



## الإشباع والحاجات المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتغير السلوك الحضري (دراسة ميدانية لدى طلبة جامعة صلاح الدين - أربيل)

ID No. 3986

(PP 181 - 201)

<https://doi.org/10.21271/zjhs.25.4.11>

شليور نوري صالح صباح أحمد نجار

قسم الاجتماع-كلية الآداب / جامعة صلاح الدين-أربيل

sabahn.najar1@su.edu.krd

Shler.salih1@su.edu.krd

الاستلام : 2021/03/04

القبول : 2021/05/31

النشر : 2021/08/15

### ملخص

تناولت الدراسة الحالية (الإشباع المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتغير السلوك) موضوعاً لها، وتلخصت مشكلتها بالسؤال الآتي : (ما هي العلاقة بين الإشباع المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتغير السلوك الحضري ؟) ، وتم اعتماد المنهج الوصفي بطريقة المسح الاجتماعي بالعينة، في هذه الدراسة. وشمل مجتمع الدراسة طلبة ستة كليات في جامعة صلاح، واختبرت الدراسة عينة حجمها (380) طالباً وطالبة تم إختيارهم عن طريق العينة العشوائية الطبقية من الكليات الستة.

وتم جمع البيانات من عينة الدراسة باستخدام الإستمارة الإستبائية. وتم اعتماد نظرية الإستخدامات والإشباع في هذه الدراسة، وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لغرض تحليل البيانات التي تم جمعها من وحدات الدراسة، والتوصل الى النتائج والإستنتاجات. ومن أهم الإستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة الحالية إن الإشباع والحاجات المهارية جاءت في المرتبة الأولى حسب رأي وحدات الدراسة إذ أنها تتحقق لهم من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وإن الذكور يحققون إشباعاتهم وحاجاتهم من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي بمعدل أعلى من الإناث، وإن طلبة الكليات ذات التخصص التطبيقي يحققون إشباعاتهم وحاجاتهم بمعدل أعلى من طلبة الكليات ذات التخصص الإنساني. وكذلك تبين أن الإناث يتغير سلوكهم الحضري بمعدل أعلى من الذكور نتيجة لإستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وإن طلبة الكليات ذات التخصص الإنساني يتغير سلوكهم الحضري نتيجة لإستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي بمعدل أعلى من طلبة الكليات ذات التخصص التطبيقي. وكذلك تبين وجود إرتباط معنوي جداً بين الإشباع الكلية التي يحققها طلبة الجامعة من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي مع المؤشرات الكلية لتغير السلوك الحضري، أي أنه كلما زادت الإشباع التي يحققها الطلبة إزداد التغير في سلوكهم الحضري، وتبين أيضاً وجود إرتباط معنوي جداً بين الإشباع الكلية التي يحققها طلبة الجامعة من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي مع المؤشرات الإيجابية الكلية لتغير السلوك الحضري، أي أنه كلما زادت الإشباع التي يحققها طلبة الجامعة مع المؤشرات السلبية الكلية لتغير السلوك الحضري، أي أنه كلما زادت الإشباع التي يحققها طلبة قل التغير في سلوكهم الحضري بصورة سلبية.

**الكلمات المفتاحية :** التواصل الاجتماعي، شبكات التواصل الاجتماعي، السلوك، السلوك الحضري.

### المقدمة

**أولاً : عناصر الدراسة : إشكالية وأهداف الدراسة وأهمية الدراسة**

**أ- إشكالية الدراسة :**

تكمن إشكالية الدراسة الحالية في الإقبال الكبير لطلبة الجامعات من فئة الشباب على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث وصل الى حد الادمان ، حيث يستخدم الطلبة هذه الشبكات لغرض تحقيق إشباعات مختلفة مثل الإشباعات والحاجات المعرفية، الإشباعات والحاجات الاجتماعية، الإشباعات والحاجات النفسية، الإشباعات والحاجات المهارية، و الإشباعات والحاجات الترفيهية. وبالتالي لابد من معرفة العلاقة بين الإشباع التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي لطلبة الجامعة عند استخدامهم لها والتغير الحاصل في سلوكهم الحضري، خاصة بعد ظهور العديد من شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها المستمر من قبل الطلبة والذي بدوره أدى الى تغير ملحوظ في سلوكهم الحضري، لذلك تسعى الدراسة الحالية الى الإجابة على

السؤال الآتي : ( مالعلاقة بين الإشباعات المتحققة من إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي وتغير السلوك الحضري لدى طلبة الجامعة ؟ )

ب- أهداف الدراسة :

يمكن توضيح أهداف الدراسة الحالية من خلال ما يأتي :

- 1- التعرف على الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- التعرف على أبرز مؤشرات تغير السلوك الحضري لدى طلبة الجامعة نتيجة لإستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3- التعرف على دلالة الفروق في الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغيرات (النوع الإجتماعي، الخلفية الإجتماعية، التخصص، عدد أفراد الأسرة).
- 4- التعرف على دلالة الفروق في مؤشرات تغير السلوك الحضري تبعاً لمتغيرات (النوع الإجتماعي، الخلفية الإجتماعية، التخصص، عدد أفراد الأسرة).
- 5- التعرف على العلاقة بين الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي ومؤشرات تغير السلوك الحضري لدى طلبة الجامعة.
- 6- التعرف على العلاقة بين الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي والمؤشرات الإيجابية والسلبية لتغير السلوك الحضري.

### ج- أهمية الدراسة

يمكن تسليط الضوء على أهمية الدراسة الحالية من خلال جانبين وهما الأهمية النظرية والأهمية التطبيقية وفيما يأتي توضيح لهما :

#### 1- الأهمية النظرية للدراسة الحالية :

تتجلى الأهمية النظرية للدراسة الحالية فيما يمكن أن تضيفه الى التراكم العلمي والمعرفي في مجال علم اجتماع الاعلام وعلم النفس الاجتماعي خصوصاً وعلم الاجتماع عموماً ، وكذلك في إثراء المكتبات بدراسة عن " **الإشباعات والحاجات المتحققة من إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقتها بتغير السلوك الحضري** " ، فضلاً عن ذلك فإن منظور الدراسة بهذه الصيغة يمكن أن يشكل قاعدة معرفية ونظرية وتطبيقية للباحثين الآخرين ، مما يساهم في تسهيل البحث العلمي للدراسات اللاحقة في هذا المجال . بالإضافة الى ذلك فإنها تعد مرجعاً للمختصين في منظومة التعليم العالي بما يخدم تقدم ونهوض المجتمع نحو الأفضل وخاصة في هذه الحقبة الزمنية التي تشهد تطوراً تكنولوجياً سريعاً وخاصة في مجال لشبكات التواصل الاجتماعي ، إذ أنه يصبح من الضروري توفر بحوث علمية تعالج المشكلات التي تصاحب هذا التطور .

#### 2- الأهمية التطبيقية للدراسة الحالية :

إن الأهمية التطبيقية للدراسة الحالية تتجلى في كونها تعالج أحد المواضيع الحيوية وثيقة الصلة بشريحة هامة من المجتمع الا وهي طلبة الجامعة . وإن النتائج التي تتوصل إليها الدراسة الحالية قد تساعد منظومة التعليم العالي بكافة مؤسساتها على فهم أغراض استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعة ومدى تأثيرها على تغير سلوكهم الحضري. وعلى ضوء النتائج المهمة التي تتوصل إليها الدراسة الحالية من خلال الدراسة الميدانية ، تتمكن الدراسة الحالية من وضع العديد من المقترحات والتوصيات الهامة وذلك للحد من التغيرات السلبية الملاحظة في السلوك الحضري لطلبة الجامعة والناجمة عن الاستخدامات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي .

#### د- حدود الدراسة :

تقتصر حدود الدراسة الحالية على عينة من طلبة جامعة صلاح من كلا الجنسين (ذكور وإناث) في المرحلة الدراسية الرابعة ضمن الإختصاصات الإنسانية في كليات (الآداب، واللغات، والقانون)، والإختصاصات العلمية في كليات (الهندسة، والعلوم، والزراعة).

ثانياً : تعريف مفاهيم الدراسة :

- المفاهيم الثانوية :

أ- مفهوم التواصل الإجتماعي :



- فالتواصل هو عملية إجتماعية تعكس التواصل الإنساني، تتباين أشكالها وأهدافها، وتتأسس على المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل، وتعتمد على أساليب وتقانات ومناهج متباينة في أشكالها ومضامينها، وتختلف أنماط التواصل باختلاف ظروف الحياة المختلفة في المجتمعات. أما مصطلح "إجتماعي" يشير إلى إحدى الإحتياجات الغريزية التي لا غنى للناس عنها في بناء حياتهم، فطبيعة الحياة البشرية تقتضي تواصل الناس مع بعضهم البعض (الجبوري، 2019، ص 11).

ب- مفهوم السلوك :

- "سلك" : أي نشاط: جسمي ، عقلي ، إجتماعي ، أو انفعالي - يصدر من الكائن الحي نتيجة لعلاقة دينامية وتفاعل بينه وبين البيئة المحيطة به ، وهو عبارة عن استجابة أو استجابات لمثيرات معينة ، وهو خاصة أولية من خصائص الكائن الحي . " السلوك : مصدر ، سلك طريقاً ، وسلك المكان يسلكه سلكاً وسلوكاً وسلوكه غيره وفيه وأسلوكه إياه وفيه وعليه" (الحجازي، 2012، ص 224).

- المفاهيم الأساسية :

أ- شبكات التواصل الإجتماعي :

- وتعرف على أنها الشبكات الألكترونية التي توفر فيها تطبيقات الأنترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن شبكة أو نظام معين، وتوفر وسيلة إتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي تلك الشبكة أو النظام عبر الإنترنت (شمس الدين، 2019، ص 87).

وتوصلت الدراسة الحالية الى صياغة تعريف إجرائي لمفهوم شبكات التواصل الإجتماعي ألا وهو :

- شبكات التواصل الإجتماعي : وهي منظومة من الشبكات الألكترونية على شبكة الانترنت العالمية (World Wide Web) تتضمن الفيسبوك، الماسنجر، الفاير، الأنستجرام، السنابجات، الواتساب، واليوتيوب والتي تؤدي دوراً إجتماعياً من خلال تقديمها حزمة من الخدمات الإللكترونية التي توطن أواصر التواصل والتفاعل في بيئة مجتمع افتراضي بين مستخدميها ، ويتمثل ذلك بإرسال طلبات التعارف والصدقة، وإرسال الرسائل الخاصة ، والمحادثات الفورية ، والاطلاع على الملفات الشخصية لمعرفة الأخبار والمعلومات التي يتيحها المشتركين فيها للعرض ، وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو ، وإنشاء الصفحات الشخصية والمدونات و مجموعات تستقطب ذوي الإهتمام الواحد وغيرها ، حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر أو الترويج لسلعة أو منتج معين وإنجاز الأعمال في هذا المجتمع إفتراضي.

