



جامعة حائل
University of Hail

مجلة العلوم الإنسانية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة حائل



السنة الخامسة، العدد 16، ديسمبر 2022



الورقي 1658-788 X

الإلكتروني E-1658-8819

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جامعة حائل

مجلة العلوم الإنسانية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة حائل

للتواصل:

مركز النشر العلمي والترجمة

جامعة حائل، صندوق بريد: 2440 الرمز البريدي: 81481



<https://uohjh.com/>



j.humanities@uoh.edu.sa

نبذة عن المجلة

تعريف بالمجلة

مجلة العلوم الإنسانية، مجلة دورية علمية محكمة، تصدر عن وكالة الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي بجامعة حائل كل ثلاثة أشهر بصفة دورية، حيث تصدر أربعة أعداد في كل سنة، وبحسب اكتمال البحوث المجازة للنشر.

رؤية المجلة

التميز في النشر العلمي في العلوم الإنسانية وفقاً لمعايير مهنية عالمية.

رسالة المجلة

نشر البحوث العلمية في التخصصات الإنسانية؛ لخدمة البحث العلمي والمجتمع المحلي والدولي.

أهداف المجلة

تهدف المجلة إلى إيجاد منافذ رصينة؛ لنشر المعرفة العلمية المتخصصة في المجال الإنساني، وتمكن الباحثين -من مختلف بلدان العالم- من نشر أبحاثهم ودراساتهم وإنتاجهم الفكري لمعالجة واقع المشكلات الحياتية، وتأسيس الأطر النظرية والتطبيقية للمعارف الإنسانية في المجالات المتنوعة، وفق ضوابط وشروط ومواصفات علمية دقيقة، تحقيقاً للجودة والريادة في نشر البحث العلمي.

قواعد النشر

لغة النشر

- 1- تقبل المجلة البحوث المكتوبة باللغتين العربية والإنجليزية.
- 2- يُكتب عنوان البحث وملخصه باللغة العربية للبحوث المكتوبة باللغة الإنجليزية.
- 3- يُكتب عنوان البحث وملخصه ومراجعته باللغة الإنجليزية للبحوث المكتوبة باللغة العربية، على أن تكون ترجمة الملخص إلى اللغة الإنجليزية صحيحة ومتخصصة.

مجالات النشر في المجلة

تهتم مجلة العلوم الإنسانية بجامعة حائل بنشر إسهامات الباحثين في مختلف القضايا الإنسانية الاجتماعية والأدبية، إضافة إلى نشر الدراسات والمقالات التي تتوفر فيها الأصول والمعايير العلمية المتعارف عليها دولياً، وتقبل الأبحاث المكتوبة باللغة العربية والإنجليزية في مجال اختصاصها، حيث تعنى المجلة بالتخصصات الآتية:

- علم النفس وعلم الاجتماع والخدمة الاجتماعية والفلسفة الفكرية العلمية الدقيقة.
- المناهج وطرق التدريس والعلوم التربوية المختلفة.
- الدراسات الإسلامية والشريعة والقانون.
- الآداب: التاريخ والجغرافيا والفنون واللغة العربية، واللغة الإنجليزية، والسياحة والآثار.
- الإدارة والإعلام والاتصال وعلوم الرياضة والحركة.

أوعية نشر المجلة

تصدر المجلة ورقياً حسب القواعد والأنظمة المعمول بها في المجالات العلمية المحكمة، كما تُنشر البحوث المقبولة بعد تحكيمها إلكترونياً لتعم المعرفة العلمية بشكل أوسع في جميع المؤسسات العلمية داخل المملكة العربية السعودية وخارجها.

الشروط العامة للنشر العلمي

- عدم مخالفة البحث للضوابط والأحكام والآداب العامة في المملكة العربية السعودية.
- أن يُراعى في البحث الأصالة والابتكار والجدية العلمية.
- مراعاة الأمانة العلمية وضوابط التوثيق في النقل والاقتباس.
- السلامة اللغوية ووضوح الصور والرسوم والجداول إن وجدت، وللمجلة حقها في مراجعة التحرير والتدقيق النحوي.
- ألا يرد اسم الباحث (الباحثين) في أي موضع من البحث إلا في صفحة العنوان فقط.
- يقدم الباحث الرئيس تعهداً (حسب أنموذج أ) يفيد أن البحث لم يسبق نشره (ورقياً أو إلكترونياً)، وأنه غير مقدم للنشر، ولن يقدم للنشر في وجهة أخرى حتى تنتهي إجراءات تحكيمه، ونشره في المجلة، أو الاعتذار للباحث عن عدم قبول البحث؛ وذلك وفق النموذج المعتمد في المجلة.
- تقوم هيئة تحرير المجلة بالفحص الأولي للبحث، وتقرير أهليته للتحكيم، أو الاعتذار عن عدم قبوله أولاً، أو بناء على تقارير المحكمين دون إبداء الأسباب.
- يقدم الباحث الرئيس (حسب أنموذج ب) تقريراً عن تعديل البحث (بعد التحكيم) وفقاً للملاحظات الواردة في تقارير المحكمين الإجمالية أو التفصيلية في من البحث.

الشروط الفنية للنشر العلمي

1. لا تزيد عدد صفحات البحث عن ثلاثين صفحة حسب المواصفات الفنية الآتية: تكون أبعاد جميع هوامش الصفحة: من الجهات الأربع (3) سم، والمسافة بين الأسطر مفردة، ويكون نوع الخط في المتن باللغة العربية (Traditional Arabic) بحجم (12) وباللغة الإنجليزية (Times New Roman) بحجم (10) وتكون العناوين الرئيسة في اللغتين بالبنط الغليظ (Bold) ويكون نوع الخط في الجدول باللغة العربية (Traditional Arabic) بحجم (10) وباللغة الإنجليزية (Times New Roman) بحجم (9)، وتكون العناوين الرئيسة في اللغتين بالبنط الغليظ.
2. يحتوي البحث على ملخصين: أحدهما باللغة العربية، لا يزيد عدد كلماته عن (200) كلمة، والآخر باللغة الإنجليزية لا يزيد عدد كلماته عن (250) كلمة، ويكون في أسفل الصفحة للملخصين: العربي، والإنجليزي، كلمات مفتاحية (Key Words) لا تزيد على خمس كلمات.
3. ترجمة المراجع العربية إلى اللغة الإنجليزية بعد التحكيم والقبول الأولي للنشر، حيث يتم رومنة (Romanization / Transliteration) اسم، أو أسماء المؤلفين، متبوعة بسنة النشر بن قوسن (يقصد بالرومنة النقل الصوتي للحروف غير اللاتينية إلى حروف لاتينية، تمكن قراءة اللغة الإنجليزية من قراءتها، أي: تحويل منطوق الحروف العربية إلى حروف تنطق بالإنجليزية)، ثم يتبع بعنوان المقالة إذا كان متوافقاً باللغة الإنجليزية في أصل المقالة، وإذا لم يكن متوافقاً فتتم ترجمته إلى اللغة الإنجليزية، ثم يتبع باسم الدورية التي نشرت بها المقالة باللغة الإنجليزية إذا كان مكتوباً بها، وإذا لم يكن مكتوباً بها فيتم ترجمته إلى اللغة الإنجليزية، ثم تضاف كلمة (in Arabic) بن قوسين بعد عنوان الدورية.
4. يلي قائمة المراجع العربية، قائمة بالمراجع الإنجليزية، متضمنة المراجع العربية التي تم ترجمتها، أو رومنتها، وفق ترتيبها الهجائي (باللغة الإنجليزية) حسب الاسم الأخير للمؤلف الأول، وفقاً لأسلوب التوثيق المعتمد في المجلة.
5. تستخدم الأرقام العربية (1, 2, 3, Arabic...) سواء في من البحث، أو الجداول والأشكال، أو المراجع، وترقم الجداول والأشكال في المتن ترقيماً متسلسلاً مستقلاً لكل منهما، ويكون لكل منها عنوانه أعلاه، ومصدره - إن وجد - أسفله.
6. يكون الترقيم لصفحات البحث في المنتصف أسفل الصفحة، ابتداءً من صفحة ملخص البحث (العربي، والإنجليزي)، حتى آخر صفحة من صفحات مراجع البحث.
7. أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة: هو نظام جمعية علم النفس الأمريكية، الإصدار السادس (Ed American Psychological Association 6th (APA))
8. يرسل البحث (إلى البريد الإلكتروني للمجلة J.Humanities@uoh.edu.sa) حسب المواصفات الفنية بصيغتي (Word) و (Pdf) مع السيرة الذاتية للباحث أو الباحثة أو الباحثين بعد تعبئة أنموذج (أ) ويمكن الحصول عليه من الموقع الإلكتروني لمجلة العلوم الإنسانية: <https://uohjh.com>

المشرف العام

سعادة وكيل الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي

أ. د. عبد العزيز بن سالم الغامدي

هيئة التحرير

رئيس هيئة التحرير

أ. د. بشير بن علي اللويش

أعضاء هيئة التحرير

أ. د. سالم بن عبيد المطيري

أ. د. منى بنت سليمان الذيباني

د. نواف بن عوض الرشيد

د. إبراهيم بن سعيد الشمري

الهيئة الاستشارية

أ. د. فهد بن سليمان الشايع

جامعة الملك سعود - مناهج وطرق تدريس

Dr. Nasser Mansour

University of Exeter. UK – Education

أ. د. محمد بن مترك القحطاني

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - علم النفس

أ. د. علي مهدي كاظم

جامعة السلطان قابوس بسلطنة عمان - قياس وتقييم

أ. د. ناصر بن سعد العجمي

جامعة الملك سعود - التقييم والتشخيص السلوكي

أ.د. حمود بن فهد القشعان

جامعة الكويت - الخدمة الاجتماعية

Prof. Medhat H. Rahim

Lakehead University - CANADA

Faculty of Education

أ.د. رقية طه جابر العلواني

جامعة البحرين - الدراسات الإسلامية

أ.د. سعيد يقطين

جامعة محمد الخامس - سرديات اللغة العربية

Prof. François Villeneuve

University of Paris 1 Panthéon Sorbonne

Professor of archaeology

أ. د. سعد بن عبد الرحمن البازعي

جامعة الملك سعود - الأدب الإنجليزي

أ.د. محمد شحات الخطيب

جامعة طيبة - فلسفة التربية

فهرس الأبحاث

رقم الصفحة	عنوان البحث/ اسم الباحث	م
9-27	تخطيط الدخل لدى المرأة السعودية العاملة أثناء كوفيد 19 وعلاقته ببعض الخصائص الاجتماعية: دراسة على عينة من الموظفين في جامعة الملك سعود د. نوف بنت إبراهيم آل الشيخ	1
29-45	الوثائق الفاطمية مصدرًا لتاريخ مكة المكرمة (567-358 للهجرة/ 1170-968 للميلاد) دراسة تحليلية د. جواهر محمد دايس الدندني	2
47- 63	تصور مقترح لبناء معجم النظائر الخادعة بين اللغة العربية واللغات الأخرى (العربية والتركية أنموذجاً) د. عادل علي غانم السناني	3
65- 92	الأخصائي الاجتماعي والتدخل أثناء الأزمات الصحية الطارئة: دراسة ميدانية د. رفعان حمد القحطاني	4
93- 123	أثر جائحة كورونا على دافعية التعلم الذاتي في بيئات التعلم الإلكترونية لدى طلاب وطالبات السنة التحضيرية بجامعة حائل من وجهة نظرهم د. شوقي محمد محمود	5
125-153	درجة ممارسة القيادة الريادية في جامعة حفر الباطن وعلاقتها بالثقة التنظيمية لدى أعضاء هيئة التدريس د. شلاش مقبل شلاش الضبعان	6
155- 177	اشباع الحاجات الاجتماعية للشابات السعوديات عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة مقارنة بين منطقتي مكة المكرمة والرياض بالمملكة العربية السعودية د. محمد بن عبدالرحمن القحيز	7
179- 197	سورة الملك في ضوء التحليلات الأسلوبية الحديثة (الدائرة الفلولوجية والكلمات المفاتيح (التيمات)) د. نوف بنت سالم الشمري	8
199- 225	التنبؤ بالهناء الذاتي في العمل من خلال الإنجاز الوجودي والتكيف النفسي الاجتماعي لدي معلمي التربية الفكرية د. أحمد سعيد عبد العزيز صالح	9
227- 237	Analysis of Errors in Verb Phrase in the Written Language of Hard of Hearing College Students at King Abdulaziz University Dr. Saeed Ali Al Alaslaa	10
239- 248	Predictors of Students' Behavioral Intention in College of Education at University of Ha'il Toward the Adoption of Digital Library Dr. Sultan Hammad Alshammari	11
249- 259	The Impact of Recasts and Clarification Requests on the L2 Learning of Regular and Irregular Past Tense Dr. Jwahir Alzamil	12

إشباع الحاجات الاجتماعية للشابات السعوديات عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة مقارنة بين منطقتي مكة المكرمة والرياض بالمملكة العربية السعودية*

**Satisfy the Social Needs of Young Saudi Women Through Social Networking:
A Comparative Study Between the Regions of Mecca and Riyadh, Saudi Arabia**

د. محمد بن عبدالرحمن القحيز

أستاذ الخدمة الاجتماعية المساعد، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة الملك سعود

.Mohammed Abdurahman Alkohaiz, Ph.D

Assistant Professor in Social Work, Social Studies Department, College of Arts,
King Saud University

(قُدّم للنشر في 02 / 11 / 2020، وقَبِل للنشر في 14 / 02 / 2022)

الملخص

إن إشباع الحاجات الاجتماعية يعدّ واحد من أهم العناصر التي تحقق التوافق النفسي والاجتماعي للفرد خصوصاً في مرحلة الشباب. لذا تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في عصرنا الحالي لإشباع العديد من الحاجات الإنسانية، وفي ضوء المتغيرات التي تطرأ على المجتمعات الحديثة باتت هذه الشبكات من أهم وسائل إشباع الحاجات لدى البشر. هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إشباع الشابات السعوديات لحاجتهن الاجتماعية (الحاجة إلى صداقات، الحاجة إلى علاقات أسرية، الحاجة إلى علاقات عاطفية) باستخدام شبكات التواصل، والتعرف إلى الفروق بين شابات منطقتي مكة المكرمة والرياض في إشباع حاجتهن الاجتماعية عبر شبكات التواصل. وفي هذه الدراسة الوصفية التحليلي باستخدام منهج البحث الاجتماعي على عينة عشوائية بسيطة مطبقة على الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض والذين تتراوح أعمارهم بين 15-29 سنة حيث تم سحب عينته ممثلة للشابات السعوديات في المنطقتين بواقع (384) شابة من خلال توزيع استبانة خاصة تجيب عن تساؤلات الدراسة. وتبين من نتائج الدراسة أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين إشباع الشابات السعوديات في منطقة مكة المكرمة وإشباع الشابات السعوديات في منطقة الرياض لحاجتهن إلى صداقات وحاجتهن إلى علاقات أسرية وحاجتهن إلى علاقات عاطفية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لصالح الشابات السعوديات في منطقة الرياض.

