

الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة على عينة من الشباب في دولة الكويت

د. فاطمة السالم

عضو هيئة التدريس، قسم الاعلام، كلية
الآداب - جامعة الكويت

الملخص:

ناقشت هذه الدراسة الآثار التي تحدث بسبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على السمات الشخصية. على الرغم من ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية الا أن آثار استخدامها الاجتماعية وتأثيرها على رضا الفرد عن الحياة غير معروفة. اشتملت عينة الدراسة على ٥٨٣ من الشباب (٢٣٦ من الذكور و ٣٤٦ من الاناث) استخدم في هذه الدراسة استبانة اشتملت على ثلاثة محاور تتعلق بالبيانات الشخصية، طبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والاثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. استهدفت الدراسة اختبار أربعة فروض رئيسية وأشارت النتائج الى قبول الفرض الاول القائل ان متغير «معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي» يؤثر بشكل عكسي على مستوى الرضا عن الحياة وقبول قوي للفرض الثاني القائل ان «معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي» يؤثر على درجة الارتباط بها. كما أشارت النتائج قبول الفرض الثالث بأن متغير «الرضا عن النفس» مرتبط بمعدل الرضا عن الحياة اذ تبين ان هناك ارتباط قوي. وفي نتيجة الاختبار الرابع لم تكن المتغيرات الديموغرافية مؤثره الا في حالات محدودة من دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

و أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والاناث في معدل الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي. وجاءت الدوافع الطقوسية في مقدمة الدوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة دافع تمضية الوقت تليها الدوافع النفعية مثل: اكتساب صداقات جديدة.

المقدمة:

باتت وسائل التواصل الاجتماعي جزء رئيسي من حياتنا وعلاقتنا وتواصلنا مع الآخرين حتى أصبح استخدامها يقربنا من العالم ووسيلة أساسية لتفاعلاتنا اليومية والتعبير عن النفس. وقد أشارت الدراسات ان مواقع التواصل الاجتماعي لها وظائف عديدة اتصالية و تشاركية كما انها وسيلة مهمة للأخبار و التسويق و التعليم و الترفيه ^(١). إلا أن تلك الوظائف والاستخدامات والاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي له آثار سلبية عديدة فهو يجعلنا نعيش حياة افتراضية بعزلة عن الواقع وباتت علاقاتنا اصطناعية مبنية على التواصل عن بعد وحتى مشاعرنا باتت تحتزل عبر ايماءات وحروف الكترونية. مما دعا العديد من الباحثين بدراسة الآثار الجانبية التي يسببها انتشار تلك المواقع. وبينت الدراسات ٢ ان استخدام مواقع التواصل يرتبط بإضعاف العلاقات و المهارات الاجتماعية و ينتهك خصوصية المستخدمين كما يؤدي الى الشعور بالغيرة والاحباط و الشعور بالتنافس و العزل. كما أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له آثار سلبية على مستخدميه مثل الشعور بالتعاسة والاحباط. و كشفت نتائج أحر الدراسات أحد الدراسات ^(٣) التي أجريت عن موقع التواصل الاجتماعي (انستقرام) وأظهرت نتائجها ان استخدام الموقع يجعل مستخدميه غيورين ويعقدون المقارنات الاجتماعية مما يجعلهم محبطين نفسيا وغير قنوعين. كما أظهرت دراسة ^(٤) طبقت على عينة من طلاب الجامعات العربية في كل من المملكة العربية السعودية و الأردن و لبنان و فلسطين ، أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا و بين شعور الطلبة بالإحباط والغيرة حيث تبين ان كثرة استخدام مواقع التواصل تجعل الطالب محبط بسبب التعليقات السلبية والكذب والخداع و الشتيمة من قبل بعض الأصدقاء. وعلى الرغم من الدراسات التي تؤكد الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن أعداد مستخدميها في تزايد مستمر. فمثلا هناك ٣٢٦ مليون مستخدم نشط عبر شبكة تويتر فيما بلغ عدد مستخدمي سناب شات ١٨٦ مليون ^(٥) مستخدم حول العالم بينما بلغ عدد مستخدمي انستقرام مليار مستخدم نشط حول العالم ^(٦). ويرجع تزايد أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الى العديد من الأسباب أهمها تحقيق الإشباع ^(٧) والتعبير عن الذات و التسلية والشعور بالقيمة الذاتية من خلال تكوين الأصدقاء والمعارف ^(٨). وقد قام العديد من الباحثين مثل (جمال المنيس، ٢٠١٥) ^(٩) و(أحمد الكندري وعبدالعزیز، ٢٠١٧) ^(١٠) بدراسة دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للوقوف على أبرز أسباب استخدامها وكيف غدت تلك المواقع جزء

رئيسي من حياتنا اليومية وبينت النتائج أن غالبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الكويت يستخدمونها للبحث عن المعلومات والترفيه وتمضية الوقت والتواصل الاجتماعي وتعزيز الشخصية.

مشكلة الدراسة:

تسعى الدراسة لفهم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الكشف عن آثارها والتأثيرات النفسية والاجتماعية لها. والملاحظ ان مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يشعرون بالتسلية وامضاء الوقت والترفيه والا لما كان الشباب يقضون قرابة التسع ساعات يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة في الولايات المتحدة^(١١) اما في الكويت تشير الدراسات الى ان ٧٢٪ يقضون أكثر من ٥ ساعات يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي^(١٢)، الا أن تأثير تلك الوسائل على الرضا الذاتي والرضا عن الحياة غير معروف وخصوصا على الشباب الكويتي. من الملاحظ لأي مراقب أو باحث أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوجب الضغوطات النفسية على مستخدميها من خلال الغيرة والاحباط والشعور بالنقص. هنالك العديد من الدراسات التي بحثت دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع الا أن هناك قصور في الدراسات التي تسعى لفهم الآثار الناجمة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و مدى ارتباط الشباب بها. كما أن هناك قصور في الدراسات العلمية التي تكشف كيف يقوم الأشخاص باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأبرز دوافعهم.

وتقوم هذه الدراسة على استبيان متعدد الأبعاد يشمل على الرضا عن النفس والرضا عن الحياة وعلاقتهم باستخدام مواقع التواصل بالإضافة الى دوافع الاستخدام. شملت الدراسة جميع مواقع التواصل الاجتماعي مثل انستقرام وتويت و سناب شات لعدة أسباب أهمها أن جيل الشباب يستخدمون جميع مواقع التواصل الاجتماعي كل حسب رغباته. وأنه من المهم جدا دراسة علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها السلوكية التي تؤثر على الرضا عن الحياة. فمواقع التواصل الاجتماعي ترتبط بعلاقة عكسية مع الشعور بالإحباط فكلما زاد استخدام الشخص لمواقع التواصل الاجتماعي ارتفع لديه الشعور بالنقص و الاحباط^(١٣) ويتعزز الشعور بالغيرة والتعاسة^(١٤) لذلك تقوم دراستنا الحالية على عينة من الشباب الكويتي بهدف دراسة دوافع الشباب الكويتي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي و الآثار المترتبة عن هذا. انطلاقا مما سبق لا يمكن تحقيق غاية البحث الا من خلال الاجابة على الاشكال

التالي:

ما هي الآثار الاجتماعية والنفسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية للتعرف إلى ما يلي:

