

الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لاستخدام الشباب الخليجيلشبكات التواصل الاجتماعي

إعداد / د أمل نبيل بدر*¹

ملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لشبكات التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي الخليجي ، وإشباعا المترتبة على هذا الاستخدام. وقد استخدمت الباحثة أداة الاستبيان على عينة عمدية (متاحة) قوامها 300 مفردة من الشباب الجامعيالخليجي في جامعتي عجمان والشارقة بالإمارات العربية المتحدة ، منهم (138) من الذكور و(186) من الإناث المنخرطين في Facebook, Instagram, Twitter, وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الإستكشافية و الوصفية، واعتمدت الدراسة علمنهجالمسحالإعلامي. وأظهرت نتائج الدراسة أن أبرز الآثار الثقافية الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي هي التعرف على الثقافات الأخرى وزيادة الحصيلة اللغوية "ومن الآثار الاجتماعية والنفسية، الشعور بالسعادة عند التواصل مع الأصدقاء القدامى، ومشاركة الآخرين مناسباتهم وهمومهم، كما أجمع الكثيرون أن مواقع التواصل أتاحت تسهيل المحادثات بين الشباب من الجنسين دون علم الأسرة، وهذه من الآثار الاجتماعية السلبية للمواقع، ومن الاشباعا المترتبة على استخدام شبكات التواصل أنها تساعد في الحصول على المعلومات عن كافة الأحداث والقضايا في المجتمع وتساعد على تضيئه وقت الفراغ"

Abstract:

This study seeks to expose the cultural, social and psychological effects of the social networks upon the University Gulf youth, and gratifications resulting from such use. The researcher used the questionnaire tool upon an arbitrary specific sample of 300 persons of the university Gulf students at both the universities of Ajman

1- أستاذ الإعلام المساعد بكلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.

and Sharjah, United Arab Emirates: 138 male and 186 female involved in Facebook, Instagram and Twitter. This study belongs to the explorative and descriptive studies that relied on the Media survey method. The study results showed that the most positive cultural implications of the social networking sites to identify other cultures and increase vocabulary. Feeling of happiness when communicating with old friends; sharing others' occasions and concerns is one of the social and psychological impacts. However, The majority – of the above mentioned sample - said that these social networking sites allowed the facility of talks between the young people of both gender without the knowledge of the family, so it is considered as a negative consequence of these sites. The Satisfaction resulted from using networking sites to get information about all the events and issues in the community and help to spend leisure time.

المصطلحات الأساسية: الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية، الاستخدامات والإشباع، الشباب الخليجي، شبكات التواصل الاجتماعي.
المقدمة :

أدت التطورات في مجال الاتصال الإلكتروني إلى وجود وسائل اتصال حديثة تختلف في طبيعتها عن وسائل الاتصال التقليدية ومن هذه الوسائل شبكات التواصل الاجتماعي التي استقطبت المستخدمين من شتى بقاع الأرض، ومن كافة الشرائح الاجتماعية والفئات العمرية - خاصة من الشباب - محدثة تحولات جوهرية في أنماط التفاعل وأساليب التواصل الاجتماعي.

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها خدمة مقدمة عبر الإنترنت تسمح للأفراد ضمن مواقعها بتعريف أنفسهم من خلال بناء ملفات تعريف شخصية وفق تصوراتهم عن دوافعهم بواسطة النصوص والصور والفيديو والصوت والمسابقات القصيرة والاستطلاعات، كما تتيح لهم اختيار الأفراد الذين يشتركون معهم في الاتصال. (الزبون، وأبو صعييليك، 2014: 225)

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي "فيس بوك" Face book و "تويتر" Twitter و

"جوجل +"

Google+ و"ماي سبيس" My Space و"هاي فايف" 5Hi و"لايف بوون" Life boon و"لينكد إن" Linked In وغيرها من أشهر المواقع التي تقدم خدمات للمستخدمين (عبد الجليل، 2011: 245)

وقد اهتمت دراسات كثيرة بالانترنت كوسيلة اتصال حديثة، ولكنها أهملت تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على الاتصال بين الشباب وتأثيراتها النفسية والاجتماعية والثقافية عليهم، وأفادت الاحصائيات بأن النسبة الأكبر من المستخدمين هم الشباب، ومن هنا كانت الانطلاقة لانتشار مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بصورة سريعة جداً، وكان الهدف الأساسي هو إقامة صداقات وعلاقات جديدة لتبادل الآراء.

يعد موقع Facebook - Instagram - Twitter، من أكثر المواقع شعبية للشباب الجامعي في السنوات الحديثة، ويرجع سر نجاح Facebook في قدرته على تصنيف أعضائه، وليس مجرد ربطهم ببعض، فقد استطاع هذا الموقع أن يجمع كل مميزات التواصل عبر الانترنت مثل Chat والمنتديات ال Forums والمدونات ال Blogs بل وأن يضيف إليها الكثير

(البسيوني، 2009: 11-13)

وعلى الرغم من الانتشار الواسع لتكنولوجيا الانترنت عالمياً وعربياً إلا أنه يجب ألا نغفل أن لكل تكنولوجيا تأثيرات مرغوبة وأخرى غير مرغوبة ولهذا يتضح أهمية الدراسات الخاصة بالآثار والمخاطر النفسية والثقافية والاجتماعية الناتجة عن استخدام شبكة الانترنت وبالأخص Facebook - Instagram - Twitter

مشكلة الدراسة :

يشكل الشباب فئة متميزة في أي مجتمع، بل هم أكثر فئات المجتمع حركة ونشاطاً، ومصدراً من مصادر التغير الاجتماعي، كما أن هذه الفئة تتصف بالانتاج والعطاء والابداعي كافة مجالات الحياة، فهم المؤهلون للنهوض بمسؤوليات بناء المجتمع. ونظراً لما تشهده المجتمعات الحديثة من ظاهرة تنامي استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني، أصبحت الشبكات الإلكترونية وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي، وظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني يسعى بالجيل الشبكي، وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي مثل Instagram - Twitter - Facebook، حيث يتنوع الاستخدام بين ما هو ايجابي وما هو سلبي فضلاً عن قوة تأثيرها على فئة من أكثر مستخدميها وهي فئة طلاب الجامعة مما دعا للقيام بهذا البحث

لإلقاء الضوء حول هذه الظاهرة في مجتمعنا. ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية وتسعى الدراسة لقياس التأثيرات الثقافية والنفسية والاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة وبخاصة السلبية والتي تنعكس على سلوك الشباب ، والتي يتمثل أهمها في ضعف التفاعل الاجتماعي والميل إلى العزلة الاجتماعية وتضاؤل المشاركة في الأنشطة الاجتماعية في المجتمع ومدى انعكاس ذلك على الصحة النفسية للشباب وشعورهم بالوحدة والملل والاكتئاب والقلق والتوتر والتأثيرات الثقافية ببعض الممارسات التي تتعارض مع الدين والثقافة الإسلامية والعناية باللغة الانجليزية على حساب اللغة العربية ، والتأثر بالعادات والتقاليد الغربية.

وفي ضوء ذلك كله تتحدد مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي.....

ما الآثار الثقافية والنفسية والاجتماعية المترتبة على استخدام الشباب الخليجي لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

ويعني ذلك أن هذه الدراسة تسعى إلى رصد وتفسير الآثار الثقافية والنفسية وأيضاً الاجتماعية لاستخدام الشباب الخليجي (عينة الدراسة) لمواقع الشبكات والإشباعات المترتبة على هذه الاستخدامات.

أهمية الدراسة:

تأخذ هذه الدراسة أهميتها من خلال النقاط الآتية:

1. ندرة الدراسات العربية التي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وآثارها علي الشباب
2. إن استطلاع الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي سيسهم في الحد من مخاطرها على الشباب ويمنح المؤسسات التربوية فرصة حقيقية لتوظيفها لوسائل وأدوات فعالة في تحقيق الأهداف التربوية المنشودة.
3. تعني هذه الدراسة بتطبيق مدخل الاستخدامات والإشباعات في إطار خصوصية المجتمعات الخليجية وذلك بهدف الحصول على معلومات عن كيفية استخدام وسائل الإعلام الجديدة في هذه المجتمعات.
4. عينة الدراسة من الشباب الخليجي باعتبارهم عنصر منتج حيث أنهم مستقبل الوطن، لذا قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة من الشباب الخليجي أوضحت أن موقع Instagram يحتل المرتبة الأولى

استخداماً، ثم الـ Twitter يحتل المرتبة الثانية، ثم يليه الـ Facebook. في الاستخدام واتضح أن أغلب عينة الدراسة من الشباب تحت سن 26 سنة.