الكلمات المفتاحية: الحاجات الاجتماعية، الشابات السعوديات، شبكات التواصل الاجتماعي.

Abstract

The satisfaction of social needs is one of the most important elements that achieve psychological and social compatibility for individual, especially in youth age. Social Networking Sites, therefore, is used in our time to satisfy many human needs, and in light of the changes that are taking place in modern societies, these are the most important means of satisfying the needs of human beings. Thus, the current study aims to identify the extent to which young Saudi women are satisfied with their social needs (the need for friendships, the need for family relationships, and the need for emotional relationships) using Social Networking Sites, and identifying the differences between young women in Makkah and Riyadh regions in satisfying their social needs through Social Networking Sites. In this descriptive analytical study using the social research method on a simple random sample applied to young Saudi women in the Makkah and Riyadh regions, who are between the ages of 15 and 29, where his representative of young Saudi women in the two regions was withdrawn by 384 young women through the distribution of a special questionnaire answering the questions of the study. The results of the study found that there is a statistical difference between satisfying young Saudi women in the Makkah region and satisfying young Saudi women in Riyadh region because they need friendships, family relationships and emotional relationships through Social Networking Sites for young Saudi women in Riyadh region.

Keywords: Social needs, Young Saudi women, Social networking sites.

*يتوجه الباحث بالشكر للمركز الوطني لأبحاث الشباب لدعمه المستمر بالتمويل والرعاية للباحثين وتشجيعهم المستمر على إجراء البحوث الميدانية، وأخيراً بالشكر للباحث باسم موفق حبوباتي على جهوده في تحليل البيانات.

أولاً: مقدمة الدراسة

ومما لا شك فيه أن مثل هذه الدراسة قد تقدم إجابات شاملة لتلك الاستخدامات والإشباع، مما قد يسهم إسهاماً مباشراً في وضوح الرؤية لدى صانع القرار الاجتماعي، وبمثل نقطة انطلاق مهمة لرسم السياسات التي من شأنها تحقيق أعلى معدلات الأمن الاجتماعي ومواجهة المخاطر الاجتماعية والثقافية التي تترتب بشبابنا في عصر الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت.

ثانياً: مشكلة الدراسة

شكّل ظهور الإنترنت تغيرات عديدة في جميع جوانب الحياة خصوصاً بعد ظهور ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي مثل السناپ شات -توتير - الواتس اب - الفيس بوك، والتي من خلالها سهلت نقل المعلومات ومزجت بين الثقافات وقربت البعيد وجعلت الفرد مطلع على كل ما هو جديد؛ فمن خلالها يستطيع المستخدم أن يشارك اهتماماته واحتياجاته ويكتسب أو يتبنى اهتمامات واحتياجات غيره.

وقد توسع استخدام هذه التقنيات إلى كافة الأنشطة والمجال الحياتية، وأصبحت واقعاً ملموساً له دور كبير في التأثير على مستخدميه سواء كان هذا التأثير إيجابياً أم سلبياً، ولقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر الشبكات جاذبية واستقطاباً للملايين من رواد الشبكة العنكبوتية (الإنترنت)، وقد تطور في الآونة الأخيرة لتصبح الشبكات الأكثر انتشاراً واستخداماً بين رواد الشبكة العنكبوتية خاصة من فئة الشباب والمراهقين الذين تحرروا من قيود واقعهم الاجتماعي وأصبحوا أكثر حرية في التعبير عن أنفسهم من خلال التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تصنع لهم ثقافتهم الخاصة، وآراءهم واتجاهاتهم واحتياجاتهم، وتؤثر في سلوكهم من جميع جوانبه (توفيق، 2018). وتعد فئة الشباب من أكثر الفئات استخداماً وتأثراً بالثورة الرقمية، الأمر الذي جعل الكثيرين يطلقون على الشباب «جيل زد»؛ فهم أكثر ميلاً لكل ما هو جديد وغريب، ولم يعد ما يجمع الشباب في العصر الرقمي الجلوس طويلاً في المقاهي، أو مبادلة الزيارات، بل أصبح التوجه الأساسي لهم هو الجلوس مطولاً أمام الشبكة العنكبوتية، والتنافس في الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع حاجاتهم وتحقيق متطلباتهم، بل أنه أصبح هناك جيل من مشاهير التواصل الاجتماعي الذين يحرص هؤلاء الشباب وخاصة المراهقين منهم على متابعتهم بشكل مستمر. فبحسب التقرير السنوي لعام 2019م لمنصة (Hootsuite) العالمية بلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (3484) مليون مستخدم حول العالم، منهم (136.1) مليون مستخدم في الوطن العربي يمثلون ما نسبته (53%) من عدد سكان المنطقة (شركة أبعاد المعلومات لتقنية المعلومات، 2020).

تعدّ الحاجات الاجتماعية من أبرز الموضوعات التي يهتم بها علماء الاجتماع والخدمة الاجتماعية خصوصاً والمختصون بالعلوم الإنسانية عموماً لأهميتها للأفراد من مختلف المراحل العمرية، حيث يسعى الفرد إلى تحقيق حاجاته حسب مراحل العمرية المختلفة مدفوعاً بدوافع ورغبات وسلوك للوصول إلى إشباع هذه الحاجات. وتعد مرحلة الشباب أهم المراحل العمرية في حياة الفرد تتجدد فيها حاجاته وتعدد، وإشباع هذه الحاجات وتحققها يحصل لهم التوافق النفسي والاجتماعي مع الوسط الذي يعيشون فيه. وقد أدى تطور شبكات التواصل الاجتماعي إلى تعديل آليات التواصل البشري عبر مزاياها وخدماتها المبتكرة، حيث تخلق مساحة للتفاعل الاجتماعي إلى جانب تأمين مشاركة المعلومات، فغيرها يمكن لمستخدميها الوصول للمعلومات ومشاركتها بين مجموعات يربط أعضائها اهتمامات مشتركة؛ مما يتيح احتمالية إشباع تلك الحاجات عبر تلك الشبكات.

ومؤخراً اهتمت البحوث الاجتماعية باختبار نظرية الاستخدامات والإشباع مع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت وجود عدد من الإشباع التي يسعى مستخدموها، لا سيما الشباب، إلى تحقيقها من خلال استخدامهم لهذه المنصات الاجتماعية، أبرزها الحاجة إلى الانتماء والقبول، والحاجة إلى الحب (الجنسي وغير الجنسي) من الآخرين، وفي غياب هذه العناصر، الكثير من الناس يصبحون عرضة للقلق والعزلة الاجتماعية والاكتئاب.

تعمق هذه الدراسة فهمنا بطبيعة العلاقة بين فئة الشباب من الإناث وشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى استخداماتهم لتلك الشبكات، وإلى أي درجة يكون الإشباع، كما تساعدنا على إدراك آثار شبكات التواصل الاجتماعي في الشباب من النواحي الاجتماعية. وبذلك فإن هذه الدراسة ستزود المكتبة العربية بمعلومات حديثة، حول (إشباع الحاجات الاجتماعية للشابات السعوديات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في منطقتي مكة المكرمة والرياض بالمملكة العربية السعودية)، يمكن الاستفادة من نتائجها في دراسات مماثلة لأي وطن عربي آخر. وستكون مرجعاً لطلاب الإعلام والدراسات الاجتماعية، والمهتمين بهذه القضايا.

كما أن هذه الدراسة -من خلال نتائجها وتوصياتها- ستساعد صانعي القرار، والمؤسسات الاجتماعية والتعليمية، والخطباء والعلماء ومؤسسات الإرشاد والتوجيه، في فهم أكثر وضوحاً طبيعة تأثير فئة الشباب من الإناث بشبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، والإسهام في رسم استراتيجيات مبنية على أسس علمية في التعاطي مع قضايا ومشكلات الشباب في عصر الإعلام الجديد.

إن انخراط ملايين المستخدمين في تلك الشبكات الاجتماعية يعود لأسباب عديدة، منها أن هذه الشبكات تتيح للمستخدم تقديم ذاته بالطريقة التي يجدها، وإعطاء الآخرين الصورة التي يعتقد أنها الأقرب إلى المثالية عنه، فحتى الصورة الشخصية التي يعرضها على صفحته تمثل الصورة الأكثر إرضاءً للذات، كما أنها تتيح له التعبير عن ذاته من خلال حقول خاصة لما يرغب بإبلاغ الآخرين عن ذاته ومواهبه واهتماماته ونشاطاته (Grimmelmann, 2009). وبما أن الفرد يسعى إلى المشاركة في أي نشاط عندما يتوقع أن يحقق منه عوائد إيجابية، فإنه يقوم بالتفاعل ضمن مجتمع افتراضي يشترك بالاهتمامات والمصالح، يتبع شبكة تواصل اجتماعي معينة، مستجيباً ومحققاً بذلك لعدد كبير من حاجاته ورغباته النفسية والاجتماعية. وحيث إن شبكات التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة للأفراد لتأسيس علاقات جديدة، أو استعادة علاقات قائمة أو تقويتها والمحافظة عليها مع عدد كبير من الأشخاص وتفاعلية عالية، فإن ذلك السلوك التفاعلي يشجع حاجات اجتماعية أساسية لدى الأفراد، ويدفعهم للتفاعل عبر هذه الشبكات (Grabner, 2010).

وفي ضوء ما سبق تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في التعرف مدى إشباع الحاجات الاجتماعية (الحاجة إلى صداقات، الحاجة إلى علاقات أسرية، الحاجة إلى علاقات عاطفية) للشابات في منطقتي مكة المكرمة والرياض بالمملكة العربية السعودية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: أهمية الدراسة

- تنبثق أهمية الدراسة من أهمية الفئة التي ستجرى عليها الدراسة (الشباب)، كما تتجلى أهمية الدراسة من النتائج التي ستوصل إليها والتي يمكن توظيفها في صالح المجتمع.
- وتتجلى أهمية الدراسة من النتائج التطبيقية لها، والتي يمكن أن يبنى عليها قرارات مستقبلية

رابعاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1- التعرف على مدى إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجتهن الاجتماعية (الحاجة إلى صداقات) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- التعرف على مدى إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات أسرية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3- التعرف على مدى إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات عاطفية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

وفي دراسة مسحية للهيئة العامة للإحصاء في المملكة العربية السعودية حول تنمية الشباب السعودي لعام 2019م، أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة السكان السعوديين للفئة العمرية من (15-34) سنة من إجمالي عدد السكان بلغت (36.70%) تبلغ نسبة الإناث منهم (48.97%)، كما أن نسبة الشباب السعوديين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بلغت (98.43%) وبلغت نسبة الإناث من حيث المشاركة في الشبكات الاجتماعية أو المهنية أو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (97.6%) من إجمالي عدد الإناث، في حين بلغت نسبة الشباب السعوديين الذين أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على علاقتهم الاجتماعية من خلال زيادة مهارات التواصل مع الآخرين أو التقصير في الواجبات الأسرية والاجتماعية أو التقصير في المهام الوظيفية والدراسية أو فقدان بعض الأصدقاء أو الانطوائية وعدم الاختلاط بالآخرين (35.83%) من إجمالي عدد الشباب (الهيئة العامة للإحصاء، 2019).

ومن خلال هذه الإحصائيات نلاحظ النمو السريع لمواقع التواصل الاجتماعي فهي متاحة لجميع أفراد المجتمع أياً كان مكان الفرد أو مستواه الدراسي أو عمره أو ثقافته، ومن أكثر الفئات استخداماً لهذه المواقع هم فئة الشباب، وتتميز مرحلة السبب بالعديد من الخصائص التي تميزها عن غيرها من مراحل حياة الإنسان لما يصاحبها من تغييرا في النمو الجسمي والعقلي والاجتماعي، والانفعالي والتي تجعلهم أكثر عرضة للتأثير والتأثر بمحتوى تلك الشبكات الاجتماعية؛ حيث أن هذه الشبكات فتحت الباب على مصراعيه من خلال ما تحتويه مما قد يؤثر على تحديد وإشباع احتياجاته الاجتماعية.

