التواصل الاجتماعي

وتشير النتائج السابقة إجمالاً إلى تفوق التأثيرات في جوانب الاتجاهات والتعود والمعلومات أكثر من التأثيرات السلوكية. وتتفق النتيجة السابقة مع ما ذكره د. محمد عبد الحميد من تفوق التأثيرات المعرفية في الاعتماد على الاتصال الرقمي، خاصة أن وفرة المعلومات تجعل المستخدم يتجاوز المشكلات الخاصة بعدم كفاية المعلومات والغموض الناتج عن ذلك، وتسهم هذه الوفرة في الإدراك الكافي للأحداث وتفسيراتها والمعاني الكامنة وراءها. بجانب مساعدة الفرد في تشكيل الاتجاهات وتدعيمها أو التحول عنها... ولعل التأثيرات الوجدانية يمكن أن تتبلور بصفة خاصة خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد في الفئة الواحدة على مواقع الشبكة... أما التأثيرات السلوكية فهي محصلة التأثيرات المعرفية الوجدانية، وتسهم في تأكيد الأدوار أو تجنبها أو الفعالية وعدم الفعالية نتيجة لتشكيل الاتجاهات التي ساهمت المعرفة والشعور في تكوينها أو التأثير فيها. (١)

١ - عبد الحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير...، مرجع سابق، ص ٣٠٩، ٣١٠

دلالة الفروق بين الباحثين في رؤيتهم لتأثيرات استخدام شبكة التواصل الاجتماعي حسب عدد ساعات الاستخدام.

جدول رقم (٢٤)

الاختبار التائي لدلالة الفروق بين أثار استخدام شبكة التواصل الاجتماعي وفقا لعدد ساعات استخدام الشبكات الاجتماعية

مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوقت	العبرة
**٠.٠٠	٣٢,٥١	٠,٧٠	٢,٢٢	أقل من ساعتين	يزيد الترابط الاجتماعي
		٠,٠٠	١,٠٠	ساعتين فأكثر	
**٠.٠٠	٢٧,٨٧	٠,٢٩	١,٠٩	أقل من ساعتين	يرفع المستوى الثقافي
		٠,٤٠	٢,٢٠	ساعتين فأكثر	
**٠.٠٠	١٦,٤٢	٠,٠٠	١,٠٠	أقل من ساعتين	يزيد التحصيل العلمي
		٠,٥٤	١,٨١	ساعتين فأكثر	
**٠.٠٠	١١,٩٩	٠,٠٠	٣,٠٠	أقل من ساعتين	ينمي المواهب وبيزها
		٠,٩٢	١,٩٩	ساعتين فأكثر	
**٠.٠٠	١١,٩٩	٠,٠٠	٣,٠٠	أقل من ساعتين	يوجد مساحة من الحرية للتعبير عن الرأي
		٠,٩٢	١,٩٩	ساعتين فأكثر	
**٠.٠٠	٣٢,٦٢	٠,٠٥	١,٥٦	أقل من ساعتين	يصيب الإنسان بالعزلة النفسية
		٠,٣٣	٢,٨٨	ساعتين فأكثر	
**٠.٠٠	٣٢,٦٢	٠,٠٥	١,٥٦	أقل من ساعتين	يساعد على انحلال وتفكك العادات والتقاليد الاجتماعية
		٠,٣٣	٢,٨٨	ساعتين فأكثر	
**٠.٠٠	٣٢,٦٢	٠,٠٥	١,٥٦	أقل من ساعتين	يتسبب في ضياع الوقت
		٠,٣٣	٢,٨٨	ساعتين فأكثر	
**٠.٠٠	٣٢,٦٢	٠,٠٥	١,٥٦	أقل من ساعتين	يضعف العلاقات الأسرية
		٠,٣٣	٢,٨٨	ساعتين فأكثر	

يتضح من جدول رقم (٢٤) الذي يوضح الاختبار التائي لدلالة الفروق بين أثار استخدام شبكة التواصل الاجتماعي وفقاً لعدد ساعات استخدام الشبكات الاجتماعية، أن هناك فروق دالة إحصائية عند مستوى أقل من ٠,٠١.