- التعرف على أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب
- الكشف عن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا بين الشباب
- التعرف على العلاقة بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و كل من الرضا عن الحياة و الرضا عن الذات
- رصد مدى ارتباط الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي
- رصد دوافع الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- التعرف على كيفية استخدام الشباب مواقع التواصل الاجتماعي
- معرفة كيفية استخدام خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- الكشف عن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها

تساؤلات الدراسة:

- كيف يستخدم الشباب (عينة الدراسة) مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما دوافع الشباب الكويتي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى ارتباط الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي أبرز خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب؟

الفروض:

تسعى الدراسة لاختبار أربعة فروض رئيسية، هي:

- أولاً: توجد دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والرضا العام عن الحياة
- ثانياً: توجد دلالة إحصائية بين متغير معدل استخدام مواقع التواصل و بين معدل الارتباط بها

ثالثاً: توجد دلالة إحصائية بين معدل الرضا عن النفس ومعدل الرضا عن الحياة

رابعاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للشباب وبين

دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

تقدم الباحثة في هذه الدراسة فرصة البحث بشكل مكثف عن استخدام المجتمع الكويتي وخصوصا فئة الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها عليه كما تقوم بتحليل تأثير ثورة الاعلام الالكتروني على سلوك الأفراد نفسيا واجتماعيا. وتكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

أولا: انتشار الهواتف النقالة الذكية وارتفاع عدد مستخدمي مواقع الانترنت ومواقع التواصل في الكويت يقدم لنا فرصة مناسبة لدراسة ذلك الانتشار على جوانب الحياة الاجتماعية و النفسية. ويؤكد الباحثين والمراقبين ان مواقع التواصل الاجتماعي أداة مؤثرة في المجتمع الكويتي وقامت بإدماج الشباب واعطائهم بوابة للتواصل والتعبير عن ذواتهم وكسر القيود الاجتماعية. ثانيا، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على فئات المستخدمين لم يحظى بالاهتمام المطلوب في الوطن العربي وهناك قصور بحثي في هذا الجانب، كما أكد الباحث محمد فندي ان العديد من الباحثين الذين تناولوا دراسات الاعلام الالكتروني الحديث قد ركزوا بشكل كبير على التكنولوجيا نفسها ولم يبحثوا بشكل عميق الجوانب الانسانية والاجتماعية و النفسية لتلك التكنولوجيا. (١٥)

ثانيا: هناك شح في الدراسات الكمية والمنهجية التي تركز على التأثيرات الاجتماعية والنفسية لمواقع التواصل الاجتماعي في عالمنا العربي و خصوصا التي تركز على فئة الشباب و ان وجدت فهي دراسات اكثرها يتناول الاستخدامات و الاشباع لمواقع التواصل الاجتماعي فهمي بشكل عام تركز على دوافع الاستخدام و ليس على تأثير ذلك الاستخدام على الفرد و المجتمع.

ثالثا: تكمن أهمية هذه الدراسة ليس فقط في الجانب العلمي بل انها تفيد شرائح أخرى من المجتمع مثل أولياء الامور المدرسين والباحثين والمسوقين والناشطين للتعرف بشكل علمي عن اثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخلق الحملات التوعوية والاستراتيجيات البديلة للحد من اثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وأخيرا، تكمن أهمية البحث من أهمية الشباب باعتبارهم نواة المجتمع و مستقبله وأن هذه المرحلة تعد من أخطر المراحل العمرية وأهمها ، لأنها مرحلة تشكيل الشخصية والبناء والإنتاج.

وتتجلى أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

- تناول ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب
- تبحث الدراسة الحالية عن اثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- كما تبحث الدراسة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الرضا العام عن الحياة

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

مواقع التواصل الاجتماعي: منصات على الانترنت تسمح بنشر و تبادل و انشاء المحتوى كما انها منصات للتواصل بين الآخرين (١٦) .
الرضا عن النفس: وهو الرضا عن الذات ويتمثل في شعور الشخص تجاه ذاته و مدى تقبلها
الرضا عن الحياة: وهو الرضا الذاتي عن حياة الشخص من خلال الروابط الاجتماعية و الشعور الايجابي تجاه البيئة المحيطة.

الدراسات السابقة:

تعرض الدراسة فيما يلي الدراسات المرتبطة بموضوع آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع التركيز على الدراسات المتضمنة متغيرات الاثار النفسية و الاجتماعية. ومن تلك الدراسات:

دراسة سيبستيان فيلينزويلا و نامسو بارك و كي كيرك، ٢٠٠٩ : (١٧)

هذه الدراسة تركز على علاقة استخدام برنامج التواصل الاجتماعي فيسبوك و السلوكيات المرتبطة بتعزيز الرأس المال الاجتماعي و السلوك العام على عينة من طلبة الجامعات في الولايات المتحدة و بينت النتائج ان هناك علاقة إيجابية بين كثافة استخدام فيسبوك و الرضا العام عن الحياة و الثقة الاجتماعية. كما بينت نتائج الدراسة التي استخدمت المنهج الكمي في جمع البيانات بالاستناد على استبيان عشوائي الكتروني وزع على طلبة الجامعة في ولاية تيكساس الامريكية ان هناك علاقة إيجابية بين كثافة استخدام فيسبوك والمشاركة الاجتماعية و السياسية مما يعني ان كلما زاد استخدام الفرد لموقع فيسبوك زاد نشاطه ومشاركته السياسية والاجتماعية. وأشارت الدراسة أن استخدام موقع فيسبوك مرتبط بزيادة الرأس المال الاجتماعي من خلال تكوين والحفاظة على العلاقات و الصداقات وتنفي الدراسة ان استخدام موقع فيسبوك قد يضر بالأشخاص ويؤدي الى عزلتهم.

دراسة هويان اوه و اليف اوزكايا و روبرت ليروزا، ٢٠١٤ : (١٨)

تقوم هذه الدراسة بالتركيز على تأثير العلاقات الاجتماعية الداعمة في مواقع التواصل الاجتماعي وعدد الأصدقاء و المتابعين على الرضا عن الحياة و الشعور

بالدعم الاجتماعي و الاندماج المجتمعي. و وجدت الدراسة ان هناك علاقة إيجابية بين التواصل الداعم مع المتابعين و الأصدقاء في مواقع التواصل الاجتماعي والشعور الايجابي و الرضا حيث تبين ان العلاقات الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر على مشاعر الفرد بعد التواصل و خلال خمسة أيام. كما وجدت الدراسة التي اعتمدت على استبيان ٣٣٩ فرد بالغ بأن هناك علاقة إيجابية بين عدد الأصدقاء في مواقع التواصل الاجتماعي و التواصل الداعم و بين الشعور بالرضا عن الحياة و الشعور بالاندماج مما يعني انه كلما زاد عدد الأصدقاء زاد شعور الفرد بالرضا عن الحياة والشعور بالاندماج في المجتمع. و من جانب اخر بينت الدراسة انه كلما تواصل الفرد بشكل إيجابي ومع جماعات داعمة كلما زاد شعوره بالرضا عن الحياة.

