

Social Media and Its Impact on Cultural Identity: A Field Study on Students of the Faculty of Media, Al-Marj Branch

Faraj Ali Shaglouf Muhammad^{1*}, Faraj Muhammad Abdullah Ali²

^{1,2}Public Relations and Advertising Department, Faculty of Media, University of Benghazi, Al-Marj Branch, Libya

مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية: دراسة ميدانية علي طلبة كلية الإعلام فرع المرج

فرج علي شغلوف محمد^{1*}، فرج محمد عبدالله علي²
^{1,2}قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة بنغازي، فرع المرج، ليبيا

*Corresponding author: detu6031@gmail.com

Received: January 04, 2026

Accepted: February 09, 2026

Published: February 16, 2026

Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract:

This study is descriptive research aiming to measure the impact of social media on the cultural identity of students at the Faculty of Media, Al-Marj branch. It employed the descriptive survey method to observe and analyze the phenomenon. An electronic questionnaire was designed, and targeted questions were sent to respondents via Facebook, using Google Drive. The study relied on a random sample by randomly selecting student groups, with the first 80 responses meeting the required conditions being chosen for analysis. The results were analyzed both qualitatively and quantitatively. The study showed that entertainment is the primary motive for using Facebook, with 68.8% of participants using it for this purpose, while communicating with friends ranked second as a reason for using Facebook at 53.8%. Additionally, 80% of participants use Facebook to follow the news, indicating the platform's importance as a source of information. A large number of users expressed concern that Facebook contributes to the isolation of local and Arab culture, despite its positive impact in promoting awareness of Arab and Islamic culture.

Keywords: social media, Impact, Cultural Identity, Identity, Culture.

الملخص:

تعد هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية والتي تهدف الي قياس مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية لطلبة كلية الاعلام بنغازي فرع المرج، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي لرصد وتحليل الظاهرة، وقد تم تصميم استمارة الكترونية ووضع أسئلة موجهة للمبحوثين وارسالها عن طريق الفيس بوك وذلك بالاعتماد على Google drive، واعتمدت الدراسة على العينة العشوائية من خلال اختيار عشوائي للمجموعات الطلابية تم اختيار الإجابات 80 الأولى من عملية توزيع الاستمارات الإلكترونية التي تخضع للشروط المطلوبة، وتم تحليل النتائج كما وكيفا، ووضحت الدراسة أن التسلية تُعتبر الدافع الرئيسي لاستخدام فيس بوك، حيث يستخدمه 68.8% من المشاركين لهذا الغرض ويأتي التواصل مع الأصدقاء في المرتبة الثانية كدافع لاستخدام فيس بوك بنسبة 53.8% و80% من المشاركين يستخدمون فيسبوك لمتابعة الأخبار، مما يشير إلى أهمية المنصة كمصدر للمعلومات، عدد كبير من المستخدمين يعبرون عن قلقهم من أن فيس بوك يسهم في عزل الثقافة المحلية والعربية، رغم تأثيره الإيجابي في التعرف على الثقافة العربية والإسلامية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الأثر، الهوية الثقافية، الهوية، الثقافة.

المقدمة:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم الابتكارات التكنولوجية في القرن الحادي والعشرين، حيث أحدثت تحولاً جذرياً في طرق التواصل والتفاعل بين الأفراد وأصبحت هذه المنصات وسيلة للتعبير عن الأفكار والمشاعر، وتبادل الثقافات، مما يُتيح للأشخاص من خلفيات مختلفة مشاركة تجاربهم ومعتقداتهم بشكل غير مسبوق وعلى الرغم من فوائدها العديدة، تثير هذه المواقع تساؤلات حول تأثيرها على الهويات الثقافية للأفراد والمجتمعات.

تمتلك الهوية الثقافية بُعداً عميقاً يتصل بالانتماء، والمعتقدات، والقيم، والتقاليد التي تُشكل مجتمعاً ما ومع دخول مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة جديدة للتفاعل، أصبح من الممكن أن تتداخل الهويات الثقافية وتظهر تأثيرات جديدة لم تكن متوقعة من جهة، تُتيح هذه المنصات تعزيز التنوع الثقافي من خلال التعريف بثقافات مختلفة ومشاركة القصص والتجارب ومن جهة أخرى، يُخشى من أن تؤدي العولمة الرقمية إلى تآكل الهويات الثقافية التقليدية، حيث تبرز ثقافات معينة على حساب أخرى. يتناول هذا البحث مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية من عدة جوانب، مُستعرضاً كيف يمكن أن تسهم هذه المنصات في تعزيز الانتماء الثقافي أو تهديده، وسنبحث في الأمثلة الحقيقية والدراسات السابقة التي تتناول كيفية تأثير الهويات الثقافية بوسائل التواصل، مُسلطين الضوء على الجوانب الإيجابية والسلبية لهذا التأثير من خلال ذلك، نهدف إلى تقديم فهم أعمق للكيفية التي تشكل بها هذه الظاهرة معالم الثقافة المعاصرة وتحدياتها.

وسنحاول في هذه الدراسة تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" وأثرها في الهوية الثقافية بشكل خاص لدى الشباب الجامعي في ليبيا من خلال اختيار عينة عشوائية على الفيس بوك، كما سنتناول في الجانب النظري أهم مقومات الهوية الثقافية، وأبرز التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، وفي الجانب التطبيقي سنقوم بتحليل النتائج المتوصل إليها من خلال توزيع الاستمارة الإلكترونية على المبحوثين من الطلبة الجامعيين في ليبيا، وفي الأخير توصيات الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، حيث تُستخدم كمنصات للتفاعل والتواصل بين الأفراد والمجتمعات. ومع تزايد استخدام هذه المنصات، تبرز قضية رئيسية تتعلق بتأثيرها على الهوية الثقافية للأفراد والمجتمعات وهذه القضية تنطوي على تساؤلات مهمة حول كيفية تأثير هذه المواقع على القيم والمعتقدات والتقاليد التي تُشكل الهوية الثقافية من جهة، تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد التعبير عن ثقافتهم ومشاركة تجاربهم مع جمهور واسع، مما يعزز من فرص التواصل بين الثقافات المختلفة على سبيل المثال، يمكن للمستخدمين من خلفيات متنوعة تبادل الأفكار والممارسات الثقافية، مما يسهم في تعزيز الفهم المتبادل والتسامح ومع ذلك، فإن هذه الانفتاحية قد تؤدي أيضاً إلى تآكل الهويات الثقافية التقليدية، حيث تبرز ثقافات معينة وتُغفل أخرى، مما يسهم في فقدان التنوع الثقافي وتجانس الثقافات. تشكل الهوية الثقافية للشباب الذين يعتبرون الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي إذ يتأثرون بالتوجهات الثقافية العالمية، وقد يؤثر ذلك على انتمائهم وهويتهم الثقافية المحلية وقد يؤدي الاستخدام المكثف لهذه المنصات إلى تحول في القيم والمعايير، حيث يمكن أن تسود ثقافات معينة في ظل غياب الوعي بتأثير ذلك على الهوية الثقافية، ومن هنا يصبح من الضروري دراسة هذه التأثيرات المختلفة التي تُحدثها مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، مما يُثير النقاش الأكاديمي حول هذه القضية الملحة، ولدراسة هذا الموضوع نطرح التساؤل الرئيسي التالي: كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية الليبية لدى طلبة كلية الاعلام؟

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي:

- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية الليبية لدى طلبة كلية الاعلام؟

ويتفرع عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في حياته اليومية من حيث العادات والأنماط؟
2. ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الشباب لموقع الفيس بوك؟
3. ما أثر موقع الفيسبوك على الأنساق القيمية لدى الشباب؟
4. ما هي مجالات تأثير موقع الفيسبوك على العرف والمنظومة الاجتماعية التي تنعكس على ما هي مجالات تأثير موقع الفيس بوك على العرف والمنظومة الاجتماعية التي تنعكس على الهوية الثقافية في المجتمع الليبي؟
5. هل موقع الفيس بوك يؤثر على سلوكيات الطالب الجامعي؟

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية البحث في موضوع "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية" في الحاجة المتزايدة لفهم كيفية تأثير هذه المنصات على تشكيل الهويات الثقافية في ظل العولمة الرقمية يعيش العالم اليوم تحولاً ثقافياً كبيراً نتيجة لتفاعل الأفراد عبر وسائل التواصل، مما يؤدي إلى تغييرات عميقة في القيم والمعتقدات والتقاليد. يعد هذا البحث ضرورياً لتسليط الضوء على كيفية تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي للتبادل الثقافي، بينما قد تؤدي أيضاً إلى تآكل الهوية الثقافية التقليدية، خاصة بين الشباب الذين هم الأكثر انفتاحاً على ثقافات جديدة.