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر تطبيقات الشبكة العنكبوتية إثارة للاهتمام، وأوسعها انتشاراً، وأكثرها استخداماً؛ فقد فتحت هذه الشبكات آفاقاً واسعة للتفاعل الاجتماعي، مجتذبة ملايين الأشخاص كمستخدمين لهذه الشبكات من مختلف الأعمار والقارات والأجناس والثقافات، لتشكل منهم مجموعات افتراضية، تلتقي في الأهواء أو المصالح أو الاهتمامات أو الثقافات، وتنطوي على أنماط في التفاعل والسلوك تختلف عنها في العالم الواقعي. وقد سجلت شبكات التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة إعلاماً بديلاً لجأ إليه الشباب العربي بكثافة، وأسهموا فيه بفعالية ملحوظة، وسجلت هذه الشبكات مجتمعاتها الافتراضية دون أن تكترث للقواعد المنظمة للعمل الإعلامي التقليدي، باستثناء ما تفرضه قواعد وقوانين المجتمعات نفسها. كما تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بدور رقابي سياسي واجتماعي مهم دون الاصطدام مع السلطات المعنية في الدولة، لا تستطيع الجهات السياسية ووسائل الإعلام التقليدية أن تقوم به، وذلك من خلال النقد الصريح للمواقف والأشخاص دون التعرض للأذى.

● **الحدود الزمنية:** العام الجامعي 1442 (وتم التطبيق خلال شهرين، من: 15 رجب 1442 إلى 15 رمضان 1442).

● **الحدود الموضوعية:** اشباع الحاجات الاجتماعية للشابات السعوديات عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة مقارنة بين شابات منطقتي مكة المكرمة والرياض بالملكة العربية السعودية. وقد تم تناول الموضوع من خلال ثلاثة محاور: محور الحاجة إلى صداقات، ومحور الحاجة إلى علاقات أسرية، ومحور الحاجة إلى علاقات عاطفية.

سابعاً: مصطلحات الدراسة

يتردد في ثنايا الدراسة مجموعة من المصطلحات ما يستلزم تعريفها إجرائياً وذلك كخطوة منهجية.

● **شبكات التواصل الاجتماعي:** هي مواقع وتطبيقات إلكترونية مجانية يتخلى فيه الفاعلون حدود الزمان والمكان تمكن المستخدمين من التواصل، بعضهم مع بعض، من خلال تبادل الرسائل والتعليقات وملفات الصوت والفيديو وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين، وأشهر تلك المواقع: (الفايس بوك - Facebook، تويتر - Twitter، واتس آب - Whats App، سناب شات - Snapchat، وإنستقرام - Instagram).

● **الإشباع:** هي تلك الإشباعات الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، باعتبار أن جمهور وسائل الإعلام عموماً هو جمهور نشط تحركه دوافعه النفسية والاجتماعية؛ ويتطلع إلى تحقيق نتائج ذلك الاستخدام، وهي التي يطلق عليها الإشباعات. وتعتمد الدراسة هذا التصنيف وفقاً لأدبيات نظرية معروفة في بحوث الاتصال، وهي نظرية الاستخدامات والإشباعات (Uses And Gratifications Theory).

● **الشابات السعوديات:** ويقصد بهم كل الإناث السعوديات ضمن الفئة العمرية من (15) إلى (29) سنة ممن يسكنون في منطقة مكة المكرمة أو منطقة الرياض بالملكة العربية السعودية.

ثامناً: الإطار النظري

هذا الجزء من الدراسة يعرض الإطار النظري؛ حيث تم تقسيمه قسمين، الأول: يعرض الدراسات السابقة، وقد اشتمل على 39 دراسة عربية وأجنبية، في سائر المداخل البحثية. والثاني: يعرض أهم النظريات الإعلامية والاجتماعية المفسرة لآثار شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدامات والإشباعات من النواحي الاجتماعية.

4- قياس الفروق في إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجاتهن الاجتماعية (الحاجة إلى صداقات) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

5- قياس الفروق في إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجاتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات أسرية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

6- قياس الفروق في إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجاتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات عاطفية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

خامساً: تساؤلات الدراسة

من خلال أهداف الدراسة الحالية والتي يمكن صياغتها في مجموعة من التساؤلات الآتية:

1. ما مدى إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجاتهن الاجتماعية (الحاجة إلى صداقات) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

2. ما مدى إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجاتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات أسرية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

3. ما مدى إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجاتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات عاطفية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجاتهن الاجتماعية (الحاجة إلى صداقات) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

5. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجاتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات أسرية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

6. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجاتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات عاطفية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

سادساً: حدود الدراسة

● **الحدود البشرية:** الشباب السعودي من الإناث في المرحلة الجامعية في المرحلة العمرية (15-29 سنة)

● **الحدود المكانية:** المملكة العربية السعودية، منطقة مكة المكرمة ومنطقة الرياض.

أ. الدراسات السابقة:

لجمع البيانات. وتشكلت عينة الدراسة من 160 فرداً من الذكور والإناث. وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية المستخدمين للشبكات الاجتماعية في المجتمع السعودي من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و35 عاماً، خاصة طلاب وطالبات المراحل الثانوية والجامعية؛ وأن معدل استخدام الشبكات الاجتماعي يزداد عاماً بعد عام، ويزيد استخدام الذكور لشبكة الإنترنت أكثر من الإناث؛ وتميل العلاقات في المجتمع الافتراضي إلى الضعف والسطحية. كما يرى أفراد العينة أن المجتمع الافتراضي يتيح العديد من الإشباعات لمستخدميه، ومن أهم هذه الإشباعات: التعرف والتواصل مع الآخرين، وتكوين صداقات داخل المجتمع وخارجه، والاقتراب من الجنس الآخر، والتمتع بالحرية، والتحرر من القيود المفروضة على الفرد في المجتمع الواقعي. كما أشارت النتائج إلى أن للمجتمعات الافتراضية العديد من الآثار الإيجابية والسلبية، ومن أهم الآثار الإيجابية: الحصول على المعرفة في أمور يصعب توفرها في المجتمع الواقعي، وسهولة الحوار في أمور وقضايا يصعب طرحها في المجتمع الواقعي سواء كانت هذه القضايا دينية أو اجتماعية أو سياسية أو ثقافية. في حين تمثل الآثار السلبية في: انتشار بعض الثقافات الغربية خاصة فيما يتعلق بالعلاقات بين الجنسين والإباحية وتقبل بعض المحرمات على أنها أمور عادية، واكتساب عادات دخيلة على المجتمع، والانفتاح والتحرر المبالغ فيه، وسهولة انتشار الشائعات، وغير ذلك من الآثار السلبية.

وسعت دراسة حجازي (2011) إلى تحقيق عدد من الأهداف، منها: تحديد الآثار الإيجابية والسلبية لوجود المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت. وتم إجراء الدراسة في كلية الخدمة الاجتماعية بجامعة حلوان في جمهورية مصر. واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي العينية، وتشكلت عينة الدراسة من 236 طالباً وطالبة. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، تتمثل في أن الآثار الإيجابية للمجتمعات الافتراضية من وجهة نظر الذكور، هي - بالترتيب: وسيلة لتبادل المعلومات والثقافات، وأوفر من الناحية الاقتصادية للاتصال بأصدقاء خارج الوطن، والانفتاح على العالم، والتعبير بحرية كاملة عن الآراء والمعتقدات، وتلبي احتياجات الشباب الاجتماعية والثقافية. أما الآثار الإيجابية للمجتمعات الافتراضية من وجهة نظر الإناث، فكانت - بالترتيب: وسيلة لتبادل المعلومات والثقافات، والانفتاح على العالم، واكتساب الخبرات واتساع الأفق، وتنمية الوعي الإيجابي للمستخدمين. وفيما يخص الآثار السلبية للمجتمعات الافتراضية من وجهة نظر الذكور، هي - بالترتيب: انتشار الكذب والخداع، ونشر الفتن، وانتشار الرذيلة بين الشباب، والعزلة الاجتماعية. وأما من وجهة نظر الإناث، فهي - بالترتيب: انتشار الكذب والخداع، ونشر الفتن، وإدمان الإنترنت، والعزلة الاجتماعية.

أما دراسة تشيونغ وآخرون (Cheung, et al., 2011) فقد استهدفت الكشف عن العوامل التي تدفع الطلاب لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (وتحديدًا فيسبوك)، من خلال

تحتاج المكتبة البحثية السعودية والعربية لدراسة شاملة على المستوى الوطني، تقدم رؤى متكاملة لدوافع الشباب الاجتماعية من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مما قد يفيد في بناء التراكم المعرفي حول موضوع شبكات التواصل الاجتماعي على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، خاصة فيما يتعلق بآثار شبكات التواصل الاجتماعي الملموسة، وما أحدثته من تغيرات في عديد من المجتمعات. وستتطرق في هذا المجال للدراسات السابقة التي تناولت في موضوعها أو نتائجها الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي، سواء على المستوى المحلي أو على المستوى الخليجي والعربي والعالمي عموماً معتمدين على منهجية محددة تعرض فيها لتلك الدراسات وفقاً لتسلسلها الزمني من الأقدم فالأحدث.

في البداية هدفت الدراسة الكورية والتي أجراها وانج وآخرون (Whang, et al., 2003) إلى التعرف على الخصائص والسمات النفسية لمستخدمي الإنترنت بإفراط، واستخدمت المقابلة أداة لجمع البيانات، إضافة إلى مقياس إدمان الإنترنت، وقد قام الباحث وفريق عمله باختيار عينة كبيرة بلغ حجمها (13588)، وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة بين إدمان الإنترنت وضعف العلاقات الاجتماعية، وأن أحد أسباب إدمان الإنترنت هو الهروب من الواقع، كما أن شعور مدمن الإنترنت بالقلق والاكتئاب يدفعه إلى استخدام الإنترنت، وأن المدمن يشعر بالوحدة النفسية بدرجة مرتفعة.

وانطلقت دراسة كيم وآخرون (Kim, et al., 2009) من افتراض يشير إلى أحد الدوافع الأساسية التي تدفع الأفراد لاستخدام الإنترنت، هو التحرر من المشكلات النفسية: الوحدة النفسية والاكتئاب. وتم اختيار عينة مكونة من (635) طالباً جامعياً، منهم 58% طالبات، و42% من الطلاب. وأظهرت النتائج أن الفرد الذي يعاني من الوحدة النفسية يستخدم الإنترنت في الوقت نفسه لتعويض نقص مهاراتهم الاجتماعية من الممكن أن يكتسب خبرات حياة سلبية. وأن الأفراد الذين ليسوا في صحة نفسية جيدة ويشعرون بالوحدة النفسية يواجهون صعوبات ليس فقط في استعادة التفاعل الاجتماعي الصحي في حياتهم ولكن في تنظيم استخدامهم للإنترنت. وإضافة لذلك فإن هؤلاء الأفراد يشعرون بمشكلات تقوهم أو تدفعهم لاستخدام الإنترنت هروباً من تلك المشكلات.

في حين هدفت دراسة محمد بن (2010) إلى تحديد دوافع أبناء الأسر السعودية من حياتهم داخل المجتمعات الافتراضية، كما هدفت إلى معرفة الإشباعات التي تحققت لهم من هذه الحياة، وأنماط سلوكياتهم، والآثار الإيجابية والسلبية في هذه الحياة. وقد استخدم الباحث المقابلة المقتنة والملاحظة بالمشاركة كوسائل

59%، وأكدت 43% أمهن تعرفن على (فيسبوك) من خلال الأصدقاء، وجاءت القضايا الاجتماعية أولاً ثم القضايا العاطفية، في حين جاءت القضايا الرياضية والسياسية وقضايا الابتزاز على (فيسبوك) كأقل القضايا اهتماماً ونقاشاً. وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام (فيسبوك) كان له تأثير متوسط على متابعة وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية، وجاءت الإحصاءات لتوضح أن أكثر الوسائل تأثراً بدرجة كبيرة جداً هو التصفح العام للإنترنت بنسبة 34.5%، ثم المتديبات بنسبة 28%، فالقنوات الفضائية بنسبة 26%. وأكدت الدراسة قدرة (فيسبوك) على تحقيق عديد من الإشباعات الاجتماعية التي لا تستطيع وسيلة إعلامية أخرى تحقيقها، وكانت أهم الإشباعات «المرغوبة» تتعلق بالاندماج الاجتماعي والاندماج الشخصي والإشباع المعرفي، وأكدت النتائج أنه كلما زاد استخدام الفتيات لـ(فيسبوك) شعرن بأهميته وازداد تعلقهن باستخدامه.

وحاولت دراسة أجريفيوليو وآخرون (Agrifoglio et al., 2012) التعرف على الدوافع والأسباب الذاتية والخارجية التي تؤدي بالأفراد إلى الاستمرار في الإقبال على استخدام شبكة (تويتر)، واستهدفت الدراسة اختبار مجموعة من الفروض، وهي:

- أن الفائدة الملموسة ترتبط إيجابياً بالنية في استمرار استخدام (تويتر).
- وأن توقع الحصول على المتعة واللعب يرتبط إيجابياً بالنية في استمرار استخدام (تويتر).
- وأن السهولة الملموسة في استخدام (تويتر) ترتبط إيجابياً بالفائدة الملموسة وبالحصول على الترفيه والمتعة.