دراسة جمال المنيس، ٢٠١٥: (١٩)

لخصت الدراسة ادمان العديد من الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي مع التطور السريع الذي طرأ على الاجهزة الذكية و الخصائص الجاذبة في منصات التواصل حتى اصبح الشباب غير قادرين على الابتعاد عنها و تنوه الدراسة ان تلك المواقع تتميز بالارتباط حيث يشعر الشخص بقدرته على الاستخدام المتواصل لتلك المنصات لما تحتويه من محتوى متجدد و بحثت الدراسة من خلال استبيان ١٣٢٧ شاب وشابه لمعرفة سلوكيات استخدام مواقع التواصل و تبين أن ادمان مواقع التواصل الاجتماعي يرتبط بشكل كبير مع : طريقة وخبرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و الوقت الذي يقضيه المستخدمين و مدى الرضا العام عن تلك المواقع. و اشارت النتائج وجود علاقة إيجابية بين ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين الإدمان عليها كما وجدت الدراسة وجود علاقة بين مدى الرضا عن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي وبين الإدمان عليها مما يعني انه كلما كان المستخدم راضي عن خصائص مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان أكثر عرضه للإدمان عليها.

دراسة مناور الراجحي، ٢٠١٦: (٢٠)

تقوم هذه الدراسة التي تناقش الاستخدامات والاشباكات من استخدام موقع التواصل الاجتماعي تويتر اذ تبحث هذه الدراسة أسباب و دوافع موقع تويتر بين الشباب في الكويت. وقامت الدراسة بالاعتماد على نظرية الاستخدامات و الاشباكات باستبيان عينة تتكون من ٣٦٠ طالبا في المرحلة الثانوية في دولة الكويت لمعرفة دوافعهم و استخداماتهم لتويتر. وكشفت الدراسة ان الهدف الرئيسي لاستخدام موقع تويتر هو التعرف على اشخاص جدد و تكوين الصداقات الى جانب متابعة الاخبار المحلية وتبادل وجهات النظر. كما وجدت الدراسة أن الأشخاص لا يثقون

كثيرا بالاخبار التي تنشر في موقع تويتر اذا انها اخبار غير موثوقة المصدر بحسب آراء المستبينون الا انهم يستخدمون تويتر كمصدر للمعلومات.

دراسة حسن منصور ، ٢٠١٧: (٢١)

اعتمدت هذه الدراسة على نموذج الاستخدام والاعتمادية للتعرف على دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثير الظروف الأمنية والسياسية والاقتصادية بين طلبة الجامعة والمقارنه فيما بين طلبة جامعة الملك سعود وجامعة صنعاء من خلال استبيان الكتروني وزع على كل من طلبة الجامعتين. وأشارت النتائج ان طلبة الجامعة يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر اخباري أكثر من اعتمادهم عليها كمصدر تعليمي وان استقرار المجتمع لا يؤثر على اعتماد الطلبة على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر اخباري و تعليمي. و بينت الدراسة اهم دافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو الدافع النفعي وخصوصا (التواصل مع الاخرين) تليها الدوافع الترفيهية والتسليه.

دراسة علي الكندري و فهد السميظ و احمد الحنيان، ٢٠١٧: (٢٢)

تعتمد هذه الدراسة على فهم الفروقات الجنسية في استخدام موقع التواصل الاجتماعي «انستقرام» بين طلبة الجامعة و معرفة الدوافع الرئيسية للاستخدام و اكتشاف تأثير ذلك على الشعور بالكمال الذاتي و التعبير عن الشخصية. و قامت الدراسة باعتماد المنهجية الكمية باستخدام استبيان وزع على عينة من طلبة الجامعة بلغت ٥٣٩ طالبا و طالبة. كشفت الدراسة انه لا يوجد أي فروق جنسية بين الدافع الرئيسي لاستخدام موقع انستقرام بين الطلبة والطالبات و انهم يستخدمونه لدافع التسليه و الاستمتاع. الا أن الدراسة وجدت بعض الاختلافات في طريقة الاستخدام حيث وجد أن الطلبة يستخدمون الحسابات العامة و يقومون بنشر الصور الشخصية و مشاركة المتابعين بالامور الشخصية بعكس الطالبات اللاتي يفضلن ان تكون حساباتهن خاصة و لا يقمن بنشر الصور والمعلومات الشخصية وذلك وفقا لخصوصية المجتمع الكويتي المحافظ الذي قد لا يقبل ذلك من الطالبات اذ ناقشت الدراسة تأثير المجتمع على اساليب و طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. كما وجد الدراسة أن الطلبة يقومون باستخدام موقع انستقرام للتعبير عن النفس من خلال الصور ان الطلبة جميعا يسعون للكمال الشخصي من خلال التعديل الكبير على الصور قبل نشرها لتكون بأحسن صورة امام المتابعين.

دراسة كلير الحلو و طوني جريج و جوزيف قرقماز و اليان يوسف، ٢٠١٨: (٢٣)

لخصت الدراسة اثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الحالة النفسية للطلاب

الجامعي العربي في عدة دول منها فلسطين والأردن و المملكة العربية السعودية و لبنان باستخدام عينة تبلغ ٦٦٨ طالبا جامعيًا عربيًا تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢٥ عاما ووجدت ان استخدام مواقع التواصل يعطي الطلبة الشعور بالحضور الاجتماعي. كما أظهرت نتائج الدراسة ان هناك علاقة إحصائية بين المعدل اليومي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي و بين الإدمان و الشعور بالغيرة و الاحباط فكلما ارتفع معدل الاستخدام اليومي زاد الشعور بالاحباط و الغيرة بين الطلاب الجامعيين. حيث اشارت النتائج ان ٧٠٪ من الطلبة قد ظهرت عليهم غيرة واضحة وقد وجدت الدراسة ان الشعور بعدم اهتمام الأصدقاء و الاحباط و الغيرة تؤدي للغضب فيما بينت أجوبة المستطلعين ان ٧٩٪ من مستخدمي مواقع التواصل يشعرون بالاحباط بسبب الردود السلبية و الانتقادات في مواقع التواصل الاجتماعي.

التعليق على الدراسات السابقة:

أوضحت الدراسات السابقة توجه الشباب المتزايد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي و تعددت الاستخدامات ودوافع الاستخدام ولعل ابرز تلك الاستخدامات الترفيه و التواصل مع الآخرين والبحث عن المعلومات في مقدمة الدوافع. كما كشفت الدراسات السابقة الاثار النفسية والاجتماعية للاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي اذ تؤكد العديد من الدراسات الدور الفاعل لمواقع التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات الاجتماعية و الصداقات والتواصل مع الآخرين. و أظهرت الدراسات توجهها جديدا وهو علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبناء الراس المال الاجتماعي وهو تكوين العلاقات الاجتماعية و التي من شأنها رفع القيمة الاجتماعية للشخص وقد أكدت الدراسات وجود علاقة إيجابية بين عدد الأصدقاء و المتابعين في مواقع التواصل الاجتماعي و بين الراس المال الاجتماعي و الإحساس بالأهمية. كما رصدت الدراسات وجود منفعة و عائد إيجابي من تكوين الصداقات الاجتماعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بسبب الشعور بوجود الدعم الاجتماعي.

الا ان الدراسات الحديثة قد رصدت توجهها مغايرا في الفترة الأخيرة و بدأت تركز على الاثار الجانبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي و قد تناولت عدة دراسات علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والآثار النفسية. و بينت نتائج الدراسات ان هناك علاقة بين كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أي عدد ساعات الاستخدام و بين المشاعر السلبية التي تصيب المستخدمين مثل الشعور بالاحباط والحزن بسبب عقد المقارنات مع الآخرين والتعرض للتعليقات السلبية وخطاب

الكراهية. كما وجدت الدراسات أن بعض الشباب تصيهم الغيرة من الآخرين في وسائل التواصل الاجتماعي.