من خلال إجراء بحث ميداني، يمكننا جمع بيانات حقيقية تعكس آراء الأفراد وتجاربهم، مما يُعزز من مصداقية النتائج ويُوفر رؤى عميقة حول التأثيرات المختلفة لمواقع التواصل، يساهم هذا البحث في فهم كيفية تأثير الاستخدام المكثف لهذه

المنصات على مفهوم الهوية الثقافية، وكيف يمكن أن تكون هذه الهوية أكثر مرونة أو تهديداً، بالإضافة إلى ذلك، يعزز البحث الوعي الثقافي لدى الأفراد والمجتمعات، حيث يمكن أن يساهم في تطوير استراتيجيات فعّالة للحفاظ على التنوع الثقافي في عصر الرقمنة، كما يساعد صانعي السياسات على وضع خطط تتناسب مع التحديات الناتجة عن هذا التأثير، مما يساهم في الحفاظ على الهوية الثقافية وتعزيز قيم التسامح والانفتاح، في النهاية، يُعتبر هذا البحث خطوة حيوية لفهم التأثيرات المعقدة لمواقع التواصل الاجتماعي على الهويات الثقافية، ويعكس أهمية الحفاظ على هذه الهويات في وجه التغيرات السريعة التي تشهدها المجتمعات اليوم.

أهداف الدراسة:

- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأشخاص.
- العمل على تاصيل الواقع الحقيقي للهوية الثقافية مع ثقافة المجتمع الليبي.
- التعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة العلاقة الارتباطية بين آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات التي تطرأ على النمط الاجتماعي كاللغة العرف العادات والتقاليد ونمط الحياة.
- تنمية الوعي بقيمة الهوية الثقافية لدى الشباب الليبي.

منهج الدراسة:

المنهج هو عبارة عن جملة الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة. فإن هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية التي "تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفاً دقيقاً وشاملاً معتمداً في هذا على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج، ودلالات نصل منها إلى تعليمات بشأن الظاهرة المدروسة.

واعتمادنا على منهج المسح الوصفي في هذه الدراسة يعود بالدرجة الأولى إلى اعتباره إحدى الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم وأدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، كما يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشتمل الدراسة على المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها، وهو ما نحتاجه في هذه الدراسة، حيث يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة والاجتماعية والنفسية، وكذلك أنماط السلوك الاتصالي وبالتالي هو يتيح لنا معرفة درجات الأثر وكيفية الأثر وحجمه على الهوية الثقافية.

أداة البحث: أملت طبيعة الدراسة والمنهج المستخدم أن يتم الاعتماد في جمع البيانات على الأداة التالية:

الاستبيان:

اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان وهو من أكثر الأدوات المستخدمة في البحث للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المبحوثين، وقد قمنا بتصميم استمارة إلكترونية ووضع أسئلة موجهة للمبحوثين وإرسالها عن طريق الفيسبوك، وذلك بالاعتماد على Google drive وهذا لضمان الوصول إلى أكبر قدر ممكن من المبحوثين، على اعتبار أن العينة المستهدفة تتميز بضخامة العدد والتشتت والتوزيع الجغرافي ويصعب الوصول إليها يدوياً وبالتالي فالاستمارة الإلكترونية تتيح الوصول السريع للعينة.

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

بالنسبة لمجتمع البحث يتمثل في طلبة كلية الاعلام بجامعة بنغازي فرع المرج المستخدمين للفيسبوك. أما بالنسبة للعينة فقد اعتمدنا على العينة العشوائية من خلال اختيار عشوائي للمجموعات الطلابية الموجودة في الفيس بوك ومحاولة الوصول إلى أكبر قدر من المبحوثين دون معرفة عددهم وخصائصهم، قمنا بتوزيع الاستمارة إلكترونياً واسترجاعها إلكترونياً أيضاً بالاعتماد على التطبيق Google drive وبعد استرجاع النتائج قمنا بتحليلها كما وكيفا، وقمنا باختيار الإجابات 80 الأولى التي تحصلنا عليها من عملية توزيع الاستمارات الإلكترونية بعد أن لاحظنا أنها تخضع للشروط المطلوبة.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)

- **تعريف إجرائي:** فيسبوك هو منصة تواصل اجتماعي تتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية، ومشاركة المحتوى (مثل النصوص، الصور، والفيديوهات)، والتفاعل مع الآخرين من خلال التعليقات والإجابات والرسائل، يتم قياس استخدام فيسبوك من خلال عدد المستخدمين النشطين، وتكرار التفاعل، ومؤشرات الأداء مثل نسبة المشاركة.
- **تعريف لغوي:** موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) هو خدمة إلكترونية تهدف إلى ربط الأفراد بوسائل تفاعلية، تسمح لهم بالتواصل وتبادل الأفكار والمعلومات، مما يسهل إنشاء شبكات اجتماعية وعلاقات شخصية تعبر عن الفيس بوك كوسيلة لتعزيز التواصل الاجتماعي، والمشاركة الثقافية، والتفاعل المجتمعي.
- **تعريف للأثر:** أما يكون إيجابي أو يكون سلبي تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، سواء كانت تعززها أو تهددها.

تعريف الهوية الثقافية (إجرائي ولغوي):

- **لغوي:** الهوية الثقافية تشير إلى الانتماء الجماعي لفئة معينة، مما يتيح للأفراد التعرف على أنفسهم وموقعهم ضمن سياق اجتماعي وثقافي معين تشمل مفاهيم الهوية الثقافية الرموز، الأساطير، واللغة التي تعبر عن التجارب المشتركة والتاريخ.

- **إجرائي:** الهوية الثقافية هي مجموعة من الخصائص الثقافية والسلوكية التي تحدد هوية مجموعة معينة من الأفراد، تشمل القيم، والعادات، والمعتقدات، واللغة، والفنون، ويتم قياسها من خلال طرق مثل الاستبيانات والمقابلات التي تقيم تجارب الأفراد ورؤاهم حول ثقافتهم.

تعريف الهوية:

- **تعريف إجرائي:** الهوية هي مجموعة الخصائص والسمات التي تميز فردًا أو مجموعة عن غيرها، تشمل عناصر مثل الاسم، والجنسية، والثقافة، والديانة، والمعتقدات، ويتم قياس الهوية من خلال أساليب بحثية مثل الاستبيانات والمقابلات التي تسعى لفهم كيف يعرف الأفراد أنفسهم وكيف يتفاعلون مع الآخرين.

- **تعريف لغوي للهوية:** الهوية في اللغة تعني "التعريف" أو "التحديد"، وتستخدم للإشارة إلى الخصائص التي تُحدد شخصًا أو مجموعة معينة تعكس الهوية مجموعة من القيم والمعتقدات والخصائص التي تساهم في تشكيل كيفية رؤية الأفراد لأنفسهم ولعلاقاتهم مع العالم من حولهم.

تعريف الثقافة الإجرائي: الثقافة هي مجموعة المعارف، والمعتقدات، والقيم، والعادات، والتقاليد التي يكتسبها الأفراد من خلال التجارب والتفاعل مع بيئتهم الاجتماعية يتم قياس الثقافة من خلال أساليب بحثية مثل الملاحظة، والاستبيانات، وتحليل المحتوى الثقافي.

تعريف الثقافة اللغوي: الثقافة في اللغة تشير إلى مجموعة من الممارسات والسلوكيات والمعتقدات التي تنتجها مجموعة معينة، وهي تعكس أسلوب حياتهم وتفاعلهم مع العالم، وتشمل الثقافة الفنون، والعادات الاجتماعية، واللغة، والدين، وكل ما يساهم في تشكيل هوية المجتمع وتقاليد.