الدراسات السابقة:

- دراسة (عبد الصادق، 2013)، تهدف إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات بمملكة البحرين لإذاعة الانترنت والإشباعاات المترتبة على هذا الاستخدام، وقد استخدم الباحث أداة الاستبيان على عينة عمدية قوامها 312 مفردة من الشباب الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة. ومن أهم النتائج أن الشباب الجامعي يستمع للإذاعة أقل من 30 دقيقة بنسبة 49.68%، وأنه توجد علاقة ارتباطية في معدل استخدام الشباب الجامعي لإذاعة الانترنت والإشباعاات المترتبة على هذا الاستخدام.
- أما دراسة (أبو صعليك، 2012) فقد هدفت إلى الكشف عن أثر شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن، وتكونت العينة من 1135 طالبا وطالبة من الجامعات الأردنية، وجامعة اليرموك بمؤته، اختبروا بالعينة التطبيقية العشوائية واستخدمت الاستبانة والمقابلة الشخصية، وأظهرت النتائج أن نسبة تأثير الشبكات جاء ضمن درجة التأثير المتوسطة في كل من البعد المعرفي والوجداني والسلوكي كما بينت النتائج أن أهم أثارها الايجابية تعميق العلاقات الاجتماعية، وإزالة الحواجز النفسية والاجتماعية بين الجنسين وأن أهم أثارها السلبية الأدمان على تلك الشبكات والتأخر الدراسي الأكاديمي.
- كما هدفت دراسة (الشهري، 2012) إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي Facebook – Twitter التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الايجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع، واستخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي، وأداة الاستبيان لجمع المعلومات على عينة من 150 طالبة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز، ومن أهم النتائج أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام Facebook – Twitter هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية، وكذلك تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهن البعدين مكانيا، ومن الآثار الايجابية لاستخدام Twitter -

Facebook الانفتاح والتبادل الثقافي كما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية.

- كما حاولت دراسة كالبيدو ورفاقها (Kalpidou et al., 2011) الكشف عن العلاقة بين استخدام شبكة Face book وتقدير الذات والرضا عنها والتوافق العاطفي والاجتماعي. وتكونت عينة الدراسة من 70 طالبا من طلبة الجامعات في بوسطن، واستخدم الباحثون الاستبانة كأداة للقياس، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة سلبية بين عدد الأصدقاء على الشبكة والتوافق الاجتماعي والأكاديمي لدى طلبة السنة الأولى، وأن الإفراط في الوقت الذي تقضيه عينة الدراسة على الشبكة يقترن بتدني تقدير الذات لديهم، وأن عدد الأصدقاء على الشبكة لدى طلبة السنوات العليا يقترن إيجابياً بالتوافق الاجتماعي.
- وفي دراسة (الدماري، 2010) بعنوان الطلاب والشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية في استخدامات واشباعات طلاب كلية الفنون والإعلام بجامعة الفاتح في ليبيا لمستخدمي الفيس بوك كشبكة بهدف البحث في الاشباعات المتحققة من جراء استخدامه. وتوصلت الدراسة أن معظم الطلبة هم من يخبرون بعض عن الفيس بوك، وأن السبب الرئيسي لاستخدامه هو اكتساب معارف وتعمق أكثر بالعالم والتواصل مع إناس ذا اهتمام مشترك ، كما أجمع معظم الطلبة أن الاستخدام المفرط للفيس بوك يؤدي إلى الإنشغال عن القراءة ويؤدي إلى الكسل والتراخي. أما عن النتائج من حيث الاشباعات: فتوصلت النتائج أن الفيس بوك يزود الطلبة بمعرفة متعمقة بالعالم وإشباع فكري حيث أنه يطرح أفكار جديدة للتواصل بين الطلبة مع بعض في مناهج الدراسة والمخاضرات واكتشافهم طرق أفضل لمراجعة الدروس.
- أما دراسة (العمرى، 2008) بعنوان "إدمان الانترنت وبعض آثاره النفسية والاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية في محافظة محاليل التعليمية" وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي على عينة من 2011 طالباً، وكانت من أهم النتائج أن من الآثار النفسية لإنترنت مشكلات مرتبطة بالنوم والشعور بالكآبة والحزن، ومن أهم الآثار الاجتماعية الميل للعزلة..

- هدفت دراسة إليسون ورفاقها (Ellison et al., 2007) الكشف عن العلاقة بين استخدام Face book وتشكيل رأس المال الاجتماعي والحفاظ عليه، والرضا النفسي، لدى عينة مكونة من (286) فرداً من طلبة جامعة ميتشيجان في الولايات المتحدة الأمريكية، من خلال استطلاع مباشر عبر الإنترنت. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام شبكة Face book يزداد من الرأس مال الاجتماعي للأفراد، كما أنه يرتبط إيجابياً مع التوافق والرضا النفسي، كما أشارت أن لد face book فوائد كبيرة لهؤلاء الذين يشعرون بتدني مفهوم الذات أو انخفاض الرضا عن الحياة
- أما دراسة (عبد الفتاح، 2004) بعنوان " الآثار الاجتماعية المترتبة على ارتياد الشباب الجامعي لمقاهي الإنترنت ودور الخدمة الاجتماعية في التعامل معها" وهدفت الدراسة إلى الوقوف على مدى انتشار تعامل الشباب الجامعي مع شبكة الانترنت والتعرف على نوعية المواقع المفضلة لهؤلاء الشباب. وتنتهي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية ، واستخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي، على عينة 280 شابا جامعيًا. ومن أهم النتائج أن غالبية أفراد العينة يرون أن استخدامهم لشبكة الإنترنت سبب لهم مشكلات بنسبة 89.2%، وأكدت نتائج الدراسة أن غالبية العينة يرون أن للإنترنت آثار نفسية وانفعالية بنسبة 91.1%.
- تناولت دراسة الخواجة (2002) بعنوان الآثار الاجتماعية لانتشار الإنترنت على الشباب تسعى هذه الدراسة إلى محاولة وعرفة مدى انتشار الإنترنت بين الشباب وما هي المترتبات الاجتماعية والثقافية الناتجة من ذلك، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي الناقد ، وتكونت عينة الدراسة ون 132 مفردة منهم 73 طالبا و59 طالبة. ومن أهم النتائج أن أفضل الأماكن للتعامل مع الانترنت في أوقات الفراغ بنسبة 52% ، وأفضل الأماكن للتعامل مع الانترنت في مكان الدراسة بنسبة 42%، ومن أفضل مواقع يرتديها الشباب مواقع التسلية والحوار والتعارف 41% والمواقع العلمية 32%.

التعقيب على الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية:

كشفت الدراسات السابقة ندرة الدراسات المتعلقة على الآثار المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية بصفة عامة ومنطقة الخليج العربي

بصفة خاصة، وذلك على الرغم من التزايد الكبير لاستخدام وسائل الإعلام الجديد من قبل الشباب الجامعي. وقد أشارت نتائج الدراسات إلى أن استخدام شبكة Face book يزيد من الرأس مال الاجتماعي للأفراد، والآثار الإيجابية والسلبية لها على الصعيد الفردي والاجتماعي، والآفاق التربوية لها، كما تناولت بعض الظواهر مثل قضايا انتهاك الخصوصية في شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية، وأن للانترنت آثار نفسية وانفعالية وما لذلك من آثار وانعكاس على الصحة النفسية للأفراد وأن أفضل المواقع التي يرتديها الشباب هي مواقع التسلية والحوار والتعارف. وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية وفهم متغيراتها بصورة واضحة ومحددة، كما أفادت في بلورة الإطار النظري للدراسة وهو مدخل الاستخدامات والإشباع، وكيفية توظيف المدخل بما يخدم الدراسة. وقد لاحظت الباحثة عدم تناول الدراسات العربية لآثار شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة - Facebook - Twitter - Instagram وهذا ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على مجموعة من النظريات والمداخل العلمية مثل مدخل الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications approach)، ونظرية انتشار المستحدثات لروجرز (Rogers) وذلك بهدف المساهمة في بناء الإطار النظري للدراسة.

1. مدخل الاستخدامات والإشباع " "

صاغ كاتز (Katz, 1959: 11-35) مصطلح الاستخدامات والإشباع للتعبير عما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام وليس ما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور، فالجمهور لم يعد متلقياً سلبياً لما تبثه وسائل الاعلام من مضامين مختلفة، بل يختار المضامين التي تشبع حاجاته.

ويعتبر الفرض الرئيسي لهذه النظرية أن جمهور وسائل الإعلام نشط، ويستخدم وسائل الاعلام نحو المحتوى الذي يبحث عنه ويلبي احتياجاته.

ويذهب إدلستاين وزملاؤه (Edelstein, et al., 1989, 126) إلى أن تأسيس نموذج الاستخدام والإشباع يضيف صفة ايجابية على جمهور وسائل الاعلام، ولا يعد الجمهور مجرد مستقبلين سلبيين وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون

في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.

كما يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية المساندة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط. (مكاوي ، 2012: 158)

ويعرض "روزنجرين" مجموعة العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والاشباع والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حداثتها، وحلول محتملة لتلك المشكلات، وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، ويؤدي ذلك إلى إشباع أو عدم إشباع، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة. (Rosengren, K.E.1974:269-286)

وقد اهتمت البحوث والدراسات في القرن الحادي والعشرين بدراسة دوافع واشباع الانترنت كوسيط اتصالي مكمل لدور الاتصال الشخصي، ولقدرته على الوصول لأكبر قدر من الأفراد كل على حده، فضلاً عن أنها تمثل وسائل الاتصال الحديثة وقد كشفت دراسات المدخل وجود عوامل يمكن أن تؤثر على علاقة الجمهور بالوسيلة منها علاقة متعلقة بالأفراد أنفسهم (سماتهم العامة والاجتماعية) ، وعوامل متعلقة بالوسيلة سمات الانترنت كوسيط اتصالي، وعوامل تتعلق بسباق التعرض للوسيلة مثل مصادر وقت الفراغ ومدى مصداقية هذه الوسيلة.

ويمكن تصنيف جمهور الوسائل الجديدة إلى ثلاث فئات فرعية هي :

جمهور سلبي : سيظل خاضعاً لتأثيرات شبكات التواصل وغيرها.