وطبقت الدراسة خلال الفترة من 20 نوفمبر -15 ديسمبر 2009م من خلال استبيان إلكتروني مباشر يستهدف مستخدمي (تويتر)، ووضع رابط الاستبيان على حساب إحدى الشخصيات المشهورة في بريطانيا، واستجاب لذلك (385) من مستخدمي (تويتر). وحسب استجابات أفراد العينة، فقد قسمتهم الدراسة إلى ثلاث مجموعات، الأولى: مستخدمون لـ(تويتر) لغايات العمل، والثانية: مستخدمون له لغايات اللعب والترفيه، والثالثة: مستخدمون لأغراض العمل والترفيه معاً. وأكدت نتائج الدراسة أن أفراد العينة اعتبروا (تويتر) أداة مفيدة للتفاعل والتواصل مع زملائهم وأصدقائهم، كما أنه يتيح تغييرات غير رسمية ويحقق مجموعة من الفوائد في مجال العمل. كما أكدت أن الدوافع الداخلية وخاصة (الترفيه والمتعة الملموسة) كانت أكثر وضوحاً كمتغيرات مفسرة للاستخدام المستمر لشبكة (تويتر) مقارنة بالدوافع الخارجية.

كما وتناولت دراسة الزومان (2012) تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية، بالتطبيق على عينة من طلاب وطالبات جامعتي الإمام محمد بن سعود الإسلامية وجامعة الملك

دراسة تجريبية على عينة من الطلاب المستخدمين لـ(فيسبوك)، واستفادت الدراسة من أدبيات نظريات (الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratifications)، و(التأثير الاجتماعي Social influence theory)، و(نظرية الحضور الاجتماعي social presence theory). واستخدمت الدراسة أسلوب الاستبيان الإلكتروني الذي وضع في عدد من مجموعات (فيسبوك)، وخاصة مجموعات الطلاب. ولزيادة معدلات الاستجابة عرضت الدراسة منحهم قسائم شراء من محلات تجارية كنوع من الحافز للمشاركة في الاستبيان الذي استخدم أسلوب (السؤال التأكيدي A screening question) للتأكد أن المشاركين في البحث هم مستخدمون حقيقيون لـ(فيسبوك). وكانت الحصيلة مشاركة 182 مستخدماً، 68% منهم إناث، و32% ذكور، وبلغت أعمار أغلبية المشاركين (75%) ما بين 19 إلى 23 سنة. وأظهرت النتائج أن تحقيق الحضور الاجتماعي كان العامل الأقوى للاستخدام، ومن بين مجموعة من القيم التي عرضتها الدراسة، أكدت أن العوامل المرتبطة بالجانب الاجتماعي كانت هي الأكثر دلالة في التأثير على نية الطلاب في استخدام (فيسبوك).

وتناولت دراسة العتيبي (2011) معرفة مدى انتشار استخدام (الفيسبوك) بين طلاب وطالبات الجامعات السعودية. كما هدفت إلى معرفة الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام والتعرف على الفروق في الاستخدام بين أفراد العينة حسب الخصائص الديموغرافية. وطبقت الدراسة في ثلاث من الجامعات السعودية هي: جامعة الملك عبد العزيز في جدة، وجامعة الملك سعود في الرياض، وجامعة الملك فيصل في الأحساء. واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وتشكلت عينة الدراسة من 469 طالباً وطالبة. وقد استخدمت الدراسة الاستبانة وسيلة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى أن أهم دوافع استخدام (الفيسبوك) هي مشاركة الآخرين آراءهم وأفكارهم، ثم مشاهدة صور الآخرين، إضافة إلى تبادل الصور والملفات مع الآخرين. كما يرى أفراد العينة أن الآثار الإيجابية لاستخدام (الفيسبوك) تفوق الآثار السلبية، حيث إن من الآثار الإيجابية تتمثل في رفع المستوى الثقافي، وزيادة التحصيل العلمي، وصقل المواهب وإبرازها، وتقوية الترابط الاجتماعي، وإيجاد مساحة للتعبير عن الرأي. بينما كانت أهم الآثار السلبية تنحصر في أن (الفيسبوك) يؤدي إلى تفكك العادات والتقاليد، والتسبب في ضياع الوقت، وضعف العلاقات الأسرية، والعزلة النفسية.

وبدراسة الحربي (2012) تم مناقشة استخدام الفتيات السعوديات لـ(فيسبوك) من خلال التطبيق على عينة قوامها 500 طالبة من طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض من المدارس العامة والخاصة، وأوضحت نتائج الدراسة أن نسبة انتشار استخدام (فيسبوك) بين طالبات الثانوية بلغت

بالمرحلة المتوسطة بمدينة القطيف، والبالغ عددها 52 مدرسة. واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وقد بلغ حجم العينة (397) مفردة. وأهم النتائج التي توصلت إليها، هي:

أ. أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على التعاون بين أفراد الأسرة.

ب. بالنسبة لأنواع شبكات التواصل المستخدمة، أظهرت النتائج أن 45.3% من أفراد العينة يستخدمون (فيسبوك)، و35% يستخدمون (يوتيوب)، في حين أن 6.5% يستخدمون (تويتر)، ويستخدم 12.1% من أفراد العينة مواقع أخرى.

ت. بالنسبة للموضوعات التي تجذب المراهق ويقوم بالاطلاع عليها، أظهرت النتائج أن 29.5% من أفراد العينة تجذبهم الموضوعات الموعمة، و20.7% تجذبهم الموضوعات الترفيهية، و13.6% تجذبهم الموضوعات الرياضية، و9.6% تجذبهم الموضوعات الاجتماعية، و6% تجذبهم الموضوعات السياسية والدينية، و5.8% تجذبهم الموضوعات الإعلامية، و3.8% تجذبهم الموضوعات الثقافية والعاطفية، في حين أن 0.8% تجذبهم المواضيع الاقتصادية.

ث. بالنسبة لنوعية الإشباع التي يحققها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للمراهقين، أظهرت النتائج أن 35.3% من أفراد العينة يحقق لهم إشباع حاجة التواصل مع الأصدقاء القدامى، و20.7% يشبع لديهم حاجة تنمية القدرات في مجالات متعددة، و16.4% يشبع لديهم حاجة التعرف على أشخاص لديهم نفس الميول، و16.4% يشبع لديهم حاجة سهولة تكوين العلاقات مع الجنس الآخر، و7.3% يشبع لديهم الحاجات الأخرى.

وهدفت دراسة الفاضل (2013) إلى معرفة الأبعاد الاجتماعية والثقافية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب السعودي، ومعرفة أنماط ودوافع الاستخدامات والإشباع التي يحققها استخدام هذه الشبكات للشباب من الجنسين. استخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وتشكلت عينة الدراسة من 384 فرداً من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود. وقد خلصت الدراسة إلى أن (45.6%) من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب السعودي تتراوح أعمارهم ما بين (20 إلى أقل من 22) سنة. كما أوضحت النتائج أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً هي (تويتر)، و(فيسبوك)، و(يوتيوب) و(سكايب) على التوالي مرتبة تنازلياً. وأوضحت النتائج أن أهم دوافع الشباب السعودي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل في: التسلية والترفيه، وحب الاستطلاع، والتعارف والتواصل مع

سعود في مدينة الرياض (200 طالب وطالبة). واستهدفت التعرف على طبيعة تعرضهم للشبكات الاجتماعية من حيث حجم الاستخدام وأنماطه ودوافعه ومن ثم الوصول للإشباع المتحققة والعوامل المؤثرة في ذلك. وأكدت نتائج الدراسة أن نسبة استخدام الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية تصل إلى 96%، وتفضيل غالبيتهم مواقع (يوتيوب) ثم (تويتر)، بينما كانت نسبة من يفضلون (فيسبوك) قليلة. أما عن معوقات استخدام الشبكات الاجتماعية للنسبة غير المستخدمة والتي لم تتجاوز 4% فقد تمثلت في: الإمكانات المادية كعدم توفر جهاز، وعدم توفر اتصال بشبكة الإنترنت، وكذلك معوقات اجتماعية كرفض المجتمع المحيط، وأيضاً عدم تفضيل استخدام الشبكات الاجتماعية، ومن المعوقات التي أشاروا إليها أيضاً الانشغال بنشاطات أخرى. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن 36% من الشباب من الجنسين لا يزال يستخدم اسماً مستعاراً في الشبكات الاجتماعية، وكان (التعرف على معلومات وتفاصيل إضافية للأحداث) في صدارة دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية بنسبة 67%، وجاءت في المرتبة الثانية عبارة «لأنها تساعدني على شغل وتمضية وقت الفراغ» بنسبة 50%، وحلت ثالثاً «الرغبة بالحصول على فرصة في التعبير تفوق الفرص المتاحة في الإعلام الرسمي»، ثم جاءت عبارة «الاستفادة من حرية التعبير وطرح ما يجول في النفس» كأحد دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية بنسبة 49%، ثم دافع «الرغبة بالبحث عن تجارب الآخرين وخبراتهم ولمعالجتها لقضايا اجتماعية كثيرة»، ثم «الحاجة للحوار والنقاش مع شخصيات بارزة»، ثم حلت ثامناً عبارة «الهروب من هوم الحياة اليومية والتسلية»، وفي المرتبة التاسعة وقبل الأخيرة جاءت عبارة «التمكن من إنشاء علاقات جديدة»، وفي المرتبة الأخيرة بين أسباب ودوافع استخدام الشبكات الاجتماعية جاءت عبارة «الرغبة في زيادة الثقة بالنفس والاعتزاز بها». وقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات معدلات استخدام الشبكات الاجتماعية بحسب فئات الدخل الشهري، أو باختلاف الجنس (ذكر، أنثى)، إلا أن الدراسة أكدت وجود فروق جوهرية في متوسطات درجة الرضا حيال مساحة الحرية في الشبكات الاجتماعية بحسب توزيع عينة الدراسة إلى طلاب وطالبات، حيث كانت الطالبات أكثر رضا عن مستوى الحرية في الشبكات الاجتماعية، مقارنة بالطلاب الذين كانوا أقل رضا.

وسعت دراسة المرهون (2013) إلى تحقيق عدد من الأهداف، منها: الكشف عن أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية للمراهقين، والتعرف على أهم العوامل المؤثرة في استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي، والكشف عن أنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى المراهقين، والتعرف على نوعية الإشباع التي يحققها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للمراهقين. وقد تمثل مجتمع بحث هذه الدراسة في طلاب المدارس الحكومية والأهلية

الآخرين، وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة وتبادل المعلومات ومشاركة الآخرين آرائهم وأفكارهم، ومتابعة الأخبار ومستجدات الأحداث العالمية، والتعرف على ثقافات أخرى مختلفة، وبلغت نسبة من يرون ذلك (79.9%)، و(64.1%)، و(59.9%)، و(56.3%)، و(54.4%)، و(50.8%)، و(48.4%)، و(45.6%)، و(43%) على التوالي. أوضحت النتائج أن أهم الإشباعات التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل في: توفر المعلومات، والشعور بالحرية في التعبير عن الرأي، والمعرفة بالعالم الخارجي، والالتقاء بأصدقاء قدامى حيث بلغت نسبة من يرون ذلك (72.1%)، و(63%)، و(53.1%)، و(50.8%) على التوالي. وبخصوص الموضوعات التي يتحدث فيها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب السعودي، أشارت النتائج إلى أن أهم الموضوعات التي يتحدث فيها الشباب الذكور هي: الموضوعات الاجتماعية، والأحداث اليومية، والموضوعات الترفيهية والثقافية، والرياضية والسياسية. أما الفتيات فأهم الموضوعات التي يتحدثن فيها تتمثل في الموضوعات الاجتماعية والترفيهية، والأحداث اليومية والدينية والثقافية والشخصية.

كما أشارت النتائج إلى أن الشباب الذكور تتفق آراؤهم حول الجوانب الإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المتمثلة في أنها تزيد الترابط الاجتماعي، وترفع من المستوى الثقافي للأفراد، وتمنح الأفراد مساحة من الحرية والتعبير عن آرائهم، وتنمي الموهب والمهارات لدى الأفراد، وتساعد على توضيح مطالب الأفراد واحتياجاتهم. أما فيما يتعلق بالجوانب السلبية لاستخدام شبكات التواصل والتي تتفق آراؤهم حولها، فتتمثل في أنها تؤدي إلى ضياع وقت طويل من اليوم، وتضعف العلاقات الأسرية، وتضعف القدرة على التواصل المباشر، وتؤدي إلى ضعف العادات والتقاليد، وتؤدي إلى شعور بالوحدة والعزلة، وتؤدي إلى مشاكل في الأسرة. أما الشابات السعوديات فتتفق آراءهن حول الجوانب الإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والمتمثلة في أنها ترفع من المستوى الثقافي للأفراد، وتزيد الترابط الاجتماعي، وتمنح الأفراد مساحة من الحرية للتعبير عن آرائهم، وتنمي الموهب والمهارات لدى الأفراد، وتساعد على توضيح مطالب الأفراد واحتياجاتهم. بينما الجوانب السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل في أنها تؤدي إلى ضياع وقت طويل من اليوم، وتضعف العلاقات الأسرية، وتضعف القدرة على التواصل المباشر، وتؤدي إلى ضعف العادات والتقاليد، وتؤدي إلى شعور بالوحدة والعزلة، وتؤدي إلى مشاكل في الأسرة.