ب- مفهوم السلوك الحضري : نظراً لعدم وجود تعريف نظري لمفهوم السلوك الحضري في المصادر العلمية لذلك فقد إستندت الدراسة الحالية في صياغتها لتعريف مفهوم السلوك الحضري على الدراسات الإستطلاعية الثلاث التي أجرتها حول موضوع الدراسة ومن خلال الملاحظة الدقيقة والمستمرة لسلوك الطلبة في جامعة صلاح الدين، سواء الذين يسكنون في المدينة بصفة دائمية، أو ومن يسكنون خارج المدينة ويعيشون أثناء العام الدراسي في الأقسام الداخلية التابعة للجامعة، أو في بيوت أقاربهم، أو يزورون المدينة يومياً ويمكنون فيها أثناء ساعات الدوام الرسمي في الجامعة ثم يغادرونها عند إنتهاء الدوام. وبذلك توصلت الدراسة الحالية الى صياغة تعريف إجرائي لمفهوم السلوك الحضري ألا وهو :

- السلوك الحضري : المقصود بالسلوك الحضري في هذه الدراسة هو السلوك الذي يسلكه الطالب الجامعي الذي يدرس في جامعة صلاح الدين الواقعة في مدينة أربيل، من حيث تفكيره وكلامه وملبسه ومأكله وعاداته اليومية وغيرها مما يندرج تحت مسمى السلوك الحضري والذي يُميز من يعيش في المدينة المذكورة أو يرتادها بإعتبارها بيئة حضرية لها ما يميزها كثيراً عن البيئة الريفية.

**ثالثاً : الدراسات السابقة المشابهة لموضوع الدراسة الحالية :**

1- دراسة (صلاح محمد أبو صلاح . 2016 ) الموسومة بـ ( استخدامات طلبة الجامعات لشبكات التواصل الإجتماعي

والإشباع المتحققة - دراسة ميدانية )، وهي دراسة منشورة.

هدفت الدراسة الى :



- 1- التعرف الى إستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الفلسطينية والإشاعات المتحققة من هذه الاستخدامات.
  - 2- التعرف الى أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة الجامعات الفلسطينية ، وما هي الأكثر استخداماً لديهم .
  - 3- التعرف الى دوافع إستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الفلسطينية .
  - 4- التعرف الى مدى ثقة طلبة الجامعات الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي .
  - 5- التعرف الى تأثير استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي على متابعتهم لوسائل الإعلام الأخرى .
  - 6- التعرف الى أبرز الإيجابيات والسلبيات لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية .
- أعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح الإجماعي، وتمثل مجتمع الدراسة في جميع الطلبة الجامعيين في الجامعات الفلسطينية النظامية الرئيسية الثلاث بمحافظة غزة وهي : الجامعة الإسلامية، جامعة الأقصى، جامعة الأزهر، والبالغ عددهم (52576) طالباً وطالبة . وإستخدم الباحث في هذه الدراسة العينة العشوائية الطبقية والتي بلغ عدد افرادها (390) طالباً وطالبة. وإستخدم الباحث البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل بيانات الدراسة وإستخراج النتائج.
- 1- بينت الدراسة أن غالبية المبحوثين وبنسبة (70.5%) يعتبرون أهم المواضيع التي يتابعونها في شبكات التواصل الاجتماعي هي المواضيع الترفيهية.
  - 2- كشفت الدراسة أن غالبية المبحوثين وبنسبة (64.3%) يعتبرون أن إستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر الى حد كبير على تحصيلهم الدراسي.
  - 3- كشفت الدراسة أن أبرز الإشاعات المتحققة لدى المبحوثين هي إشاعات التفاعل الاجتماعي بنسبة (35.7%)، وهي أعلى نسبة.
  - 4- بينت الدراسة أن (9.8%) من المبحوثين، وهي أعلى نسبة، يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي عرقتهم بأحداث وقضايا عديدة.
  - 5- وضحت الدراسة أن (52.6%) من المبحوثين، وهي أعلى نسبة، يحصلون على الأخبار والمعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

## 2- دراسة (عبد الرزاق الدليمي .2014) الموسومة بـ (إستخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي

**وإشاعاتها)** وهي دراسة منشورة في مجلة علوم الإنسان والمجتمع ، عمان، الاردن.

ومن إهم الأهداف التي سعت هذه الدراسة إلى تحقيقها ما يأتي :

- 1- معرفة الإشاعات المطلوبة التي يسعى الشباب في الجامعات الأردنية الى تليبيتها من خلال إستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي .
  - 2- بيان الصلة بين دور المتغيرات (الجنس ، المرحلة الدراسية ، العمر ، التخصص ) وطبيعة الاستخدامات والإشاعات.
- إستخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بطريقة المسح الاجتماعي بالعينة وذلك لتوضيح وتفسير وتقييم نتائج الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة جامعتي اليرموك والبالغ عددهم (40000) طالب وطالبة، وجامعة البترا والبالغ عددهم (7465) طالب وطالبة، وقام الباحث بإستخدام العينة العشوائية، والتي بلغ عدد أفرادها (412) طالباً وطالبة. وقام الباحث بإستخدام الإستمارة الإستبائية لجمع البيانات من عينة الدراسة ، وإستخدم الباحث قانون النسبة المئوية لتحليل بيانات الدراسة وإستخراج النتائج.
- أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :
- 1- توصلت الدراسة الى أن (86.21%) من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تحقق إشباع إجتماعي من خلال خلق جو إجتماعي وتواصل بين الزملاء.
  - 2- توصلت الدراسة الى أن (81.06%) من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تحقق إشباع معرفي من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة.
  - 3- توصلت الدراسة الى أن (80.72%) من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تحقق إشباع معرفي من خلال تزويدهم بمعلومات عن العالم.
  - 4- توصلت الدراسة الى أن (80.48%) من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تشبع رغبة حب الإستطلاع لديهم.

5- توصلت الدراسة الى أن (74.70%) من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الإجتماعي تحقق إشباعاً نفسياً من خلال تجاوز الخجل لدى المنطوين نفسياً من الطلبة.

6- توصلت الدراسة الى أن (69.75%) من المبحوثين يرون أن استخدام شبكات التواصل الإجتماعي يقلل الشعور بالنقص لدى الطلبة.

3- دراسة ريتا نجوروجي ( RITA NJOROGI 2013 )

#### IMPACTS OF SOCIAL MEDIA AMONG THE YOUTH ON BEHAVIOR CHANGE

( تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على تغيير السلوك بين الشباب ) :

إن مشكلة هذه الدراسة تكمن في محاولتها معرفة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب .

وإن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو معالجة تأثير وأثار شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب الكيني خاصة في الجامعات وعلى الطريقة التي يستخدمون بها هذه الوسائل و عواقب ذلك الاستخدام على سلوكهم . وقد تلخصت الأهداف المحددة لهذه الدراسة فيما يأتي :

- 1- تحديد كيفية استخدام الشباب في كينيا لشبكات التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية.
- 2- لتحديد ما إذا كان الشباب في كينيا يفضلون شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال على عكس الطرق التقليدية.

3- معرفة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التغييرات السلوكية بين الشباب الكيني.

4- تحديد المخاطر التي تأتي مع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب الكيني.

إعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي بطريقة المسح الاجتماعي . وقد شمل مجتمع الدراسة 4 جامعات منتقاة في نيروبي - كينيا . وقد استخدمت هذه الدراسة العينة العشوائية البسيطة وشملت ( 80 ) طالباً جامعياً من الشباب ومن الجنسين في 4 جامعات وهي نيروبي و JKUAT و U.S.I.U و كينياتا . وإستخدمت هذه الدراسة الإستبانه كأداة لجمع المعلومات ، وقد تم تحليل البيانات بإستخدام البرنامج الإحصائي SPSS .

ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة :

1- وتبين أن الشباب وبنسبة 72.6% يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لإنجاز واجباتهم في الجامعة .

2- وتبين أن الشباب وبنسبة 35.6% يعتقدون بأن استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي رفع من مكاتهم الاجتماعية وزاد من إحترام أصدقائهم لهم .

3- وتبين من نتائج الدراسة أن 63 % من الشباب يعتقدون بأن شبكات التواصل الاجتماعي تساعدهم في الحفاظ على التواصل مع الأصدقاء القدامى وخلق علاقات صداقة جديدة .

4- وتبين من نتائج الدراسة أن 16.7 % من الشباب يعتقدون بأن شبكات التواصل الاجتماعي حسنت خبراتهم .

5- وتبين من نتائج الدراسة أن 16.7 % من الشباب يعتقدون بأن شبكات التواصل الاجتماعي زادت من معرفتهم .

مناقشة الدراسات السابقة :

تتفق الدراسة الحالية في بعض أهدافها وفي منهجها مع دراسة (صلاح محمد أبو صلاح . 2016 ) ودراسة (عبد الرزاق الديلمي 2014) و(دراسة نجوروجي. 2013 ) ، وتتفق في بعض نتائجها مع الدراسات الثلاثة المذكورة.

رابعاً : التوجهات النظرية :

إعتمدت الدراسة الحالية في إطارها النظري وفي بناء فروضها على نظرية الإستخدامات والإشباع. وهذه النظرية تعتبر من النظريات المهمة في مجال الدراسات الإعلامية الحديثة على أساس أنها تحاول فهم عملية الإعلام، وكذلك تحاول أن تستكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام، وما دوافع تعرضهم التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون، أو شراء وقراءة الصحف، أو سماع برامج الإذاعة، أو التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي (أبو صلاح، 2016، ص87). وتعني هذه النظرية أن الأفراد والجمهور يستخدمون المواد الإعلامية من أجل الإشباع لرغباتهم وحاجاتهم الكامنة الداخلية، حيث إن الأفراد والجمهور هم الذين يحددون نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبون فيه ، وأن دور وسائل الإعلام لايتعدى تلبية الحاجات والرغبات فقط(كافي، 2016، ص270).



وتسعى نظرية الإستخدامات والإشباع الى قياس مجموعة من الفروض تتعلق بكيفية إستخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباع التي يسعون الى تحقيقها من وراء هذا الإستخدام ، وهي كالآتي :

1- إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور يتسم بالإيجابية والفاعلية والنشاط(ساري،2016، ص111). إذ أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم(مراد،2014، ص140) .

2- سلوك جمهور وسائل الإعلام هو سلوك قصدي تحكمه أهداف وله دوافع(مجموعة من الباحثين،2017، ص60). أي إن السلوك الاتصالي سلوك هادف Purposive وذو دوافع Motivated ، ويسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال إستخدام هذه الوسائل(أمين،2007، ص70).

3- يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الإعلام بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة وجمهورها ، فهذه العوامل تعمل بمثابة المرشح أو الفلتر لإستجابات الفرد السلوكية تجاه وسائل الإعلام(أمين،2007، ص70). إذ تلعب الإستعدادات الإجتماعية والنفسية دوراً في سلوك الأفراد ذاك(مجموعة من الباحثين،2017، ص60).

4- يستخدم الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق دوافع نفسية وإجتماعية عديدة ويهدف الى تلبية حاجات معينة(ساري،2016، ص111). إذ أن جمهور وسائل الإعلام يسعى الى إشباع حاجة معينة من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية(كنعان،أ،2014، ص179). وتختلف درجة إشباع الحاجات وفقاً لإختلاف وسائل الإعلام(عياد،2016، ص286).

5- يعبر إستخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور(مراد ،2014، ص140) ، والتي يرغبون بتحقيقها . وتتحكم في ذلك أمور ، منها : الفروق الفردية ، والتفاعل الاجتماعي(كنعان،أ،2014، ص178).

6- تختلف الحاجات والدوافع بإختلاف الأفراد ، وبالتالي نجد إختلاًفاً في نماذج السلوك وإختيار المحتوى ، ويترتب على ذلك إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الإختيار(عياد،2016، ص286).

7- يتصف جمهور وسائل الإعلام بالقدرة على تحديد أهدافه وحاجاته ، وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام(ساري،2016، ص111).

8- إن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن إختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته ، فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات ، ويحاول إشباعها من خلال إستخدام الوسائل الإعلامية المتعددة(كنعان،أ،2014، ص179).