جمهور نشط : يستخدم الوسائل الجديدة بوعي لإشباع احتياجات محددة لديه.

جمهور مؤثر : وهو القطاع الأقل حجماً والأكثر تعليماً وانفتاحاً على العالم،

والساعي لإشباع حاجاته بطريقة انتقائية.

وقد اهتم الكثير من الباحثين بدراسة دوافع واستخدامات الأفراد لشبكة الانترنت وكذلك الاشباع التي يحصلون عليها والتي يحققها استخدامهم لهذه الوسيلة وتمثلت أهمها في : دوافع طقوسيه لتمضية وقت الفراغ والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، ودوافع منفعية وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والثقافة من خلال مواقع الشبكات، كذلك دوافع اجتماعية في السعي إلى إقامة علاقات اجتماعية جديدة، والحرص على التفاعل

الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء، فضلاً عن حرية التعبير عن الرأي والتخلص من الإحساس بالانطواء والعزلة الاجتماعية ومحاولة إقامة علاقات اجتماعية من خلال التعرف على أصدقاء جدد لم تربطك بهم علاقة من قبل خارج مواقع التواصل.

الأصول الاجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال: "إنهى جون جونستون" في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي، لا يتعامل الأفراد باعتبارهم معزولين من واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة. (مكاوي، 2012: 161)

وعليه فإن العوامل الديموغرافية والاجتماعية " النوع، السن، المستوى العلمي والاجتماعي والاقتصادي " ، لها تأثيرات في استخدام الجمهور لوسائل الاتصال. وتشير عدد من الدراسات العلمية إلى أن الإنترنت قد أسهم في اغتراب قيم اجتماعية أصيلة مثل الإيثار والتعاون وتحملها الأمانة والنفعية والتنافس، كما أصبحت القيم المادية هي المسيطرة على علاقات الأفراد مما أدى إلى كثرة الإغتراب العلاقات الاجتماعية، والتمرد على قيم المجتمع والأسرة، والشعور بعدم الانتماء والعجز عن التوافق مع النفس ومع الآخرين، وقد يؤدي ذلك لعلبنا سحب الفرد عن المجتمع وعن الأسرة. (عبد الحليم 2009: 132)

ويتسائل (فيليبس، 2003) عما إذا كانت هناك علاقة تنسجم بين استخدام الإنترنت والاعتبارات الأخلاقية والاجتماعية والبيئية، وتدور هنا في نفسنا عدة أسئلة عن أهم التأثيرات التي ترسبت نتيجة إدماجنا في الإنترنت كآثار سلبية علينا كالمستخدم ومجتمعهم مما أنتج للبيئة الاجتماعية.

وأكد (صافي، 2003) أن الإنترنت توظف نفساً اجتماعية وهي الانتماء الاجتماعي والتوحد الاجتماعي والتسلية والترفيه، ورغم أن الإنترنت تقدم الانتماء الاجتماعي إلا أنها تساعد على التوحد الاجتماعي ممثلي أنصهار مختلف القيم والعادات والتقاليد والرموز المتواجدة ضمن الجماعات التي تؤلف المجتمع.

وترى الباحثة أن التأثيرات الاجتماعية لاستخدام الإنترنت غير محدودة في ظل التنامي السريع لاستخدام هذه التقنية في مختلف قطاعات المجتمع لا سيما بين الشباب، وذلك في ظل الإتاحة التي توفرها مقاهي الإنترنت، وفي ظل غياب القوانين وضوابط اجتماعية تحكم إيقاع هذه الظاهرة أو عدم وجود محاذير أو عوائق أمام الاستغراق والاندهاش في استخدامها.

الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال : تؤدي الاستخدامات في بعض الأحيان إلى وجود حوافز ودوافع معينة بحاجة إلى إشباع وبالتالي يقوم مدخل الاستخدامات والأشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقاً للظروف النفسية . (شاهين، 2000: ص 231)

وقد شهد مدخل الاستخدامات والأشباع العديد من التطورات والتغيرات، ولم يعد يركز عليها فقط بل على الأمور النفسية والاجتماعية لأفراد الجمهور في تحديد ما يحصل عليه الأفراد من وسائل الاعلام .اي ان هذا المدخل يعطي أهمية خاصة للجوانب الاجتماعية (الموسى:2009)

ويتمثل تطوير المدخل في دراسة الاعلام الجديد التي تعد شبكات التواصل الاجتماعي احدى صوره منها تحديد دوافع واشباع خاصة بالاعلام الجديد، مثل استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي والتفاعل والحضور الافتراضي. وقد طور "اليكس تان" قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الناس بالنسبة للرسائل الاعلامية وهي: حاجات معرفية، وجدانية، شخصية، اجتماعية وهروب من الواقع (الموسوي، 2004). ومن هنا سيكون هذا المدخل منطلقاً لدراستنا الحالية ، وسيتم الاعتماد عليه لمعرفة الآثار النفسية والاجتماعية والثقافية لاستخدام الشباب الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي

2. نظرية انتشار المستحدثات لروجرز (Rogers).

تعتبر "نظرية روجرز" لانتشار المستحدثات أحد النظريات الأساسية في العصر الحديث لظاهرة تبني المجتمعات للمخترعات الجديدة، ويمكن تعريف الانتشار بأنه العملية التي يتم من خلالها المعرفة بابتكار أو اختراع ما من خلال عدة قنوات اتصالية بين أفراد النسق الاجتماعي، وقد قام " روجرز" بدراسات عديدة في هذا المجال ووجد أن هناك علاقة بين انتشار المستحدثات وحددت التغيير الاجتماعي. (الشهري، 2012) وتعتمد درجة انتشار المستحدثات على فعالية الاتصال داخل النسق الاجتماعي بحيث يتم انتشار الفكرة الجديدة على مراحل، المرحلة الأولى هي محاولة التعرف على وظائف ذلك الشيء الجديد، والثانية هي مرحلة اتخاذ القرار بتبني استخدام الشيء أو رفضه، والأخيرة يقوم بها الفرد المستخدم بدعم استخدام الابتكارات الجديدة وتأكيد أهميتها. وتتأتى هذه المراحل من خلال الوعي بتطبيقات الابتكار الجديد ثم الاهتمام باختباره، مما يؤدي إلى محاولة تقييم جدوى تبني هذا الشيء وبذلك يدخل حيز التجريب

للقوف على الفوائد المكتسبة حتى إذا وصل إلى درجة الاقناع فإن ذلك يقود إلى مرحلة التبني.

(مكاوي وحسين، 1998، ص256-258)

ويرتبط بنظرية انتشار المستحدثات دراسة عدة عوامل تساعد في الإجابة على تساؤلات بحثية هامة مثل ما هي سمات وخصائص الأفراد المستخدمين لهذه التكنولوجيا؟. وهل هناك تفاوت في درجات الاستخدام؟. وهل للخلفية الاجتماعية والثقافية للمستخدمين تأثير في تبني استخدام تكنولوجيا المعلومات والأبعاد الاجتماعية المقترنة بذلك الاستخدام. (خالد، 2009: ص8)

وبناء على ذلك أشارت دراسات بحوث انتشار المستحدثات إلى أهمية مفهوم الشبكات الاجتماعية Social networks في فهم كيفية انتشار المبتكرات داخل النسق الاجتماعي وفي ضوء ذلك قام روجرز بدراسة قنوات الاتصال لأنها هي التي تعمل على خلق وعي واقتناع للفرد باستخدام أدوات تكنولوجيا الاتصال.

أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق أهداف عدة هي:

1. التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي.
2. التوصل إلى دوافع استخدام الشباب الجامعي الخليجي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي انطلاقاً من اشباع احتياجات ثقافية ونفسية واجتماعية.
3. قياس استخدامات الشباب الجامعي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي مثل Facebook، Twitter، Instagram.
4. رصد وتحليل الآثار الثقافية والنفسية والاجتماعية (الإيجابية والسلبية لاستخدام الشباب الجامعي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي).
5. رصد الاشباع المتربطة على استخدام الشباب الجامعي الخليجي لمواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook، Twitter، Instagram.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن بعض التسؤلات التي تمت صياغتها في إطار الأهداف الخاصة بالدراسة والتي تركز أهمها فيما يلي:-

1. ما مدى كثافة تعرض الشباب الخليجي لمواقع التواصل الاجتماعي كوسائل اتصالية إعلامية؟
2. ما عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
3. ما أهم المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الشباب الخليجي عبر شبكة الانترنت؟
4. ما دوافع استخدام الشباب عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي انطلاقاً من اشباع احتياجات ثقافية ونفسية واجتماعية؟
5. ما الآثار الثقافية (الإيجابية – السلبية) التي يشعر بها الشباب عينة الدراسة عند تعاملهم مع مواقع التواصل الاجتماعي؟
6. ما الآثار النفسية (الإيجابية – السلبية) التي يشعر بها الشباب عينة الدراسة عند تعاملهم مع مواقع التواصل الاجتماعي؟
7. ما الآثار الاجتماعية (الإيجابية – السلبية) التي يشعر بها الشباب عينة الدراسة عند تعاملهم مع مواقع التواصل الاجتماعي؟
8. ما الاشباعات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي الخليجي لمواقع التواصل الاجتماعي مثل Instagram، Twitter، Facebook؟

نوع الدراسة والمنهج المستخدم :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستكشافية والوصفية (التي تستهدف الكشف عن الآثار الثقافية والنفسية والاجتماعية والإشباعات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي الخليجي لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد اعتمدت الدراسة علمها بالمسح الإعلامي، بهدف وصف ودراسة ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي والآثار المترتبة على استخدام الشباب الخليجي لتلك المواقع (حسين، 2006: 147).