أي: أن النتائج الإحصائية أكدت وجود فروق ذات دلالة لدى المبحوثين الأقل استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، والأكثر استخداماً في رؤيتهم للتأثيرات السلبية والإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

إذ أوضحت النتائج أن المبحوثين الأقل استخداماً، يميلون للموافقة على وصف استخدام شبكات التواصل الاجتماعية، أنه "ينمي المواهب وبيزها" و "يزيد حرية التعبير" و "يزيد الترابط الاجتماعي"

وبالمقابل أظهرت النتيجة في الجدول السابق ميل المبحوثين الأكثر استخداماً إلى الاعتقاد بأن استخدام الشبكات الاجتماعية يصيب الإنسان بالعزلة النفسية، ويتسبب في ضياع الوقت، ويضعف العلاقات الأسرية.

وتعطي النتيجة السابقة مؤشراً مهماً على تأثير كثافة الاستخدام على الاتجاهات السلبية والإيجابية لدى الجمهور إزاء شبكات التواصل الاجتماعي.

وتتفق النتيجة هما مع مؤشرات أخرى في دراسة أخرى أجراها الباحث (عام ١٤٢٥هـ / ٢٠٠٥م) أوضحت أن التعرض للإنترنت أدى إلى نوع من العزلة الاجتماعية لدى شريحة تبلغ ٢٠% من أفراد العينة من طلاب الجامعات السعودية، مما يدل على أن هناك ثمة علاقة بين كثرة استخدام الإنترنت وبين الميل إلى الوحدة والانعزال عن الأسرة وبين المحيط الاجتماعي.<sup>(١)</sup>

\* \* \*

## الملخص:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي في السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، والإشباع المتحققة منها، والتعرف على 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. خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي ١٤٢٢هـ - ١٤٢٣هـ. وبعد تطبيق إجراءات الصدق والثبات على استمارة الاستبيان، وتفريغ النتائج وتحليلها، أظهرت الدراسة مجموعة من النتائج أهمها:

- أن أكثر من ٩٥% من الطلاب - عينة الدراسة - يستخدمون الإنترنت بشكل يومي منتظم، منهم ٤٢,٦% يتراوح استخدامهم للإنترنت بين ٤-٦ ساعات في اليوم. مقابل ٤,٣% فقط للطلاب الذين لا يستخدمون الإنترنت بشكل يومي.
- أن نسبة ٤٢,٦% من عينة الدراسة لديهم مستويات متقدمة (ممتازة) في التعامل مع الحاسب الآلي، مقابل ٣٢% تقريباً للمستوى فوق المتوسط (جيد)، و ٢٥,٥% للمستوى المتوسط. وأنه كلما قلت الفئة العمرية ارتفع مستوى الإجابة للحاسب الآلي، وهي نتيجة لافتة رغم العلاقة الضعيفة بين المتغيرين إلا أنها تشير إلى توجهات الفئة الأصغر سناً من الشباب السعودي في تعامله مع التقنيات الحديثة.
- أن أكثر من ٨٥% من عينة البحث يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وأن ٨٨% من المبحوثين يقضون في استخدام الشبكات الاجتماعية ما بين ساعة إلى أقل من ساعتين، مقابل ١٢% لمن يقضون ساعتين فأكثر على شبكات التواصل الاجتماعي.
- أن أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً من الطلاب - عينة الدراسة - كانت شبكة تويتر، حيث أوضح أكثر من ٦١% منهم أنهم يستخدمونها دائماً أو أحياناً، مقابل أكثر من ٥٧% لمن يستخدمون فيس بوك.