9- إن أعضاء الجمهور هم اللذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم(مراد،2014، ص140). أي ان الأفراد يختارون المحتوى الإعلامي لإشباع حاجاتهم أو رغباتهم(مجموعة من الباحثين،2017، ص60).

10- يمتلك الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات وإختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع هذه الحاجات. إذ إن الجمهور هو وحده القادر على الحكم على قيمة العلاقة بين حاجاته وإستخدامه لوسيلة أو محتوى معين ، فالناس قد يستخدمون نفس المحتوى بطرق مختلفة ، فضلاً على أن المحتوى نفسه يمكن أن يكون له نتائج مختلفة على الجمهور نفسه(ساري،2016، ص111). والجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لإستخدامه وسائل الإعلام ، لأنه هو الذي يحدد إهتماماته وحاجاته ودوافعه ، وبالتالي إختيار الوسائل التي تشبع حاجاته (أبو صلاح ، 2016، ص91). لذلك يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاته ورغباته الشخصية ، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو إستجابة لإحتياجاته الأساسية ، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاته ويلبي رغباته ، كالبحت عن المعلومات لحل مشكلة ما(أمين،2007، ص69-70).

11- تتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة : الإتصال الشخصي ، والمؤسسات التعليمية ، والأسرة ، ومؤسسات أخرى عديدة(ساري،2016، ص111).

12- تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الاتصال الأخرى على عمليات الانتباه والانتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته ورغباته ، فهناك علاقة مؤكدة بين الاتصال الشخصي والجماهيري ، حيث أن الطريقة التي تلبى بها وسائل الإعلام الإحتياجات تختلف من فرد لآخر بإختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد(أمين،2007، ص71).

تقول هذه النظرية أن جزءاً مهماً من إستخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد ، وهم يقومون بإختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع إحتياجاتهم مثلما قال (مارك ليفي ) هناك خمسة أهداف من إستخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة ، التوجه المعرفي ، عدم الرضا ، التوجه العاطفي ، التسلية ) (مراد ،2014، ص138).

وتسعي نظرية الاستخدامات والإشباعات الى تحقيق الأهداف التالية :

1- السعي الى إكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر الى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2- الكشف عن دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال ، والتفاعل الذي يحدث نتيجةً لهذا التعرض (أبو صلاح ، 2016، ص90).

3- الكشف عن "الإشباعات المطلوبة" التي يسعى الفرد الى تلبيتها من خلال إستخدامه لوسائل الإتصال "والإشباعات المختلفة" من وراء هذا الإستخدام (مبروك، 2015، ص58).

4- التأكيد على نتائج إستخدام وسائل الإتصال بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري (التميمي، 2017 ، ص137).

5 - الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الإستخدام" و"أنماط التعرض" لوسائل الاتصال و الإشباعات الناتجة عن ذلك (مراد، 2014، ص141).

6- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من إستخدامات الوسائل وإشباعاتها (مبروك، 2015، ص58).

خلاصة حول نظرية الإستخدامات والإشباعات وأهميتها بالنسبة للدراسة الحالية :

إن نظرية الإستخدامات والإشباعات تركز على الفرد الذي يستخدم وسائل الإتصال ويني سلوكه الإتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع إحتياجاته. ولتحديد إستخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة، فإن كثير من الدراسات السابقة تحققت من الإفتراض بوجود إرتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة لتحديد دوافع الإستخدام (الدليمي، 2019، ص63).

حيث تركز هذه النظرية على مفهوم الجمهور النشط ، الذي يبحث عن الوسيلة والمضمون الذي يريد ، فهو يعرف ما يريد قبل التوجه اليه ، لذا يمكن القول إن توجه طلبة الجامعات للإتترنت لم يكن -على إفتراض هذه النظرية- غير مبرر ، بل إنه فعل يمكن تفسير دوافعه من قبل المستخدم نفسه ، وأن الدافع لذلك التعرض هو الحاجة الى الإشباع ، والحاجة لها تأثير في توجيه السلوك (كنعان، أ، 2014، ص190-191).

ويعزى إفتراض الجمهور النشط الى إهتمام الباحثين بدراسة أسباب إستخدام الأفراد لوسائل الإعلام ، وسلوكهم تجاه هذه الظاهرة . فالجمهور في نظرية الإستخدام والإشباع هو العنصر الأساس الذي ظهر أثناء مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد ، ويتعرض له ، ويتحكم في إختيار الوسيلة التي تقدم المحتوى المطلوب. لذا يفترض هذا المدخل أن إشباع الحاجة التي أملاها الدافع يتم من خلال وسيلة اتصالية معينة يختارها الفرد ، لا من خلال التعرض لأي وسيلة إتصالية (كنعان، أ، 2014، ص180).

وقد تجاوز مدخل الإستخدامات والإشباعات المفهوم الذي كان سائداً بأن الجمهور هو مجرد متلقي سلبي، فبظهور هذا المدخل ظهر أيضاً مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الإعلامي الذي يليب إشباعاته ويناسبه، من حيث الثقافة والدخل والجنس والتوجه، وبات هذا الجمهور يتحكم بإختيار الوسيلة الإعلامية التي تقدم المضمون الذي ينشده، الأمر الذي تجدر الإشارة اليه هنا هو أن المضمون الإعلامي الواحد يحقق إشباعات متفاوتة لدى فئات من الجمهور، فمثلاً برنامج يحوي مشاهد عنف (قد يكون مادة ترفيهية بالنسبة للبعض ومادة تعليمية بالنسبة للبعض الأخر)، والعكس صحيح أيضاً، وذلك إستناداً الى الدوافع التي حدث بالمتلقي الى التعرض لهذا البرنامج أو ذاك، وهذا يتوقف بالطبع على الإشباعات التي يحققها هذا التعرض بالنسبة للمتلقي (المزاهرة، 2018، ص177).

وتعني هذه النظرية أن الأفراد والجمهور يستخدمون المواد الإعلامية من أجل الإشباع لرغباتهم وحاجاتهم الكامنة الداخلية، حيث إن الأفراد والجمهور هم الذين يحددون نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبون فيه ، وأن دور وسائل الإعلام لا يتعدى تلبية الحاجات والرغبات فقط (كافي، 2016، ص270).

بعد إستعراض أهم الجوانب الرئيسية المتعلقة بنظرية الإستخدامات والإشباعات، يمكن القول نسبياً بأن هناك قواسم مشتركة تجمع بين طروحات هذه النظرية وترابطها بموضوع الدراسة الحالية، عليه يمكن القول بأن الباحثة تتبنى جوانب من نظرية الإستخدامات والإشباعات للتعرف على ما يأتي

1-الإشباعات التي تلبتها شبكات التواصل الاجتماعي لطلبة الجامعة.

2- العلاقة بين الإشباعات وبعض الخصائص الشخصية لوحدات الدراسة.



- 3- التعرف على أبرز مؤشرات تغير السلوك الحضري لدى طلبة الجامعة نتيجة لإستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.
- 4- التعرف على العلاقة بين مؤشرات تغير السلوك الحضري وبعض الخصائص الشخصية لوحدات الدراسة.
- 5- التعرف على العلاقة بين الإشباع المتحققة من استخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي ومؤشرات تغير السلوك الحضري لدى طلبة الجامعة.
- خامساً : وظائف شبكات التواصل الإجتماعي :
- 1- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الإتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الإتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالإتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في إطار واقع وهمي أو إفتراضي يرسم أطراف الإتصال، حيث لا يتم الإتصال وجهاً لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.
- 2- سهولة الإتصال بالشبكات الإخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوافر الآلاف من الشبكات الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.
- 3- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام محلي أو أقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الإنترنت وبصفة خاصة الشبكات الإخبارية، المنتشرة فيها، مما يجعلنا نطلق على هذه الشبكات " الشبكات الرقمية التعبوية" التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية (الدليمي، 2019، ص: 281).
- 4- غياب المصادر وتحري المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها السلبى في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية.
- 5- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الإتصال والمعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة.
- 6- نجد أن هناك توسعاً في إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدماً ملموساً للإستفادة من الإنترنت في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وإنتشرت المفاهيم والإستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الإفتراضي والفصول الإفتراضية، وغيرها التي تشير الى وظيفة الحواسيب والشبكات في التعليم.
- 7- أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبيراً لدى المعلنين وخصوصاً بالنسبة للشبكات التي تحقق نسبة أكبر في الإستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلاً الى إتخاذ القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويلاً لهذه الشبكات والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة (الدليمي، 2019، ص: 282).
- 8- مع إنتشار برامج المسابقات والألعاب على شبكة الإنترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات عمرية عديدة، أسهم الإعلام الجديد في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من إذاعة للمواد الإعلامية التي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها (الدليمي، 2019، ص: 283).
- سادساً : منهجية الدراسة :
- تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تعتمد على جمع الحقائق وتفسيرها لإستخلاص النتائج منها، وإعتمدت الدراسة الحالية المنهج الوصفي بطريقة المسح الإجتماعي بالعينة، وشمل مجتمع الدراسة طلبة ستة كليات في جامعة صلاح وهي كليات الآداب، اللغات، القانون، الهندسة، العلوم، والزراعة، وإختبرت الدراسة عينة حجمها (380) طالباً وطالبة تم إختيارهم عن طريق العينة العشوائية الطبقية من الكليات الستة المذكورة. وإستخدمت الدراسة الحالية الإستمارة الإستبائية لجمع المعلومات من عينة الدراسة، وتم إستخدام البرنامج الإحصائي SPSS لغرض تحليل البيانات والتوصل الى الإستنتاجات. وتتكون أداة جمع البيانات في الدراسة الحالية من المقابلة غير المقننة مع الطلبة بهدف جمع المعلومات والملاحظة البسيطة والإستمارة الإستبائية التي ضمت بدورها مجموعة من الأسئلة المتعلقة بخصائص العينة بالإضافة إلى مقياس الإشباع والحاجات.





والمقیاس هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المغلقة التي ترتب على نحو معين لإعطاء درجة أو مجموع درجات بناءً على إجابات المبحوث على كافة أسئلة المقياس (الجوهري، 2009، ص 131). وهناك بعض المقاييس التي وضعت لوصف النشاط الظاهر، وتلك التي وضعت لوصف السمات الفيزيائية (الجسمانية) للأفراد أو تشكيلات الأشياء الثقافية (الجوهري، 2009، ص 131). وهناك ثلاث طرق شائعة ومعترف بها لبناء المقاييس، يُعرف كل منها بإسم مبتكره : وهي مقياس ثرستون، ومقياس ليكرت، ومقياس جوتمان (الجوهري، 2009، ص 133).