مجالات الدراسة:

- **المجال المكاني:** يتمثل المجال المكاني لهذه الدراسة في كلية الاعلام بجامعة بنغازي فرع المرج.
- **المجال البشري:** تمثل المجال البشري أو مجتمع البحث لهذه الدراسة في طلبة كلية الاعلام بجامعة بنغازي فرع المرج
- **المجال الزمني:** ونقصد بها فترة إجراء الدراسة، التي بدأتها الباحثة بداية شهر يوليو 2024، لتنتهي في شهر سبتمبر من نفس السنة.

الدراسات السابقة:

بالرغم من حداثة وسائل الإعلام الجديدة، إلا أن العديد من الأبحاث أولت اهتماما كبيرا بها، وقد حاولنا في هذه الدراسة التركيز على الدراسات المرتبطة بالتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي التي لها علاقة بالهوية الثقافية.

- **دراسة الباحثة "أميرة مصطفى أحمد البطريق" (2011):** حول العلاقة بين التعرض للمواقع الاجتماعية على شبكة الانترنت، وإدراك الشباب الجامعي للهوية الثقافية العربية في ظل العولمة، دراسة على موقع الفيس بوك، حيث هدفت الدراسة إلى استقراء واقع ومدى انتشار الانترنت بين الشباب، كما يهدف هذا البحث إلى الوقوف عند التيارات المعادية التي تستهدف الشباب العربي في القرن الحادي والعشرين، والتعرف على مدى تأثير قيم الشباب وسلوكهم وشخصيتهم بهذه التيارات، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية، بلغ حجمها 150 مفردة وتوصلت الدراسة إلى أبرز النتائج، أهمها: الإقبال المتزايد من المبحوثين أفراد العينة ذكورا وإناثا، وبمحافظة الشرقية والقاهرة على السواء، للتعرض بصورة دائمة للمواقع الاجتماعية على شبكة الانترنت، وبخاصة موقع الفيس بوك، وإن من أبرز سلبات المواقع الاجتماعية تدعيم العزلة الاجتماعية لدى المواطن العربي، لجلوسه على هذا الموقع لفترات كبيرة نسبيا، بما لا يتيح له الاختلاط مع الآخرين.

- **دراسة الباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن" (2014):** استخدام الشباب المصري للمواقع الإلكترونية وعلاقتها بتبني أنماط ثقافية غربية، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام عينة من الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية، وتبنيهم أنماط ثقافية غربية، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، لتصل إلى أهم النتائج الآتية:

- جاء الفيس بوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها أغلبية المبحوثين، والتي تستعمله لفترات طويلة من اليوم، وأن لهذا الموقع تأثير على أنماطهم الثقافية، ثم السلوك، ثم العادات والتقاليد، وأخيرا البرامج الترفيهية.
- إن نسبة كبيرة من المبحوثين (59.8%) ترى أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على عادات وتقاليد وسلوكيات الشباب المصري إلى حد كبير.

تعقيب على الدراسات السابقة:

الملاحظة أن أغلب الدراسات التي قدمت من خلال هذا البحث ركزت على عملية الاستخدام وطريقة تعامل أفراد المجتمع مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أيضا تسليط الضوء في جل هذه الدراسات على زاويتين: الأولى هي زاوية الاستخدامات والإشباع التي تحققها هذه التكنولوجيا الحديثة، والثانية هي من زاوية الغرس الثقافي والتي تتمثل في مشكلة العلاقات الاجتماعية والاعتراب والقيم والسلوك والهوية الثقافية، خصوصا في ظل الإقبال الرهيب عليها من قبل أفراد المجتمع، وهذا ما يتطلب جهودا كبيرة من أجل البحث في أغوارها وسلبياتها ومخاطرها، ووضع السبل العلاجية المناسبة من أجل توظيفها في المكان الصحيح، لأن كل هذه التكنولوجيا في جميع المجالات هي توظف وتستخدم سواء بشكل عشوائي أو منظم، فالمشكلة ليست في الاستخدام ولكن المشكلة في كيف نستفيد منها في تطوير أنفسنا والحفاظ على علاقتنا الإنسانية الطبيعية.

أغلب الدراسات التي قدمت ركزت على العلاقة الثنائية بين استخدام هذه الوسائل ومدى تأثيرها على الموروث الثقافي للمجتمع الليبي من كل النواحي، وهذه الدراسات هي مشابهة لدراسنا ألا وهي مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية.

مما لا شك فيه أن الدراسات السابقة المعتمد عليها ذات أهمية بالغة واستفدنا منها في صياغة المشكلة وفي صياغة الفروض وقياس المتغيرات ومقارنة النتائج السابقة بنتائج الدراسة الحالي.

نظريات الدراسة:

يتناول الباحث في هذا الجانب النظريات الإعلامية في التي تتناول استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" والموضوعات ذات العلاقة بالإطار المفاهيمي لموضوع الدراسة على النحو الآتي:

أ. نظرية الاستخدامات والإشباع:

أدى النمو الهائل في استخدام لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة إلى مرحلة جعلت الباحثين في مجال الاستخدامات والإشباع يزدون من اهتماماتهم بدراستها، و التحول من كيف يستخدم الأفراد التكنولوجيا إلى دراسة الأسباب و الدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذه الوسائط و قد أكد "روبين ووندهال" ن نموذج الاستخدامات والإشباع يركز على الفرد المستخدم لوسائط الاتصال و الذي يبادر باستخدام هذه الوسائل و يبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، إضافة على أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته معلومات تحديد الهوية الشخصية والتي تشمل التعرف على نماذج مختلفة لسلوك وتعزيز لقيم الشخص، و اكتساب الشخص لحسن البصيرة، ثم التكامل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين و أخيرا التسلية و الترفيه. (محمود حسن، 2003، ص2)

ولتحديد استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، فإن كثير من الدراسات السابقة أكدت الافتراض القائل بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولتحديد دوافع الاستخدام وجد كل من إن الناس يستخدمون الكمبيوتر لإشباع ما يلي:

أ. الحاجات الشخصية (على سبيل المثال السيطرة، الاسترخاء، السعادة، الهروب).

ب. الحاجات التي يمكن إشباعها تقليديا من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والعادة واكتساب المعلومات والتسلية.

ووفقا لمدخل الاستخدامات والإشباع فإن الحاجة للاتصال تتفاعل مع العوامل الاجتماعية والنفسية لتنتج الدوافع للاتصال، وقد حاول الباحثون اختبار تأثير كل من الاتجاه والطباع الشخصية والتي تؤثر على الإشباع التي يحصل عليها الفرد باستخدام الوسيلة.

لذا اعتمدت الدراسة الحالية على مدخل الاستخدامات و الإشباع لدراسة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مدخلا اتصاليا سيكولوجيا، وهو من النماذج الهامة في شرح الظواهر و خاصة الانترنت ، فقد افترض هذا النموذج المتعلقة بوسائل الاتصال تكنولوجيا الحديثة وجود جمهور نشط له دوافع شخصية و نفسية واجتماعية تدفعه لاستخدام الانترنت كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته في إطار أهداف هذا الجمهور من استخدام تلك الوسائل، وتطبيقا على ذلك فئات الجمهور مستخدم الانترنت أكثر نشاطا و مشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي و بالتالي فإن نتوقع أن يتخذ الفرد قراره في استخدام الانترنت عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها و مدى إشباع تلك الحاجات من استخدام الانترنت مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى و يتمثل هذا الاستخدام في اتجاهين:

أ. الاتصال بالآخرين من خلال الوسائل المتاحة على شبكة الانترنت سواء كان المستخدم مرسلا أو مستقبلا.

ب. تصفح المواقع المختلفة على شبكة الانترنت لتلبية الحاجات.

إن أهمية مدخل الاستخدامات والإشباع تأتي من أنه يمكن من خلاله دراسة الحاجات الإنسانية التي تتسم بالتنوع والتعدد، فبالإضافة إلى الحاجات الفسيولوجية هناك دوافع مثل التواصل الاجتماعي واكتشاف الواقع وفهمه، التنشئة الاجتماعية، التسلية والترفيه، فهذه كلها ترتبط بوجود الفرد من النواحي السيكولوجية والاجتماعية، والاتصالية.