- أن ٤١% من المبحوثين قد تعرفوا على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مواقع أخرى على شبكة الإنترنت، و٤١% أيضا تعرفوا على مواقع التواصل الاجتماعي عبر المصادر التقليدية (الأهل - الأقارب - الأصدقاء).
- أن (متابعة الأحداث، والحصول على الأخبار، ومعرفة أبرز القضايا السياسية العالمية) جاءت في مقدمة دوافع المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تليها الأسباب والدوافع الخاصة بالاتصال والتواصل مع الآخرين، وأوضحت نتائج الدراسة وجود الدوافع النفعية Instrumental Motives والدوافع الطقوسية Ritualized Motives، إلا أن الدوافع النفعية حظيت بدرجة أعلى من موافقة المبحوثين كدوافع لاستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وهي في مجملها دوافع التعرف على الذات، ومراقبة البيئة.
- أن الإشباعات التي حظيت بأعلى درجات الموافقة لدى المبحوثين من الطلاب كإشباعات رأوا أنها متحققة من استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي، كانت على التوالي: الهروب من الضغوط، ثم تكوين آرائي الشخصية، ثم التغلب على الشعور بالوحدة. وتظهر متوسطات إجابات المبحوثين أنها تميل إلى عدم الموافقة على الإشباع الخاص بإشباع وقت الفراغ كأحد الإشباعات التي يحققها لهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- أوضحت نتائج الدراسة تداخلا واضحا للإشباعات المتحققة للشباب الجامعي من استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، ما بين إشباعات توجيهية، وشبه توجيهية، وإشباعات اجتماعية وشبه اجتماعية. وهو ما اعتبرته الدراسة دليلا عن أن شبكات التواصل الاجتماعي تتميز بالتنوع الواضح في الإشباعات التي تحققها للجمهور مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.
- أن الاتجاه الإيجابي هو الغالب لدى المبحوثين إزاء تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي، إذ حظيت التأثيرات الإيجابية مثل: تنمية المواهب وإبرازها، ووجود مساحة من الحرية للتعبير عن الرأي، بأعلى درجات الموافقة لدى المبحوثين. مقابل درجة أقل من الموافقة على تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إضعاف العلاقات الأسرية، والتسبب في ضياع الوقت، والعزلة النفسية.

- وجود فروق ذات دلالة لدى المبحوثين الأقل استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، والأكثر استخداماً في رؤيتهم للتأثيرات السلبية والإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي. إذ أوضحت النتائج أن المبحوثين الأقل استخداماً، يميلون للموافقة على وصف استخدام شبكات التواصل الاجتماعية، أنه "ينمي المواهب وبيزها" و"يزيد حرية التعبير" و"يزيد الترابط الاجتماعي" وبالمقابل أظهرت النتائج ميل المبحوثين الأكثر استخداماً إلى الاعتقاد بأن استخدام الشبكات الاجتماعية يصيب الإنسان بالعزلة النفسية، ويتسبب في ضياع الوقت، ويضعف العلاقات الأسرية.

### التوصيات:

من المقترحات التي يسوقها الباحث في نهاية الدراسة، بناء على النتائج التي توصل إليها، وفي ضوء استشعاره بالجوانب البحثية التي يمكن أن يستكملها زملاؤه الباحثون في موضوع الدراسة، ومن ذلك على سبيل المثال:

- اختبار فروض النظريات العلمية في مجال الإعلام على شبكات التواصل الاجتماعي، بهدف الاقتراب أكثر من التأثيرات المحتملة لهذا النوع من الإعلام الجديد على الجمهور وخاصة فئة الشباب.
- دراسة العلاقة بين كثافة الاستخدام وطبيعة الإشباع التي تتحقق من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- دراسة دوافع الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها لدى فئات أخرى في المجتمع السعودي، مثل: المرأة، وكبار السن.
- إجراء دراسات ممتدة على فترات زمنية مختلفة ترصد طبيعة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الذي تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي في الشباب السعودي والفئات الأخرى من المجتمع.