وتستخدم الدراسة الحالية مقياس ليكرت الثلاثي نظراً لتلائمه مع عينة الدراسة ومجتمعها. وفي هذه الطريقة يبدأ الباحث ببناء المقياس وذلك عن طريق وضع مجموعة كبيرة ومتنوعة من العناصر أو العبارات. ثم يقوم بتجربة المقياس بشكله هذا على عينة كبيرة من المبحوثين، وبعد التطبيق يقرر الباحث بنفسه ما إذا كانت الموافقة على كل عنصر تعد ملائمة أو غير ملائمة. بعد ذلك تعطي كل إجابة درجة معينة على المقياس، ثم تضاف درجات كل الإجابات (أو العناصر) فيتكون لدينا مجموع الدرجات الكلي. بعد ذلك يتم الربط بين الدرجات التي حصل عليها كل عنصر على حدة من عينة الدراسة وبين مجموع الدرجات الكلي التي حصل عليها كل أفراد العينة على كافة العناصر الوادة في مجموعة العناصر الأولية التي يبدأ بها الباحث عملية تصميم المقياس. عندئذ يتم إستبقاء العناصر التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمجموع الكلي لدرجات المقياس، وتستبعد العناصر الأخرى. وبعدها يكون لدينا مقياس يتكون من أسئلة تتميز بدرجة عالية من الإتساق المتبادل، بمعنى أن المبحوث يمكن أن يجيب نفس الإجابات أو قريباً منها على الأسئلة التي تم إستبقاؤها في المقياس. ويصبح المقياس جاهزاً للإستخدام عندما يتم إختصاره إلى عدد محدود نسبياً من العناصر التي تتميز بدرجة عالية من الإتساق الداخلي (الجوهري، 2009، ص 135).

وفيما يخص مقياس (الإشباع والاحتاجات) فقد إستفادت الباحثة من الفقرات الواردة في بعض الدراسات السابقة وقد أعادت صياغتها بأسلوب يتناسب وإجراءات الدراسة الحالية، بالإضافة إلى المعلومات التي تم الحصول عليها من الدراسات الإستطلاعية الثلاثة التي أجرتها والملاحظة البسيطة والمقابلة المقننة والتي إستمدت منها الباحثة فكرة صياغة بقية الفقرات. وفيما يخص مقياس مؤشرات السلوك الحضري فنظراً لعدم وجود دراسات سابقة تتناول هذا النوع من المقاييس فقد إستندت الباحثة إلى المعلومات التي تم الحصول عليها من (الدراسات الإستطلاعية الثلاثة المذكورة بالإضافة إلى الملاحظة البسيطة والمقابلة المقننة) في صياغة فقرات هذا المقياس وتطلب ذلك جهداً كبيراً ووقتاً كثيراً من الباحثة.

#### - إختبار معامل الصدق (Validity) والثبات (Reliability) للإستمارة الإستبائية (الإتساق):

من العناصر الأساسية لصلاحيه الإعتماد على نتائج الإستمارة الإستبائية إختبارها من حيث معامل الصدق ويقصد به أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه ويساوي رياضياً الجذر التربيعي لمعامل الثبات أي كلما أقترب من الواحد دل ذلك على صدق الإستمارة الإستبائية والعكس صحيح إذا إقترب من الصفر وعموماً إذا كانت قيمته أكبر من (0.80) دل ذلك على ثبات وصدق الإستمارة الإستبائية وإمكانية التعويل والإعتماد على نتائجها. كذلك سيتم هنا قياس معامل الثبات والذي يعني إستقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه (ثبات إجابات المبحوثين وعدم إستخدام العشوائية في إختيار الإجابة)، أي أنه يعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة. وعلى هذا الأساس سيتم إستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alfa)، ومعامل الثبات يأخذ قيماً تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر أو أقل من (0.60)، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام فإن قيمة المعامل تساوي واحد وعلى العموم يكون هناك ثبات إذا كانت قيمة المعامل أكبر من (0.60). لذلك سيتم قياس صدق وثبات الإستمارة الإستبائية لكل محاورها وأبعادها وتلخيصها من خلال الجدول الآتي:

#### جدول ( )

#### إختبار كرونباخ ألفا لقياس صدق وثبات الإستمارة الإستبائية

المحور	عدد العبارات	معامل كرونباخ-ألفا	معامل الصدق
المحور الأول : الإشباع والاحتاجات	23	0.828	0.9099
المحور الثاني : مؤشرات تغير السلوك	135	0.935	0.9670
المؤشر الأول: تغير نوعية التواصل	14	0.711	0.8432
المؤشر الثاني: تغير الصداقة	5	0.608	0.7797
المؤشر الثالث: تغير العلاقات الإجتماعية	12	0.568	0.7537
المؤشر الرابع: تغير العادات الإجتماعية	36	0.818	0.9044



0.7622	0.581	12	المؤشر الخامس: تغير الأفكار
0.8234	0.678	5	المؤشر السادس: تغير المستوى المعرفي والثقا
0.4604	0.212	4	المؤشر السابع: تغير نمط التسلية والترفيه والس
0.8373	0.701	5	المؤشر الثامن: تغير نمط تكوين وتنمية المهارات
0.8660	0.750	14	المؤشر التاسع: تغير الأداء الأكاديمي
0.9476	0.898	28	المؤشر العاشر: تغير الصحة النفسية والجسدية
0.9633	0.928	158	كل عبارات الإستمارة الإستبائية

إن معامل الصدق والثبات كرونباخ ألفا لكل عبارات محاور وأبعاد أداة القياس (الإستمارة الإستبائية) تتمتع بدرجة عالية من الصدق والثبات لأنها أكبر من 80% (بالنسبة إلى معامل الصدق) وأكبر من 60% (بالنسبة إلى معامل كرونباخ ألفا) ماعدا المؤشر الثالث، الخامس والسابع وبالتالي يعني هناك إتساق داخلي لإجابات عبارات محاور وأبعاد الإستمارة الإستبائية وجميع عبارات الإستمارة الإستبائية بشكل عام.

### سابعاً : التحليل الوصفي للبيانات وإختبار مدى ملائمتها

جدول(1)

#### الإشباعات التي تليها شبكات التواصل الاجتماعي لطلبة الجامعة

الإنحراف المعياري	المعدل	لأستخدمها		أحياناً		دائماً		الإشباعات	ت
		ن	ت	ن	ت	ن	ت		
1: الإشباعات والحاجات المعرفية									
0.690	2.210	16.088	61.13	46.85	178.0	37.06	140.9	المعدل	
2: الإشباعات والحاجات الإجتماعية									
0.697	2.152	23.98	91.2	36.82	139.8	39.2	149.0	المعدل	
3: الإشباعات والحاجات النفسية									
0.750	1.887	34.90	132.7	41.5	157.7	34.52	78.73	المعدل	
4: الإشباعات والحاجات المهارية									
0.677	2.283	12.9	49.0	45.9	174.5	41.2	156.5	المعدل	
5: الإشباعات والحاجات الترفيهية									
0.708	2.236	16.3	62.0	43.85	166.5	39.85	151.5	المعدل	
0.708	2.122	22.45	85.3	42.9	163.1	37.47	128.7	المعدل العام	

الجدول (1) يبين قياس "الإشباعات التي تليها شبكات التواصل الاجتماعي لطلبة الجامعة" حيث بلغ الوسط الحسابي العام (2.122) وهو أعلى من الوسط الفرضي (2) بمقدار (0.122) مما يدل على إتفاق عينة الدراسة مع إختيار (دائماً) مع إنحراف معياري محدود بلغ (0.708) يدل على تقارب آراء عينة المدرسة وعدم تشتتها حول فقرات مقياس الإشباعات التي تليها شبكات التواصل الاجتماعي لطلبة الجامعة.

حصلت فقرة "الإشباعات المهارية" من هذا السؤال على أكبر وسط حسابي والذي بلغ (2.283) وهو أعلى من الوسط الفرضي (2) بمقدار (0.283) وإنحراف معياري بلغ (0.677)، تليه فقرة "الإشباعات والحاجات الترفيهية" حيث بلغ الوسط الحسابي لها (2.236) وهو أعلى من الوسط الفرضي (2) بمقدار (0.236) وإنحراف معياري بلغ (0.708) في حين جاءت فقرة "الإشباعات والحاجات النفسية" في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي بلغ (1.887) وهو أدنى من الوسط الفرضي (2) بمقدار (0.113) مع إنحراف معياري (0.750)، بينما كانت بقية الفقرات بمعدلات متفاوتة تتراوح بينهما.

#### - العلاقات بين متغيرات البحث وإختباراتها:

أولاً: الإشباعات الكلية: أي إختيار الفرضية الآتية:

فرضية العدم: عدم وجود إرتباط بين الإشباعات الكلية وفروعها الخمس.



الفرضية البديلة: وجود ارتباط بين الإشباع الكلية وفروعها الخمس. تم حساب مصفوفة الارتباط لمتغيرات الإشباع الكلية وفروعها الخمس باستخدام معاملات ارتباط بيرسون وتم اختبارها تحت مستوى معنوية 5%، ولخصت في الجدول الآتي:

**جدول (2)**

**مصفوفة الارتباط للإشباع الكلية وفروعها الخمسة**

	الإشباع الكلية	الإشباع والحاجات المعرفية	الإشباع والحاجات الإجتماعية	الإشباع والحاجات النفسية	الإشباع والحاجات المهارية	الإشباع والحاجات الترفيهية
الارتباط	الإشباع الكلية	1.000	.761	.783	.757	.653
	الإشباع والحاجات المعرفية	.761	1.000	.433	.321	.450
	الإشباع والحاجات الإجتماعية	.783	.433	1.000	.522	.432
	الإشباع والحاجات النفسية	.757	.321	.522	1.000	.379
	الإشباع والحاجات المهارية	.653	.450	.432	.379	1.000
	الإشباع والحاجات الترفيهية	.491	.177	.362	.288	.321
قيم-p	الإشباع الكلية		.000	.000	.000	.000
	الإشباع والحاجات المعرفية	.000		.000	.000	.000
	الإشباع والحاجات الإجتماعية	.000	.000		.000	.000
	الإشباع والحاجات النفسية	.000	.000	.000		.000
	الإشباع والحاجات المهارية	.000	.000	.000	.000	
	الإشباع والحاجات الترفيهية	.000	.000	.000	.000	.000

من خلال الجدول (2) نلاحظ أن هنالك ارتباط طردي بين بعد الإشباع الكلية وفروعها الخمسة وكانت كما يأتي: هنالك علاقة طردية قوية بين الإشباع الكلية والإشباع والحاجات المعرفية بلغت 76.1%، والإشباع والحاجات الإجتماعية بلغت 78.3%، والإشباع والحاجات النفسية بلغت 75.7%، والإشباع والحاجات المهارية بلغت 65.3%، والإشباع والحاجات الترفيهية بلغت 49.1%. هنالك علاقة طردية بين الإشباع والحاجات المعرفية والإشباع والحاجات الإجتماعية بلغت 43.3%، والإشباع والحاجات النفسية بلغت 32.1%، والإشباع والحاجات المهارية بلغت 45%، والإشباع والحاجات الترفيهية بلغت 17.7%. هنالك علاقة طردية بين الإشباع والحاجات الإجتماعية والإشباع والحاجات النفسية بلغت 52.2%، والإشباع والحاجات المهارية بلغت 43.2%، والإشباع والحاجات الترفيهية بلغت 36.2%. هنالك علاقة طردية بين الإشباع والحاجات النفسية والإشباع والحاجات المهارية بلغت 37.9%، والإشباع والحاجات الترفيهية بلغت 28.8%. أخيراً هنالك علاقة طردية بين الإشباع والحاجات المهارية والإشباع والحاجات الترفيهية بلغت 32.1%. نلاحظ أيضاً من خلال الجدول (2) أن هنالك ارتباط طردي معنوي جداً وذلك لأن جميع قيم-p تساوي صفر وهي أقل من مستوى معنوية 5% وبالتالي رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود ارتباط طردي معنوي جداً بين الإشباع الكلية وفروعها الخمس.

**- اختبارات الأهمية والارتباط:**

**- اختبار أهمية وارتباط الإشباع والحاجات:**

فرضية العدم: لا يوجد أهمية وارتباط للإشباع والحاجات.

الفرضية البديلة: يوجد أهمية وارتباط للإشباع والحاجات.