كما واستهدفت دراسة الغامدي و بلونكيت (Alghamdi & Plunkett, 2021) التأثير الملحوظ لشبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعية على رأس المال الاجتماعي لطلاب الدراسات العليا السعوديين. باستخدام بنية متعددة الأبعاد لرأس المال الاجتماعي، والتي تضمنت مكونات الرضا عن الحياة، والثقة الاجتماعية، والمشاركة المدنية، والمشاركة السياسية. وتم جمع بيانات الدراسة من خلال المسوحات والمقابلات التي شملت (313) طالبًا و(293) طالبة دراسات عليا من جامعة أم القرى في مكة المكرمة. وقد خلصت الدراسة إلى أن المشاركين الذكور والإناث يرون أن استخدام شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعية يؤثر على جميع مكونات رأس المال الاجتماعي عند مستوى متوسط وإيجابي، كما أظهرت تحليلات الترابط إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية متوسطة إلى كبيرة بين مكونات رأس المال الاجتماعي. لم تكن الفروق بين الجنسين واضحة في الرضا عن الحياة والثقة الاجتماعية. كما أن التعامل مع الآخرين بثقة وتلقي معلومات موثوقة من المزايا المرتبطة باستخدام شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعية لدى أفراد عينة الدراسة.

من خلال عرض الدراسات السابقة نجد أنها تناولت فئات مختلفة من الجمهور في بيئات ومجتمعات مختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي، وأفادت كلها من فروض نظرية الاستخدامات والإشباع وأدبياتها، سواء في محاولة رصد لها لدوافع الاستخدام (النفعية والطقوسية)، أو تقسيمات الإشباع التي يحققها ذلك الاستخدام (إشباع مطلوب ومتوقعة)، بالإضافة إلى اختبار الفروض الرئيسة للنظرية. كما ركزت بعض الدراسات على موقع

وسعت دراسة العمري (2018) للتعرف على الأبعاد الاجتماعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الثانوية. كما هدفت إلى معرفة الأبعاد المتعلقة بالأصدقاء واستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي. وتعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح

الاجتماعية، يحتم علينا القول إنه من الصعب النظر إليها من جانب واحد أو وجهة نظر واحدة، لذا يصبح من المنطقي النظر إليها بعدة جوانب مختلفة قد تكون متباعدة ومختلفة طورا، لكن لا يمكن تجاهل إمكانية أن تكون متفاعلة؛ لذا تم عرض اهم تلك الأطر وفقاً للمدخل الإعلامي، والمدخل الاجتماعي.

المدخل الإعلامي:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratification) أهم نظريات دراسة جمهور الوسيلة الاتصالية، وهي ذات ارتباط وثيق بعملية التعرض الانتقائي (Selective Exposure)، التي تتناسب مع جوهر الاتصال عبر شبكة الإنترنت، فالمستخدم لا بد أن يحدد الموقع الذي سيزوره ومن هنا فإن التعرض بالمصادفة يصير أمراً نادر الحدوث في هذا النمط الاتصالي الفريد (آل سعود، 2005).

وظهرت هذه النظرية في السبعينيات من القرن الميلادي الماضي، في مرحلة ما سمي بـ(الأثار المعتدلة لوسائل الإعلام: The Moderate Effect) (Werner & James, 1992). وهناك من يرى أن مدخل الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratification Approach) قد تأسس على يد الياهو كاتز (Eliahu Katz) الذي اهتم بدراسة عملية الاتصال الجماهيري من زاوية الاحتياجات النفسية والاجتماعية التي تقود الأفراد لإشباعها، ثم يقوم الأفراد باختيار المحتوى الإعلامي والاتصالي الذي يلي تلك الاحتياجات (Klapper, 1981)، ويعد كتاب (استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري The Uses of Mass Communication) الذي صدر عام 1974م لمؤلفيه بلومر (Blumler & Katz, 1974) هو الكتاب الأول الذي عرض بشكل واضح الأسس التي بنيت عليها هذه النظرية. ويرى مكوايل (Mcquail, 2000) أن مما يميز نظرية الاستخدامات والإشباع أنها تتناول خصائص الجمهور الذي يتعرض للوسيلة الإعلامية والدوافع بعيداً عن الاعتقاد السابق أن الجمهور يتقبل ما يقدم له عبر وسائل الاتصال ويتعوده تلقائياً.

ويعرض (نجم، 2011) بعض جوانب النقد الموجه لنظرية الاستخدامات والإشباع، على النحو التالي:

1. هناك خلاف حول تحديد المصطلحات والمفاهيم، مثل الحاجة «و» الاستخدام «و» الإشباع»، مما أدى إلى خلق الغموض في الدراسات التي اعتمدت على هذا المدخل، ولذلك فإن تطور هذا المدخل وتطبيقاته يحتاج بداية إلى الاتفاق على المصطلحات والمفاهيم وتوظيفها، والربط بين النماذج المختلفة للإشباع في علاقتها بالمعاني المستقاة من المحتوى الذي يتعرض له الفرد، إضافة إلى الانتقال من الاهتمام والتركيز في الفرد إلى علاقة الاستخدام والإشباع بالنظم الاجتماعية الأكبر.

واحد من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مثل: (فيسبوك)، أو (تويتر)، أو (يوتيوب)، من خلال مداخل نظرية متعددة، منها مدخل الاستخدامات والإشباع.

وتنوعت أساليب وأدوات جمع البيانات، إلا أنها في معظمها تعتمد على أداة (الاستبيان) سواء التقليدي أو الإلكتروني، بالإضافة إلى أدوات كيفية، مثل: مجموعات النقاش المركز، وهي الأدوات المستخدمة في دراسات الاستخدامات والإشباع. كما اهتمت دراسات عديدة منها بفئة الشباب والطلاب من جهة استخدامهم لشبكات الإعلام الاجتماعي، إلا أن تلك الدراسات كانت محدودة في حجم الشريحة التي تناولتها أو في النطاق الجغرافي الضيق الذي شملته (طلاب جامعة واحدة مثلاً)، أو تركيزها في استخداماتهم لموقع واحد، أو في محدودة جوانب التأثير والتأثر التي تناولتها. كما وأن نتائج الدراسات السابقة تباينت بين: آثار سلبية امتدت من مشكلات اجتماعية تواجه البعض متمثلة في عدم القدرة على الحفاظ على العلاقات الاجتماعية، وأنه كلما طالت الفترة الزمنية لاستخدام الإنترنت يتعرض المستخدم للاكتئاب، وأن الفرد الذي يتمتع بصحة نفسية جيدة يقل استخدامه للإنترنت، وأن أحد أسباب إدمان الإنترنت هو سبب نفسي يتمثل في الهروب من الواقع، وأن هناك علاقة إيجابية بين استخدام الإنترنت والوحدة النفسية.

ركزت الدراسات المحلية والعربية في دوافع وآثار شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب. وتتفق هذه الدراسة مع تلك الدراسات في التركيز في دوافع وآثار شبكات التواصل الاجتماعي في الشباب، لكنها تمتاز عليها بعدة ميزات، منها أن هذه الدراسة تتناول موضوع شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التركيز على البعد الاجتماعي والاهتمام التأطير النظري للمجتمع الشبكي السعودي من حيث خصائص الأعضاء ونوعية الشبكات واستخداماتها وآثارها الإيجابية والسلبية، مما يوفر مزيداً من المعرفة عن هذا المجتمع، وهو ما سيساعد المخططين الاجتماعيين على وضع الخطط اللازمة لدعم الآثار الإيجابية والحد من الآثار السلبية. ومن ميزات هذه الدراسة على الدراسات السابقة المشاهدة أنها ستفيد من التراكم المعرفي حول موضوع شبكات التواصل الاجتماعي على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، خاصة فيما يتعلق بآثار شبكات التواصل الاجتماعي الملموسة، وما أحدثته من تغيرات في عديد من المجتمعات؛ حيث أن المكتبة البحثية السعودية والعربية تفتقد لدراسة مقارنة شاملة على المستوى الوطني، تقدم رؤى متكاملة لاستخدامات الشباب من الإناث لشبكات التواصل الاجتماعي وتتكامل فيها الجوانب الإعلامية والاجتماعية، وهذا ما نحاول في هذه الدراسة تقديمه.

ب. الأطر النظرية ذات العلاقة بموضوع الدراسة:

إن محاولة تناول الأطر النظرية التي فسرت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على الشباب من الناحية

3. «كلما كانت نتيجة فعل الشخص ذات قيمة له - فإنه غالباً ما يؤدي الفعل» (أحمد، 2013: 99-101).

ينظر علم الاجتماع إلى التفاعل الاجتماعي على أنه عملية اجتماعية تنشأ بين البشر من أجل إشباع احتياجات محددة، ومن عملية التفاعل هذه تنشأ النظم الاجتماعية. ففرضية التبادل الاجتماعي ترى أن التبادل عملية اجتماعية ضرورية في المجتمع، والناس في تفاعلهم يتبادلون أشياء متعددة، منها المادي وغير المادي. ووفقاً لهذه النظرية، فمن الممكن النظر إلى ما يحدث داخل شبكات التواصل على أنه تبادل لأشياء عديدة، أهمها المعلومات، والأخبار، والخبرات، والعديد من أشكال الدعم المعنوي وربما المادي أحياناً. كما أنه ليس المهم بداية التفاعل والتبادل فقط، إنما المهم أيضاً استمرارية هذا التبادل. ترى نظرية التبادل وفقاً لفرضيات هومانس أن ما يحصل عليه الإنسان من مكافآت ومكاسب مادية وغير مادية هو الضروري لاستمرار التفاعل والتبادل، ولذلك كلما استمرت المكافآت والمكاسب المتحققة من عملية التفاعل والتبادل داخل شبكات التواصل الاجتماعي استمرت هذه الشبكات وتوسعت عضويتها، وزادت أهميتها، واستمر التفاعل داخلها.

إن محاولة تناول الأطر الإعلامية والاجتماعية التي فسرت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على الشباب من الناحية النفسية والاجتماعية، يحتم علينا النظر إلى الدوافع التي تدفع الشاب إلى استخدام شبكات التواصل، ثم الآثار التي تظهر نتيجة لهذا الاستخدام، ومن الصعب النظر إليها من جانب واحد أو وجهة نظر واحدة، لذا يصبح من المنطقي النظر إليها بعدة جوانب مختلفة قد تكون متباينة ومختلفة طورا، لكن لا يمكن تجاهل إمكانية أن تكون متفاعلة. إن علم النفس ونظرياته يركزان بشكل أو بآخر في الفروق الفردية، فهناك التوزيع الاعتدالي الذي يعبر عن هذه الفروق، والشباب شأنهم شأن الفئات العمرية المختلفة، نجد فروقا بينهم، وفروقا أخرى بينهم وبين الفئات العمرية الأخرى، لذا يصعب تفسير الآثار الاجتماعية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من خلال منحنى نظري واحد، كما لا بد من الإشارة إلى أن السلوك الإنساني معقد؛ فالإنسان قد يظهر لك خلاف ما يظن.

تاسعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي كونه أقرب المناهج لوصف الظاهرة محل الدراسة حيث يقوم بتحليل خصائصها والعوامل المؤثرة فيها للتزود بمختلف المعلومات التي تشرحها والتي تعين على الفهم (المعايطة، 2011)، كما أن الاعتماد عليه تبين لها أيضاً من كون الدراسة متعلقة بظاهرة

2. يتجاهل منظرو هذا المدخل الخلفيات الاجتماعية للجمهور وكيفية تفسيره لوسائل الإعلام.

3. إن نتائج بحوث الاستخدامات والإشباع ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط، خصوصاً عندما يرى بعض الباحثين أنه يلبي حاجات أعضاء المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب من روتين الحياة.

4. إن تطبيق هذا المدخل يطرح تساؤلاً حول قياس الاستخدام، فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لوسائل الإعلام أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام؟

وفيما يتعلق بتطبيقات نظرية الاستخدامات والإشباع في مجال الإعلام الجديد، أوضح العرض السابق للدراسات السابقة اتجاهها بحثياً واضحاً نحو محاولة الإفادة من أدبيات هذه النظرية، لتفسير إقبال الجمهور على استخدام وسائل الإعلام الجديد وخاصة عبر شبكة الإنترنت، وعلى وجه التحديد شبكات التواصل الاجتماعي. وأكدت دراسة تشيونغ وآخرون (Cheung, et al., 2011) أن نظرية الاستخدامات والإشباع إطار عمل مفيد لفهم الاحتياجات والدوافع التي تجعل الأفراد يقبلون على استخدام وسائل الإعلام الجديد، وشبكات الإعلام الاجتماعي التي تعد شكلاً متميزاً في المجتمعات الافتراضية المزودة للأفراد بمجال اجتماعي مباشر للتواصل والتفاعل مع بيئتهم المحيطة.