الجانب النظري:

ماهية مواقع التواصل الاجتماعي:

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. (وانل مبارك، 2010، ص6)

ويميل الباحث إلى تعريف شبكة التواصل الاجتماعي، لأنه جامع لخصائص تلك الشبكات حيث عرفها بأنها مجموعة جديدة من وسائل الإعلام على الانترنت تشترك بالخصائص التالية:

1. المشاركة: فهي تشجع على المساهمات وردود الفعل (التعليقات) من أي مهتم، وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقين.

2. الانفتاح: معظم شبكات تواصل عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات، ونادرا ما يوجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه، لأن حمايته بكلمة مرور أمر غير موجود نهائيا.

3. **المحادثة:** تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين بعكس وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.

4. تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية لتجمع السرعة والتواصل بشكل فعال ويربط ذلك التجمعات الاهتمامات مثل حب التصوير الفوتوغرافي، والقضايا السياسية وغيره. (عبد الله ممدوح، 2012، ص32)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهير، حيث تصدر القائمة عدد من الشبكات وهي "فيسبوك"، "تويتر"، "يوتيوب"، "فليكر" و"لينكدان" وهي المواقع التي سنتحدث عنها باعتبارها من أهم الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي وكذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع.

1. " موقع "الفيسبوك": يعتبر موقع "الفيسبوك" واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.

2. موقع "تويتر": موقع "تويتر" هو شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال مع أصدقائهم وأقاربهم وزملاء العمل من أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم والهواتف النقالة، وتسمح واجهة "تويتر" بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرف يمكن قراءته من طرف مستخدمي الموقع، ويمكن للمستخدم أن يعلن متابعته لأحد الشخصيات وفي هذه الحالة يبلغ هذا الشخص في حال ما إذا هذه الشخصيات قد وضعت مشاركة جديدة، ويبقى موقع "تويتر" إلى يومنا الحالي من أهم الشبكات الاجتماعية التي تتمتع بجماهيرية عالية، والتي تميل الشخصيات المهمة إلى استخدامها حتى تكون أقرب إلى الجماهير والتعرف على مدى اهتمام الجماهير بنشاطاتهم وذلك من خلال كسب أكبر عدد من المتابعين.

3. موقع "اليوتيوب": تأسس "يوتيوب" كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هما لأمرميكي "تشار هيرلي"، والتايواني "تشنين" والبنغالي "جاود كريم" الذين يعملون في شركة المتخصصة في التجارة الإلكترونية بيد "جاود كريم" ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية "ستانفورد"، ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور "يوتيوب" الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب. (عباس مصطفى، 2008، ص218)؟

4. خدمات "الفيسبوك" وتطبيقاته: يوفر "الفيسبوك" خدمات وتطبيقات للمشاركين تتمثل فيما يلي:

أ. **خاصية الصور:** وتتيح هذه الخاصية للمشارك إمكانية إعداد الألبوم للصور الخاصة به، ويستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين.

ب. **خاصية الفيديو:** وتوفر للمشارك إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركته على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة).

ت. **خاصية الحلقات:** وتمكن المشاركين من إعداد مجموعات نقاش في موضوع ما. **خاصية الأحداث الهامة:** وتتيح للمشاركين إمكانية الإعلان عن حدث ما جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

ث. **خاصية الإعلان:** وتمكن المشارك من الإعلان عن أي منتج يود الإعلان عنه، أو البحث عن أي منتج يرغب في شرائه.

ج. **النكز:** والنكز عملية تنبيه للأصدقاء على الفيسبوك لجذب انتباههم وكان المستخدم يقول "مرحباً".

ح. **الإشعارات:** تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بأخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقاً. (عبد الله ممدوح، 2012، ص32)

إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1. قلة تكلفتها قياساً بأي مشروع آخر خارج الشبكة العنكبوتية.

2. من السهل الحصول على نتائج عن طريق الحصول على الخبرات المطلوبة ومن أصغر موقع من شبكة التواصل الاجتماعي تتساوى مع المواقع والشركات العالمية الكبرى.

3. أصبحت عملية التسوق عبر الإنترنت أكثر فعالية من التسوق العادي.

4. الطالب الجامعي ال يعاني من الحصول على مصادر المعلومات بجهد أقل بكثير عن طريق شبكات الانترنت قياساً بالمصادر العادية باهضة الثمن.

5. فرص للكسب المادي يكون أكثر عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي. (علي، 2010، 85-86)

سلبات مواقع التواصل الاجتماعي:

1. أكثر الشباب في المرحلة الجامعية يقضون معظم أوقاتهم في التواصل مع أقرانهم على الفيس بوك وتويتر والواتساب. الخ، وهذا ما يؤدي إلى العزلة عن أسرهم.

2. أغلب الشباب والمراهقين يعانون من ادمان الكمبيوتر والهاتف النقال وشعورهم المستمر للحاجة الكبيرة لاستعمال الانترنت.

3. كثرة الخلافات الأسرية نتيجة إهمال واجباتهم تجاه أسرهم ودراساتهم أو عملهم.

4. التعرف على المواقع الاباحية والأخلاقية مما يؤدي إلى اعتماد السلوك المنحرف والعدواني.

5. تعرض البريد الإلكتروني للسرقة والاختراق ويؤدي إلى المساومة على متطلباته وخصوصياته وإسراعه الخاصة.

6. القضاء على الهوية العربية الإسلامية والتمسك بالثقافة الغربية والسلوكيات المنافية للقيم والعادات والتقاليد.

7. حدوث جرائم التشهير لكثير من مستخدمي الانترنت وتشويه سمعتهم عن طريق الحصول على معلومات مغلوطة. (بوشلبي، 2006: 479)

ماهية الهوية الثقافية: المقصود بالهوية الثقافية تلك المبادئ الأصلية السامية والذاتية النابعة من الأفراد أو الشعوب وتلك ركائز الإنسان التي تمثل كيانه الشخصي والروحي والمادي بتفاعل صورتي هذا الكيان، لإثبات هوية أو شخصية الفرد أو المجتمع أو الشعوب، بحيث يحس يشعر كل فرد بانتمائه الأصلي لمجتمع ما يخصصه ويميزه عن باقي المجتمعات الأخرى. (أسعد، 2002، ص82)

مقومات الهوية الثقافية:

وتتحدد الهوية الثقافية في مجموعة من المقومات وهي:

1. اللغة الوطنية واللهجات المرتبطة بوجود شعب ما وتطوره ومصيره.
2. القيم الدينية والوطنية المتكونة عبر العصور والتي تكسب الشعب حامل الهوية حصانة تحول دون ذوبانه في شعوب أخرى.
3. العادات والتقاليد والأعراف النابعة من تلك القيم والحاملة لها والعاكسة لمستوى الشعب حامل الهوية الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي.
4. التاريخ النصالي الذي ينسج ذلك الشعب حامل الهوية من أجل المحافظة على هويته أرضاً وقيماً وعادات وتقاليد وأعراف. (كوشي ابتسام، 2013، ص94).

اختبار الثبات ألفا كرو نباخ

بلغت قيمة ثبات الاستمارة 887. هو مستوى على للثبات يعول عليه في البحث العلمي وتحليل النتائج ويعطي أداة البحث درجة عالية من الموثوقية.

عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (1)

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	46	57.5
إناث	34	42.5
المجموع	80	100

يبين الجدول رقم (1) أن نسبة الذكور في العينة 57.5% من إجمالي المشاركين، وهو ما يعادل 46 فرداً، هذه النسبة تشير إلى أن الذكور يمثلون الأغلبية في العينة، والإناث يشكلن 42.5% من إجمالي العينة، بعدد 34 فرداً على الرغم من أن عدد الإناث أقل من الذكور، إلا أن النسبة لا تزال قريبة نسبياً من نصف العينة.

من الجدير بالذكر أن الفجوة بين الذكور والإناث ليست كبيرة جداً (حوالي 15% فقط)، مما يعكس تمثيلاً متقارباً نسبياً بين الجنسين يمكن أن يكون هذا التوزيع إشارة إلى أن الدراسة تتضمن موضوعاً ذا أهمية لكلا الجنسين، ولكن يميل الذكور إلى المشاركة أكثر قليلاً.