الإطار النظري:

أحدثت الثورة التقنية و انتشار مواقع التواصل الاجتماعي ثوره إنسانية واجتماعية و معلوماتية واحداث ذلك تغييرات في مختلف مجالات الحياة و خلقت تحديات ثقافية وعلمية انعكست بشكل كبير على المجتمع بشكل عام. و قد أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي تغييرات كبيرة في التواصل مع الآخرين و في الحصول على المعلومات و ساهمت بتغيير أنماط و سلوكيات المجتمعات حتى وصل تأثيرها الى تغيير منظومة القيم والعادات داخل المجتمع^(٢٤). وقد انتشرت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين الشباب وذلك لاستخدامها في التواصل و تكوين الصداقات والتعبير عن الرأي بحرية بعيدا عن قيود الجماعة والخطوط الحمراء في التعبير وابداء الراي لتي يفرضها المجتمع. و نظرا لانتشار تلك المواقع واستخدامها الكبير من قبل الشباب خاصة وفئات المجتمع عامه لابد من الوقوف على آثار تلك المواقع على مستخدميها انطلاقا من نظرية التأثير الاجتماعي لبيب لاتينيه. تؤكد نظرية التأثير الاجتماعي ان هناك ثلاث قواعد رئيسية للتأثير وهي القوة و العدد والفورية و اذا طبقنا تلك القواعد على وسائل التواصل الاجتماعي نجد انها تقدم القوة من خلال العلاقات الاجتماعية القوية التي تتكون عبر وسائل التواصل الاجتماعي والعدد من خلال اعداد المستخدمين والفورية حيث تتميز مواقع التواصل بالفورية والآنية خصوصا مع التطورات الحديثة التي جرت على بعض المواقع والتي اضافت ميزة البث المباشر والتواصل الفعال. ولما تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي من تأثير كبير على مستخدميها فمن الضروري دراسة تلك الاثار ومعرفتها حتى يتم التعامل معها. كما تؤكد نظرية البيئة الإعلامية لمارshall ماكلوهان (١٩٦٤) و التي تهدف لمعرفة الاثار الاجتماعية لاستخدام التكنولوجيا والاعلام. و تؤكد نظرية البيئة الإعلامية أن استخدام الاعلام والتكنولوجيا يؤثر على ادراك الفرد و مشاعره وقيمه ومفاهيمه^(٥٢). لذلك لابد من معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الجوانب الاجتماعية في الحياة وكيف لها أن تؤثر على مشاعر الفرد تجاه نفسه ورضاه عن حياته.

منهج الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من دراسات البحوث الوصفية وتعتمد على المنهج المسحي للوصول الى نتائج علمية على تساؤلات الدراسة و اختبار فروضها.

ويعتبر منهج المسح من أهم المناهج العلمية وأكثرها انتشارا في البحوث الكشفية والوصفية. و منهج المسح هو المنهج الملائم لتحقيق أهداف دراستنا الحالية والإجابة على تساؤلاتها وفروضها. و تصنف هذه الدراسة بأنها وصفية لأنها تسعى الى جمع معلومات حول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وأثر هذا الاستخدام على سلوكيات الطالب الجامعي كما أنها تهتم بتوضيح وتفسير الظواهر التي من شأنها أن تساهم في فهم وتحليل الواقع. ويعتبر منهج المسح الوصفي أحد أشكال جمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم واتجاهاتهم.

و تعتمد الدراسة على المنهج المسحي الذي يهدف الى تشخيص المشكلة أو الظاهرة المراد دراستها ووصفها و تحليلها و عقد الارتباطات و العلاقة بين المتغيرات المختلفة. كما يهدف المنهج المسحي الى تحديد الوضع الحالي للمشكلة و عرض حقائق تفصيلية و يعقد المقارنات و يصدر الاحكام التقويمية.

أولاً: عينه الدراسة

تعتبر مرحلة اختيار وتحديد العينة من أهم خطوات البحث المنهجي وتتطلب دقة وابتعاد عن ما يسمى التحيز في العينة أي اختيار عينات لا تتناسب مع مجتمع الدراسة واختيارها بسبب سهولة الوصول إليها أو معرفتها شخصيا مما يؤثر سلبا على البحث ونتائجه. ولصعوبة القيام بدراسة تشمل جميع الشباب الكويتي، قامت الدراسة باختيار عينة عمدية بلغ حجمها ٥٨٣ شاب و شابة (٢٣٦ من الذكور و ٣٤٦ من الاناث) من الشباب الكويتي وقد اقتضت الدراسة على الشباب الكويتي دون سواهم ليتناسب مع الدراسة وأهدافها وقد تم الاعتماد على التوزيع المباشر للشباب أينما وجدوا في الجامعات والمعاهد والمجمعات والمقاهي والأندية ، وقد بلغ حجم الاستمارات التي تم توزيعها ٦٥٠ استمارة وكانت نسبة الاستجابة تعادل ٨٩.٦٪. ويرجع سبب التفاوت في نسبة الذكور والاناث بأن عدد الاناث في الجامعات أكثر من عدد الذكور بسبب توجه الذكور للكليات العسكرية أو العمل بدل الدخول الى الجامعة مما يساعد بالوصول للاناث بسهولة أكثر من الشباب الذكور.

ثانياً: أداة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على أسلوب الاستبانة المباشرة أي من خلال المقابلات الشخصية وتعبئة استبيان ورقي وقد تم توزيعها على الشباب الكويتي في أماكن تواجدهم في الفترة

ما بين نوفمبر و ديسمبر ٢٠١٨. وقد احتوت الاستبانة على مجموعة من المتغيرات الرئيسية وأربعة محاور رئيسية:

المحور الأول: وهي الأسئلة الاولية التي تضمنت بعض المعلومات الأساسية عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وساعات الاستخدام كما تضمن المواقع التي يستخدمونها و الخصائص الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي.

و لقياس ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا، تم سؤال المستجوبين عن مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا و جاءت الإجابات ضمن ميزان وزني يحتوي على خمسة اختيارات تبدأ ب (اقل من ساعة) = ١ ، تنتهي ب (أكثر من ٦ ساعات يوميا) = ٥.

المحور الثاني: يتضمن الأسئلة الخاصة بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على و قد تم سؤال المبحوث ما هو دافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟ و قد تم تحديد مجموعة من الخيارات التي تمثل بالاتي: ضعف العلاقات الاجتماعية في الواقع، حرية التعبير، كسر القيود الاجتماعية، تمضية الوقت، فهم الواقع السياسي، اكتساب أصدقاء الجدد و عن الحصول على قبول الاخرين.

كما يحتوي هذا المحور على مدى الارتباط بمواقع من خلال استخدام مقياس الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي. و يحدد مقياس الارتباط بمواقع التواصل كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و قوة الارتباط بها و قد سبق ان استخدم هذا المقياس في دراسات اجنبية سابقة ٦٢ و يحوي هذا المقياس على ستة عبارات ومن أمثلة هذه العبارات «مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزء من نشاطي اليومي»، و«أشعر بالانعزال اذا لم استخدم مواقع التواصل يوما من الأيام» و للإجابة على أسئلة المقياس جاء الميزان الوزني لهذا المقياس ثلاثيا يبدأ ب (لا أوافق) = (١) و ينتهي ب (أوافق) = (٣).