مجتمع الدراسة وعيناتها :

هو المجتمع الذي يتم اختيار العينة منه، والذي يتم تعميم النتائج عليه وهو المجتمع الذي يمثل جميع الوحدات التي تتم دراستها لتحقيق نتائج الدراسة (عبد الحميد، 2000: 195)

والعينة هي الجمهور المستهدف الذي تسعى الدراسة إلى دراسته وتعميم النتائج على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إليه الأمر الذي جعل للباحثة اختيار عينة مماثلة منه وقد حددت الباحثة مجتمع الدراسة ، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، وجامعة الشارقة، والتي يقوم الشباب الجامعي الخليجي بالدراسة بها، وأجرت الباحثة الدراسة المسحية على عينة عمدية متاحة قوامها 300 مفردة من الجنسين من سن 18 - 35 سنة من الذكور والإناث من الجنسيات الخليجية المختلفة الإماراتية والسعودية والقطرية والكويتية والبحرينية والعمانية

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	138	46%
أنثى	162	54%
المجموع	300	100%

اختبار الصدق والثبات :

صدق الإستبانة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، كما يقصد بالصدق " شمول الاستمارة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها".

ولاختبار قدرة صحيفة الاستقصاء على قياس ما استهدف قياسه (إمام، 1989، ص53-54) قامت الباحثة بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام⁽³⁴⁾ الذين أفادوا ببعض التعديلات والإضافات، وتم الأخذ بها. ولإختبار الصدق تم عمل اختبار قبلي بتطبيق الاستمارة على 30 مفردة تمثل 10% من إجمالي مفردات العينة بهدف التعرف على مدى فهم المفردات، ثم تم استخدام معامل الثبات ألفا Alpha حيث بلغت قيمته 92% وهي نسبة تدل على وضوح الاستمارة وقابليتها للتطبيق.

أدوات الدراسة وجمع البيانات:

ويقصد بها الأدوات المراد توظيفها في الحصول على بيانات الدراسة، وتم تحديد طريقة جمع البيانات بناءً على طبيعة البيانات المراد الحصول عليها وعلى طبيعة مشكلة

البحث والمنهج المتبع في البحث، وتمت مراعاة مجتمع البحث وعينته، ولذلك استخدمت الإستبيان (الاستقصاء) وقد روعي في اسئلة الاستبيان التنوع وبساطة الصياغة ووضوح الفكرة.

نتائج البحث ومناقشتها

أولاً: البيانات الأساسية

المدخل الطبيعي أو البديهي للدراسة الميدانية هو التعرف على خصائص العينة المدروسة. ومنها

- فئات السن : من خلال الجدول نجد أن فئة 30 عاماً إلى 35 هي الفئة الأكثر حيث كانت 35% من النسبة العامة ، ، تلتها الفئة العمرية من 18 – 22 في المرتبة الثانية بنسبة 25% . ثم جاءت الفئة من 26 وأقل من 30 في المركز الأخير بنسبة 13% من مجموع المفردات البحثية .
 - أما الخصائص الديمغرافية: فبلغ عدد الإناث 162 وعدد الذكور 138 مفردة ويُفسر ذلك أن فئة الإناث هي أكثر تفرغاً من الفئة الثانية وذلك يجعلها أكثر ارتباطاً بتلك الشبكات بحكم الوقت المتاح لكل منهما
 - توضح بيانات الجدول أعلاه توزيعات مجتمع البحث حسب الحالة الاجتماعية الخاصة بها ، وجاءت نسبة أعزب أكثر من نسبة المتزوجين حيث بلغت 53 % ، ويُفسر ذلك وفق المسؤوليات المتصلة بكلا الفئتين ، وبالطبع الفئة الأولى هي أكثر تفرغاً مما يجعلها أكثر ارتباطاً بتلك الشبكات بحكم الوقت المتاح لكل منهما
 - تأتي أهمية جدول الجنسية من كونه يعكس الخارطة الجغرافية للفئات المبحوثة ، حتى يتم التحقق من سلامة تمثيلها للمجتمع الخليجي ككل ، وبالتالي تصبح دلالتها معبرة بشكل علمي ودقيق عن المجتمع الخليجي ، وكما هو موضح فقد توزعت الفئات بين دول الخليج وبنسب متقاربة جداً لبعضها ، عدا الجنسية الإماراتية التي فاقت باقي دول الخليج بفارق كبير، ويعود ذلك للمفارقة الطبيعية في وجود الجنسيات الأخرى في دولة الإمارات ووجود الباحثة بها ، وليس لها دلالة احصائية اخرى.
- ثانياً: الآثار الثقافية والاجتماعية و النفسية لاستخدام الشباب الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (2) يوضح أكثر شبكات التواصل تعاملاً مع عينة الدراسة ولديهم حساب فيها .

النسبة المئوية	التكرار	البيان
22%	135	الفيسبوك Facebook
27%	171	التويتر Tweeter
43%	267	انستجرام Instagram
8%	51	أخرى
100%	624	المجموع

بينت نتائج الجدول السابق أن تطبيق انستغرام هو الأكثر استخداماً من قبل الشباب الخليجي مقارنة بشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى حيث بلغت نسبة مستخدمييه 43% كاعلى نسبة، وكما هو معلوم يعد الآن هو من أشهر التطبيقات المجانية التي اطلقت في نهايات 2010م، وكان برنامجاً جذاباً خاصة لفئة الشباب لأنه يستخدم في مشاركة وتبادل الصور ومقاطع الفيديو ومشاركتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، يلي ذلك تطبيق تويتر في المرتبة الثانية بنسبة 27% وهو تطبيق آخر يمكن من أن وصول الخبر بشكل سريع وحي من موقعه مباشرة، كذلك يساعد على تكوين صداقات ومناقشات مع شخصيات مهمة أو مشهورة في مجالات مختلفة الأمر الذي يرضي طموح الشباب من منطلق تلك الصداقات مع المشاهير إلا أنه تراجع في مقابل استخدام انستغرام رغم سبق الزمنى لتويتر حيث ظهر الأخير عام 2006 م ويعزي عدد من الباحثين السبب في ذلك الى أن من عيوب تويتر سرعة وكثافة انتشار الشائعات عبره. يضاف لذلك حالات انتحال الشخصيات التي كثرت فيه، خاصة شخصيات المشاهير، فكثيرون يتفاجأوا بأنهم كانوا مخدوعين باسم لشخصية غير حقيقية، ويأتي فيس بوك في المرتبة الثالثة بنسبة 22% وهو التطبيق الذي ذاع صيته بشكل غير مسبوق في بدايات ظهوره عام 2004م كواحد من تطبيقات web 2.0 وأحدث تغييراً جذرياً في شكل التواصل الاجتماعي، واستخدمه الشباب في كل مجالات التواصل إلا أنه لم يعد يتمتع بذات الجاذبية اليوم ذلك نسبة لتعدد التطبيقات التي ظهرت بعده وقطعا هي أكثر تطوراً منه، وفي المرتبة الأخيرة تأتي فئة أخرى بنسبة ضئيلة فقط 8% وتضم كافة التطبيقات الأخرى غير الثلاثة المذكورة آنفاً.

إجابة السؤال الأول.

وينص هذا السؤال على 1. ما مدى كثافة تعرض الشباب الخليجي لمواقع التواصل الاجتماعي كوسائل اتصالية إعلامية؟ والجدول رقم (3) يبين ذلك .

جدول رقم (3) يوضح المدى الزمني لاستخدامك شبكات التواصل.

النسبة المئوية	التكرار	البيان
7%	21	أقل من سنة
26%	78	من سنة - إلى أقل من ثلاث سنوات
29%	87	من ثلاث سنوات - إلى أقل من خمس سنوات
38%	114	من خمس سنوات فأكثر
100%	300	

أوضححتبينا تالجدول أعلاه والخاص بالتوزيعات الإحصائية للمدى الزمني لاستخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي أن 38% من فئة المبحوثين زاد عمر استخدامها لتلك الشبكات عن خمس سنوات مما يمثل بعداً ايجابياً في التحليل حيث أن النسبة الغالبة عملية استخدامها للشبكات تمثل تجربة ناضجة وحقيقية، وتزيد من توقع تحقق التراكم المعرفي لديهم مما يحقق نتائج أكثر علمية بالنسبة للباحثة، وتبعد عن التخمينات والإنطباعات الشخصية، يؤكد ذلك النسبة الاحصائية الأخرى وهي الفئة التي استخدمت تلك المواقع من 3 - 5 سنوات حيث بلغت 29 % في المرتبة الثانية وهي أيضاً تمثل فترة زمنية لأبأس بها في القدرة على التقييم والحكم على واقع وحقيقة تلك الشبكات، وعلى التوالي تأتي فئة المستخدمين من سنة إلى 3 سنوات في المرتبة الثالثة بنسبة 26 % والدالة الإحصائية بينها وبين الفئة السابقة لها ليست كبيرة مما يجعلها صالحة لأخذها كدلالة تأكيدية على النتيجة السابقة، وتأتي فئة المستخدمين لسنة أو أقل كآخر نسبة في التوزيعات الإحصائية بنسبة فقط 7% ويضاف ذلك لتحليل النتيجة العامة وصلاحيها في تحديد التعميم العلمي المتعلق بالحكم النهائي على ما يتصل بتأثيرات تلك المواقع الناتجة عن استخدامات الشباب لها.