جدول رقم (2)

العمر	التكرار	النسبة المئوية
<= 20	13	16.3
21 – 38	44	55.0
39+	23	28.7
المجموع	80	100

يبين الجدول رقم (2) أن الفئة العمرية 20 عاماً وما فوق، يمثل الأشخاص في هذه الفئة العمرية 16.3% من العينة، بعدد 13 فرداً، هذه الفئة تمثل الأقلية ضمن العينة، مما يشير إلى أن عدد المشاركين في هذا العمر أقل نسبياً مقارنة بالفئات الأخرى الفئة العمرية 21 إلى 38 عاماً، تشكل هذه الفئة الأكبر ضمن العينة بنسبة 55%، أي 44 فرداً، هذه النسبة تعكس أن الأغلبية من المشاركين تتراوح أعمارهم بين 21 و38 عاماً، مما يشير إلى أن الدراسة قد تركز بشكل أكبر أو قد تكون أكثر جاذبية لهذه الفئة العمرية، الفئة العمرية 39 عاماً وما فوق، تمثل هذه الفئة 28.7% من العينة، بعدد 23 فرداً، على الرغم من أن هذه الفئة العمرية تأتي بعد الفئة العمرية 21-38، إلا أنها تمثل جزءاً كبيراً نسبياً من العينة.

من الملاحظ أن الفئة العمرية بين 21 و38 عاماً تشكل الأغلبية، مما قد يشير إلى أن هذه الفئة الأكثر استجابة أو اهتماماً بموضوع الدراسة، الفئات العمرية الأقل (20 عاماً وما فوق) تشكل أقلية واضحة في العينة، وقد يكون ذلك نتيجة لتفاوت في الاهتمام أو التفرد للمشاركة.

بالنظر إلى النسب المئوية، هناك توزيع متوازن نسبياً بين الفئات العمرية 21-38 و39 وما فوق، حيث تمثل الأخيرة حوالي ثلث العينة.

جدول رقم (3)

النسبة المئوية	التكرار	ما عدد الساعات اليومية التي تقضيها في استخدام الفيس بوك؟
15	12	أقل من ساعة
33.8	27	من ساعة إلى 3 ساعات
51.2	41	أكثر من ثلاث ساعات
100	80	المجموع

يبين الجدول رقم (3) أقل من ساعة يومياً: يشير التكرار إلى أن 12 فرداً يقضون أقل من ساعة يومياً على فيس بوك، وهو ما يمثل 15% من العينة هذه النسبة تُظهر أن قلة قليلة من المشاركين يستخدمون فيس بوك لفترات قصيرة يومياً، مما يعني أن غالبية العينة تقضي وقتاً أطول من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً: عدد المشاركين الذين يستخدمون فيس بوك لمدة تتراوح بين ساعة وثلاث ساعات يومياً يبلغ 27 فرداً، ما يمثل 33.8% من العينة هذه الفئة تعد الثانية من حيث الحجم، حيث يقضي حوالي ثلث المشاركين وقتاً متوسطاً على المنصة أكثر من ثلاث ساعات يومياً، هذه الفئة هي الأكبر، حيث 41 فرداً يقضون أكثر من ثلاث ساعات يومياً على فيس بوك، مما يمثل 51.2% من العينة هذه النسبة العالية تشير إلى أن أكثر من نصف المشاركين يميلون إلى قضاء وقت طويل على فيس بوك يومياً.

من الملاحظ أن أكثر من نصف المشاركين يقضون وقتاً طويلاً على فيس بوك "أكثر من ثلاث ساعات يومياً" مما يشير إلى أن فيس بوك يعد جزءاً أساسياً من حياة هؤلاء المشاركين اليومية الفئة المتوسطة (ساعة إلى ثلاث ساعات): تمثل هذه الفئة حوالي ثلث العينة، مما يعكس استخداماً معتدلاً للمنصة، ومن المحتمل أن يكون هذا المستوى من الاستخدام ناتجاً عن توازن بين الأنشطة الأخرى في الحياة اليومية الفئة ذات الاستخدام القليل، والفئة التي تقضي أقل من ساعة على فيس بوك تمثل النسبة الأقل (15%)، مما يشير إلى أن قلة من المشاركين تميل إلى قضاء وقت محدود على المنصة، وقد يكون ذلك بسبب انشغالات أخرى أو تفضيلات شخصية لاستخدام منصات أخرى.

جدول رقم (4)

النسبة المئوية	التكرار	ما هي خدمات الفيس بوك المفضلة لديك؟
26.3	21	مشاركة الصور
17.5	14	مشاركة الفيديو
16.3	13	الردشة
10.0	8	التطبيقات
2.5	2	التعليقات
27.5	22	أخرى
100	80	المجموع

الجدول رقم (4) يبين أن خدمات الفيس بوك المفضلة: مشاركة الصور: التكرار 21 (26.3%) مشاركة الفيديو: التكرار 14 (17.5%) الردشة: التكرار 13 (16.3%) التطبيقات، التكرار 8 (10.0%) التعليقات التكرار 2 (2.5%) أخرى: التكرار 22 (27.5%) التحليل الإحصائي: الخدمات الأكثر تفضيلاً.

الفئة "أخرى" جاءت بنسبة 27.5%، تليها "مشاركة الصور" بنسبة 26.3%، هذا يشير إلى تفضيل استخدامات متنوعة غير محددة وبعض التفاعل البصري، وخدمات متوسطة التفضيل: "مشاركة الفيديو" و"الردشة" تحظيان بتفضيل معتدل (17.5% و 16.3% على التوالي)، مما يعكس الاهتمام بالتواصل المرئي والمحادثة، والخدمات الأقل تفضيلاً: "التطبيقات" (10.0%) و"التعليقات" (2.5%) هي الأقل تفضيلاً، مما يشير إلى اهتمام محدود بهذه الخدمات مقارنةً بالخدمات الأخرى. وهذا يبين أن الاستخدامات المتنوعة تمثل غالبية الأنشطة، في حين أن التفاعل عبر التعليقات والتطبيقات يعد الأقل شيوعاً بين المستخدمين.

جدول رقم (5)

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبدأ		نوعاً ما		غالباً		ما الذي يدفعك لاستخدام الفيس بوك؟
			%	ك	%	ك	%	ك	
82.9	.551	2.49	2.5	2	46.3	37	51.2	41	الترفيه والتسلية
81.3	.672	2.44	10	8	36.3	29	53.8	43	التواصل مع الأصدقاء
72.9	.677	2.19	15	12	51.2	41	33.8	27	لتمضية الوقت
52.5	.776	1.58	60	48	22.5	18	17.5	14	الهروب من الواقع
91.7	.540	2.75	5	4	15	12	80	64	التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية
52.1	.744	1.56	58.8	47	26.3	21	15	12	التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي
71.7	.828	2.15	27.5	22	30	24	42.5	34	التخلص من القلق والملل
86.2	.669	2.59	10.0	8	21.3	17	68.8	55	التثقيف

المتوسط العام = 2.22

يبين الجول رقم (5) أن الدافع: الترفيه والتسلية غالباً: 41 (51.2%) نوعاً ما: 37 (46.3%) أبداً: 2 (2.5%) المتوسط الحسابي: 2.49 الانحراف المعياري: 0.551 الأهمية النسبية: 82.9%. الغالبية العظمى (51.2%) تستخدم فيسبوك للتسلية بشكل رئيسي، بينما 46.3% يستخدمونه بدرجة أقل المتوسط العالي (2.49) يشير إلى أن الترفيه هو سبب بارز للاستخدام الأهمية النسبية المرتفعة (82.9%) تدعم هذا التوجه. دافع التواصل مع الأصدقاء غالباً: 43 (53.8%) نوعاً ما: 29 (36.3%) أبداً: 8 (10%) المتوسط الحسابي: 2.44 الانحراف المعياري: 0.672 الأهمية النسبية: 81.3%. أكثر من نصف المشاركين (53.8%) يستخدمون فيسبوك بشكل رئيسي للتواصل مع الأصدقاء، و36.3% يستخدمونه بدرجة أقل المتوسط المرتفع (2.44) يعزز هذا التوجه، والأهمية النسبية (81.3%) تشير إلى أهمية التواصل كدافع للاستخدام.