المحور الثالث: وقد اعتمد على مجموعة مقاييس أعدت لتتوافق مع أهداف الدراسة والتي تركز على قياس الاثار النفسية والاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي ويمكن عرض هذه المقاييس فيما يأتي:

١-مقياس الرضا عن النفس: مقياس الرضا الذاتي او ما يسمى ب«مقياس روسنبرق» ٧٢ نسبة للباحث الذي وجد هذا المقياس و نشر بحثه عام ١٩٦٥ ، هو مقياس يتكون من عشرة عبارات خاصة بقياس القيمة الذاتية و مدى شعور الانسان بالرضا عن نفسه وسبق أن تم استخدامه في دراسات علمية لقياس الرضا الذاتي عن النفس ٨٢. ومن أمثلة هذه العبارات «بشكل عام أنا راضي عن نفسي»، «في بعض

الأوقات أشعر اني انسان غير جيد»، «أشعر أن لدي عددا من الصفات الجيدة»، «أشعر ان لدي ما افتخر به» و «اشعر ان لي قيمة» و«أتمني لو كنت احترم واقدر نفسي أكثر». و للإجابة عن أسئلة المقياس، جاء الميزان الوزني لهذا المقياس خماسيا ب (لا أوافق عليها على الإطلاق)= ١ و(أوافق عليها بدرجة كبيرة)= ٥. و قد تم مراعاة قلب الميزان الوزني لبعض العبارات ليتناسب مع الهدف من المقياس بحيث يكون كلما ارتفعت الدرجة يعني ازدياد الرضا عن النفس. مثال عبارة «اشعر ان لا فائدة مني في بعض الأحيان» قد تم قلب الميزان الوزني بحيث يكون (أوافق عليها بدرجة كبيرة)= ١ و (لا أوافق عليها على الإطلاق)= ٥.

٢- مقياس الرضا عن الحياة: وهو مقياس خاص لمعرفة مستوى الرضا عن جوانب مختلفة في الحياة و مدى إحساس المستجوبين بالرضا العام. وقد سبق أن استخدم هذا المقياس في دراسة أمريكية سابقة ٩٢، و يحوي هذا المقياس على سبعة عبارات. و من امثلة هذه العبارات «في كثير من الجوانب حياتي قريبة من الكمال»، «ظروف حياتي ممتازة» و «حصلت على اغلب الأشياء التي أتمناها في حياتي». و للإجابة عن أسئلة المقياس، جاء الميزان الوزني لهذا المقياس خماسيا ب (لا أوافق عليها على الإطلاق)= ١ و(أوافق عليها بدرجة كبيرة)= ٥.

المحور الرابع: احتوى المحور الرابع على المعلومات الديموغرافية للمبحوثين مثل النوع، العمر، العمل. و مكان الإقامة.

ثالثا: خطوات بناء المقاييس

بناء المقاييس:

عند اختيار المقاييس الخاصة بالدراسة تم الاطلاع على قدر كبير من الادبيات والمصادر ذات الصلة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب و ثم التوصل الى مجموعة مقاييس مثبتة تم استخدامها والتحقق من صحتها في دراسات دولية وبمراجعتها مع مراعاة الترجمة للغة العربية والصياغة اللغوية الصحيحة لتصبح عبارات صحيحة و ذات معنى. وبعد صياغتها، فقد تم اختبارها على مجموعة تجريبية في دراسة استطلاعية مكونة من ٥٠ مستجيبا ومستجيبة للوقوف على الأخطاء والتحقق من ثبات المقاييس.

إجراءات الصدق:

يتسم المقياس بالصدق متى ما كان صالحا لتحقيق الأهداف المرجوة وأنه يقيس ما ينبغي ان يقيس فعلا. واعتمدت الدراسة على الصدق الظاهري الذي يعبر عن اتفاق

المحكمين على ان المقياس صالح فعلا لتحقيق الهدف الذي اعدت من اجله. و قد تم عرض الاستبانة على د. هبة المسلم و د. حسن مكى أساتذة الاعلام من أعضاء هيئة التدريس في جامعة الكويت و طلب منهم تحديد مدى تحقيق هذه العبارات لأهداف الدراسة و تحديد أي غموض في العبارات. و قد تم اجراء التعديلات التي رأى المحكمين انها ضرورية.

إجراءات الثبات:

قامت الدراسة بالتأكد من الثبات بواسطة استخدام ألفا كرونباخ للمقاييس الثلاثة. وجاءت نتائج الثبات عالية مما يعني صحة استخدام المقاييس وتحقيقها لهدف الدراسة. وفقا للآتي:

- مقياس الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي و قد جاءت درجة الألفا كرونباخ (٠.٧٨).
- مقياس الرضا عن الذات و قد جاءت درجة الألفا كرونباخ (٠.٧٤).
- مقياس الرضا عن الحياة و قد جاءت درجة الألفا كرونباخ (٠.٦١).

الاجراءات الإحصائية:

اعتمدت الدراسة على مجموعة من الاجراءات الإحصائية من خلال استخدام البرنامج الاحصائي الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (النسخة ٢٤) . وقامت بالآتي:

التكرار والنسب.

الإحصاء الوصفي: من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

اختبار مربع كاي: لقياس العلاقة بين متغيرات الدوافع و الخصائص الديموغرافية اختبار قيمة (ت): للفروق بين متوسطات الاستخدام والارتباط بين الشباب من افراد العينة من الذكور والاناث في مقاييس الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي ومقياس الرضا عن الحياة.

اختبار معامل الارتباط بيرسون: و ذلك لقياس قوة و درجة العلاقة بين مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات المرتبطة بالرضا عن الحياة و الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي.

نتائج الدراسة:

الجزء التالي يقوم بعرض نتائج الدراسة في ثلاث جوانب، هي: خصائص العينة والإجابة عن التساؤلات واختبار الفروض.

أولاً: خصائص العينة

يوضح الجدول رقم (١) خصائص أفراد عينة الدراسة.

الجدول (١) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية

المتغير	فئات المتغير	العدد= ٥٨٣	%
النوع	ذكر	٢٣٧	٤٠,٧
	انثى	٣٤٦	٥٩,٣
العمر	١٥-١٧ عام	١١٣	١٩,٤
	١٨-٢٠ عام	١٥٣	٢٦,٣
	٢١-٢٣ عام	١٥٣	٢٦,٣
	٢٤ عام فأكثر	١٦٤	٢٨,٠
العمل	طالب	٣٣٧	٥٧,٩
	قطاع حكومي	١٤١	٢٤,٢
	قطاع خاص	٥٢	٨,٩
	لا أعمل	٣٦	٦,٢
	اخرى	١٦	٢,٧
المحافظة السكنية	العاصمة	١٣٩	٢٣,٩
	حولي	١٥٥	٢٦,٦
	الفروانية	٦٨	١١,٧
	الجهراء	٥٠	٨,٦
	مبارك الكبير	١٢٥	٢١,٥
	الاحمدي	٤٥	٧,٧

يوضح الجدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة بين الفئات العمرية المختلفة و المحافظات

السكنية. واجمالا فقد كان ٥٩.٣٪ من المبحوثين من الاناث و ٤٠.٧٪ من الذكور، و ٥٧.٨٪ منهم طلاب بينما ٢٤.٢٪ يعملون بالقطاع الخاص و ٨.٩٪ يعملون في القطاع الحكومي. كما يوضح الجدول ان ٧١.٨٪ من المبحوثين من الفئة العمرية الأقل من ٢٤ عام.