سيتم هنا اختبار وجود أهمية (ارتباط من قبل المبحوثين مع فرضية البحث) لمحور الإشباع والحاجات من خلال استخدام

اختبار معلمي وهو اختبار-t، ولخصت النتائج في الجدول الآتي:

**جدول (3): اختبار-t لإجابات الإشباع والحاجات**

قيمة p	t المحسوبة	متوسط الخطأ المعياري	فرق المتوسطين	المتوسط	المحور والبعده
0.000	7.297	0.0167	0.122	2.122	الإشباع الكلية



الوسط الحسابي للإشباع الكلية بلغ (2.122) وهو أكبر من الوسط الفرضي (2) بمقدار (0.122)، في حين كانت قيمه  $p$ -تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى معنوية 0.05 (قيمة  $t$ -المحسوبة بلغت 7.297 وهي أكبر من قيمتها الجدولية (1.96)) مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أهمية وإتفاق للإشباع الكلية حسب آراء العينة المبحوثة والتي تم إختبارها.

#### - تباين الإشباع والحاجات تبعاً لبعض الخصائص الشخصية:

سيتم هنا تقدير وإختبار تباين مقياس الإشباع الكلية تبعاً لنوع الجنس، الخلفية الإجتماعية، التخصص وعدد أفراد الأسرة. أي إختبار الفرضية الآتية:

فرضية العدم: لا يوجد تباين في الإشباع الكلية تبعاً لبعض الخصائص الشخصية.

الفرضية البديلة: يوجد تباين في الإشباع الكلية تبعاً لبعض الخصائص الشخصية.

تم إختبار الفرضية أعلاه بإستخدام إختبار معلمي وبالتحديد إختبار  $t$  (لأن متوسطاتها تتوزع طبيعياً) ولخصت النتائج في الجدول الآتي:

**الجدول (4): إختبار تباين الإشباع الكلية تبعاً لبعض الخصائص الشخصية**

النتيجة	قيمة $p$ للفروق	قيمة $t$ للفروق	قيمة $p$ المحسوبة للتجانس	المتوسط	الخصائص الشخصية	
معنوي	0.020	2.339	0.429	2.168	ذكر	النوع الإجتماعي
				2.089	أنثى	
غير معنوي	0.130	1.518	0.214	2.135	حضري	الخلفية الإجتماعية
				2.074	ريفي	
معنوي	0.024	2.264	0.585	2.158	تطبيقية	التخصص
				2.083	إنسانية	
غير معنوي	0.685	قيمة $F$ 0.496	0.462	2.098	4-2	عدد أفراد الأسرة
				2.141	7-5	
				2.102	10-8	
				2.140	11 فأكثر	

من خلال الجدول (4) نلاحظ أن خاصية الجنس تضمنت الوسط الحسابي للإشباع الكلية الذي بلغ (2.168) لفئة الذكور وهو أكبر من الوسط الحسابي لفئة الإناث والذي بلغ (2.089) وكانت قيمة  $p$ -المحسوبة للتجانس مقدارها (0.429) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5% مما يدل على تجانس تباين العينتان وبالتالي إستخدام إختبار  $t$  عند تجانس العينتان للفروق والتي كانت قيمتها تساوي (2.339) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (1.96) مما يدل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية لمقياس الإشباع الكلية حسب النوع الإجتماعي وهذا ما تؤكده قيمة  $p$ -التي تساوي (0.020) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%.

خاصية الخلفية الإجتماعية تضمنت الوسط الحسابي للإشباع الكلية الذي بلغ (2.135) لفئة حضري وهو أكبر من الوسط الحسابي لفئة ريفي الذي بلغ (2.074) وكانت قيمة  $p$ -المحسوبة للتجانس مقدارها (0.214) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5% مما يدل على تجانس تباين العينتان وبالتالي إستخدام إختبار  $t$  عند تجانس العينتان للفروق والتي كانت قيمتها تساوي (1.518) وهي أقل من قيمتها الجدولية (1.96) مما يدل على عدم وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية لمحور مقياس الإشباع الكلية حسب الخلفية الإجتماعية وهذا ما تؤكده قيمة  $p$ -التي تساوي (0.130) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5%.

خاصية التخصص تضمنت الوسط الحسابي للإشباع الكلية والذي بلغ (2.158) لفئة تطبيقية وهو أكبر من الوسط الحسابي لفئة إنسانية الذي بلغ (2.083) وكانت قيمة  $p$ -المحسوبة للتجانس مقدارها (0.585) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5% مما يدل على تجانس تباين العينتان وبالتالي إستخدام إختبار  $t$  عند تجانس العينتان للفروق والتي كانت قيمتها تساوي (2.264) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (1.96) مما يدل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية لمقياس الإشباع الكلية حسب التخصص وهذا ما يؤكده قيمة  $p$ -التي تساوي (0.024) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%.

خاصية عدد أفراد الأسرة تضمنت الوسط الحسابي للإشباع الكلية الذي بلغ (2.141) لفئة (4-2) وهو أكبر من متوسطات بقية الفئات وكانت قيمة  $p$ -المحسوبة للتجانس مقدارها (0.462) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5% مما يدل على تجانس تباين العينات وبالتالي إستخدام إختبار  $F$ -عند تجانس تباين العينات للفروق والتي كانت قيمتها تساوي (0.496) وهي أقل من قيمتها الجدولية مع درجات حرية (3)



و(376) التي تساوي (2.60) مما يدل على عدم وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية لمقياس الإشباع الكلية حسب عدد أفراد الأسرة وهذا ما تؤكدته قيمة  $p$  التي تساوي (0.685) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5%.

## 2- إختبار الأهمية والإتفاق للمؤشرات الكلية وفقراتها والمؤشرات الإيجابية والسلبية :

فرضية العدم: لا يوجد أهمية وإتفاق للمؤشرات الكلية وفقراتها والمؤشرات الإيجابية والسلبية.

الفرضية البديلة: يوجد أهمية وإتفاق للمؤشرات الكلية وفقراتها والمؤشرات الإيجابية والسلبية.

سيتم هنا إختبار وجود أهمية (إتفاق من قبل المبحوثين مع فرضية البحث) للمؤشرات الكلية وفقراتها العشر بالإعتماد على مدى إتفاقهم مع فرضية البحث وبالتحديد إختبار الوسيط يساوي (2) لإجابات المبحوثين (لأن الوسيط الإفتراضي يساوي 2) ضد الوسيط أكبر من العدد (2)، والذي تم إستخدامه بدلاً من المتوسط كون أن البيانات ليس لها توزيع طبيعي مع إستخدام إختبار (Wilcoxon Signed Rank) اللامعلمي الذي يكتب إختصاراً (WSR) ولخصت النتائج في الجدول الآتي:

### جدول (5)

#### إختبار WSR لوسيط إجابات المحور الثالث

قيمة وسيط الإختبار = 2						
قيمة $p$	$t$ المحسوبة	الخطأ المعياري	فرق الوسيطين	الوسيط	المتوسط	المحور والبعد
0.000	15.549	2108.8	0.290	2.290	2.298	المؤشرات الكلية
0.000	13.200	2092.0	0.350	2.350	2.308	المؤشرات الإيجابية
0.000	10.742	2134.0	0.350	2.350	2.288	المؤشرات السلبية
0.000	14.157	1916.9	0.360	2.360	2.362	المؤشر الأول: تغير نوعية التواصل
0.000	11.776	1842.8	0.400	2.400	2.360	المؤشر الثاني: تغير الصداقة
0.000	10.034	1745.5	0.170	2.170	2.199	المؤشر الثالث: تغير العلاقات الإجتماعية
0.000	13.935	1975.3	0.250	2.250	2.277	المؤشر الرابع: تغير العادات الإجتماعية
0.000	14.002	1747.7	0.330	2.330	2.320	المؤشر الخامس: تغير الأفكار
0.000	11.969	1866.8	0.400	2.400	2.390	المؤشر السادس: تغير المستوى المعرفي والثقافي
0.000	10.094	1283.9	0.250	2.250	2.261	المؤشر السابع: تغير نمط التسلية والترفيه والسفر
0.000	13.205	1938.2	0.600	2.600	2.463	المؤشر الثامن: تغير نمط تكوين وتنمية المهارات
0.000	11.095	1811.5	0.210	2.210	2.274	المؤشر التاسع: تغير الأداء الأكاديمي
0.000	10.845	2066.5	0.320	2.320	2.285	المؤشر العاشر: تغير الصحة النفسية والجسدية

من خلال الجدول (5) نلاحظ أن متوسط ووسيط إجابات المبحوثين مع محور المؤشرات الكلية بلغت (2.298) و(2.29) على التوالي، وهو أكبر من الوسيط الإفتراضي (2) بمقدار (0.29) في حين كانت قيمة  $p$  تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية 5% (قيمة  $t$  المحسوبة المعيارية بلغت (15.549) وهي أكبر من قيمتها المعيارية الجدولية (1.96)) مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أهمية وإتفاق للمؤشرات الكلية حسب آراء العينة المبحوثة والتي تم إختبارها.



متوسطات ووسيطات إجابات المحوئين مع المؤشرات الإيجابية، السلبية والعشر كانت جميعها أكبر من الوسيط الإفتراضي (2)، في حين كانت كل قيمه p- تساوي (0.000) وهم أقل من مستوى معنوية 0.05 (قيم- t المحسوبة كانت جميعها أكبر من قيمتها الجدولية (1.96)) مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أهمية وإتفاق مع المؤشرات العشر حسب آراء العينة المبحوثة والتي تم إختبارها.

ب- المؤشرات الكلية: أي إختبار الفرضية الآتية:

فرضية العدم: لا يوجد تباين في المؤشرات الكلية تبعاً لبعض الخصائص الشخصية.

الفرضية البديلة: يوجد تباين في المؤشرات الكلية تبعاً لبعض الخصائص الشخصية.

تم إختبار الفرضية أعلاه بإستخدام إختبار لامعلمي وبالتحديد إختبار (Mann-Whitney) (لأن متوسطات المؤشرات الكلية لا تتوزع طبيعياً) للخصائص الشخصية ذات الفئتان (النوع الإجتاعي، الخلفية الإجتاعية، التخصص) وإختبار (Kruskal-Wallis) لخاصية عدد أفراد الأسرة ذات الأربع فئات، ولخصت النتائج في الجدول الآتي:

### الجدول (6)

#### إختبار تباين المؤشرات الكلية تبعاً لبعض الخصائص الشخصية

النتيجة	قيمة-p	قيمة-Z	قيمة-U	العدد	رتبة المتوسط	الوسيط	الخصائص الشخصية	
معنوي	0.001	3.266-	14062.5	157	168.6	2.222	النوع الإجتاعي	
				223	205.9	2.326	ذكر	أنثى
غير معنوي	0.912	0.111-	12227.5	297	190.2	2.289	الخلفية الإجتاعية	
				83	191.7	2.289	حضري	ريفي
معنوي	0.005	2.822-	15007	197	175.2	2.215	التخصص	
				183	206.9	2.326	تطبيقية	إنسانية
غير معنوي	0.267	درجات الحرية	كاي تربيع	66	177.9	2.222	عدد أفراد الأسرة	
				182	191.3	2.300	4-2	
				118	190.2	2.304	7-5	
				14	242.0	2.363	10-8	
		3	3.949				11 فأكثر	

من خلال الجدول (6) نلاحظ أن خاصية النوع الإجتاعي تضمنت وسيط المؤشرات الكلية الذي بلغ (2.222) لفئة ذكر ذات رتبة متوسط مقدارها (168.6) وهو أقل من وسيط فئة أنثى الذي بلغ (2.326) ورتبة متوسط مقدارها (205.9) وكانت قيمة-U المحسوبة مقدارها (14062.5) والتي ينتج منها قيمة-Z المطلقة التي تساوي (3.266) وهي أكبر من قيمتها المحسوبة التي تساوي (1.96) مما يدل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية لمحور المؤشرات الكلية حسب الجنس وهذا ما تؤكد قيمة-p التي تساوي (0.001) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%.