\* \* \*

## المراجع:

١. إسماعيل، عفاف عبدالله أحمد، وعبدالرحمن، جعفر عبدالرحمن، "تأثير الإنترنت في علاقات الشباب الاجتماعية والأسرية- دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الخرطوم-السودان" دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩م
٢. الحيله، محمد: اثر الاستخدام المنزلي للإنترنت في التحصيل الدراسي لمستخدميه. مجلة التربية، قطر، السنة (٣٣)، العدد (١٤١)، ١٤٢١هـ.
٣. آل سعود، نايف بن ثنيان، تأثير استخدام الإنترنت على استخدامات طلاب الجامعات السعودية لوسائل الاتصال الجماهيري (دراسة على عينة من طلاب الجامعات السعودية) مجلة جامعة الملك سعود، م ١٧، الآداب (٢)، ص ص ٣٣٩-٣٩٧، الرياض (١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٥م)
٤. العساف، حمد، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، مكتبة العبيكان، ١٤١٣/ ٢٠٠٣م
٥. العمري، عبد الرحمن بن ظافر، "استخدامات طلاب الجامعات السعودية للأفلام الوثائقية والإشباعات المتحققة منها" رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، ٢٠١٢م
٦. العنزي، جمعة بن حامد، الإنترنت كوسيلة إعلامية واستخداماتها في المملكة العربية السعودية، بحث مقدم إلى المنتدى الإعلامي السنوي الأول: الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل، الرياض، المحرم ١٤٢٤هـ، مارس ٢٠٠٣م
٧. الغفيلي، فهد بن عبد العزيز، "الإعلام الرقمي أدوات تواصل متنوعة ومخاطر أمنية متعددة" ندوة برامج الإعلام الأمني بين الواقع والتطلعات، بيروت ١٠- ١٢ / ٨ / ١٤٢٢هـ الموافق ١١- ١٣ / ٧ / ٢٠١١م.
٨. الفرمر، خالد بن فيصل بن عبد المحسن، شبكة الإنترنت وجمهورها في مدينة الرياض - دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات) رسالة ماجستير، قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الملك سعود ١٤٢٢هـ
٩. القرني، علي بن شويل، الإعلام الجديد: من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن، (الرياض: مطابع هلا شركة توزيع الجريسي، ٢٠١١م).

١٠. المنتشري، فاتن يتيم، استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب youtube والإشباعاات المتحققة منها: دراسة مسحية، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، ٢٠١٢م
١١. المنصور، محمد، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية" رسالة ماجستير (الأكاديمية العربية في الدانمارك ، كلية الاعلام والاتصال: ٢٠١٢م)
١٢. النعيم : تأثير العلاقات الافتراضية على العلاقات الاجتماعية القائمة.مجلة البحث في التربية وعلم النفس، المجلد (١٧)، العدد (٢)، اكتوبر ٢٠١٠م.
١٣. أمين، رضا عبدالواحد، "حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت" بحث مقدم في مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، الرياض، ٢٠١٨-٢٠ / ٣ / ١٤هـ الموافق ١٥-١٧ / ٣ / ٢٠٠٩م
١٤. تقرير "الإعلام الاجتماعي العربي" كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار الثاني ، مايو ٢٠١١
١٥. حسن، أشرف جلال، "أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية- دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل" دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩م
١٦. خضر، نزمين زكريا، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩م
١٧. عبد الحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ٣، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤م)
١٨. عبد الحميد، محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ٢ (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤م)
١٩. عبد السلام، نجوى، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام - الإعلام وقضايا الشباب-، جامعة القاهرة، كلية الإعلام مايو ١٩٩٨م
٢٠. - عبد الشافي، مؤمن جبر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة التأثيرات المعرفية للصحف لدى شباب الجامعة المصرية، مجلة دراسات الطفولة - مصر، مج ١٤، ع ٥٣، أكتوبر ٢٠١١م



٢١. عبيدات، ذوقان، عدس، عبد الرحمن، وآخرون، البحث العلمي مفهومه - أدواته - أساليبه،

(عمّان: دار الفكر للنشر والتوزيع، ١٩٨٧م)

٢٢. ليلي حسين محمد السيد، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى

الإشباع الذي تحققه، دراسة مسحية لعينة من أرباب وربات الأسرة المصرية، رسالة دكتوراة غير

منشورة، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٣م)