ثانيا: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

فيما يتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فقد اشارت نتائج السؤال «هل تستخدم أي من مواقع التواصل الاجتماعي» ان ٩٨،٣٪ (ع=٥٧١) اجابوا بنعم بينما ١.٧٪ (ع=١٠) اجابوا بلا أي لا يستخدمون مواقع التواصل.

ثالثا: كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

للإجابة على السؤال المتعلق بكثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، تم استخراج النسب المئوية للتعرف على استجابات افراد العينة عن « عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا» ويوضح الجدول رقم (٢) عدد ساعات استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي:

الجدول (٢) : عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا

العدد	اقل من ساعة	من ١ الى ٢ ساعة	من ٣ الى ٤ ساعات	من ٤ الى ٦ ساعات	اكثر من ٦ ساعات	المجموع
٢١	٦٠	١٠٦	١٥٠	٢٣٩	٥٧٦	
النسبة	٣,٦	١٠,٣	١٨,٢	٢٥,٨	٤١,١	١٠٠

يتضح من الجدول رقم (٢) ان افراد العينة من الشباب يقومون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من ٦ ساعات يوميا بنسبة ٤١.١٪ مقابل ٢٥.٨٪ ممن يستخدمون المواقع بين ٤ الى ٦ ساعات يوميا.

رابعا: مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما

اما فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما بين افراد عينة الدراسة، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للتعرف على استجابات افراد عينة الدراسة عن سؤال «ما هي مواقع التواصل التي تستخدمها» والجدول رقم (٣) يوضح ذلك:

الجدول (٣) : مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما

مواقع التواصل الاجتماعي	العدد (٤١٥)	%
تويتر	٢٧٨	٦٧
انستغرام	٣٥٢	٨٥
سناب شات	٣١٩	٧٧
فيس بوك	١١٣	٢٧,٢
لينكد ان	٦	١,٤
كيبك	٢	٠,٤
فيس بوك	١١٣	١٩,٤
اخرى	٤٣	١٠,٣

أشارت النتائج ان كل من تويتر و انستغرام و سناب شات أكثر المواقع انتشارا بين الشباب حيث تبين ان ٨٥٪ من افراد العينة يستخدمون انستغرام و ٧٧٪ يستخدمون سناب شات فيما اشارت النتائج ان تويتر يحتل المرتبة الثالثة بنسبة ٦٧٪. اما فيما يتعلق بموقع فيس بوك ١٩.٤٪ من افراد العينة يستخدمونه في حين ان ١.٣٪ فقط من افراد العينة أشاروا لاستخدام موقع لينكد ان و ٠.٤٪ يتسخدمون كيبك اما ١٠.٣٪ من افراد العينة يستخدمون مواقع أخرى.

خامسا: خصائص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول رقم (٤) خصائص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين افراد العينة لمعرفة أبرز الخصائص التي يقوم باستخدامها افراد العينة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول (٤) : خصائص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الخصائص	العدد (٥٧٧)	%
التراسل الشخصي private chat	٣٩٨	٦٩
معرفة الاخبار	٣٢٣	٥٦
التسوق الالكتروني (الانستغرام)	٤٠٢	٦٩,٧
البحث عن معلومات متخصصة	٣٠٣	٥٢,٥
نشر صور و فيديوهات شخصية	٢٩٦	٥١,٣
اعادة نشر تغريدات او صور الاخرين -retweet- repost	٤٠١	٦٩,٥
الاعجاب بتغريدات او صور الاخرين like	٣٥٢	٦١
الدرشة العامة مع الاخرين chat	٣٠١	٥٢,٢
التعليق على صور الاخرين	٢٦٩	٤٦,٥

يتضح من نتائج الجدول (٤) ان التسوق الالكتروني جاء في مقدمة الخصائص المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب و التي اكدها ٦٩.٧٪ من المبحوثين ، يليه إعادة نشر تغريدات و صور الاخرين بنسبة ٦٩.٥٪ ثم التراسل الشخصي بنسبة ٦٩٪ ثم الاعجاب بتغريدات و صور الاخرين ٦١٪. ومن جانب اخر، اشارت النتائج ان «التعليق على صور الاخرين» و «نشر صور وفيديوهات شخصية» اقل الخصائص استخداما في مواقع التواصل الاجتماعي.

سادسا: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

للإجابة على السؤال المتعلق بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب تم استخراج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لكل دافع، و كانت النتائج كما يبينها جدول رقم (٥) ادناه:

الجدول (٥) : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الدوافع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الحصول على قبول الاخرين	٥٧٦	٢,٢٦	٠,٧١
فهم الواقع السياسي	٥٧٨	٢,٢٧	٠,٧٤
كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين	٥٧٨	٢,٢٨	٠,٧٥
ضعف العلاقات الاجتماعية في الواقع	٥٧٨	٢,٢٩	٠,٧٤
اكتساب صداقات جديدة	٥٧٧	٢,٤١	٠,٧٣
الحرية في التعبير	٥٧٨	٢,٤٢	٠,٦٨
لتمضية الوقت	٥٧٨	٢,٦٠	٠,٦٢

يتضح من الجدول السابق ان دافع «تمضية الوقت» جاء في مقدمة الدوافع بمتوسط حسابي بلغ (٢.٦٠) و بانحراف معياري (٠.٦٢) و في المرتبة الثانية جاء دافع «الحرية في التعبير» بمتوسط حسابي بلغ (٢.٤٢) و انحراف معياري (٠.٦٨) و في المرتبة الثالثة اتى دافع «اكتساب صداقات جديدة» بمتوسط حسابي ٢.٤١ و انحراف معياري ٠.٧٣.

سابعاً: الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي

مقياس الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي هو مقياس يحدد كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و قوة الارتباط بها و تم استخدامه سابقا في دراسة Ellison, (2007) Steinfield and Lampe و يحتوي على ستة عبارات مثل «مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزء من نشاطي اليومي»، و «اشعر بالانعزال اذا لم استخدم مواقع التواصل يوما من الايام» و جاءت الإجابات ثلاثيا على الميزان الوزني يبدأ ب (لا أوافق) = (١) و ينتهي ب (أوافق) = (٣). و بينت النتائج ان مؤشر الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي بلغ متوسطا نسبته ٢.٥٢ من ٥ درجات (ع=٠.٤٨). والجدول رقم (٦) يوضح نتائج الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي بين افراد العينة.

الجدول (٦) : الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي

العبارات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مواقع التواصل اصبحت جزء من نشاطي اليومي	٥٧٦	٢,٧٧	٥١.
افتخر بان اقول للناس ان لدي حساب في مواقع التواصل	٥٧٥	٢,٣٣	٧٨.
مواقع التواصل اصبحت جزء من روتيني اليومي	٥٧٦	٢,٧٢	٥٧.
اشعر بالانعزال اذا لم استخدم مواقع التواصل يوما من الايام	٥٧٦	٢,٣٠	٧٩.
سأشعر بالحزن اذا تم اغلاق مواقع التواصل الاجتماعي	٥٧٧	٢,٤٠	٧٧.
اشعر بالحزن اذا لم يتوفر الانترنت لدي	٥٧٧	٢,٥٧	٦٦.

يشير الجدول السابق ان عبارة «مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزء من نشاطي اليومي» من مقياس الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي جاءت بالمرتبة الاولى بمتوسط حسابي بلغ (٢.٧٧) و بانحراف معياري (٠.٥١) و في المرتبة الثانية جاءت عبارة «مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزء من روتيني اليومي» بمتوسط حسابي (٢.٧٢) وبانحراف معياري بلغ (٠.٥٧).