المدخل الاجتماعي:

تمثل نظرية التبادل الاجتماعي (Social Exchange Theory) محاولة لأخذ المبادئ الأساسية للسلوكية، ودمجها مع أفكار أخرى ثم تطبيقها على مجالات علم الاجتماع. وبالرغم من أنه يمكن تتبع تجربة التبادل لعدة أعوام للوراء، إلا أنها بلغت أوجها في الخمسينات والستينات من القرن الماضي من خلال أعمال جورج هومانس (1910-1989) (أحمد، 2013). ويرى منظرو التبادل الاجتماعي أن التفاعل الاجتماعي تبادل لسلع ملموسة وغير ملموسة تبدأ من الغذاء والمسكن وتمتد إلى القبول الاجتماعي والتعاطف. ويختار الناس المشاركة أو عدم المشاركة في التبادل بعد أن يدرسون تكلفة ومكافأة خيارات الأفعال، ثم يجتارون الأكثر جاذبية» (أحمد، 2013). وتعتمد النظرية على عدد من الفرضيات صاغها هومانس في التالي:

1. «من كل الأفعال التي يتخذها الفرد، كلما كان فعلٌ معينٌ ذا عائد - أصبح في الإمكان تكرار ذلك الفعل».

2. «إذا كان حدوث مثير أو حزمة من المثيرات في الماضي مناسباً لحصول شخص على عائد، وتكررت هذه المثيرات في الحاضر - فإنه غالباً ما يقوم الشخص بالفعل نفسه أو فعل مشابه».

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض الذين تتراوح أعمارهن بين (15) و(29) عام والبالغ عددهن (1,235,061) شابة. الهيئة العامة للإحصاء، (2017)، حيث تم سحب عينه ممثله للشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض بواقع (384) شابة، وذلك عند مستوى ثقة (95%)، وهامش خطأ لا يتجاوز (5%). حيث تم سحب العينة وفقاً لأسلوب تكافؤ الفرص العشوائي Random Sample وتوزع على المنطقتين، وفق الأسلوب التناسبي Proportional Sample، وجدول رقم (1) يوضح ذلك بالتفصيل.

راهنة ونافذة في المجتمع وهي اشباع الحاجات الاجتماعية للشابات السعوديات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، لذلك حاولت الدراسة المقارنة بين شابات منطقتي مكة المكرمة والرياض بالمملكة العربية السعودية وفقاً للدلالات والمعطيات لفت النظر إلى هذه القضية؛ لذا فالدراسة اعتمدت على المنهج الكمي (Quantitative)، وذلك من خلال منهج المسح الاجتماعي باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة المطبقة على شابات منطقتي مكة المكرمة والرياض في المملكة العربية السعودية..

جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة حسب المناطق والنسبة المئوية من الحجم الكلي لمجتمع الدراسة

المنطقة	تعداد الشابات من الفئة العمرية * 15-29	النسبة المئوية من مجتمع الدراسة الكلي	حجم العينة
مكة المكرمة	605.963	49.06%	188
الرياض	629.098	50.94%	196
المجموع	1.235.061	100%	384

* (الهيئة العامة للإحصاء، 2017)

يتضح من الجدول رقم (1) أن نسبة الشابات من منطقة الرياض (50.94%) وذلك بزيادة (8) مفردات وبنسبة (1.88%) عن الشابات من منطقة مكة المكرمة والتي بلغت (49.06%)، مما يعني أن النسبتين شبه متساوية في المنطقتين الإداريتين.

جدول رقم (2) توزيع البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة

المتغير	ن	%
الفئة العمرية	15-19	27.3
	20-24	54.4
	25-29	16.1
	لم تحب	2.1
المستوى التعليمي	المجموع	100.0
	ثانوي فما دون	30.5
	فوق الثانوي	68.2
	لم تحب	1.3
التخصص الدراسي	المجموع	100.0
	أدبي	46.4
	علمي	49.7
	لم تحب	3.9
المجموع	384	100.0

ويتكون المحور من (6) عبارات، وأخيراً المحور الثالث يشمل محور الحاجة إلى علاقات عاطفية. ويتكون المحور من (6) عبارات.

الصدق والثبات:

أ. صدق أداة الدراسة:

• الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

تم استخدام الصدق الظاهري، بهدف التأكد من مدى صلاحية أدوات الدراسة وملاءمتها لأغراض البحث، وذلك من خلال عرضها في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من الأساتذة المختصين لإبداء الرأي فيما يتعلق في مدى مناسبة العبارات للمحاور، وإدخال التعديلات اللازمة سواء بال حذف أو الاضافة أو إعادة الصياغة. لعبارات المحاور.

• صدق الاتساق الداخلي

يقصد بالاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من الفقرات مع المحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وعليه فقد تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، والجدول التالي يوضح نتائج صدق الاتساق الداخلي لأدوات الدراسة.

جدول (3) صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة

المحور	العبرة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
محور الحاجة إلى صداقات	تساعدني الشبكات في التعرف على أصدقاء جدد.	.768**	000.
	تساعدني الشبكات في التواصل مع الأصدقاء القدامى.	.674**	000.
	تساعدني الشبكات في التواصل مع أصدقائي.	.564**	000.
	تؤدي الشبكات إلى عزلي اجتماعياً عن أصدقائي.	.832**	000.
	تدعم الشبكات علاقتي مع الأصدقاء.	.651**	000.
محور الحاجة إلى علاقات أسرية	تزودني الشبكات بمعلومات أستفيد منها في نقاشاتي مع أصدقائي.	.837**	000.
	تساعدني الشبكات في التواصل مع أفراد أسرتي.	.889**	000.
	تساعدني الشبكات في التواصل مع أقاربي.	.736**	000.
	تساعدني الشبكات في التحدث مع أقاربي في مواضيع اجتماعية.	.748**	000.
	تقلل الشبكات من التواصل المادي بين أفراد أسرتي.	.823**	000.
	تؤدي الشبكات إلى التباعد بين أسرتي والأسر الأخرى.	.726**	000.
	تزيد الشبكات من ترابط أسرتي.	.654**	000.

المحور	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
	تساعدني الشبكات في التواصل مع الجنس الآخر.	**779.	000.
	تساعدني الشبكات على التمتع بالحرية للتعبير عن آرائي مع الجنس الآخر.	**750.	000.
	تساعدني الشبكات في البعد عن الرقابة المجتمعية.	**656.	000.
محور الحاجة إلى علاقات عاطفية	تساعدني الشبكات على التحدث مع الآخرين في مواضيع عاطفية.	**848.	000.
	تكسبني الشبكات جرأة، وصراحة في التحدث مع الجنس الآخر حول قضايا عامة مختلفة.	**817.	000.
	يؤدي فشل علاقاتي العاطفية عبر الشبكات إلى شعوري بالإحباط.	**762.	000.

** دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01.

يتضح من الجدول رقم (3) أن عبارات كل محور من محاور الأداة ترتبط ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01، بالدرجة الكلية لمحاورها، حيث تراوحت معاملات الارتباط لهذه الفقرات بين (0.564) و(0.889) وهذا يشير لوجود صدق اتساق داخلي بين فقرات أداة الدراسة.

ب. ثبات أداة الدراسة:

هناك العديد من الطرق التي يمكن من خلالها قياس ثبات أداة الدراسة، وفي هذه الدراسة تم استخدام معامل ألفا-كرونباخ Cronbach's Alpha لحساب ثبات الأداة، والجدول رقم (4) يبين قيم معامل ألفا-كرونباخ لمحاور أداة الدراسة؛ حيث يتضح من الجدول التالي أن قيمة معامل ألفا-كرونباخ لكامل أداة الدراسة بلغت (0.905)، كما بلغت قيمة معامل ألفا-كرونباخ لعبارات المحور الأول (0.835) وعبارات المحور الثاني (0.858) ولعبارات المحور الثالث (0.895)، ويشير ذلك لوجود ثبات مرتفع لأداة الدراسة.

ب. ثبات أداة الدراسة:

هناك العديد من الطرق التي يمكن من خلالها قياس ثبات أداة الدراسة، وفي هذه الدراسة تم استخدام معامل ألفا-كرونباخ Cronbach's Alpha لحساب ثبات الأداة، والجدول رقم (4) يبين قيم معامل ألفا-كرونباخ لمحاور أداة الدراسة؛ حيث يتضح من الجدول التالي أن قيمة معامل ألفا-كرونباخ لكامل أداة الدراسة بلغت (0.905)، كما بلغت قيمة معامل ألفا-كرونباخ لعبارات المحور الأول (0.835) وعبارات المحور الثاني (0.858) ولعبارات المحور الثالث (0.895)، ويشير ذلك لوجود ثبات مرتفع لأداة الدراسة.

جدول (4) معامل ألفا-كرونباخ لمحاور أداة الدراسة

المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول	6	0.835
المحور الثاني	6	0.858
المحور الثالث	6	0.895
كامل الأداة	18	0.905

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية المناسبة، للإجابة عن تساؤلات الدراسة حيث تم حساب التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري (Standard Deviation) للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات محاور الاستبانة، كما تم معاملات ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه واستخدام معامل ألفا-كرونباخ Cronbach's Alpha لحساب ثبات الأداة، خلال استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Social Sciences-SPSS). وقد تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي المدرج من 1 إلى 5، والذي يتم احتساب الاتجاه فيه وفق القيم التالية لمتوسطات الاستجابات:

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية المناسبة، للإجابة عن تساؤلات الدراسة حيث تم حساب التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري (Standard Deviation) للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات محاور الاستبانة، كما تم معاملات ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه واستخدام معامل ألفا-كرونباخ Cronbach's Alpha لحساب ثبات الأداة، خلال استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Social Sciences-SPSS). وقد تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي المدرج من 1 إلى 5، والذي يتم احتساب الاتجاه فيه وفق القيم التالية لمتوسطات الاستجابات:

الاتجاه	عدد الفقرات المتوسط
أوافق بشدة	5- 4.2
أوافق	4.19- 3.4
محايد	3.39 – 2.6
لا أوافق	2.59 – 1.8
لا أوافق بشدة	1.79 – 1

عاشراً: نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: الإجابة على التساؤل الأول حول مدى إشباع الشابات السعوديات لحاجتهن الاجتماعية (الحاجة إلى صداقات) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

تم تحليل بيانات الدراسة لاستخراج نتائجها وفقاً لتساؤلاتها المختلفة وجاءت النتائج كالآتي:

أولاً: الإجابة على التساؤل الأول حول مدى إشباع الشابات السعوديات لحاجتهن الاجتماعية (الحاجة إلى صداقات) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (5) نتائج آراء عينة الدراسة (ن=384) لمنطقتي مكة المكرمة والرياض حول عبارات المحور الأول (الحاجة إلى صداقات) مرتبة وفقاً للمتوسط الحسابي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبرة
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1	0.64	4.55	0.0%	0	1.6%	6	3.7%	14	32.6%	125	62.1%	238	تساعدني الشبكات في التواصل مع الأصدقاء القدامى.
2	0.68	4.36	0.3%	1	1.3%	5	6.0%	23	47.2%	180	45.1%	172	تساعدني الشبكات في التواصل مع أصدقائي.
3	0.84	4.29	0.5%	2	4.2%	16	8.9%	34	38.5%	147	47.9%	183	تساعدني الشبكات في التعرف على أصدقاء جدد.
4	0.76	4.25	0.3%	1	2.3%	9	11.0%	42	44.9%	172	41.5%	159	تزودني الشبكات بمعلومات أستفيد منها في نقاشاتي مع أصدقائي.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
			المتوسط العام للمحور*										
5	0.79	4.21	0.8%	3	2.4%	9	11.0%	42	46.5%	177	39.4%	150	تدعم الشبكات علاقتي مع الأصدقاء.
6	1.03	3.76	1.6%	6	11.3%	43	24.5%	93	34.8%	132	27.7%	105	تؤدي الشبكات إلى عزلي اجتماعيا عن أصدقائي.
	0.79	4.23											

* المتوسط الحسابي من خمس درجات

اختلاف آراء عينة الدراسة حول هذه العبارة ولكنها كانت في الأغلب بالموافقة بشدة.

وعامة أظهرت النتائج موافقة الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض على إشباع حاجتهن إلى صداقات من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث وافقن بشدة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعدن في التواصل مع الأصدقاء القدامى، والتواصل مع أصدقائهن، وفي التعرف على أصدقاء جدد، وتزودهن بمعلومات يستفدن منها في نقاشهن مع أصدقائهن، وايضاً تدعم شبكات التواصل الاجتماعي علاقتهم مع الأصدقاء، وهذا ما يتفق مع نتائج دراسة محمددين (2010)، ودراسة حجازي (2011)، ودراسة الحربي (2012)، ودراسة أجريفوجليو وآخرون (Agrifoglio et al., 2012)، ودراسة العمري (2018)، ودراسة الغامدي وبلونكيت (Alghamdi & Plunkett, 2021)؛ في حين يختلف مع نتائج دراسة وانج وآخرون (Whang, et al., 2003) من وجود علاقة ارتباطية دالة بين إدمان الإنترنت وضعف العلاقات الاجتماعية.