إجابة السؤال الثاني.

وينص هذا السؤال على 2. ما عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي؟ والجدول رقم (4) يبين ذلك.

جدول رقم (4)

أفضل الأوقات للتعامل مع هذه المواقع

البيان	التكرار	النسبة المئوية
فترة الصباح	6	2%
فترة الظهيرة	9	3%
فترة المساء	39	13%
فترة السهرة	6	2%
لا يوجد وقت محدد	240	80%
	300	100%

أشارت بيانات الجدول السابق حول ما يتعلق بتفضيلات فئة المبحوثين للأوقات التي يستخدمون فيها شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها نقرأ أن 80% منهم تمثل النسبة الأعلى في المرتبة الأولى هم أولئك الذين لا يخصصون وقتاً محدداً لاستخدامه لها والدلالة المهمة في ذلك التي يمكن أن يشير إليها كبر هذه النسبة أن كل وقت لا يُشغل بمهمة أخرى دراسية أو وظيفية أو اجتماعية.. الخ هو وقت مخصص لاستخدام تلك الشبكات وقطعا هو الوقت الأوسع، خاصة إذا أخذنا في الاعتبار خاصية فئة المبحوثين الأساسية كونهم طلبة فالمتوقع أن الزمن الحر لديهم أكثر بكثير عن الزمن المشغول بمهام أخرى وذلك يشير بجلاء إلى العلاقة الوثيقة بين الشباب وتلك الشبكات المقصودة، ثم تأتي فئة من يستخدمونها مساءً في المركز الثاني بنسبة 13 %، وكما هو معلوم فإن فترة المساء هي فترة الاختيار الحر لتحديد ما يشغل الفرد عموماً وهذا يدل على أن اختيارات الشباب في هذه الفترة غالباً هي التعامل مع هذه الشبكات بأغراضهم المختلفة لذلك التعامل. وضعفت بشكل متقارب فئات المستخدمين أوقات السهرة والصباح والظهيرة بنسب على التوالي 2% ، 2% ، 3% ، وهي نتيجة طبيعة إذا ما قُرأت مع طبيعة تلك الأوقات ففترة السهرة فترة الراحة والإسترخاء من عناء أعباء اليوم وفترة الصباح والظهيرة هي فترة الإنشغال بمتطلبات وإحتياجات الحياة الطبيعية المحددة.

إجابة السؤال الثالث.

وينص هذا السؤال على 3. ما أهم المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الشباب الخليجي عبر شبكة الانترنت ؟؟ الجدول رقم (5) يبين ذلك:

جدول رقم (5) يوضح أفضل المواقع استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي .

النسبة المئوية	التكرار	البيان
12%	36	الفيس بوك Facebook
21%	63	التويتر Tweeter
58%	174	انستغرام Instagram
9%	27	أخرى
100%	300	

بيانات الجدول أعلاه تشير إلى الترتيب المتعلق بتفضيلات مفردات البحث لشبكات التواصل ، أي بيانات للمقارنة والترتيب الوارد بها يثبت ما سقناه في تفسيرات الجدول رقم (1) ، حيث جاء بنفس الترتيب انستغرام ، تويتر ، فيس بوك ، وبما أنه إحصاء يتعلق بالمقارنة فالأمر يتصل بمميزات وعيوب كل موقع وهذا ما أشارت إليه الدراسة النظرية.

إجابة السؤال الرابع.

وينص هذا السؤال على 4 ما دوافع استخدام الشباب عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي انطلاقاً من اشباع احتياجات ثقافية ونفسية واجتماعية ؟ الجدول رقم 6 يبين ذلك:

جدول رقم (6) يوضح دوافع استخدام الشباب الجامعي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي .

النسبة المئوية	التكرار	البيان
23%	258	التسلية والترفيه
11%	117	خلق صداقات جديدة
10%	108	التنقيس عن الذات
18%	201	الثقافة العامة
17%	186	التواصل مع الآخرين

16%	177	لقضاء وقت الفراغ
2%	21	البحث عن علاقات رومانسية
3%	33	الاشتراك في مجموعات Groups
100%	1101	

بحسب الفروق الفردية الحتمية بين الأفراد تتحدد دوافع التعامل مع أي شئ، وبما أن استخدامات الشباب لشبكات التواصل الإجتماعي تمثل في كل أحواله إختياراً فردياً حراً، فبالضرورة هنالك دوافع تتباين من شاب لآخر تقف وراء استخدامه لتلك الشبكات، الجدول أعلاه جاء بغرض معرفة كيف تتوزع احصاءات ونسب دوافع الاستخدام، وقد بين أن التسلية والترفيه هي الدافع الأساس في استخدامات الشباب لتلك المواقع حيث كانت نسبته 23%، وهذا يؤكد المزاعم التي يقول بها كثيرون عن أن تلك المواقع تُعد تزجية للأوقات وتمضية لها فيما هو غير جاد وغير موضوعي وهي مزاعم أكدها عدة دراسات علمية، خاصة في العالم المستهلك لتلك التقنية، ومن بينها العالم العربي، وتتطابق تقريبا نسبة الذين يستخدمونها بدافع الثقافة العامة أو للتواصل مع الآخرين وهي على التوالي 18 و 17 % وهذه تمثل دوافع موضوعية ومهمة حيث أن تلك المواقع تحقق هذين الغرضين بشكل كبير فهي تتيح فرصاً كبيرة للتعرف على مختلف المعارف والثقافات بغض النظر عن جغرافيتهما ، كما أنها أزال العبات المكانية والزمانية التي كانت تعيق عملية التواصل بين الناس ، ويأتي في المرتبة الرابعة دافع الفراغ وقضاء الوقت بنسبة 16% وهي نسبة كبيرة إذا أخذنا بتعدد الدوافع التي تتوزع عليها هذه النسبة ، وتدلل على أن الشباب فئة تتخلل اوقاتهم كثير من المساحات الفارغة مما جعل هذه المواقع بديلاً خصباً يملؤون به تلك الأوقات،وهو يقتضى من المجتمع ضرورة التفكير في برامج حقيقة ومفيدة توجه للشباب، يلي ذلك دافعي خلق صداقات جديدة، والتنفيس عن الذات بنسبة متشابهة 11 و 10 % وهي أيضاً دوافع تشير الى حجم الفراغ المادي والمعنوي الذي يعيشه الشباب والذي يمكن أن تتعدد أسبابه ونتيجته واحدة . أما الإشتراك في مجموعات والبحث عن علاقات رومانسية تمثل أضعف الدوافع التي تتحكم في استخدامات الشباب لتلك الشبكات،

وربما يعود السبب في ذلك إلى أن كل مايتعلق بتلك الشبكات قد اتضح وتبين لهم
وكثير منه غير حقيقي .

إجابة السؤال الخامس.

وينص هذا السؤال على 5. ما الآثار الثقافية (الإيجابية – السلبية) التي يشعر بها
الشباب عينة الدراسة عند تعاملهم مع مواقع التواصل الاجتماعي؟؟ الجدول رقم
7 يبين ذلك:

جدول رقم (7) الآثار الثقافية (الإيجابية والسلبية) لاستخدام الشباب الخليجي لمواقع

التواصل الاجتماعي

البيان	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	إجمالي
استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي جعلني أتعرف على الثقافات الأخرى	174	114	12	0	0	300
	58%	38%	4%	0%	0%	100%
استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي دفعني للعناية باللغة الانجليزية على حساب اللغة العربية	45	105	105	30	15	300
	15%	35%	35%	10%	5%	100%
بعض الممارسات تتعارض مع الدين والثقافة الاسلامية وتهدم قيم المجتمع	105	111	54	12	18	300
	35%	37%	18%	4%	6%	100%
تساهم مواقع التواصل في تأثر الشباب بالعادات والتقاليد الغربية	99	120	60	6	15	300
	33%	40%	20%	2%	5%	100%
استخدامي لشبكات التواصل جعلني أعرف الكثير عن ديني الاسلامي	93	138	48	15	6	300
	31%	46%	16%	5%	2%	100%
أشعر بالاغتراب الثقافي عن أسرتي ومجتمعي بسبب تأثري بمواقع التواصل	33	54	87	84	42	300
	11%	18%	29%	28%	14%	100%
استخدامي لمواقع التواصل تساعدني في	117	123	33	21	6	300

الحصول على المعلومات وزاد من حصيلتي اللغوية						
39%	41%	11%	7%	2%	100%	
استخدامي لمواقع التواصل جعلني أفضل الفنون الغربية على الفنون العربية الإسلامية	30	63	93	84	30	300
10%	21%	31%	28%	10%	100%	
أشعر بأن ثقافة مجتمعي تكبل حريتي بسبب تأثيري بمواقع التواصل	27	63	102	60	48	300
9%	21%	34%	20%	16%	100%	
استخدام شبكات التواصل جعلني أتقبل العولمة الثقافية	69	114	75	33	9	300
23%	38%	25%	11%	3%	100%	