خاصية الخلفية الإجتاعية تضمنت وسيط المؤشرات الكلية الذي بلغ (2.289) لفئة حضري ذات رتبة متوسط مقدارها (190.2) وهو مساوي لوسيط فئة ريفي ورتبة متوسط أكبر مقدارها (191.7) وكانت قيمة-U المحسوبة مقدارها (12227.5) والتي ينتج منها قيمة-Z المطلقة التي تساوي (0.111) وهي أقل من قيمتها المحسوبة التي تساوي (1.96) مما يدل على عدم وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية للمؤشرات الكلية حسب الخلفية الإجتاعية وهذا ما تؤكد قيمة-p التي تساوي (0.912) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5%.

خاصية التخصص تضمنت وسيط المؤشرات الكلية الذي بلغ (2.215) لفئة تطبيقية ذات رتبة متوسط مقدارها (175.2) وهو أقل من وسيط فئة إنسانية الذي بلغ (2.326) ورتبة متوسط مقدارها (206.9) وكانت قيمة-U المحسوبة مقدارها (15007) والتي ينتج منها قيمة-Z المطلقة التي تساوي (2.822) وهي أكبر من قيمتها المحسوبة التي تساوي (1.96) مما يدل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية للمؤشرات الكلية حسب التخصص وهذا ما تؤكد قيمة-p التي تساوي (0.005) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%.

خاصية عدد أفراد الأسرة تضمنت وسيط المؤشرات الكلية الذي بلغ (2.363) لفئة (11 فأكثر) ذات رتبة متوسط مقدارها (242) وهو أكبر من وسيط ورتب وسيط بقية الفئات وكانت قيمة كاي تربيع المحسوبة مقدارها (3.949) وهي أقل من قيمتها الجدولية مع درجات حرية (3) التي تساوي (7.81) مما يدل على عدم وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية للمؤشرات الكلية حسب عدد أفراد الأسرة وهذا ما تؤكد قيمة-p التي تساوي (0.267) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5%.

جدول (7)

**القياس العام للمؤشرات الإيجابية والمؤشرات السلبية والمؤشرات الكلية**

الإنحراف المعياري	المعدل	لأستخدمها		أحياناً		دائماً		المؤشرات
		ن	ت	ن	ت	ن	ت	
0.771	2.308	20.9	79.5	27.4	104.2	51.7	196.3	المؤشرات الإيجابية
0.805	2.288	52.6	199.9	23.6	89.7	23.8	90.4	المؤشرات السلبية
0.788	2.298	37.1	141.0	25.5	96.8	37.4	142.2	المؤشرات الكلية

يوضح الجدول (7) لقياس الوسط الحسابي العام للمؤشرات الإيجابية ككل والمؤشرات السلبية ككل وكذلك المؤشرات الكلية التي تشمل بدورها المؤشرات الإيجابية والسلبية، حيث بلغ الوسط الحسابي العام للمؤشرات الإيجابية (2.308) وهو أكبر من الوسط الفرضي (2) بمقدار (0.308) وبتباين معياري بلغ (0.771)، بينما كان الوسط الحسابي العام للمؤشرات السلبية (2.288) وهو أكبر من الوسط الفرضي (2) بمقدار (0.288) وبتباين معياري بلغ (0.805)، في حين كان الوسط الحسابي العام للمؤشرات الكلية (2.298) وهو أكبر من الوسط الفرضي (2) بمقدار (0.298) وبتباين معياري بلغ (0.788).

ثالثاً: العلاقة بين متغيرات الإشباع الكلية والمؤشرات الكلية: أي إختبار الفرضية الآتية:

فرضية العدم: عدم وجود إرتباط بين الإشباع الكلية والمؤشرات الكلية.

الفرضية البديلة: وجود إرتباط بين الإشباع الكلية والمؤشرات الكلية.

تم تقدير معامل الإرتباط بين متغيرات الإشباع الكلية والمؤشرات الكلية باستخدام معامل إرتباط بيرسون وتم إختبارها تحت مستوى معنوية 5%، ولخصت في الجدول الآتي:

**الجدول (8): معامل الإرتباط وإختبارها بين محاور الإستبانة**

المؤشرات الكلية	المحاور
0.113**	الإشباع الكلية
0.014	قيمة p

من خلال الجدول (8) نلاحظ أن هنالك إرتباط طردي (إيجابي) بين محور الإشباع الكلية والمؤشرات الكلية بلغ 11.3%. أما إختبار معنوية العلاقة بينهما فكانت معنوية جداً لأن قيمة p تساوي (0.014) وهي أقل من مستوى المعنوية 5% وبالتالي رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود إرتباط معنوي جداً (لوجود نجمتان) بينهما.

رابعاً: العلاقة بين فروع الإشباع الكلية الخمس والمؤشرات الإيجابية والسلبية: أي إختبار الفرضية الآتية:

فرضية العدم: عدم وجود إرتباط بين فروع الإشباع الخمس والمؤشرات الإيجابية والسلبية.

الفرضية البديلة: وجود إرتباط بين فروع الإشباع الخمس والمؤشرات الإيجابية والسلبية.

تم تقدير معاملات الإرتباط بين فروع الإشباع ج والمؤشرات الإيجابية والسلبية باستخدام معامل إرتباط بيرسون وتم إختبارها تحت مستوى معنوية 5%، ولخصت في الجدول الآتي:

**الجدول (9): معاملات الإرتباط وإختباراتها بين فروع الإشباع الخمس والمؤشرات الإيجابية والسلبية**

الإشباع والحاجات والترفيهية	الإشباع والحاجات المهارية	الإشباع والحاجات النفسية	الإشباع والحاجات الإجتماعية	الإشباع والحاجات المعرفية	الفروع والمؤشرات
0.207**	0.348**	0.370**	0.388**	0.293**	المؤشر الأول (+): تغير نوعية التواصل
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
-0.053	0.033	-0.276**	-0.180**	-0.042	المؤشر الأول (-): تغير نوعية التواصل
0.301	0.524	0.000	0.000	0.417	
0.210**	0.225**	0.253**	0.297**	0.242**	المؤشر الثاني: تغير الصداقة
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
0.115*	0.276**	0.377**	0.324**	0.277**	المؤشر الثالث (+): تغير العلاقات الإجتماعية
0.025	0.000	0.000	0.000	0.000	
-0.142**	-0.152**	-0.287**	-0.206**	-0.075	المؤشر الثالث (-): تغير العلاقات الإجتماعية
0.005	0.000	0.000	0.000	0.142	



0.106*	0.326**	0.373**	0.316**	0.372**	المؤشر الرابع (+): تغير العادات الإجتماعية
0.038	0.000	0.000	0.000	0.000	
-0.111**	-0.111*	-0.383**	-0.242**	-0.059	المؤشر الرابع (-): تغير العادات الإجتماعية
0.031	0.031	0.000	0.000	0.065	
0.107*	0.332**	0.331**	0.291**	0.340**	المؤشر الخامس (+): تغير الأفكار
0.037	0.000	0.000	0.000	0.000	
-0.019	-0.073	-0.305**	-0.239**	-0.141**	المؤشر الخامس (-): تغير الأفكار
0.719	0.155	0.000	0.000	0.006	
0.184**	0.263**	0.177**	0.283**	0.318**	المؤشر السادس: تغير المستوى المعرفي والثقافي
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
0.097	0.217**	0.242**	0.175**	0.213**	المؤشر السابع (+): تغير نمط التسلية والترفيه والسفر
0.060	0.000	0.000	0.001	0.000	
-0.049	-0.029	-0.232**	-0.174**	-0.052	المؤشر السابع (-): تغير نمط التسلية والترفيه والسفر
0.345	0.574	0.000	0.001	0.312	
0.159**	0.295**	0.250**	0.231**	0.362**	المؤشر الثامن: تغير نمط تكوين وتنمية المهارات
0.002	0.000	0.000	0.000	0.000	
0.036	0.282**	0.288**	0.267**	0.437**	المؤشر التاسع (+): تغير الأداء الأكاديمي
0.485	0.000	0.000	0.000	0.000	
-0.081	-0.087	-0.331**	-0.236**	-0.060	المؤشر التاسع (-): تغير الأداء الأكاديمي
0.117	0.089	0.000	0.000	0.240	
0.103*	0.293**	0.306**	0.255**	0.303**	المؤشر العاشر (+): تغير الصحة النفسية والجسدية
0.046	0.000	0.000	0.000	0.000	
-0.114*	-0.100	-0.336**	-0.202**	-0.083	المؤشر العاشر (-): تغير الصحة النفسية والجسدية
0.026	0.051	0.000	0.000	0.104	

من خلال الجدول (9) نلاحظ أن هنالك إرتباط طردي بين (المؤشر الإيجابي لتغير نوعية التواصل) و(الإشباع والحاجات المعرفية) بلغ 29.3%، ومع (الإشباع والحاجات الإجتماعية) بلغ 38.8%، ومع (الإشباع والحاجات النفسية) بلغ 37%، ومع (الإشباع والحاجات المهارية) بلغ 34.8%، ومع (الإشباع والحاجات الترفيهية) بلغ 20.7%. في حين كانت العلاقة عكسية بين (المؤشر السلبي لتغير نوعية التواصل) و(الإشباع والحاجات المعرفية) بلغ 4.2%، ومع (الإشباع والحاجات الإجتماعية) بلغ 18%، ومع (الإشباع والحاجات النفسية) بلغ 27.6%، ومع (الإشباع والحاجات المهارية) بلغ 3.3%، ومع (الإشباع والحاجات الترفيهية) بلغ 5.3%. أما إختبار معنوية العلاقة بينهما فكانت جميعها معنوية لأن قيم p تساوي صفر وهي أقل من مستوى المعنوية 5%، ماعدا (المؤشر السلبي لتغير نوعية التواصل) مع (الإشباع والحاجات المعرفية) و(الإشباع والحاجات المهارية) و(الإشباع والحاجات الترفيهية) كانت غير معنوية لأن قيم p أكبر من مستوى المعنوية 5%.

نلاحظ أن هنالك إرتباط طردي بين مؤشر تغير الصداقة و(الإشباع والحاجات المعرفية) بلغ 24.2%، ومع (الإشباع والحاجات الإجتماعية) بلغ 29.7%، مع (الإشباع والحاجات النفسية) بلغ 25.3%، ومع (الإشباع والحاجات المهارية) بلغ 22.5%، ومع (الإشباع والحاجات الترفيهية) بلغ 21%. أما إختبار معنوية العلاقة بينهما فكانت جميعها معنوية لأن قيم p تساوي صفر وهي أقل من مستوى المعنوية 5%.

نلاحظ أن هنالك إرتباط طردي بين المؤشر الإيجابي لتغير العلاقات الإجتماعية و(الإشباع والحاجات المعرفية) بلغ 27.7%، ومع (الإشباع والحاجات الإجتماعية) بلغ 32.4%، ومع (الإشباع والحاجات النفسية) بلغ 37.7%، ومع (الإشباع والحاجات المهارية) بلغ 27.6%، ومع (الإشباع والحاجات الترفيهية) بلغ 11.5%. في حين كانت العلاقة عكسية بين المؤشر السلبي لتغير العلاقات الإجتماعية





و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ -7.5%، ومع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ -20.6%، ومع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ -28.7%، ومع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ -15.2%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيهية) بلغ -14.2%. أما إختبار معنوية العلاقة بينهما فكانت جميعها معنوية لأن قيمه  $p$ - تساوي صفر، (0.025) و(0.005) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%، ماعدا المؤشر السلبي لتغيير العلاقات الإجتماعية مع (الإشباعات والحاجات المعرفية) كانت غير معنوية لأن قيمة  $p$ - تساوي (0.142) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5%.