وقد تم دمج المتغيرات الستة المتعلقة بالارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي لبناء مقياس الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي وبلغ المتوسط الحسابي لمقياس الارتباط ٢.٥٢ وبانحراف معياري بلغ ٠.٤٨.

اما فيما يتعلق بالفروق بين الذكور والاناث بمقياس الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي، فتم استخدام اختبار (ت) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دالة احصائية بين الذكور والاناث من افراد العينة و الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي. الجدول رقم (٧) يوضح نتائج اختبار (ت).

الجدول (٧) : اختبار قيمة (ت) لمعنوية الفروق بين الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي وفقا لمتغير (النوع)

النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر	٢٣٤	٢,٤٨	٠,٥٣	-١,٣٧	٥٧٦	٠,١٦
انثى	٣٤٤	٢,٥٤	٠,٤٣			

$P > 0.05$ * $p > 0.01$ **

تبين نتائج الجدول السابق ان اختبار (ت) اظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والاناث و بين الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (ت) = -١.٣٧ و درجة الحرية = ٥٧٦ و
($p = ٠,١٦٩$) ($t(٥٧٦) = -١,٣٧$) هي قيمة غير دالة احصائيا عند مستوى ٠.٠٥ و هذا يعني انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسط الحسابي لارتباط الذكور بمواقع التواصل الاجتماعي (٢.٤٨) و بين المتوسط الحسابي لارتباط الاناث بمواقع التواصل الاجتماعي (٢.٥٤).

ثامنا: الرضا العام عن النفس

الرضا عن النفس

يعد مقياس الرضا عن النفس او ما يسمى ب«مقياس روسنبرق» (١٣ (١٩٦٥)، هو مقياس يتكون من عشرة عبارات خاصة بقياس القيمة الذاتية و مدى شعور الانسان بالرضا عن نفسه و سبق ان تم استخدامه في دراسات علمية لقياس الرضا الذاتي عن النفس ٢٣. وتم استخدام ميزان توازني من ٥ نقاط حيث ١ = (غير موافق تماما) الى ٥ = (موافق تماما) و قد احتوى المقياس على عشرة عبارات لقياس الرضا عن الذات والجدول رقم (٨) يوضح نتائج عبارات الرضا عن الذات و المتوسط الحسابي لكل عبارة.

جدول (٨) : الرضا عن النفس

العبارات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
بشكل عام انا راضي عن نفسي	١,٤	٣,٨	٦,٢	٣٢,٥	٥٦,١	٤,٣	٠,٨
في بعض الاوقات اشعر اني انسان غير جيد*	١١,٤	١٥,٧	٢٤,٩	٢٦,٨	٢١,١	٣,٣	١,٢
اشعر ان لدي عددا من الصفات الجيدة	٠,٩	٢,٨	١١,٢	٣٧,٠	٤٨,١	٤,٢	٠,٨
استطيع القيام بالأشياء مثل بقية الناس	٢,١	٥,٢	١١,٦	٣١,٥	٤٩,٧	٤,٢	٠,٩
اشعر ان ليس لدي ما افتخر به*	١٠,٤	١٠,٤	١٤,٢	٣٠,١	٣٤,٩	٣,٦	١,٣
اشعر ان لا فائدة مني في بعض الاحيان*	٧,٨	١٢,٦	١٤,٩	٣٢,٥	٣٢,٢	٣,٦	١,٢
اشعر ان لي قيمة	٣,١	٤,٢	١١,٦	٢٩,١	٥٦,١	٤,٢	١,٠
اتمنى لو كنت احترم و اقدر نفسي اكثر*	٢٢,٣	١٩,٢	١٩,٧	١٩,٦	١٩,٢	٢,٩	١,٤
بشكل عام يتوجب علي الشعور اني فاشل*	٤,٧	٦,٧	١٨,٠	٣٠,١	٤٠,٥	٣,٩	١,١
امتلك شعور ايجابي تجاه نفسي	٠,٧	٣,٣	١٢,٥	٢٩,٦	٥٣,٩	٤,٣	٠,٨

*Variables reversed coded تم إعادة الترميز

تشير نتائج الجدول السابق ان عبارة « بشكل عام انا راضي عن نفسي » (متوسط حسابي = ٤.٣، انحراف معياري = ٠.٨) جاءت في المرتبة الاولى تليها و عبارة « امتلك

شعور ايجابي تجاه نفسي» (متوسط حسابي = ٤.٣، انحراف معياري = ٠.٨) و في المرتبة الثالثة أتت عبارة «اشعر ان لدي عددا من الصفات الجيدة» (متوسط حسابي = ٤.٢، انحراف معياري = ٠.٨) تليها عبارة «اشعر ان لي قيمة» (متوسط حسابي = ٤.٢، انحراف معياري = ١.٠) مما يشير الى ان افراد العينة لديهم شعور ايجابي تجاه الذات مرتفع نسبيا.

تاسعا: الرضا العام عن الحياة

يتكون مقياس مستوى الرضا العام عن الحياة من سبعة عبارات تمثل جوانب مختلفة في الحياة و مدى إحساس المستجوبين بالرضا العام اذ تم استخدامه في دراسة سابقة ٣٣، وتم استخدام ميزان توازني من ٥ نقاط حيث ١ = (غير موافق تماما) الى ٥ = (موافق تماما) و الجدول رقم (٩) يوضح نتائج كل من عبارات الرضا عن الحياة.

الجدول (٩) : الرضا العام عن الحياة

العبارات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
في كثير من الجوانب حياتي قريبة من الكمال	٣,٨	٧,٨	٣٣,٠	٢٩,٤	٢٥,٩	٣,٦	١,٠
ظروف حياتي ممتازة	١,٦	٧,٠	٢٤,٣	٣٥,٥	٣١,٧	٣,٨	٠,٩
انا راضي عن حياتي	١,٩	٥,٧	١٨,٦	٣٦,٠	٣٧,٧	٤,٠	٠,٩
حصلت على اغلب الاشياء التي اتمناها في حياتي	٧,٤	٨,٧	٢٥,٨	٣٠,٤	٢٧,٧	٣,٦	١,١
لو عشت مرة اخرى لن اغير اي شيء في حياتي تقريبا	١٨,٨	١٥,٧	٢٣,٩	٢١,١	٢٠,٥	٣,٠	١,٣
في كثير من الاحيان ممكن الوثوق بالأشخاص	١٥,٧	٢٦,٧	٢٨,٢	١٧,٤	١١,٩	٢,٨	١,٢
الاشخاص يحاولون استغلالك متى ما سنحت لهم الفرص *	٢٠,١	١٨,٣	١٦,٦	٢٣,٥	٢١,٤	٣,١	١,٥

Variable reversed coded * تم إعادة الترميز

يوضح الجدول السابق ان عبارة «انا راضي عن حياتي» (متوسط حسابي = ٤.٠، انحراف معياري = ٠.٩) أتت في المرتبة الاولى اما عبارة «ظروف حياتي ممتازة» (متوسط حسابي = ٣.٨، ع = ٠.٩) فقد أتت في المرتبة الثانية و في المرتبة الثالثة فقد أتت عبارة «في كثير من الجوانب حياتي قريبة من الكمال» (متوسط حسابي = ٣.٦، انحراف معياري = ١.٠).