يتضح من الجدول أعلاه أن الفقرة التي حصلت على أعلى نسبة موافقة بشدة هي " استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي جعلني أتعرف على الثقافات الأخرى" فقد احتلت المرتبة الأولى بتكرار 174 بنسبة 58%. تليها عبارة " استخدامي لمواقع التواصل تساعدني في الحصول على المعلومات وزاد من حصيلتي اللغوية " في المرتبة الثانية بالموافقة بشدة بتكرار 105 بنسبة 35%، وهذا يتفق مع دراسة الدماري، (2010) أن السبب الرئيسي لاستخدام الانترنت هو اكتساب معارف وتعمق أكثر بالعالم والتواصل مع إناس ذا اهتمام مشترك. أما عبارة " بعض الممارسات تتعارض مع الدين والثقافة الاسلامية وتهدم قيم المجتمع" في المرتبة الثالثة بالموافقة بشدة بتكرار 105 بنسبة 35%. أما الفقرة التي حصلت على أدنى نسبة موافقة بشدة 9%، وأعلى نسبة عدم موافقة بشدة 16% في هذا المجال هي "أشعر بأن ثقافة مجتمعي تكبل حريتي بسبب تأثيري بمواقع التواصل ". وعبارة " استخدامي لشبكات التواصل جعلني أعرف الكثير عن ديني الاسلامي" أخذت المرتبة الأولى في الموافقة بنسبة 46% . وعبارة " أما عبارة " استخدامي لمواقع التواصل تساعدني في الحصول على المعلومات وزاد من حصيلتي اللغوية" أخذت المرتبة الثانية في الموافقة بنسبة 41%. أما عبارة " استخدام شبكات التواصل جعلني أتقبل العولمة الثقافية" اخذت المرتبة الثالثة في الموافقة بنسبة 38% وهي أول أثر سلبي يتم الموافقة عليه. أما عبارة " استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي دفعني للعناية باللغة الانجليزية على حساب اللغة العربية" فأخذت

أعلى نسبة في المحايدة 35%. أما عبارتي "أشعر بالاغتراب الثقافي عن أسرتي ومجتمعي بسبب تأثري بمواقع التواصل" و "استخدامي لمواقع التواصل جعلني أفضل الفنون الغربية على الفنون العربية الإسلامية" فأخذت أعلى نسب في عدم الموافقة على هذه الأثر السلبي بنسبة 28%. وقد اتفقت هذه النسب مع دراسة (الشهري، 2012) أن من الآثار الايجابية لاستخدام Facebook - Twitter الانفتاح والتبادل الثقافي.

إجابة السؤال السادس.

وينص هذا السؤال على 6. ما الآثار الاجتماعية (الإيجابية – السلبية) التي يشعر بها الشباب عينة الدراسة عند تعاملهم مع مواقع التواصل الاجتماعي؟ الجدول رقم 8 يبين ذلك:

جدول رقم (8) الآثار الاجتماعية (الإيجابية والسلبية) لاستخدام الشباب الخليجي لمواقع التواصل الاجتماعي

البيان	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	إجمالي
أتخلص أحيانا من الشعور بالوحدة	93	141	45	15	6	300
	31%	47%	15%	5%	2%	100%
أصبحت حبيس غرفتي طوال الوقت	30	69	84	66	51	300
	10%	23%	28%	22%	17%	100%
تساعدني في التخلص من ضغوط الحياة اليومية	63	99	90	36	12	300
	21%	33%	30%	12%	4%	100%
القدرة على متابعة الأبناء خارج المنزل	42	123	81	36	18	300
	14%	41%	27%	12%	6%	100%
استخدامي لمواقع التواصل أضعف من انتمائي للأسرة	60	48	75	60	57	300
	20%	16%	25%	20%	19%	100%
أتاحت مواقع التواصل تسهيل المحادثات بين الشباب من الجنسين دون علم الأسرة	111	114	30	15	30	300

100%	10%	5%	10%	38%	37%	
300	3	21	75	114	87	لقد قمت بتطوير علاقات اجتماعية عديدة من خلال هذه المواقع
100%	1%	7%	25%	38%	29%	
300	39	66	78	78	39	التواصل مع الأصدقاء من خلال المواقع يكفيني
100%	13%	22%	26%	26%	13%	
300	57	72	72	69	30	إفشاء أسرار الأسرة إلى الآخرين
100%	19%	24%	24%	23%	10%	
300	24	21	48	114	93	التعرض للخداع أحيانا من قبل بعض الأفراد
100%	8%	7%	16%	38%	31%	
300	45	48	90	60	57	أعتقد أن مواقع التواصل قللت من علاقاتي الاجتماعية
100%	15%	16%	30%	20%	19%	
300	51	75	93	54	27	التعامل مع المواقع جعلني أكثر توتراً وقلقا
100%	17%	25%	31%	18%	9%	

تشير نتائج الجدول السابق أن العبارة التي حظيت أعلى نسبة لدى طلاب الجامعة الخليجيين "أتاحت مواقع التواصل تسهيل المحادثات بين الشباب من الجنسين دون علم الأسرة بنسبة 37% موافقة بشدة و38% موافقة أي 75% من إجمالي العينة يؤيدون أن لشبكات التواصل الاجتماعي آثار سلبية في تسهيل المحادثات بين الشباب دون علم الأسرة ، تلها عبارة" التعرض للخداع أحيانا من قبل بعض الأفراد "وهو أثر سلبي آخر في المرتبة الثانية بنسبة 31% موافقة بشدة و38% موافقة أي 69% من العينة توافق أن التعرض لهذه الوسائل يوقعهم في الخداع "أما عبارة "أخلص أحيانا من الشعور بالوحدة" فتحتل المرتبة الأولى في الموافقة من عينة البحث، تلها في الموافقة عبارة" القدرة على متابعة الأبناء خارج المنزل" وهي أثر إيجابيا لمواقع التواصل فتحتل المركز الثاني "أما عبارة " التعامل مع المواقع جعلني أكثر توتراً وقلقا" فتحتل

أعلى نسبة في المحايدة بين الموافقة وعدم الموافقة، أما عبارة " أصبحت حبس غرفتي طوال الوقت" فاحتلت موافقة وعدم موافقة بنسب متساوية تقريباً. ونخلص مما سبق غلبة الطابع السلبي على الآثار الاجتماعية المترتبة
إجابة السؤال السابع.

وينص هذا السؤال على 7. ما الآثار النفسية (الإيجابية – السلبية) التي يشعر بها الشباب عينة الدراسة عند تعاملهم مع مواقع التواصل الاجتماعي؟؟ الجدول رقم 9 يبين ذلك:

جدول رقم (9) يوضح الآثار النفسية (الإيجابية والسلبية) لاستخدام

الشباب الخليجي لمواقع التواصل الاجتماعي

البيان	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	إجمالي
أشعر بتحقيق الذات عند التعامل مع المواقع	48	117	84	24	27	300
	16%	39%	28%	8%	9%	100%
أتقمص أدواراً غير حقيقية.	21	78	66	90	45	300
	7%	26%	22%	30%	15%	100%
أشعر بسعادة عند التواصل مع الأصدقاء القدامى	159	105	24	3	9	300
	53%	35%	8%	1%	3%	100%
أشعر بأنني شخص إيجابي ، ومبادر عندما أشارك الآخرين مناسباتهم وهمومهم	141	108	45	6	0	300
	47%	36%	15%	2%	0%	100%
أستطيع أن أعبر عما بداخلي	111	129	51	3	6	300
	37%	43%	17%	1%	2%	100%
أصبحت حبس غرفتي	24	45	93	81	57	300
	8%	15%	31%	27%	19%	100%

300	39	81	75	84	21	أصبحت عصبيا وقلقا عند التوقف عن استخدام المواقع
100%	13%	27%	25%	28%	7%	
300	72	87	81	39	21	التعامل مع مواقع التواصل جعلني أشعر بالقلق والاكتئاب
100%	24%	29%	27%	13%	7%	
300	12	27	72	123	66	أشعر بارتياح تجاه أسلوب في الحياة
100%	4%	9%	24%	41%	22%	
300	12	27	42	132	87	تزيد من قدرتي على المشاركة واتخاذ القرار
100%	4%	9%	14%	44%	29%	
300	33	108	78	54	27	أشعر بالوحدة والانطواء عندما أتعامل مع مواقع التواصل
100%	11%	36%	26%	18%	9%	

أوضحت نتائج الدراسة أن العبارات التي حظيت بأعلى درجات الموافقة لطلاب جامعة صنعمان والشارقة تمثلت في العبارات التالية : "أشعر بسعادة عند التواصل مع الأصدقاء القدامى" بنسبة 53%، تليها عبارة "أشعر بأنني شخص إيجابي، ومبادر عندما أشارك الآخرين مناسباتهم وهمومهم" بنسبة 47%، وجاءت عبارة "أستطيع أن أعبر عما بداخلي" في المرتبة الثالثة بنسبة 37% . وهذه النسب تتوافق مع دراسة (أبو صعيلى، 2012) بينت النتائج أن أهم آثارها الايجابية تعميق العلاقات الاجتماعية، وإزالة الحواجز النفسية والاجتماعية بين الجنسين . وكذلك دراسة (الشهري، 2012) في تعزيز الصداقات القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع الأقارب البعدين مكانيا . أما عبارة "أشعر بالوحدة والانطواء عندما أتعامل مع مواقع التواصل" فقد حظيت بعدم الموافقة بتكرار 108 بنسبة 36% في المرتبة الأولى أما عبارة "التعامل مع مواقع التواصل جعلني أشعر بالقلق والاكتئاب" فحصلت على عدم الموافقة بشدة أعلى نسبة 24% ، أما عبارة "أصبحت حبيس غرفتي" فأخذت أعلى نسبة من محاييد . أما عبارة "تزيد من قدرتي

على المشاركة واتخاذ القرار " بالموافقة بأعلى نسبة بتكرار 132 وبنسبة 44%. أما عبارتي "أصبحت عصيبا وقلقا عند التوقف عن استخدام المواقع" و "التعامل مع مواقع التواصل جعلني أشعر بالقلق والاكتئاب" أخذنا أقل نسبة موافقة بشدة نسبة 7%. أما عبارتي " أشعر بارتياح تجاه أسلوب في الحياة" و "تزيد من قدرتي على المشاركة واتخاذ القرار" أخذنا أعلى نسبة في عدم الموافقة بشدة تجاه مواقع التواصل الاجتماعي. وبتفسير هذه النتائج يتضح لنا أنها تعكس اتجاهها إيجابيا نحو مواقع التواصل الاجتماعي على الآثار النفسية الإيجابية لاستخدام طلاب الجامعة الخليجيين . وهذه النسب تختلف مع دراسة (عبد الفتاح، 2004) وأكدت نتائج الدراسة أن غالبية العينة يرون أن للانترنت آثار نفسية وانفعالية بنسبة 91.1%.