نلاحظ أن هنالك إرتباط طردي بين المؤشر الإيجابي لتغيير العادات الإجتماعية و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ 37.2%، ومع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ 31.6%، ومع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ 37.3%، ومع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ 32.6%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيهية) بلغ 10.6%. في حين كانت العلاقة عكسية بين المؤشر السلبي لتغيير العادات الإجتماعية و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ -5.9%، ومع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ -24.2%، ومع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ -38.3%، ومع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ -11.1%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيهية) بلغ -11.1%. أما إختبار معنوية العلاقة بينهما فكانت جميعها معنوية لأن قيمه  $p$ - تساوي صفر، (0.038) و(0.031) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%، ماعدا المؤشر السلبي لتغيير العادات الإجتماعية مع (الإشباعات والحاجات المعرفية) كانت غير معنوية لأن قيمة  $p$ - تساوي (0.065) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5%. نلاحظ أن هنالك إرتباط طردي بين المؤشر الإيجابي لتغيير الأفكار و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ 34%، ومع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ 29.1%، ومع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ 33.1%، ومع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ 33.2%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيهية) بلغ 10.7%. في حين كانت العلاقة عكسية بين المؤشر السلبي لتغيير الأفكار و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ -14.1%، ومع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ -23.9%، ومع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ -30.5%، ومع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ -7.3%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيهية) بلغ -1.9%. أما إختبار معنوية العلاقة بينهما فكانت جميعها معنوية لأن قيمه  $p$ - تساوي صفر، (0.037) و(0.006) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%، ماعدا المؤشر السلبي لتغيير الأفكار مع (الإشباعات والحاجات المهارية) و (الإشباعات والحاجات الترفيهية) كانت غير معنوية لأن قيمة  $p$ - تساوي (0.155) و(0.719) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5%.

نلاحظ أن هنالك إرتباط طردي بين مؤشر تغيير المستوى المعرفي والثقافي و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ 31.8%، مع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ 28.3%، مع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ 17.7%، مع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ 26.3%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيهية) بلغ 18.4%. أما إختبار معنوية العلاقة بينهما فكانت جميعها معنوية لأن قيمه  $p$ - تساوي صفر وهي أقل من مستوى المعنوية 5%.

نلاحظ أن هنالك إرتباط طردي بين المؤشر الإيجابي لتغيير نمط التسلية والترفيه والسفر و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ 21.3%، ومع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ 17.5%، ومع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ 24.2%، ومع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ 21.7%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيهية) بلغ 9.7%. في حين كانت العلاقة عكسية بين المؤشر السلبي لتغيير نمط التسلية والترفيه والسفر و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ -5.2%، ومع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ -17.4%، ومع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ -23.2%، ومع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ -2.9%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيهية) بلغ -4.9%. أما إختبار معنوية العلاقة بينهما فكانت جميعها معنوية لأن قيمه  $p$ - تساوي صفر، (0.001) و(0.006) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%، ماعدا المؤشر الإيجابي لتغيير نمط التسلية والترفيه والسفر مع (الإشباعات والحاجات الترفيهية) كانت غير معنوية لأن قيمة  $p$ - تساوي (0.060) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5%، ماعدا أيضاً المؤشر السلبي لتغيير نمط التسلية والترفيه والسفر مع (الإشباعات والحاجات المعرفية)، و(الإشباعات والحاجات المهارية) و(الإشباعات والحاجات الترفيهية) كانت غير معنوية لأن قيمة  $p$ - تساوي (0.312)، و(0.574) و(0.345) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5%.

نلاحظ أن هنالك إرتباط طردي بين مؤشر تغيير نمط تكوين وتنمية المهارات و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ 36.2%، ومع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ 23.1%، ومع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ 25%، ومع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ 29.5%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيهية) بلغ 15.9%. أما إختبار معنوية العلاقة بينهما فكانت جميعها معنوية لأن قيمه  $p$ - تساوي صفر و(0.002) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%.

نلاحظ أن هنالك إرتباط طردي بين المؤشر الإيجابي لتغيير الأداء الأكاديمي و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ 43.7%، ومع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ 26.7%، ومع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ 28.8%، ومع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ 28.2%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيهية) بلغ 3.6%. في حين كانت العلاقة عكسية بين المؤشر السلبي لتغيير الأداء الأكاديمي

والإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ -6%، مع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ -23.6%، مع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ -33.1%، مع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ -8.7%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيحية) بلغ -8.1%. أما إختبار معنوية العلاقة بينهما فكانت جميعها معنوية لأن قيمه p تساوي صفر وهي أقل من مستوى المعنوية 5%، ماعدا المؤشر الإيجابي لتغير الأداء الأكاديمي مع (الإشباعات والحاجات الترفيحية) كانت غير معنوية لأن قيمة p تساوي (0.485) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5% وماعدا أيضاً المؤشر السلبي لتغير الأداء الأكاديمي مع (الإشباعات والحاجات المعرفية) و (الإشباعات والحاجات الترفيحية) كانت غير معنوية لأن قيمة p تساوي (0.240) و(0.117) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5%.

نلاحظ أن هنالك إرتباط طردي بين المؤشر الإيجابي لتغير الصحة النفسية والجسدية و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ 30.3%، ومع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ 25.5%، ومع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ 30.6%، ومع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ 29.3% ومع (الإشباعات والحاجات الترفيحية) بلغ 10.3%. في حين كانت العلاقة عكسية بين المؤشر السلبي لتغير الصحة النفسية والجسدية و(الإشباعات والحاجات المعرفية) بلغ -8.3%، ومع (الإشباعات والحاجات الإجتماعية) بلغ -20.2%، ومع (الإشباعات والحاجات النفسية) بلغ -33.6%، ومع (الإشباعات والحاجات المهارية) بلغ -10%، ومع (الإشباعات والحاجات الترفيحية) بلغ -11.4%. أما إختبار معنوية العلاقة بينهما فكانت جميعها معنوية لأن قيمه p تساوي صفر، و(0.046) و(0.026) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%، ماعدا المؤشر السلبي لتغير الصحة النفسية والجسدية مع (الإشباعات والحاجات المعرفية) و (الإشباعات والحاجات المهارية) كانت غير معنوية لأن قيمة p تساوي (0.104) و(0.051) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5%.

#### ثامناً: العلاقة بين الإشباعات الكلية والمؤشرات الإيجابية والسلبية:

أي إختبار الفرضية الآتية:

فرضية العدم: عدم وجود علاقة بين الإشباعات الكلية والمؤشرات الإيجابية والسلبية.

الفرضية البديلة: وجود علاقة بين الإشباعات الكلية والمؤشرات الإيجابية والسلبية.

معاملات الإرتباط بين الإشباعات الكلية والمؤشرات الإيجابية والسلبية تم تقديرها باستخدام معامل إرتباط بيرسون

وإختبارها تحت مستوى معنوية 0.05 ولخصت في الجدول الآتي:

الجدول (10)

#### العلاقة بين الإشباعات الكلية مع المؤشرات الإيجابية والسلبية

المؤشرات السلبية	المؤشرات الإيجابية	المؤشرات الكلية	المحاور
-0.297**	0.570**	0.113**	الإشباعات الكلية
0.000	0.000	0.000	قيمة-p

من خلال الجدول (10) نلاحظ أن هنالك علاقة طردية بين الإشباعات والمؤشرات الكلية بلغت 11.3% والمؤشرات الإيجابية بلغت 57% في حين كانت هنالك علاقة عكسية بين الإشباعات الكلية والمؤشرات السلبية بمقدار -29.7% وهي علاقات معنوية جداً لأن قيمه p تساوي صفر وهي أقل من مستوى معنوية 0.05 مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود إرتباط معنوي بين الإشباعات الكلية، المؤشرات الإيجابية والسلبية. ثامناً: إستنتاجات الدراسة:

1- تبين من نتائج الدراسة أن الإشباعات والحاجات المهارية جاءت في المرتبة الأولى حسب رأي وحدات الدراسة إذ أنها تتحقق لهم من خلال إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي.

2- يتضح من نتائج الدراسة أن الذكور يحققون إشباعاتهم وحاجاتهم من خلال إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي بمعدل أعلى من الإناث.

3- تبين من نتائج الدراسة أن طلبة الكليات ذات التخصص التطبيقي يحققون إشباعاتهم وحاجاتهم من خلال إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي بمعدل أعلى من طلبة الكليات ذات التخصص الإنساني.



4- تبين من نتائج الدراسة أن الإناث يتغير سلوكهم الحضري بمعدل أعلى من الذكور نتيجة لإستخدامهم شبكات التواصل الإجتماعي.

5- تبين من نتائج الدراسة أن طلبة الكليات ذات التخصص الإنساني يتغير سلوكهم نتيجة لإستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي بمعدل أعلى من طلبة الكليات ذات التخصص التطبيقي.

6- تبين من نتائج الدراسة وجود إرتباط معنوي جداً بين الإشباعات الكلية التي يحققها طلبة الجامعة من خلال إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي مع المؤشرات الكلية لتغير السلوك الحضري، أي أنه كلما زادت الإشباعات التي يحققها الطلبة إزداد التغير في سلوكهم الحضري.

7- تبين من نتائج الدراسة وجود إرتباط معنوي جداً بين الإشباعات الكلية التي يحققها طلبة الجامعة من خلال إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي مع المؤشرات الإيجابية الكلية لتغير السلوك الحضري، أي أنه كلما زادت الإشباعات التي يحققها الطلبة إزداد التغير في سلوكهم الحضري بصورة إيجابية.

8- تبين من نتائج الدراسة وجود إرتباط سلبي معنوي جداً بين الإشباعات الكلية التي يحققها طلبة الجامعة من خلال إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي مع المؤشرات السلبية الكلية لتغير السلوك الحضري، أي أنه كلما زادت الإشباعات التي يحققها الطلبة قل التغير في سلوكهم الحضري بصورة سلبية.

#### تاسعاً : التوصيات :

1- وضع إستراتيجية إعلامية ممنهجة ومتكاملة وشاملة تقوم على خطة مدروسة من قبل وزارة الثقافة والمؤسسات التابعة لها، تهدف إلى توعية الشباب وخاصة طلبة الجامعة نحو الإستخدام الأمثل لشبكات التواصل الإجتماعي بما يدر عليهم بالنفع العلمي والإجتماعي ويُنمي قدراتهم ومهاراتهم ومعلوماتهم في المجالات المختلفة. ويجنبهم مخاطرها ومضارها.

2- أن تقوم وزارة الثقافة والمؤسسات التابعة لها بتوعية افراد المجتمع وخاصة فئة الشباب من خلال برامج تلفزيونية ودورات تدريبية وقنوات وصفحات على شبكات التواصل الإجتماعي هدفها توضيح أضرار ومخاطر شبكات التواصل الإجتماعي وحث أفراد المجتمع على الاستخدام الأمثل والانسب لهذه الشبكات في حياتهم اليومية والإبتعاد عن أضرارها ومخاطرها .