\* \* \*



- 12 – Aln'uaim (2010). Effects of Virtual Relationships on Real Social Relationships, *Research in Education and Psychology Journal*, Vol 17, No. 2.
- 13 – Ameen, R. (2009). *Social Interaction Limits in Virtual Societies on the Internet: proceedings to the Conference of Communication Technologies and Social Change*, Media Department, King Saud University, Riyadh.
- 14 – Arabic Social Media. . *Dubai School of Government*, 2.
- 15 – Hassan, G. (2009). *Effects of Social Media Relations on Real Social Relations of Qatari and Egyptian family: Analytic and Comparative Study on Youth and Parents in the light of Alternative Media: proceedings to a Scientific Conference about Family, Media and World Challenges*, College of Media, Cairo University.
- 16 – Khidr, N. (2009). *Psychological and Social Effects on Using Social Media by Egyptian youth: proceedings to the Scientific Conference of Family, Media and World Challenges*, College of Media, Cairo University.
- 17 – Abdulhameed, M. (2004). *Media Theories and Influence Areas*. Vol 3. Cairo: Book World.
- 18 - Abdulhameed, M. (2004). *Scientific Research in Media Studies*. Vol 2. Cairo: Book World.
- 19 – Abdulsalam, N. (1998). *Patterns and motives of Using Internet by Egyptian youth*. Research in the fourth scientific conference of College of Media–Media and youth issues, College of Media, Cairo University.
- 20 – Abdulshafy, M. (2011). Using Social Media and its Relation to increasing Knowledge of journals for Egyptian Undergraduate Students. *Childhood Studies Journal*, Vol 14, No 53.
- 21 – Obaidat, Z., Adas, A., and others (1987) *Scientific Research: Concepts, Tools and Methods*. Amman: Dar Alfekr for Publishing and Distribution.
- 22 –Alsaid, L. (1993). *Uses and Effects of Electronic Communication Means by the Egyptian family: Survey Study of Egyptian parents*. Unpublished Ph.D. thesis, College of Media, Cairo University, Cairo.

\* \* \*

## Arabic References

- 1 – Esmail, A., Gafr, A. (2009). *Introductory Study: Internet Effect on Family and Social Youth Relations. Field Study on a Sample of Youth from Al Khartoum city*: proceedings of a Scientific Conference about Family, Mass media, and World challenges, College of Media, Cairo University, Cairo.
- 2 – Alhylaa, M. (1421). Effects of Using Internet at Home on Academic achievement. *Education Journal*, Qatar, No 141.
- 3 – Alsud, N. (1425 H/ 2005). Effects of Using Social Networks on Saudi Undergraduate Students: Study on a sample of Saudi Undergraduate Students, *King Saud University Journal*, Vol 17, pp. 339-397.
- 4 – Alasaf, H. (1413 H/ 2003). *Introduction to Research of Behavioral Sciences*. Riyadh: Alobaikan.
- 5 – Alomary, A. (2012). *Uses and Effects of Using Documentary Films by Saudi undergraduate Students*. MA, College of Arts, King Saud University.
- 6 – Alenizy, G. (1424 H/ 2003). *Internet as a Media Tool and its Uses in KSA*: proceedings to the First Annual Media Forum: Saudi Mass Media Real Characteristics and Future Approaches, Riyadh.
- 7 – Alghfaily, F. (1432 H/ 2011). *Digital Media: Various Communication Means and Security Risks*: Proceedings to Media Security Programs between Aspiration and Reality, Beirut.
- 8 – Alfarm, K. (1422). *Internet and its Users in Riyadh: Applied Study According to the Uses and Effects*. MA, Media Department, College of Arts, King Saud University.
- 9 – Alkarny, A. (2011). *New Media: from Traditional Journalism to Social Media and Citizen press*. Riyadh: Hala Printers/ Aljraicy distribution co.
- 10 – Almontashry, F.(2012). *The Uses and Effects of Using YouTube by Saudi Youth: Survey Study*. MA, College of Arts, King Saud University.
- 11 – Almansoor, M. (2012). *Social Media effects on users: Comparative Study, Social Networks Vs. Electronic Websites*. MA, College of Communication and Media, Arabic Academy in Denmark.



The motives of Saudi University Youth to use social network sites on Internet and achieved satisfactions A field study at King Saud University students in the second quarter of the year 1433 AH

**Dr.Naif bin Thunayan bin Mohammed Al- Saud**

Department of Media - Faculty of Arts

King Saud University

**Abstract:**

This study aimed to recognize the motives of Saudi University Youth to use social communication sites on Internet and achieved satisfactions; recognize use habits and intensity and effect of that on their evaluation of social communication sites positives and negatives.

The study depended on the questionnaire as a tool of collecting data, it was taken with random sample method to choose 5% from the total of preparatory year students in King Saud University with a rate of (470) students.

That more than 85% of study sample use social network and that 88% of respondents spend between one hour to less than two hours in using social networks, and that the most commonly social network used by the students – Study Sample –is twitter network, where more than 61% of them have declared that they use it usually or sometimes, compared to more than 57% use Facebook.

That (get news, know the most prominent global political issues, findevents and celebrations) came at the top of respondents motives for using social networks, followed by reasons and motives related to contacting and communicating with the others. The positive trend is mostly among respondents toward social networks effects.