إجابة السؤال الثامن.

وينص هذا السؤال على 8. ما الاشباعات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي الخليجي لمواقع التواصل الاجتماعي مثل Instagram، Twitter، Facebook ؟
الجدول رقم 10 يبين ذلك:

جدول رقم (10) الاشباعات المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

البيان	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	إجمالي
تريحيني وتسليني	105	135	54	3	3	300
	35%	45%	18%	1%	1%	100%
تساعدني على الاسترخاء	57	120	84	36	3	300
	19%	40%	28%	12%	1%	100%
تساعدني على تمضية وقت الفراغ	117	141	33	3	6	300
	39%	47%	11%	1%	2%	100%
تساعدني في الحصول على	126	135	36	3	0	300

المعلومات عن كافة الأحداث والقضايا في المجتمع						
42%	45%	12%	1%	0%	100%	
تخلصني من الملل والتوتر	102	117	63	12	6	300
34%	39%	21%	4%	2%	100%	
تميزني عن الآخرين	39	93	108	54	6	300
13%	31%	36%	18%	2%	100%	
تساعدني على إجراء الحوارات مع الآخرين لتغيير الرتبة والملل.	99	132	63	3	3	300
33%	44%	21%	1%	1%	100%	
تنسني هموم الحياة ومشكلاتها	51	87	111	36	15	300
17%	29%	37%	12%	5%	100%	
تساعدني على مناقشة برامجها مع الآخرين	78	159	48	15	0	300
26%	53%	16%	5%	0%	100%	
تشعني بالارتباط بأحداث ومستجدات العصر	105	129	51	12	3	300
35%	43%	17%	4%	1%	100%	

يتضح من الجدول أعلاه أن عبارة عبارة " تساعدني على مناقشة برامجها مع الآخرين" تحتل المرتبة الأولى في الموافقة بنسبة 53%. أما عبارة " تساعدني في الحصول على المعلومات عن كافة الأحداث والقضايا في المجتمع" تحتل المرتبة الأولى في الموافقة بشدة بنسبة 42%، تلها في المرتبة الثانية عبارة " تساعدني على تمضيه وقت الفراغ" بنسبة 39%، في الموافقة بشدة و بنسبة 47% في الموافقة. أما عبارتي " تريحني وتسليني" و " تشعني بالارتباط بأحداث ومستجدات العصر" ففي المرتبة الثالثة، وعبارة " تخلصني من الملل والتوتر" في المرتبة الرابعة. أما عبارة " عبارة تميزني عن الآخرين" تحتل المرتبة الأولى في عدم الموافقة. ومن الجدير بالذكر أن العبارات السابقة

المتعلقة بالاشباع المتربة على استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي تحتل نسب ضئيلة لا تذكر في عدم الموافقة بشدة وهذا وإن دل يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بعملية إشباع للطلبة الخليجيين الجامعيين في الحصول على المعلومات عن كافة الأحداث والقضايا في المجتمع ، وفي التسلية وتمضية وقت الفراغ ، تشعرني بالارتباط بأحداث ومستجدات العصر ، و الخلاص من الملل والتوتر ، أما عبارة " تنسيني هموم الحياة ومشكلاتها " فاحتلت المركز الأول في المحايدة بـ 37%. واتفقت هذه النتائج مع دراسة الخواجة (2002) ومن أفضل مواقع يرتديها الشباب مواقع التسلية والحوار والتعارف 41% ودراسة (الدماري، 2010) أما عن النتائج من حيث الاشباع: فتوصلت النتائج أن الفيس بوك يزود الطلبة بمعرفة متعمقة بالعالم وإشباع فكري وأن السبب الرئيسي لاستخدامه هو اكتساب معارف وتعمق أكثر بالعالم والتواصل مع إناس ذا اهتمام مشترك.

الاستنتاجات :

هدفت هذا الدراسة إلى استكشاف الآثار الثقافية والاجتماعية و النفسية لاستخدام الشباب الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي ، في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع باستخدام منهج المسح والتطبيق على عينة من 300 مفردة من الشباب الجامعي الخليجي من الذكور والإناث بدولة الإمارات العربية المتحدة، وقد توصلت الباحثة إلى العديد من النتائج من أهمها :

1. بالرغم من تعدد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، إلى أن هناك تبايناً في أكثر شبكات التواصل تعاملاً مع عينة الدراسة ولديهم حساب بها، حيث جاء Instagram في المرتبة الأولى بنسبة 43% من حيث التعرض خلال الحياة اليومية ثم Twitter، بنسبة 27% وتليه Facebook بنسبة 22% ، ومن الجدير بالذكر أن الاختيارات لن تتغير عند قياس أهم المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية لدى الشباب الخليجي حيث جاء بنفس الترتيب Instagram بنسبة 58% ، ثم Twitter بنسبة 21% وتليه Facebook بنسبة 12% وبما أنه إحصاء يتعلق بالمقارنة فالأمر يتصل بمميزات وعيوب كل موقع وهذا ما أشارت إليه الدراسة النظرية.

2. النسبة الغالبة من فئة المبحوثين زاد عمر استخدامها لتلك الشبكات عن خمس سنوات مما يمثل بعداً إيجابياً في التحليل حيث تمثل تجربة ناضجة وحقيقية،

وتزيد من توقع تحقق التراكم المعرفي لديهم مما يحقق نتائج أكثر علمية بالنسبة للباحثة، وتبعد عن التخمينات والإنطباعات الشخصية، يؤكد ذلك النسبة الاحصائية الأخرى وهي الفئة التي استخدمت تلك المواقع من 3 - 5 سنوات حيث بلغت 29 % وهي أيضاً تمثل فترة زمنية لأبأس بها في القدرة على التقييم والحكم على واقع وحقيقة تلك الشبكات.

3. أما فيما يتعلق بتفضيلات فئة المبحوثين للأوقات التي يستخدمون فيها شبكات التواصل الإجتماعي، ومنها نقرأ أن 80% منهم تمثل النسبة الأعلى في المرتبة الأولى هم أولئك الذين لا يخصصون وقتاً محدداً لاستخدامه لها والدلالة على كبر هذه النسبة أن كل وقت لا يُشغل بمهمة أخرى دراسية أو وظيفية أو اجتماعية هو وقت مخصص لاستخدام تلك الشبكات، خاصة كونهم طلبة فالمتوقع أن الزمن الحر لديهم أكثر بكثير عن الزمن المشغول بمهام أخرى وذلك يشير بجلاء إلى العلاقة الوثيقة بين الشباب وتلك الشبكات المقصودة.

4. أما فيما يتعلق بمعرفة كيف تتوزع احصاءات ونسب دوافع الاستخدام، فتبين أن التسلية والترفيه هي الدافع الأساس في استخدامات الشباب لتلك المواقع حيث كانت نسبته 23%، وهذا يؤكد المزاعم التي يقول بها كثيرون عن أن تلك المواقع تُعد ترفيهية للأوقات وتمضية لها فيما هو غير جاد وغير موضوعي وهي مزاعم أكدتها عدة دراسات علمية، خاصة في العالم المستهلك لتلك التقنية، ومن بينها العالم العربي، وتتطابق تقريبا نسبة الذين يستخدمونها بدافع الثقافة العامة أو للتواصل مع الآخرين وهي على التوالي 18 و 17 % وهذه تمثل دوافع موضوعية ومهمة فهي تتيح فرصاً كبيرة للتعرف على مختلف المعارف والثقافات بغض النظر عن جغرافيتهما.

5. أوضحت نتائج الدراسة أن من الآثار الثقافية الإيجابية التي حظيت على أعلى درجات الموافقة لدى عينة الدراسة تمثلت في العبارات التالية : " أشعر بسعادة عند التواصل مع الأصدقاء القدامى " بنسبة 53%، تليها عبارة " أشعر بأني شخص إيجابي، ومبادر عندما أشارك الآخرين مناسباتهم وهمومهم " بنسبة 47%، وجاءت عبارة " أستطيع أن أعبر عما بداخلي " في المرتبة الثالثة بنسبة 37%. ومن الآثار الثقافية السلبية عبارة " بعض الممارسات تتعارض مع الدين والثقافة الإسلامية وتهدم قيم المجتمع " في المرتبة الثالثة بالموافقة بشدة بتكرار 105 بنسبة 35%.