من الجدول السابق يتضح وجود موافقة من قبل عينة الدراسة حول محور الحاجة إلى صداقات بمتوسط (4.23) من (5)، حيث تكون هذا المحور من ست عبارات تسأل عن إشباع الشابات السعوديات لحاجتهن إلى صداقات باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كواحدة من حاجتهن الاجتماعية، وقد تراوحت متوسطات هذه العبارات ما بين (3.76) و(4.55) من 5 درجات) أي ما بين الموافقة بشدة والموافقة؛ حيث جاءت العبارة «تساعدني الشبكات في التواصل مع الأصدقاء القدامى.» في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.55)، أي الموافقة بشدة وانحراف معياري قليل بلغ (0.64)، وتلتها في الترتيب العبارة «تساعدني الشبكات في التواصل مع أصدقائي» في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.36) أي الموافقة بشدة وايضاً وانحراف معياري بلغ (0.68)، وتتوعد باقي عبارات هذا المحور حيث جاءت العبارة «تؤدي الشبكات إلى عزلي اجتماعيا عن أصدقائي.» في المرتبة السادسة والأخير بين عبارات المحور بمتوسط حسابي (3.76) أي الموافقة فقط، ولكن بانحراف معياري كبير بلغ (1.03) ليظهر

ثانياً: الإجابة على التساؤل الثاني حول مدى إشباع الشابات السعوديات لحاجتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات أسرية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (6) نتائج آراء عينة الدراسة (ن=384) لمنطقتي مكة المكرمة والرياض حول عبارات المحور الثاني (الحاجة إلى علاقات أسرية) مرتبة وفقاً للمتوسط الحسابي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1	0.70	4.43	0.5%	2	5.2%	1	5	20	40.5%	155	52.5%	201	تساعدني الشبكات في التواصل مع أقاربي.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
2	0.90	4.30	1.6%	6	2	15	8.9%	34	34.1%	131	51.6%	198	تساعدي الشبكات في التواصل مع أفراد أسرتي.
3	0.80	4.27	0.5%	2	3	11	10.7%	41	40.9%	157	45.1%	173	تساعدي الشبكات في التحدث مع أقاربي في مواضيع اجتماعية.
4	1.14	3.81	3.7%	14	4	43	19.0%	72	31.5%	119	34.4%	130	تقلل الشبكات من التواصل المادي بين أفراد أسرتي.
5	1.05	3.57	2.9%	11	5	48	30.5%	117	32.6%	125	21.4%	82	تؤدي الشبكات إلى التباعد بين أسرتي والأسر الأخرى.
6	1.13	3.44	5.5%	21	6	54	31.9%	122	27.5%	105	20.9%	80	تزيد الشبكات من ترابط أسرتي.
	0.95	3.97											المتوسط العام للمحور*

* المتوسط الحسابي من خمس درجات

وعامة أظهرت النتائج موافقة الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض على جميع العبارات التي تدعم إشباع حاجاتهن إلى علاقات أسرية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث وافقن بشدة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعدهن في التواصل مع أقاربهن، والتواصل مع أفراد الأسرة، وفي التحدث مع أقاربهن في مواضيع اجتماعية، في حين وافقن فقط على أن شبكات التواصل الاجتماعي تقلل من التواصل المادي بين أفراد الأسرة، وتؤدي إلى التباعد بين أسرهن والأسر الأخرى، في حين أنها تزيد من ترابط أسرهن. وهذا ما يتفق مع نتائج دراسة محمددين (2010) ودراسة حجازي (2011) ودراسة تشيونغ وآخرون (Cheung, et al., 2011)، في حين يختلف مع نتائج دراسة وانج وآخرون (Whang, et al., 2003) من وجود علاقة ارتباطية دالة بين إدمان الإنترنت وضعف العلاقات الاجتماعية، ودراسة العتيبي (2011) من حيث أن (الفييس بوك) يؤدي إلى ضعف العلاقات الأسرية، ودراسة الفاضل (2013) من أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يضعف العلاقات الأسرية لدى الفتيات وتؤدي إلى مشاكل في الأسرة.

من الجدول السابق يتضح وجود موافقة من قبل عينة الدراسة حول محور الحاجة إلى علاقات أسرية بمتوسط (3.97 من 5)، حيث تكون هذا المحور من ست عبارات تسأل عن إشباع الشابات السعوديات لحاجاتهن إلى علاقات أسرية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كواحدة من حاجاتهن الاجتماعية، وقد تراوحت متوسطات هذه العبارات ما بين (3.44 و 4.43 من 5 درجات) أي ما بين الموافقة بشدة والموافقة؛ حيث جاءت العبارة «تساعدي الشبكات في التواصل مع أقاربي» في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.43)، أي الموافقة بشدة وانحراف معياري قليل بلغ (0.70)، وتنوعت باقي عبارات هذا المحور حيث جاءت العبارة «تزيد الشبكات من ترابط أسرتي» في المرتبة السادسة والأخير بين عبارات المحور بمتوسط حسابي (3.44) أي الموافقة فقط، ولكن بانحراف معياري كبير بلغ (1.13) ليظهر اختلاف آراء عينة الدراسة حول هذه العبارة بين موافق بشدة، وموافق، ومحايد.

ثالثاً: الإجابة على التساؤل الثالث حول مدى إشباع الشباب السعوديات لحاجتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات عاطفية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (7) نتائج آراء عينة الدراسة (ن=384) لمنطقتي مكة المكرمة والرياض حول عبارات المحور الثالث (الحاجة إلى علاقات عاطفية) مرتبة وفقاً للمتوسط الحسابي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارات
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1	0.97	4.23	1.6%	6	6.0%	23	10.8%	41	31.5%	120	50.1%	191	تساعدني الشبكات على التمتع بالحرية للتعبير عن آرائي مع الجنس الآخر.
2	1.10	3.94	3.1%	12	9.2%	35	17.0%	65	31.7%	121	39.0%	149	تساعدني الشبكات على التحدث مع الآخرين في مواضيع عاطفية.
3	1.17	3.87	4.7%	18	11.0%	42	14.7%	56	32.2%	123	37.4%	143	تساعدني الشبكات في التواصل مع الجنس الآخر.
4	1.12	3.82	4.0%	15	8.8%	33	22.6%	85	30.3%	114	34.3%	129	تساعدني الشبكات في البعد عن الرقابة المجتمعية.
5	1.50	3.22	21.5%	82	13.1%	50	14.1%	54	24.6%	94	26.7%	102	تكسبني الشبكات جرأة، وصراحة في التحدث مع الجنس الآخر حول قضايا عامة مختلفة.
6	1.56	2.41	49.1%	186	7.7%	29	10.6%	40	19.0%	72	13.7%	52	يؤدي فشل علاقاتي العاطفية عبر الشبكات إلى شعوري بالإحباط.
	1.23	3.58	المتوسط العام للمحور*										

* المتوسط الحسابي من خمس درجات

أي المحايدة في الإجابة بين الموافقة بشدة والرفض بشدة، ولكن بانحراف معياري كبير بلغ (1.56) ليظهر اختلاف آراء نصف عينة الدراسة حول هذه العبارة بين موافق بشدة وعدم الموافقة، في حين اتفق النصف الآخر تقريباً على أن فشل علاقتهن العاطفية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لا يؤدي إلى شعورهن بالإحباط. وهذا ما يتفق مع نتائج دراسة محمد بن (2010) من أن المجتمع الافتراضي يتيح لمجتمع الدراسة إشباعاً رغبة الاقتراب من الجنس الآخر، ودراسة الزومان (2012) من أن الطالبات أكثر رضا عن مستوى الحرية في الشبكات الاجتماعية، مقارنة بالطلاب الذين كانوا أقل رضا، ودراسة المرهون (2013) من أن شبكات التواصل الاجتماعي تُشبع لدى المراهقين الحاجة لسهولة تكوين العلاقات مع الجنس الآخر.

من الجدول السابق يتضح وجود موافقة من قبل عينة الدراسة حول محور الحاجة إلى علاقات عاطفية بمتوسط (3.58) من 5، حيث تكون هذا المحور من ست عبارات تسأل عن إشباع الشابات السعوديات لحاجتهن إلى علاقات عاطفية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كواحدة من حاجتهن الاجتماعية، وقد تراوحت متوسطات هذه العبارات ما بين (2.41) و(4.23) من 5 درجات) أي ما بين الموافقة بشدة والمحايدة؛ حيث جاءت العبارة «تساعدني الشبكات على التمتع بالحرية للتعبير عن آرائي مع الجنس الآخر» في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.23)، أي الموافقة بشدة وانحراف معياري بلغ (0.97)، وتنوعت باقي عبارات هذا المحور حيث جاءت العبارة «يؤدي فشل علاقتي العاطفية عبر الشبكات إلى شعوري بالإحباط.» في المرتبة السادسة والأخير بين عبارات المحور بمتوسط حسابي (2.41)

رابعاً: الإجابة على التساؤل الرابع حول الفروق في إشباع الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجتهن الاجتماعية (الحاجة إلى صداقات) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟»

مكان الإقامة	ت	المتوسط	الانحراف المعياري
الرياض	196	25.72	2.719
مكة المكرمة	188	24.78	2.952

Independent Samples Test									
t-test for Equality of Means					Levene's Test for Equality of Variances				F
Confidence 95% Interval of the Difference	Upper	Lower	Std. Error Difference	Mean Difference	(Sig. (2-tailed	df	t	.Sig	
1.507	0.368	0.289	0.937	0.001	382	3.239	0.445	0.584	Equal variances assumed
1.508	0.367	0.290	0.937	0.001	376.231	3.233			Equal variances not assumed

متوسط الإجابة على فقرات محور الحاجة إلى صداقات لدى الشابات السعوديات في منطقة الرياض (25.72) وانحراف معياري (2.719)، مقابل متوسط (24.78) وانحراف معياري (2.952) للشابات السعوديات في منطقة مكة المكرمة، وهذه النتيجة يمكن أن نعزوها إلى الاختلاف في طبيعة المجتمع بين منطقتي مكة المكرمة والرياض حيث يتاح للشابات السعوديات في منطقة مكة المكرمة إشباع حاجتهن إلى صداقات من خلال وسائل أخرى إلى جانب شبكات التواصل الاجتماعي.

يتضح من نتائج اختبار (Independent Samples Test) لقياس الفروق بين المتوسطات لعينتي الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض في محور الحاجة إلى صداقات أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً ($t(282) = 3.23; p = 0.001$) بين إشباع الشابات السعوديات في منطقة مكة المكرمة وإشباع الشابات السعوديات في منطقة الرياض لحاجتهن إلى صداقات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وكانت هذه الفروق لصالح الشابات السعوديات في منطقة الرياض حيث بلغ

خامساً: الإجابة على التساؤل الخامس حول الفروق في إشباع الشباب السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات أسرية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟»

الانحراف المعياري	المتوسط	ت	مكان الإقامة
3.417	24.09	196	الرياض
3.007	23.36	188	مكة المكرمة

Independent Samples Test

t-test for Equality of Means					Levene's Test for Equality of Variances			F	
Confidence 95% Interval of the Difference	Std. Error Difference	Mean Difference	Sig. ((2-tailed)	df	t	.Sig			
Upper	Lower								
1.377	0.083	0.329	0.730	0.027	382	2.219	0.040	4.226	Equal variances assumed
1.375	0.085	0.328	0.730	0.027	379.234	2.225			Equal variances not assumed

متوسط الإجابة على فقرات محور الحاجة إلى علاقات أسرية لدى الشباب السعوديات في منطقة الرياض (24.09) وانحراف معياري (3.417)، مقابل (23.36) وانحراف معياري (3.007) للشباب السعوديات في منطقة مكة المكرمة، وهذه النتيجة يمكن أن نعزوها إلى الاختلاف في طبيعة المجتمع بين منطقتي مكة المكرمة والرياض حيث يتاح للشباب السعوديات في منطقة مكة المكرمة إشباع حاجتهن إلى علاقات أسرية من خلال وسائل أخرى إلى جانب شبكات التواصل الاجتماعي.

يتضح من نتائج اختبار (Independent Samples Test) لقياس الفروق بين المتوسطات لعينتي الشباب السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض في محور الحاجة إلى علاقات أسرية أن هناك فرقا دالاً إحصائياً ($t(282) = 2.219; p = 0.027$) بين إشباع الشباب السعوديات في منطقة مكة المكرمة وإشباع الشباب السعوديات في منطقة الرياض لحاجتهن إلى علاقات أسرية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وكانت هذه الفروق لصالح الشباب السعوديات في منطقة الرياض حيث بلغ

سادساً: الإجابة على التساؤل السادس حول الفروق في إشباع الشباب السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض لحاجتهن الاجتماعية (الحاجة إلى علاقات عاطفية) باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟»

الانحراف المعياري	المتوسط	ت	مكان الإقامة
4.627	22.07	196	الرياض
5.211	20.46	188	مكة المكرمة

Independent Samples Test						Levene's Test for Equality of Variances		F	
t-test for Equality of Means						df	t		.Sig.
Confidence 95% Interval of the Difference	Upper	Lower	Std. Error Difference	Mean Difference	Sig. ((2-tailed)	df	t	.Sig.	Equal variances assumed
2.594	0.613	0.504	1.604	0.002	372.473	3.184			Equal variances not assumed

محور الحاجة
إلى علاقات
عاطفية

المباشرة، التقليل من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية).

ثاني عشر: خلاصة نتائج الدراسة

حاولت الدراسة الحالية الوقوف على واقع اشباع الحاجات الاجتماعية للشابات السعوديات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في منطقتي مكة المكرمة والرياض بالمملكة العربية السعودية من خلال التركيز على الحاجة إلى صداقات، الحاجة إلى علاقات أسرية، والحاجة إلى علاقات عاطفية. وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج المهمة منها موافقة الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض بشدة على إشباع حاجاتهن إلى صداقات وحاجاتهن إلى علاقات أسرية وحاجاتهن إلى علاقات عاطفية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ كما لم يوافقن بشدة على أن فشل علاقاتهن العاطفية عبر الشبكات التواصل الاجتماعي إلى يؤدي شعوري بالإحباط؛ وختاماً توصلت الدراسة إلى أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين إشباع الشابات السعوديات في منطقة مكة المكرمة وإشباع الشابات السعوديات في منطقة الرياض لحاجتهن إلى صداقات وحاجاتهن إلى علاقات أسرية وحاجاتهن إلى علاقات عاطفية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لصالح الشابات السعوديات في منطقة الرياض.