دافع تمضية الوقت غالباً: 27 (31.8%) نوعاً ما: 41 (51.2%) أبداً: 12 (15%) المتوسط الحسابي: 2.19 الانحراف المعياري: 0.677 الأهمية النسبية: 72.9%.

الأغلبية (51.2%) تستخدم فيس بوك لتمضية الوقت بشكل متوسط، و31.8% بشكل رئيسي المتوسط (2.19) يشير إلى أن تمضية الوقت دافع مهم، بينما الأهمية النسبية (72.9%) تعزز هذا التوجه بشكل معتدل، والدافع من الهروب من الواقع غالباً: 14 (17.5%) نوعاً ما: 18 (22.5%) أبداً: 48 (60%) المتوسط الحسابي: 1.58 الانحراف المعياري: 0.677 الأهمية النسبية: 52.5%.

الأغلبية (60%) لا تستخدم فيسبوك للهروب من الواقع المتوسط المنخفض (1.58) والأهمية النسبية (52.5%) يشيران إلى أن هذا الدافع غير بارز بين المستخدمين، الدافع من التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية غالباً: 64 (80%) نوعاً ما: 12 (15%) أبداً: 4 (5%) المتوسط الحسابي: 2.75 الانحراف المعياري: 0.540 الأهمية النسبية: 91.7%، الغالبية العظمى (80%) تستخدم فيسبوك غالباً للتعرف على الأخبار، مما يعكس أهمية كبيرة لهذا الدافع المتوسط المرتفع (2.75) والأهمية النسبية العالية (91.7%) يشيران إلى أن مواكبة الأحداث هي أحد الدوافع الرئيسية لاستخدام فيسبوك.

دافع التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي غالباً: 12 (15%) نوعاً ما: 21 (26.3%) أبداً: 47 (58.8%) المتوسط الحسابي: 1.56 الانحراف المعياري: 0.744 الأهمية النسبية: 52.1%. الأغلبية (58.8%) لا تستخدم فيسبوك للتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي المتوسط المنخفض (1.56) والأهمية النسبية (52.1%) يشيران إلى أن هذا الدافع غير شائع بين المستخدمين.

الدافع من التخلص من الضيق والملل غالباً: 34 (42.5%) نوعاً ما: 24 (30%) أبداً: 22 (27.5%) المتوسط الحسابي: 2.15 الانحراف المعياري: 0.828 الأهمية النسبية: 71.7%. الأغلبية (42.5%) تستخدم فيسبوك غالباً للتخلص من الضيق والملل، و30% يستخدمونه بدرجة أقل المتوسط (2.15) والأهمية النسبية (71.7%) يشيران إلى أن التخلص من الملل يعد دافعاً مهماً لاستخدام فيسبوك، الدافع من التسلية غالباً: 55 (68.8%) نوعاً ما: 17 (21.3%) أبداً: 8 (10.0%) المتوسط الحسابي: 2.59 الانحراف المعياري: 0.609 الأهمية النسبية: 86.2%.

أكثر من نصف المشاركين (68.8%) يستخدمون فيسبوك غالباً للتسلية، مما يشير إلى أن التسلية هي دافع رئيسي للاستخدام المتوسط (2.59) والأهمية النسبية العالية (86.2%) يعكسان أهمية التسلية كسبب رئيسي لاستخدام فيسبوك. تشير نتائج الجدول السابق إلى أن التسلية هي الدافع الرئيسي لاستخدام فيسبوك، حيث يستخدمه 68.8% من المشاركين لهذا الغرض، والتواصل مع الأصدقاء يأتي في المرتبة الثانية بنسبة 53.8%، متابعة الأخبار هي أيضاً دافع مهم، حيث يستخدمه 80% من المشاركين لهذا الغرض، بينما الهروب من الواقع والتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي ليسا دافعين بارزين، وتمضية الوقت والتخلص من الملل يعتبران دافعين معتدلين للاستخدام، بناءً على المتوسط العام يمكننا أن نستنتج أن التسلية والتواصل مع الأصدقاء ومتابعة الأخبار لا تزال هي الدوافع الرئيسية لاستخدام فيسبوك، بينما الهروب من الواقع والتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي لا يزالان دافعين غير بارزين تمضية الوقت والتخلص من الملل يبقيان دافعين معتدلين للاستخدام.

جدول رقم (6)

ما الحاجات التي يلبيها لك موقع الفيس بوك؟	التكرار	النسبة المئوية
التنفس والتعبير بكل حرية	2	1.9
إشباع الفضول والحصول على المعلومات	34	32.7
الهروب من الواقع	2	1.9
التواصل والتفاعل مع الآخرين	48	46.2
التسويق للأفكار أو الخدمات والسلع	18	17.3
المجموع	104	100

يبين الجدول رقم (6) الحاجات التي يلبيها فيسبوك: التنافس والتعبير بكل حرية: التكرار 2 (1.9%) إشباع الفضول والحصول على المعلومات: التكرار: 34 (32.7%) الهروب من الواقع: التكرار: 2 (1.9%) التواصل والتفاعل مع الآخرين: التكرار: 48 (46.2%) التسويق للأفكار والخدمات والسلع: التكرار: 18 (17.3%). يتضح أن التواصل والتفاعل مع الآخرين هو الحاجة الرئيسية التي يلبيها فيسبوك، حيث حصل على 46.2% من التكرار، وإشباع الفضول والحصول على المعلومات تأتي في المرتبة الثانية، بنسبة 32.7%. التسويق للأفكار والخدمات والسلع يشكل حاجة مهمة أيضاً، لكن

بنسبة 17.3% فقط التنافس والتعبير بكل حرية والهروب من الواقع حصلنا على أقل نسبة، حيث كل منهما 1.9%، يبين أن الفيس بوك يلبي بشكل أساسي حاجات التواصل والتفاعل، بينما الحاجات المتعلقة بالتعبير الحر والهروب من الواقع تعتبر أقل أهمية بالنسبة للمستخدمين.

جدول رقم (7)

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبدأ		نوعاً ما		غالباً		حدد وجهة نظرك من كل عبارة في الجدول؟
			%	ك	%	ك	%	ك	
73	0.847	2.19	45	36	45	36	10	8	هل استخدامك الفيس بوك أثر في تغيير عاداتك اليومية؟
78	0.807	2.34	32.5	26	30	24	37.5	30	هل ساهم موقع الفيس بوك أثر في إثراء رصيدك اللغوي؟
77	0.799	2.31	35	28	47.5	38	17.5	14	هل ساهم موقع الفيس بوك في ترسيخ العادات والتقاليد الاجتماعية بالنسبة لك؟
78	0.715	2.34	25	20	32.5	26	42.5	34	هل ساهم موقع الفيس بوك في تعميق قيمك الدينية؟
74	0.669	2.21	20	16	47.5	38	32.5	26	هل ساهم موقع الفيس بوك في اكتسابك لسلوكيات جديدة؟
المتوسط العام = 2.32									