6. أوضحت نتائج الدراسة أن من الآثار الاجتماعية السلبية التي حظيت أعلى نسبة لدى طلاب الجامعة الخليجيين "أتاحت مواقع التواصل تسهيل المحادثات بين الشباب من الجنسين دون علم الأسرة بنسبة 37% موافقة بشدة و38% موافقة أي 75% من اجمالي العينة يؤيدون أن لشبكات التواصل الاجتماعي آثار سلبية في تسهيل المحادثات بين الشباب دون علم الأسرة ، تلها عبارة" التعرض للخداع أحيانا من قبل بعض الأفراد "وهو أثر سلبي آخر في المرتبة الثانية بنسبة 31% موافقة بشدة و38% موافقة أي 69% من العينة توافق أن التعرض لهذه الوسائل يوقعهم في الخداع " " أما عبارة " التعامل مع المواقع جعلني أكثر توتراً وقلقا" فتحتل أعلى نسبة في المحايدة بين الموافقة وعدم الموافقة. أما عبارة " أصبحت حبيس غرفتي طوال الوقت" فاحتلت موافقة وعدم موافقة بنسب متساوية تقريباً. ونخلص مما سبق غلبة الطابع السلبي على الآثار الاجتماعية المترتبة .

7. أوضحت نتائج الآثار النفسية (الإيجابية والسلبية) أن العبارات التي حظيت على أعلى درجات الموافقة تمثلت في " أشعر بسعادة عند التواصل مع الأصدقاء القدامى " بنسبة 53%، تلها عبارة " أشعر بأنني شخص إيجابي، ومبادر عندما أشارك الآخرين مناسباتهم وهمومهم " بنسبة 47%. وبتفسير هذه النتائج يتضح لنا أنها تعكس اتجاهها إيجابيا نحو مواقع التواصل الاجتماعي على الآثار النفسية الإيجابية لاستخدام طلاب الجامعة الخليجيين

8. أما عن الاشباعات المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، حظيت عبارة " تساعدني شبكات التواصل على مناقشة برامجها مع الآخرين" بالموافقة بنسبة 53% وهي أكثر من نصف العينة. أما عبارة" تساعدني في الحصول على المعلومات عن كافة الأحداث والقضايا في المجتمع" تحتل المرتبة الأولى في الموافقة بشدة بنسبة 42%، تلها في المرتبة الثانية عبارة " تساعدني على تمضية وقت الفراغ" بنسبة 39%. في الموافقة بشدة و بنسبة 47% في الموافقة. أما عبارتي " تريحني وتسليني " و " تشعرني بالارتباط بأحداث ومستجدات العصر" ففي المرتبة الثالثة. ومن الجدير بالذكر أن العبارات السابقة المتعلقة بالاشباعات المترتبة على استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي تحتل نسب ضئيلة لا تذكر في عدم الموافقة بشدة وهذا وإن دل يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بعملية إشباعات للطلبة الخليجيين

الجامعين في الحصول على المعلومات عن كافة الأحداث والقضايا في المجتمع ،
وفي التسلية وتمضية وقت الفراغ .

التوصيات:

فيضوء نتائج الدراسة الحالية نوصي بما يلي:

1. ضرورة الابتعاد عن جوانب الإثارة والموضوعات السطحية في مواقع التواصل الاجتماعي، مع عمل فلتره وحظر لجميع المواقع الإباحية. مع سن قوانين صارمة لمواجهة قرصنة الانترنت.
2. ضرورة إجراء دراسات علمية عن المضمون المقدم في شبكات التواصل الاجتماعي .
3. عقد ندوات وتوزيع نشرات، لتوعية المجتمعات بمخاطر ومحاذير استخدام شبكات التواصل.
4. تنظيم ورش عمل للشباب حول آثار شبكات التواصل الاجتماعية مع تبصيرهم بسلبيات وإيجابيات شبكات التواصل.
5. تفعيل المواقع النافعة التي تهتم باللغة العربية وتاريخ الأمة وأصالتها.
6. زيادة الثقة والصرحة بين الأبناء وذوهم في مناقشة القضايا التي تخصهم.
7. تصور مقترح لتصفح إلكتروني آمن من قبل الشباب في ضوء حاجاتهم الثقافية والنفسية والاجتماعية.

مراجع الدراسة:

1. أبو صعليليك، ضيف الله عودة، (2012)، أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن ودورها المقترح في تنمية الشخصية المتوازنة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان ، الأردن..
2. إمام ، سلوى .(1989)، الصدق والثبات في استمارتي الاستقصاء وتحليل المضمون، المجلة العلمية لكلية الإعلام، العدد الأول، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ص53-54.
3. البسيوني، محمد علي،(2009) ، دولة ال Facebook، ط1، القاهرة: دار الشروق، ص11-12.
4. الخواجا، ماجد،(2002)، الآثار الاجتماعية لانتشار الانترنت على الشباب، منشورات كلية المعلمين بمحافظة جدة، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية.
5. الدماري ، صالحة (2010)، الطلاب والشبكات الاجتماعية:دراسة ميدانية في استخدامات واشباكات طلاب كلية الفنون .alolamaktoobblog.com استرجع بتاريخ 2012-12-5

6. الزبون، محمد سليم، وأبو صعيلىك، ضيف الله عودة، (2014)، الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7، العدد 2، ص 225.
7. الشهري، حنان بنت شعشوع، (2012)، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية" الفيس بوك وتويتر نموذجا" رسالة ماجستير غير منشورة، المملكة العربية السعودية: جامعة الملك عبد العزيز بجدة ، قسم الاجتماع.
8. العمري، على، (2008)، إدمان الانترنت وبعض آثاره النفسية والاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية في محافظة محايل التعليمية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك خالد، المملكة العربية السعودية..
9. الغامدي، أحمد، (2010)، تردد المراهقين على مقاهي الانترنت وعلاقته ببعض المشكلات النفسية لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية بمكة المكرمة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى ، المملكة العربية السعودية.
10. الكامل، فرج، (2001)، بحوث الإعلام الرأي العام: تصميمها وإجرائها وتحليلها، ط1، القاهرة: دار النشر للجامعات، ص 88.
11. موسى، عصام (2009) المدخل في الاتصال الجماهيري، الطبعة السادسة، عمان، اثناء للنشر والتوزيع.
12. الموسوي، محمد (2004) النظرية الاعلامية، جامعة البحرين، كلية التربية.
13. حسين، سمير محمد، 2006، بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتاب للنشر والتوزيع، ص 147.
14. خالد، محمد بن سعود، (2009)، تقنية الاتصال الحديثة بين القبول والمقاومة ، المملكة العربية السعودية نموذجا، المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي في الفترة من 15-17 مارس، جامعة الملك سعود ،كلية الآداب ، قسم الإعلام، ص 8.
15. شاهين، هبة، (2000)، استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة ، القاهرة : جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 231.
16. صافي، عيسى، (2003)، وسائل الإعلام وتأثيرها على سلوك الطفل"، الدار العربية للعلوم، بيروت.
17. عبد الحميد، محمد، (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة: عالم الكتب ص 195.
18. عبد الحليم، كامل، (2009)، الاغتراب وعلاقته بالتدين والاتجاهات السياسية لدى طلبة جامعة عين شمس"، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

19. عبد الجليل، موسى آدم (2011) كيفساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في اضعاف العادات والتقاليد وتقليص العلاقات الاجتماعية، مؤتمر الدوحة التاسع لحوار الاديان 26 اكتوبر، الدوحة، قطر، ص245.
20. عبد السلام، نجوى(1998) أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت، المؤتمر العلمي الرابع: الاعلام وقضايا الشباب، جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
21. عبد الصادق، حسن عبد الصادق،(2013)، دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الانترنت دراسة ميدانية، رؤى استراتيجية ، المجلد الأول، العدد 4 سبتمبر.
22. عبد الفتاح، يوسف، (2004)، الآثار الاجتماعية المترتبة على ارتياد الشباب الجامعي لمقاهي الانترنت ودور الخدمة الاجتماعية في التعامل معها، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، العدد السادس عشر، الجزء الثالث، جامعة حلوان، مصر
23. عماد ، حسن و حسين، ليلي،(1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 256-258..
24. فيلبس، ديفيد، (2006) ،
العلاقات العامة عبر الانترنت"، كوجانبيد جالامريكية للنشر، الولايات المتحدة.
25. كمال، هناء، (2008)، الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
26. مكاوي، حسن عماد ، (2012) ، نظريات الإعلام ، ط2، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 158.
27. مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي حسن، (2009) ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط8، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
28. مكاوي، حسن عماد ، (2012) م، مرجع سابق ص161.
29. المحكمون:
- * د.خالد خلف أستاذ العلاقات العامة بكلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.
- * د. مريم العجمي، أستاذ الإعلام بكلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.

* د.نصر الدين عبد القادر، أستاذ الإعلام المساعد بكلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.

30. Ellison, N., Stein field, C. and Lampe, C. 2007, **The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites**, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12: 1143-1168.
31. Kalpidou, M., Cost in, D. and Morris, J. Morris. 2011, **The relationship between Facebook and the wellbeing of undergraduate college students**, *Cyber psychology, Behavior, and Social Networking*, 14 (4): 183-189.
32. Katz, et al., "Utilization of Mass Media by Individuals". In Blumler and Katz (ed.), (1974) *The uses of Mass Communication*. London, Faber2 Faber:11-35.
33. Rosengren, K.E. (1974) "Uses and Gratifications' Paradigm Outlined "In J.G. Blymler, & E. Katz, (eds). **The Uses of Mass Communication: Current Perspectives On Gratifications Research**, Beverly-Hills, California: SAGE, 269-286.