3- وضع محددات ورقابة من قبل لجان تابعة لمجلس الوزراء والبرلمان ووزارة الداخلية على إستخدام بعض أنواع المحتوى من خلال شبكات التواصل الإجتماعي، مثل المحتوى الذي يشجع على إدمان المخدرات والمسكرات والتدخين، وكذلك المحتوى الذي يحث على الإباحية والإنحرافات الأخلاقية بأنواعها المختلفة، وكذلك المحتوى الذي يحث على العنف بإشكاله المختلفة.

4- أن تقوم وزارة الأوقاف والشؤون الدينية ببحث أئمة المساجد لتخصيص جزء من الوقت المخصص للخطبة في أيام الجمعة من أجل توعية المواطنين ومنهم شريحة الشباب وخاصة طلبة الجامعة بضرورة إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي بصورة إيجابية والإستفادة منها لرفع مستواهم العلمي والمعرفي وتجنب مضارها. وتخصيص برامج دينية تُقدم من خلال وسائل الاعلام وشبكات التواصل الإجتماعي للتوعية بمخاطر هذه الشبكات إذا لم تستخدم بشكل جيد.

5- أن تقوم وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بعقد مؤتمرات و ندوات علمية تدريبية وورشات عمل مكثفة داخل الجامعات والكليات لتوعية طلبة الجامعة وحثهم على الإستخدام الأمثل لشبكات التواصل الإجتماعي في حياتهم اليومية وتجنب سلبياتها. عاشراً : المقترحات:

1- تقترح الدراسة الحالية على الباحثين في مجال علم الإجتماع أن يهتموا بإنجاز دراسة بعنوان الإشباعات المعرفية المتحققة من إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي وأثرها على تطور الوعي لدى طلبة الجامعة .

2- تقترح الدراسة الحالية على الباحثين في مجال علم الإجتماع أن يهتموا بإنجاز دراسة بعنوان الإشباعات المهارية المتحققة من إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي وأثرها على تطور المهارات لدى طلبة الجامعة .

3- تقترح الدراسة الحالية على الباحثين في مجال علم الإجتماع أن يهتموا بإنجاز دراسة بعنوان الإشباعات الإجتماعية المتحققة من إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي وأثرها على تمكين طلبة الجامعة من الناحية الإجتماعية.

#### قائمة المصادر :

1- جهاد السيد شمس الدين(2019)، مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

2- حشمت توفيق عزيز عياد (2016)، الإعلام المعاصر بين التشخيص والعلاج، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

3- حلمي خضر ساري(2016) ، التواصل الإجتماعي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن.



- 4- خبرالله سبهان عبدالله الجبوري(2019)، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- 5- رضا عبد الواحد أمين(2007)، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، منتدى سور الأزيكية، القاهرة، مصر.
- 6- Rita Njoroge(2013), Impacts of social media among the youth on behavior change, unpublished master thesis, college of Arts, university of Nairobi, Kenya.
- 7- صلاح محمد أبو صلاح(2016)، استخدامات طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة " دراسة ميدانية "، دار الجندي للنشر والتوزيع، القدس، فلسطين.
- 8- عبد الرزاق الدليمي (2014)، استخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها، دراسة منشورة في مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، عمان، الاردن.
- 9- عبد الرزاق الدليمي(2019)، الإعلام الرقمي والمجتمعات المعاصرة، الإبتكار للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- 10- علي عبد الفتاح كنعان(2014)، نظريات الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- 11- كامل خورشيد مراد(2014)، الإتصال الجماهيري والإعلام -التطور-الخصائص-النظريات، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن.
- 12- مجموعة من الباحثين(2017)، سلطة الإعلام الاجتماعي -تأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية، تحرير:محمد الراحي، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر.
- 13- مدحت عبد الرزاق الحجازي(2012)، معجم مصطلحات علم النفس، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان.
- 14- مصطفى يوسف كافي(2016)، علم الإجتماع الإعلامي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- 15- منال هلال المزاهرة(2018)، نظريات الإتصال، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والنشر، عمان، الاردن.
- 16- محمد محمود الجوهري(2009)، أسس البحث الإجتماعي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- 17- مهند حميد التميمي(2017)، التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي صراع أم تكامل، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- 18- هند عوض عبد الحميد مبروك(2015)، مهارة الحوار بين الإتصال المباشر والإلكتروني - دراسة مقارنة، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية.

**تيربوون وپيداويستيه به دهستهاتوووه كان له به كارهيتناني توره كومه لايه تيه كان وپهيوه نديان به گوراني ره فتاري شارنشينى - تويزينه وهويه كى مهيدانيه لاي قوتاياني زانكوى سه لاهه ددين - هه ولير**

**صباح رحمد نجار**

به شى كومه ناسى، كولىجى ئاداب، زانكوى سه لاهه ددين، هه ولير

**شليز نوري صالح**

به شى كومه ناسى، كولىجى ئاداب، زانكوى سه لاهه ددين، هه ولير

**پوخته**

ئهم تويزينه وهويه ليكوليينه وه له بابته ( تيركهره به دهستهاتوووه كان له نهجمي به كارهيتناني توره كومه لايه تيه كان وپهيوه نديان به گوراني ره فتاري شارنشينيه وه) دهكات، كيشه ئهم تويزينه وهويه پوخته ديته وه له مر پرسياره دا : (پهيوه ندى چيه له نيوان تيركهره به دهستهاتوووه كان له نهجمي به كارهيتناني توره كومه لايه تيه كان وگوراني ره فتاري شارنشينى؟) ميتودي وه سفى به ريگاي روويوتى كومه لايه ته به نمونه به كارها توه له مر تويزينه وهويه دا. وكومه لگاي تويزينه وه يئكهاتوه له قوتاي شى كولىج له زانكوى سه لاهه ددين، وقه باره نمونه تويزينه وه بريتي بو له (380 قوتاي كور وكج، كه هه لبريژدرابوون به ريگاي نمونه هه ره مه كى چينايه ته له وه شى كولىجه.

زانيارى له نمونه تويزينه وه كوكراوه ته وه له ريگاي فورمى راپرسى. له مر تويزينه وهويه پست به ستراوه به تيورى به كارهيتنانه كان وتيركهره كان، وبه رنامه ي تامارى SPSS به كارها توه بو شيكردنه وه ته وه زانيارى به كه كوكراوه ته وه له يه كه كاني تويزينه وه، و گيشتن به نهجمه كان ودرته نهجمه كان. وله گرنگترين ته وه درته نهجمه كان كه ئهم تويزينه وهويه پتي گيشتوه وه وه به كه تيركهر وپيوستيه شاره زاييه كان به پله يه كه م هات به پي پاي يه كه كاني تويزينه وه، چونكه جيجه جى ده بيت بو يان له ريگاي به كارهيتناني توره كومه لايه تيه كان، وتيركهر وپيوستيه كانيان له ريگاي به كارهيتناني توره كومه لايه تيه كان به تيركرايه كى زياتر جيجه جى ده كهن له ميهه كان، وقوتاياني كولىجه خاوهن پسپورى پراكتيكي تيركهر وپيوستيه كانيان به تيركرايه كى زياتر جيجه جى ده كهن له قوتاياني كولىجه خاوهن پسپورى مرؤفايه ته. ههروه ها ده ركوت كه ميهه كان ره فتاري شارنشينيان به تيركرايه كى زياتر ده گوريت له نيروه كان له نهجمي به كارهيتناني توره كومه لايه تيه كان، وقوتاياني كولىجه خاوهن پسپورى مرؤفايه ته ره فتاري شارنشينيان به تيركرايه كى زياتر ده گوريت له قوتاياني كولىجه خاوهن پسپورى پراكتيكي له نهجمي به كارهيتناني توره كومه لايه تيه كان. ههروه ها ده ركوت كه پهيوه ستبوونيكى معنه وى زور هه به له نيوان تيركهره گشتهه كان كه قوتاياني زانكوى جيجه جى ده كهن له ريگاي به كارهيتناني توره كومه لايه تيه كان له كه ل تاماژه گشتهه كاني كوراني ره فتاري شارنشينى، واتا چند نه وه تيركهره كانه زياتر بو كه قوتايان جيجه جى ده كهن نه وه گورانكارى زياتر ده بيت له ره فتاري شارنشينيان، ههروه ها ده ركوت كه پهيوه ستبوونيكى معنه وى زور هه به له نيوان تيركهره گشتهه كان كه قوتاياني زانكوى جيجه جى ده كهن له ريگاي به كارهيتناني توره كومه لايه تيه كان له كه ل تاماژه ئه رنبيه گشتهه كاني كوراني ره فتاري شارنشينى، واتا چند نه وه تيركهره كانه قوتايان جيجه جى ده كهن بى نه وه گورانكارى له ره فتاري شارنشينيان به شيويه كى ئه رنى زياتر ده بيت. ههروه ها ده ركوت كه پهيوه ستبوونيكى نه رنى معنه وى زور هه به له نيوان تيركهره گشتهه كان كه قوتاياني زانكوى جيجه جى ده كهن له كه ل تاماژه



نهرتیهه گشته‌کانی کۆرانی رهفتاری شارنشین، وانا چهند ئهو تیرکه‌رانه که قوتابیان جیه‌جیه ده‌که‌ن زیاتر بی ئه‌وه گۆرانکاری له رهفتاری شارنشینان به‌شپوهیه‌کی نهرتیه‌کی که‌متر ده‌بیت .

**ووشه کلله‌کان:** میدیای کۆمه‌لایه‌تی، تۆره کۆمه‌لایه‌تییه‌کان، رهفتار، رهفتاری شارنشین

### **Satisfactions and needs achieved from the use of social networks and their relationship to changing urban behavior - a field study among students of Salah Al-Din University – Erbil**

**Shler Noori Salih**

Sociology Department-College of Arts / Salahaddin University, Erbil

**Sabah Ahmed Najjar**

Sociology Department-College of Arts / Salahaddin University, Erbil

#### **Abstract**

The current study dealt with the topic of (the gratifications achieved from the use of social networks and its relationship to behavior change), and its problem was summarized by the following question: What is the relationship between the benefits achieved from the use of social networks and changing urban behavior, and the descriptive approach was adopted by the method of social survey by sample, in this study . The study population included students of six colleges at Salah University, and the study tested a sample size of (380) male and female students who were selected by stratified random sample from the six colleges.

Data were collected from the study sample by using a questionnaire. The theory of uses and gratifications was adopted in this study, and the SPSS statistical program was used for the purpose of analyzing the data collected from the study units, and arriving at results and conclusions. Among the most important conclusions reached by the current study is that the satisfaction and skill needs came first according to the opinion of the study units, as they are achieved for them through their use of social networks, and that males achieve their needs and satisfactions through their use of social networks at a higher rate than females, and college students The same applied specialization achieve their satisfactions and needs at a higher rate than students of colleges of humanitarian specialization.

It was also found that females change their urban behavior at a higher rate than males as a result of their use of social networks, and that students of colleges of human specialization change their behavior as a result of their use of social networks at a higher rate than students of colleges of applied specialization. It was also found that there is a very significant correlation between the total gratifications achieved by university students through their use of social networks with the macro indicators of urban behavior change, that is, the more gratifications students achieve, the greater the change in their urban behavior. It was also found that there is a very significant correlation between the total gratifications achieved by university students through their use of social networks, with the overall positive indicators of urban behavior change, meaning that the more gratifications students achieve, the greater the change in their urban behavior in a positive way. It was also found that there is a very negative significant correlation between the total gratifications achieved by university students with the overall negative indicators of urban behavior change, that is, the greater the gratifications achieved by students, the less negative change in their urban behavior.

**Keywords:** Social Media, Social Networks, Behaviour, Urban Behaviour.