يبين الجدول رقم (7) تأثير محدود: فقط 10% يشعرون بتأثير كبير على عاداتهم تغيير معتدل: 45% يرون أن التأثير كان "نوعاً ما"، مما يدل على بعض التغييرات المتوسطة المنخفض (2.19) يشير إلى تأثير غير قوي الأهمية النسبية (73%) تدل على أن معظم المستخدمين يعتقدون أن فيسبوك أثر على عاداتهم إلى حد ما، النتائج تشير إلى تأثير معتدل لاستخدام فيسبوك على العادات اليومية، مع وجود نسبة لا تشعر بتغيير كبير، وتأثير معتدل: 37.5% يشعرون بأن فيسبوك أثر إيجابياً على مفرداتهم، لكن النسبة لا تتجاوز الثلث، وشعور محدود: 30% يرون أن التأثير كان "نوعاً ما"، مما يشير إلى تغيير بسيط نسبة مرتفعة من عدم التأثير: 32.5% لا يرون أي تأثير، مما يدل على قلق بشأن فعالية المحتوى. المتوسط (2.34) والانحراف (0.807) يشير إلى تباين في الآراء حول تأثير فيسبوك على المفردات الأهمية النسبية (38%) تدل على أن التأثير يُعتبر منخفضاً بشكل عام، النتائج تشير إلى أن فيسبوك له تأثير محدود على إثراء المفردات اللغوية، مع وجود نسبة كبيرة من المستخدمين لا تشعر بأي تأثير، تأثير متوسط: 17.5% فقط يشعرون أن فيسبوك ساهم بشكل كبير في ترسيخ العادات والتقاليد، شعور بالتحسن: 47.5% يرون أن التأثير كان "نوعاً ما"، مما يشير إلى تحسن معتدل نسبة ملحوظة من عدم التأثير: 35.0% لا يرون أي تأثير، مما يدل على عدم التجانس في الآراء المتوسط (2.31) والانحراف (0.799) يشير إلى تباين في الآراء حول تأثير فيسبوك على العادات الأهمية النسبية (77%) تعكس تقديراً جيداً لأهمية الموضوع. النتائج تشير إلى أن فيسبوك له تأثير متوسط على ترسيخ العادات والتقاليد الاجتماعية، مع وجود نسبة كبيرة لا تشعر بتأثير كبير، تأثير إيجابي ملحوظ: 42.5% يشعرون أن فيسبوك ساهم بشكل كبير في تعميق القيم الأكاديمية، مما يدل على فائدة محتوى فيسبوك في هذا المجال شعور متوازن: 31.5% يرون أن التأثير كان "نوعاً ما"، مما يشير إلى تحسن محدود. نسبة معقولة من عدم التأثير: 25% لا يرون أي تأثير، مما يوضح تنوع وجهات النظر المتوسط (2.34) يشير إلى تأثير متوسط، والانحراف (0.715) يدل على تباين معتدل في الآراء الأهمية النسبية (78%) تدل على تقدير جيد لأهمية الموضوع وتأثير فيسبوك في تعزيز القيم الأكاديمية، النتائج تشير إلى أن فيسبوك له تأثير إيجابي على تعميق القيم الأكاديمية، مع نسبة ملحوظة من المستخدمين تشعر بأن له تأثير فعلي.

تأثير معتدل: 32.5% يشعرون أن فيسبوك ساهم بشكل كبير في اكتساب سلوكيات جديدة، مما يدل على بعض الفائدة وشعور أكثر شيوعاً: 47.5% يرون أن التأثير كان "نوعاً ما"، مما يشير إلى تحسن محدود في السلوكيات، نسبة معقولة من عدم التأثير: 20% لا يرون أي تأثير، مما يظهر تباين في الآراء والمتوسط (2.21) يشير إلى تأثير ضعيف إلى متوسط، مع انحراف (0.669) يدل على تباين معتدل، والأهمية النسبية (74%) تشير إلى أن معظم المستخدمين يعتقدون أن فيسبوك له تأثير في اكتساب سلوكيات جديدة.

النتائج تشير إلى أن فيسبوك له تأثير معتدل على اكتساب السلوكيات الجديدة، حيث يشير العديد من المستخدمين إلى تحسن في سلوكياتهم بفضل استخدام الفيس بوك. تشير نتائج الجدول السابق إلى أن استخدام فيسبوك له تأثيرات متفاوتة على مختلف جوانب الحياة. فبينما يظهر تأثير معتدل على العادات اليومية واكتساب السلوكيات الجديدة، فإن تأثيره على إثراء المفردات اللغوية محدود، ومن ناحية أخرى، يساهم فيسبوك بشكل متوسط في ترسيخ العادات والتقاليد الاجتماعية، وله تأثير إيجابي ملحوظ على تعميق القيم الأكاديمية، وبشكل عام، تتفاوت تأثيرات فيسبوك بين المستخدمين، حيث يشعر البعض بتأثيرات واضحة بينما لا يلاحظ آخرون تغييرات كبيرة.

بناءً على ذلك، يمكننا القول أن تأثير فيسبوك على مختلف الجوانب الحياتية يتراوح بين المعتدل والمحدود. بينما يظهر تأثيراً إيجابياً على تعميق القيم الأكاديمية واكتساب السلوكيات الجديدة، فإن تأثيره على إثراء المفردات اللغوية وترسيخ العادات الاجتماعية يظل محدوداً إلى متوسط، وبشكل عام، تتفاوت تأثيرات فيسبوك بين المستخدمين، حيث يشعر البعض بتأثيرات واضحة بينما لا يلاحظ آخرون تغييرات كبيرة.

جدول رقم (8)

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبداً		أحياناً		غالباً		ما أثار استخدامك للفيس بوك على هويتك الثقافية؟
			%	ك	%	ك	%	ك	
76.7	.770	2.30	18.8	15	32.5	26	48.8	39	يسهم في التعريف بالثقافة العربية والإسلامية
79.6	.703	2.39	12.5	10	36.3	29	51.2	41	يسهم في تقوية حب الوطن ومعرفة قضاياها
62.9	.827	1.89	40	32	31.3	25	28.7	23	يعزز الأخلاق ويبعدنا عن إثارة الغرائز الجنسية
74.2	.693	2.23	15	12	47.5	38	37.5	30	يكسبنا عادات تتسجم مع الدين والمجتمع
71.3	.823	2.14	27.5	22	31.3	25	41.3	33	يعزز لدينا مكانة اللغة العربية ويقويها
80.8	.632	2.43	7.5	6	42.5	34	50	40	يعزز ثقافتنا بثقافتنا المحلية والعربية
المتوسط العام = 2.25									

يبين الجدول رقم (8) تأثير كبير: 48.8% يشعرون أن فيسبوك ساهم بشكل كبير في التعرف على الثقافة العربية والإسلامية، مما يدل على تأثير إيجابي ملحوظ تأثير متوسط: 30.5% يرون أن التأثير كان "أحياناً"، مما يشير إلى وجود بعض الفائدة لكن ليس بشكل مستمر نسبة قليلة من عدم التأثير: 18.8% لا يرون أي تأثير، مما يشير إلى تباين في الآراء حول فعالية المنصة المتوسط (2.30) يعكس تأثيراً معتدلاً، مع انحراف (0.770) يدل على تباين في الآراء الأهمية النسبية (76.7%) تشير إلى تقدير جيد لأهمية فيسبوك في تعزيز المعرفة بالثقافة العربية والإسلامية، النتائج تشير إلى أن فيسبوك له تأثير كبير في التعرف على الثقافة العربية والإسلامية، حيث يشير عدد كبير من المستخدمين إلى استفادتهم من المحتوى الثقافي المتوفر على المنصة، تأثير إيجابي قوي: 51.2% يشعرون بأن فيسبوك ساهم بشكل كبير في تقوية حب الوطن ومعرفة القضايا الوطنية، مما يدل على تأثير واضح تأثير ملحوظ: 36.3% يرون أن التأثير كان "أحياناً"، مما يشير إلى استفادة متوسطة نسبة ضئيلة من عدم التأثير: 12.5% لا يرون أي تأثير، مما يدل على وجود بعض التنوع في الآراء المتوسط (2.93) يشير إلى تأثير قوي، مع انحراف (0.703) يدل على تباين منخفض في الآراء الأهمية النسبية (79.6%) تشير إلى تقدير كبير لدور فيسبوك في تعزيز حب الوطن والمعرفة بالقضايا الوطنية، النتائج توضح أن فيسبوك له تأثير كبير في تعزيز حب الوطن ومعرفة القضايا الوطنية، حيث يعبر معظم المستخدمين عن استفادتهم من المحتوى المتعلق بالوطنية على المنصة.