وتعتبر الدراسة من الدراسات المقارنة الجديدة في المملكة فيما يخص اشباع الحاجات الاجتماعية للشابات السعوديات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، لذا فهي بداية طريق لمجموعة من الدراسات لاحقة يتم من خلالها تناول هذا الموضوع ولكن بأبعاد مختلفة وأن تكون هذه الأبعاد شاملة مناطق مختلفة بالمملكة، عينات مختلفة من المجتمع وليس الشابات فقط، وأن تكون هذه الدراسة بداية طريق للباحثين في هذا المجال لأهمية هذه الفئة وعلاقتها بالخدمة الاجتماعية كما أكدته الدراسات السابقة حول تأثير شبكات التواصل الاجتماعي.

يتضح من نتائج اختبار (Independent Samples Test) لقياس الفروق بين المتوسطات لعينتي الشابات السعوديات في منطقتي مكة المكرمة والرياض في محور الحاجة إلى علاقات عاطفية أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً ($t(282) = 3.19; p = 0.002$) بين إشباع الشابات السعوديات في منطقة مكة المكرمة وإشباع الشابات السعوديات في منطقة الرياض لحاجتهن إلى علاقات عاطفية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وكانت هذه الفروق لصالح الشابات السعوديات في منطقة الرياض حيث بلغ متوسط الإجابة على فقرات محور الحاجة إلى علاقات عاطفية لدى الشابات السعوديات في منطقة الرياض (22.07) وانحراف معياري (4.627)، مقابل (20.46) وانحراف معياري (5.211) للشابات السعوديات في منطقة مكة المكرمة، وهذه النتيجة يمكن أن نعزوها إلى الاختلاف في طبيعة المجتمع بين منطقتي مكة المكرمة والرياض حيث يتاح للشابات السعوديات في منطقة مكة المكرمة إشباع حاجتهن إلى علاقات عاطفية من خلال وسائل أخرى إلى جانب شبكات التواصل الاجتماعي.

حادي عشر: توصيات الدراسة

بناء على النتائج السابقة توصي الدراسة بالآتي:

- تنفيذ الاسر في المملكة العربية السعودية للقيام بدورها في إشباع الاحتياجات الاجتماعية (الحاجة إلى صداقات، الحاجة إلى علاقات أسرية، الحاجة إلى علاقات عاطفية) من خلال الدورات التدريبية المركزة.
- تنفيذ مراكز الارشاد والعلاج الاسري بمنطقة الرياض خصوصاً وبمناطق المملكة العربية السعودية الأخرى عموماً بنتائج الدراسة وذلك لاستبصار الواقع الذي تعيشه الشابات وعلاقته بشبكات التواصل الاجتماعي.
- حث الاسر في المملكة العربية السعودية على التنوع في استخدام الأساليب المثلى لإشباع الحاجات الاجتماعية للشابات (مثل: الحوارات الأسرية المتبادلة، الزيارات الأسرية

المراجع:

أولاً- المراجع العربية

العتيبي، ناصر مطر. (2014). استخدامات العاملين بجهاز حرس الحدود لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها وانعكاس ذلك على أدائهم الوظيفي. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الملك سعود. الرياض. المملكة العربية السعودية.

العمرى، عبدالرحمن عبدالله. (2018). الأبعاد الاجتماعية لإستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي دراسة وصفية على عينة من طلبة المرحلة الثانوية بمدينة جدة. مجلة جامعة الملك عبدالعزيز. الآداب والعلوم الإنسانية. 26(3). 139-162.

الفاضل، سلوى بنت محمد. (2013). أبعاد استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي. دراسة ميدانية مطبقة على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود بالرياض. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الملك سعود. الرياض المملكة العربية السعودية.

محمددين، صابر. (2010). حياة أبناء الأسر السعودية داخل المجتمعات الافتراضية: تحليل من المستوي الثاني. مؤتمر مكة الحادي عشر: التحديات الإعلامية في عصر العولمة. مكة المكرمة: رابطة العالم الإسلامي. 11-13 نوفمبر 2010م.

المرهون، هادي علي سلمان. (2013). أبعاد استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي. دراسة مطبقة على عينة من طلاب المرحلة المتوسطة بمدينة القطيف. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الملك سعود. الرياض. المملكة العربية السعودية.

المعاينة، عبد العزيز عطا الله. (2011). اتجاهات حديثة في البحث العلمي. (الطبعة الأولى). دار الفلاح للنشر والتوزيع.

نجم، طه. (2011). نظرية الاستخدامات والإشباع. استرجاع بتاريخ: 2021/11/5. من الرابط: <http://com.blogspot.drtahanegm>

الهيئة العامة للإحصاء. (2017). مسح الخصائص السكانية 2017. استرجاع بتاريخ: 2021/11/5. من الرابط: https://default/sites/sa.gov.stats.www/files_characteristics_population/files_surveysar.pdf

الهيئة العامة للإحصاء. (2019). مسح تنمية الشباب لعام 2019: الشباب السعودي بالأرقام تقرير خاص

أحمد، صابر محمد. (2013). استخدامات عينة من المراهقين لمواقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه. مجلة دراسات الطفولة. 16(59). 110-111.

آل سعود، نايف بن ثنيان. (2005). تأثير استخدام الإنترنت على استخدامات طلاب الجامعات السعودية لوسائل الاتصال الجماهيري: دراسة على عينة من طلاب الجامعات السعودية. مجلة كلية الآداب. جامعة الملك سعود. 17(2). 339-397.

توفيق، ميمي محمد (2018). شبكات التواصل الاجتماعي النشأة والتأثير. مجلة كلية التربية في العلوم الإنسانية والأدبية. 24(2). 192-238.

حجازي، هدى. (2011). اتجاهات الشباب الجامعي نحو المشاركة في المجتمعات الافتراضية والحقيقة في عصر العولمة. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية. جامعة حلوان. 30(7). 3278-3321.

الحري، فوزية الشدادى. (2012). استخدام الفتيات السعوديات للفيس بوك دراسة مسحية على عينة من طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض. رسالة ماجستير غير منشورة. الرياض: جامعه الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

الزومان، آلاء بنت سعود إبراهيم. (2012). تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية. دراسة وصفية ميدانية على عينة من الطلاب والطالبات الجامعيين في مدينة الرياض. المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال: الإعلام الجديد: التحديات النظرية والتطبيقية. الرياض: جامعة الملك سعود. 23-24 جمادى الأولى 1433هـ. الموافق 15-16 أبريل 2012م.

شركة أبعاد المعلومات لتقنية المعلومات - Dimofinf. (2020). إحصائيات السوشيل ميديا. تم الرجوع له في 22 ديسمبر 2020م. من الموقع الإلكتروني: [net.dimofinf.www://https](https://net.dimofinf.www/)

العتيبي، جراح فارس. (2011). استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية لشبكة الفيس بوك. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود. الرياض. المملكة العربية السعودية.

<https://www.dimofinf.net/blog/>

Al-Otaibi, Jareh Faris. (2011). Saudi university students use the Facebook network. Unpublished Master's Thesis, King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia.

Al-Otaibi, Nasser Matar. (2014). The uses of border guards' employees of social networking sites and the gratifications achieved from them, and its reflection on their job performance. Unpublished Master's Thesis, King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia.

Al-Omari, Abdul Rahman Abdullah. (2018). Social dimensions of adolescents' use of social media: a descriptive study on a sample of secondary school students in Jeddah. *King Abdulaziz University Journal: Arts and Humanities*, 26(3), 139-162.

Al-Fadil, Salwa bint Mohammed. (2013). Dimensions of university youth's use of social networks, a field study applied to a sample of male and female students of King Saud University in Riyadh. Unpublished Master's Thesis, King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia.

Muhammedin, Saber. (2010). The lives of children of Saudi families within virtual societies: a second-level analysis. Eleventh Makkah Conference: Media Challenges in the Era of Globalization. Makkah Al-Mukarramah: The Muslim World League. 11-13 November 2010 AD.

Al-Marhoon, Hadi Ali Salman. (2013). Dimensions of adolescents' use of social networks. A study applied to a sample of middle school students in the city of Qatif. Unpublished Master's Thesis, King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia.

Al-Maaytah, Abdel Aziz Atallah. (2011). Recent trends in scientific research. (First ed.). dar alfalaah lilnashr waltawzie (in Arabic).

Najm, Taha. (2011). Uses and gratifications theory. Retrieved on: 5/11/ 2021. From the link: <http://drtahanegm.blogspot>.

بمناسبة اليوم العالمي للشباب 2020م. استرجاع بتاريخ: 2021/11/5. من الرابط: [www://:https](https://www.sa.gov.stats)

Arab References:

Ahmed, Saber Mohammed. (2013). Uses of a sample of adolescents for YouTube sites and the impressions obtained from it. *Childhood Studies Journal*. 16(59). 110–111.

Al Saud, Nayef bin Thunayan. (2005). The effect of using the Internet on Saudi university students' uses of mass communication: a study on a sample of Saudi university students. *Journal of Arts*, King Saud University. 17(2). 339-397.

Tawfik, Mimi Mohammed (2018). Social Networks ...Creation and Enfluence. *College of Education in the Humanities and Literary Sciences Journal*. Ain Shams University, 24(2). 192–238.

Hegazy, Hoda. (2011). Attitudes of university youth towards participation in virtual and real societies in the era of globalization. *Journal of Social Work Studies*, Helwan University, 30(7), 3278-3321.

Al-Harbi, Fawzia Al-Shaddadi. (2012). Saudi girls' use of Facebook, a survey study on a sample of secondary school students in Riyadh. Unpublished Master's Thesis. Imam Muhammad bin Saud Islamic University, Riyadh, Saudi Arabia.

Al-Zuman, Alaa bint Saud Ibrahim. (2012). *Saudi youth exposure to social networks. A descriptive field study on a sample of male and female university students in the city of Riyadh*. The Sixth Annual Forum of the Saudi Society for Media and Communication: New Media: Theoretical and Practical Challenges. Riyadh: King Saud University. 23-24 Jumada al-Ula 1433 AH. 15-16 April 2012 AD.

Dimensions of Information Company for Information Technology - Dimofinf. (2020). *Social media statistics*. Retrieved on December 22, 2020. From the website:

- Klapper, J. T. (1981). *The Effects of mass communication*. 2ed edition. Glencoe: Free Press.
- Mcquail, D. (2000). *Mass communication Theory: an introduction*. London: Sage Publications.
- Ritzer, G. (2003). *Contemporary Sociological Theory and Its Classical Roots*. Boston: McGraw Hill.
- Werner, S. & James, W. (1992). *Communication Theories Origins Methods and Uses in the Mass Media*. New York: Hastings House publishers.
- Whang, L., Lec, S. And Chng, G. (2003). Internet Over-Users, Psychological Profile: Behavior Sampling Analysis And Internet Addiction. *Cyberpsychology And Behavior*, 6 (2), 143-150.
- com/2011/11/blog-post_6558.html
- General Authority for Statistics. (2017). *Population Characteristics Survey 2017*. Retrieved on: 5/11/ 2021. From the link: <https://www.stats.gov.sa>.
- General Authority for Statistics. (2019). *Youth Development Survey 2019: Saudi youth in numbers, a special report on the occasion of World Youth Day 2020*. Retrieved on: 5/11/ 2021. From the link: <https://www.stats.gov.sa>.
- ثانياً- المراجع الأجنبية
- Agrifoglio, R. B., Sue1. M., Concetta2, Ferrara & Marial. (2012). Extrinsic Versus Intrinsic Motivation In Continued Twitter Usage. *Journal of Computer Information Systems*, 53 (1), 33-41.
- Alghamdi, A. A., & Plunkett, M. (2021). The Perceived Impact of Social Networking Sites and Apps on the Social Capital of Saudi Postgraduate Students: A Case Study. *Future Internet*, 13(1), 1-23. <https://doi.org/10.3390/fi13010020>
- Blumler, jay & Eliahu, Katz. (1974). *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills, Cal., Sage Publications.
- Cheung, C.M., Chiua, P., Leeb, M.K. (2011). Online social networks: Why do students use facebook?. *Computers in Human Behavior*, 27 (4), 1337-1343. <https://doi.org/10.1016>
- Grabner, S. (2010). Web 2.0 Social Networks: The Role of Trust. *Journal of Business Ethics*, 90, 505-525. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0603-1>
- Grimmelmann, J. (2009). Saving Facebook. *Iowa Law Review*, 94, 1137-1206.
- Kim, J., Larose, R. And Peng, W. (2009). Loneliness As The Cause And The Effect Of Problematic Internet Use: The Relationship Between Internet Use And Psychological Well-Being. *Cyberpsychology And Behavior*, 12 (4), 451-455.

Journal of Human Sciences

A Scientific Refereed Journal Published by
University of Hail



Fifth Year, Issue 16, December 2022



Print 1658-788 X

Online E -1658-8819