تأثير محدود: 28.7% يشعرون بأن فيسبوك ساهم بشكل كبير في تعزيز الأخلاق، مما يدل على تأثير ضعيف نسبياً، وتأثير معتدل: 31.3% يرون أن التأثير كان "أحياناً"، مما يشير إلى وجود فائدة ولكنها غير مستمرة، ونسبة مرتفعة من عدم التأثير: 40.0% لا يرون أي تأثير، مما يدل على عدم الرضا عن فعالية المنصة في هذا الجانب، والمتوسط (1.89) يشير إلى تأثير سلبي، مع انحراف (0.827) يدل على تباين ملحوظ في الآراء، والأهمية النسبية (62.9%) تشير إلى تقدير منخفض لدور فيسبوك في تعزيز الأخلاق والابتعاد عن الإثارة الجنسية، النتائج تشير إلى أن فيسبوك له تأثير محدود في تعزيز الأخلاق والابتعاد عن إثارة الغرائز الجنسية، حيث يشير عدد كبير من المستخدمين إلى عدم استفادتهم من المحتوى المتعلق بالأخلاق على المنصة، تأثير إيجابي ملحوظ: 37.5% يشعرون أن فيسبوك ساهم بشكل كبير في اكتساب عادات تتماشى مع الدين والمجتمع، مما يدل على تأثير جيد تأثير متوسط: 47.5% يرون أن التأثير كان "أحياناً"، مما يشير إلى استفادة ملحوظة لكن ليست دائمة، ونسبة صغيرة من عدم التأثير: 15% لا يرون أي تأثير، مما يشير إلى تباين في الآراء. المتوسط (2.23) يشير إلى تأثير ضعيف إلى متوسط، مع انحراف (0.693) يدل على تباين معتدل في الآراء، والأهمية النسبية (74.2%) تشير إلى تقدير جيد لدور فيسبوك في تعزيز العادات المتوافقة مع الدين والمجتمع، النتائج توضح أن فيسبوك له تأثير إيجابي على اكتساب عادات تتماشى مع الدين والمجتمع، حيث يشعر عدد كبير من المستخدمين بأن المنصة تساعدهم في تعزيز هذه العادات، وتأثير إيجابي ملحوظ: 41.3% يشعرون أن فيسبوك ساهم بشكل كبير في تعزيز مكانة اللغة العربية، مما يدل على تأثير جيد تأثير متوسط: 31.3% يرون أن التأثير كان "أحياناً"، مما يشير إلى وجود استفادة لكنها غير مستمرة. نسبة كبيرة من عدم التأثير: 27.5% لا يرون أي تأثير، مما يدل على تباين في الآراء حول فعالية المنصة في هذا الجانب، والمتوسط (2.14) يشير إلى تأثير ضعيف إلى متوسط، مع انحراف (0.823) يدل على تباين ملحوظ في الآراء، والأهمية النسبية (71.3%) تشير إلى تقدير جيد لدور فيسبوك في تعزيز مكانة اللغة العربية، النتائج تشير إلى أن فيسبوك له تأثير إيجابي على تعزيز مكانة اللغة العربية، حيث يشعر عدد كبير من المستخدمين بأن المنصة تلعب دوراً في تقوية اللغة، على الرغم من وجود تباين في الآراء حول هذا التأثير.

وتأثير قوي على العزل: 50% يشعرون أن فيسبوك يساهم بشكل كبير في عزل ثقافتهم عن الثقافات المحلية والعربية، مما يدل على تأثير واضح تأثير متوسط: 42.5% يرون أن التأثير كان "أحياناً"، مما يشير إلى وجود بعض المخاوف من العزل، ونسبة قليلة من عدم التأثير: 7.5% لا يرون أي تأثير، مما يدل على تباين في الآراء، والمتوسط (4.43) يشير إلى تأثير قوي على العزل الثقافي، مع انحراف (0.632) يدل على تباين منخفض في الآراء، والأهمية النسبية (80.8%) تشير إلى تقدير كبير لدور فيسبوك في عزل الثقافة عن الثقافات الأخرى.

النتائج تشير إلى أن فيسبوك له تأثير ملحوظ في عزل الثقافة المحلية والعربية، حيث يعبر عدد كبير من المستخدمين عن قلقهم من أن المنصة تسهم في هذا العزل الثقافي، وتشير نتائج الجدول أعلاه إلى أن فيسبوك له تأثير كبير في التعرف على الثقافة العربية والإسلامية وتعزيز حب الوطن والقضايا الوطنية. ومع ذلك، فإن تأثيره محدود في تعزيز الأخلاق والابتعاد عن إثارة الغرائز الجنسية. كما يساعد فيسبوك في اكتساب عادات تتماشى مع الدين والمجتمع وتعزيز مكانة اللغة العربية، رغم وجود تباين في الآراء حول هذا التأثير. من ناحية أخرى، يعبر عدد كبير من المستخدمين عن قلقهم من أن المنصة تسهم في عزل الثقافة المحلية والعربية.

النتائج العامة للدراسة:

- الفجوة بين الذكور والإناث في المشاركة في الدراسة تبلغ حوالي 15%، مما يعكس تمثيلاً نسبياً متقارباً.
- هناك توازن نسبي بين الفئات العمرية 21-38 و39 وما فوق، حيث تمثل الأخيرة حوالي ثلث العينة.
- أكثر من نصف المشاركين يقضون أكثر من ثلاث ساعات يومياً على فيس بوك، مما يشير إلى كونه جزءاً أساسياً من حياتهم اليومية.
- حوالي ثلث العينة يقضي ساعة إلى ثلاث ساعات على فيس بوك، مما يعكس توازناً بين الأنشطة اليومية الأخرى.
- فقط 15% من المشاركين يقضون أقل من ساعة على فيس بوك، مما يشير إلى أن قلة من المشاركين تفضل استخدام منصات أخرى.
- التسلية تُعتبر الدافع الرئيسي لاستخدام فيس بوك، حيث يستخدمه 68.8% من المشاركين لهذا الغرض.
- يأتي التواصل مع الأصدقاء في المرتبة الثانية كدافع لاستخدام فيس بوك بنسبة 53.8%.
- 80% من المشاركين يستخدمون فيسبوك لمتابعة الأخبار، مما يشير إلى أهمية المنصة كمصدر للمعلومات.
- يُظهر فيسبوك تأثيراً إيجابياً على تعميق القيم الأكاديمية واكتساب السلوكيات الجديدة، بينما تأثيره على تعزيز العادات الاجتماعية يبقى محدوداً.
- عدد كبير من المستخدمين يعبرون عن قلقهم من أن فيس بوك يسهم في عزل الثقافة المحلية والعربية، رغم تأثيره الإيجابي في التعرف على الثقافة العربية والإسلامية.

التوصيات:

- ضرورة تعزيز البرامج التي تشجع على مشاركة النساء في الدراسات والمشاركة الرقمية.
- تصميم محتوى يناسب اهتمامات الفئات العمرية المختلفة، خاصة تلك التي تمثل ثلث العينة.
- يجب أن تتضمن الأنشطة والمحتويات عناصر تفاعلية لجذب المستخدمين الذين يقضون وقتاً طويلاً على الفيس بوك.
- تشجيع المستخدمين على تنويع أنشطتهم الرقمية لتعزيز التوازن بين الاستخدام اليومي لفيسبوك والأنشطة الأخرى.
- تقديم نصائح وموارد للمستخدمين حول كيفية إدارة وقتهم على المنصة بفعالية.
- تطوير برامج ومحتوى ترفيهي وتعليمي يشجع على استخدام فيسبوك لأغراض إيجابية، مثل التعلم والتواصل الاجتماعي.
- توفير مصادر متنوعة للأخبار والمعلومات لتعزيز دور فيسبوك كمصدر موثوق للمعلومات.
- تشجيع المحتوى الذي يعزز القيم الاجتماعية الإيجابية ويعزز التواصل بين الأفراد.
- إجراء دراسات أعمق حول كيف يمكن أن يسهم فيسبوك في تعزيز الثقافة المحلية بدلاً من عزلها.
- إنشاء مجموعات ومنصات نقاش تشجع على تبادل الأفكار حول الثقافة العربية والإسلامية، مما يساعد في تقوية الهوية الثقافية.

المراجع:

1. كوشي ابتسام: المضامين الثقافية للمجالات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل وإعادة تشكيل هوية البطالين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة ورقلة، 2012-2013، ص 94.
2. عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور الشبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 32.
3. علي، محمد النوبي محمد، (2010)، ادمان الأنترنت في عصر العولمة، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان.
4. بوشليبي، ماجد، عيادي، يوسف (2006) ثقافة الأنترنت وأثرها على الشباب وقائع ندوة علمية، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة.
5. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيسبوك على المجتمع، ط 1، مدونة شمس النهضة، السودان (2010)، ص 6.
6. عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور الشبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 32.
7. عباس مصطفى الصادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، (2008)، ص 218.
8. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط 1، دار العلمية، مصر، 2003، ص 2.
9. أسعد السحمراني: ويلات العولمة على الدين واللغة والثقافة، دار النفائس، الأردن، 2002، ص 82.