اختبار الفروض:

تسعى الدراسة لاختبار أربعة فروض رئيسة، هي:

أولاً: توجد علاقة بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والرضا العام عن الحياة.

تم اختبار معامل الارتباط (بيرسون) لدراسة العلاقة بين متغير (معدل الاستخدام) ومتغير (الرضا العام عن الحياة) وأشارت النتائج جود ارتباط عكسي ضعيف بين المتغيرين.

$r = -0.9$, $n = 576$, $p = 0.29$ مما يؤكد فرضية الدلالة الإحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و الرضا العام عن الحياة. و تبين العلاقة العكسية بين المتغيرين انه كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انخفض مؤشر الرضا العام عن الحياة.

ثانياً: توجد علاقة بين معدل استخدام مواقع التواصل وبين معدل الارتباط بها.

تم اجراء اختبار معامل ارتباط (بيرسون) للتحقق من الدلالة الإحصائية بين متغير (معدل الاستخدام) و متغير (الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي) واثبتت النتائج وجود ارتباط احصائي قوي ($r = 0.28$)

مما يؤكد فرضية الدلالة الإحصائية على وجود ارتباط بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و بين الارتباط بها. وتشير العلاقة القوية انه كلما ارتفع معدل ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع معدل الارتباط بتلك الوسائل.

ثالثا: توجد علاقة بين معدل الرضا عن النفس ومعدل الرضا عن الحياة. تم اختبار العلاقة بين متغير (الرضا عن النفس) و متغير (الرضا العام عن الحياة) بإجراء اختبار معامل ارتباط (بيرسون) للتحقق من الدلالة الإحصائية و اثبتت النتائج وجود ارتباط احصائي قوي ($r=0,22$) مما يؤكد فرضية الدلالة الإحصائية.

اذ تشير النتائج انه كلما ارتفع معدل الرضا عن النفس زاد معدل الرضا العام عن الحياة فكلما كان الشخص راضي عن نفسه كلما ارتفع لديه الشعور بالرضا العام عن الحياة.

رابعا: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للشباب وبين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

تم اختبار الخصائص الديموغرافية من خلال كل من متغير (العمر) و (جهة العمل) و (النوع) و بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. و قد تم استخدام بيرسون لمعرفة علاقة متغير العمر و دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. كما تم استخدام اختبار مربع كاي لمعرفة علاقة متغير جهة العمل ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. هذا وقد تم استخدام اختبار (ت) لمعرفة علاقة متغير النوع و دوافع استخدام مواقع التواصل.

الجدول رقم (١٠) يوضح اختبار بيرسون للتحقق من علاقة متغير العمر و دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١٠) : اختبار بيرسون للعلاقة بين متغير العمر ومتغير دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الدوافع	قيمة بيرسون r	العدد	مستوى الدلالة
ضعف العلاقات الاجتماعية في الواقع	٠,٠٨	٥٧٨	*٠,٠٣
حرية التعبير	٠,٠١	٥٧٨	٠,٦٤
كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين	٠,٠٩	٥٧٨	*٠,٠٢
لتمضية الوقت	٠,٠٢	٥٧٨	٠,٥٨
فهم الواقع السياسي	٠,٠٢	٥٧٨	٠,٥٨
اكتساب صداقات جديدة	٠,٠٩٤	٥٧٨	*٠,٠٢
الحصول على قبول الآخرين	-٠,١١	٥٧٧	**٠,٠٠

نتائج اختبار معامل ارتباط بيرسون للتحقق من الدلالة الإحصائية بين العمر و دوافع استخدام مواقع التواصل اثبتت وجود ارتباط احصائي سلمي قوي بين متغير العمر و دافع «الحصول على قبول الآخرين»
($r=-0.11$)

دافع استخدام مواقع التواصل للحصول على قبول الاخرين. كما بينت نتائج الاختبار وجود ارتباط احصائي إيجابي بين كل من دافع ضعف العلاقات الاجتماعية و دافع كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين و اكتساب صداقات جديدة و متغير العمر بحيث انه كلما ارتفع معدل العمر زاد معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لكل من دافع "ضعف العلاقات الاجتماعية" ($r=0.08$)

($n=578, p=0.03$)

و "دافع كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين" ($r=0.09$)

($n=578, p=0.02$)

و "دافع اكتساب صداقات جديدة" ($r=0.94$)

($n=578, p=0.02$)

و تلخص النتائج ان متغير العمر مرتبط بالدوافع الاجتماعية و بناء العلاقات بشكل عام لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. اما فيما يتعلق بعلاقة جهة العمل و دوافع استخدام مواقع التواصل. تم اجراء اختبار مربع كاي لبحث العلاقة بين المتغيرين. الجدول رقم (١١) يشير الى علاقة متغير جهة العمل و دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١١) : اختبار (مربع كاي) للعلاقة بين متغير جهة العمل ومتغير دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الدوافع	٢ قيمة كا	مستوى الدلالة
ضعف العلاقات الاجتماعية في الواقع	١٣,٣٣	١٠٠
حرية التعبير	٨,٠٨	٤٢٠
كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين	٢٤,٧	**٠,٠٠
لتمضية الوقت	٨,٨١	٣٥٠
فهم الواقع السياسي	٨,٨١	٣٥٠
اكتساب صداقات جديدة	٤,٧٦	٠,٧٨
الحصول على قبول الاخرين	١٧,٩٨	*٠,٢٠

$P < 0.05$ * $P < 0.001$ **

يوضح الجدول (١١) ان قيمة كا٢ كانت دالة في حالي «كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين» قيمة كا٢ = ٢٤,٧ و هي قيمة دالة عند مستوى معنوية اقل من ٠,٠١ (Sig=.٠٠) و «الحصول على قبول الاخرين» قيمة (كا٢) ١٧,٩٨ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية اقل من ٠,٠٥ (Sig=.٠٢). هذا و قد اشارت النتائج الى عدم وجود دلالة إحصائية بين بقية الدوافع مما يعني ان هناك علاقة بين جهة العمل و كل من «دافع كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين» و «دافع الحصول على قبول الاخرين فقط».

و لمعرفة علاقة متغير النوع و دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فقد تم اجراء اختبار (ت) لقياس الفروق بين الاناث و الذكور و الجدول رقم (١٢) يوضح النتائج.

جدول (١٢)
اختبار قيمة (ت) للفروق بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي طبقاً
لمتغير (النوع)

الدوافع	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت	مستوى الدلالة
ضعف العلاقات الاجتماعية في الواقع	ذكر	٢٣٤	٢,٢٨	٧٦.	٢٠.-	١٣.
	انثى	٣٤٤	٢,٢٩	٧٢.		
حرية التعبير	ذكر	٢٣٤	٢,٤٤	٦٨.	٤٩.	٩٦.
	انثى	٣٤٤	٢,٤١	٦٨.		
كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين	ذكر	٢٣٤	٢,٢٩	٧٦.	٤٩.	٥٣.
	انثى	٣٤٤	٢,٢٦	٧٥.		
لتمضية الوقت	ذكر	٢٣٤	٢,٦٣	٦٠.	١,٠٩	٠٨.
	انثى	٣٤٤	٢,٥٧	٦٤.		
فهم الواقع السياسي	ذكر	٢٣٤	٢,٣٣	٧٥.	١,٥٧	١٢.
	انثى	٣٤٤	٢,٢٣	٧٣.		
اكتساب صداقات جديدة	ذكر	٢٣٤	٢,٤٨	٧٠.	١,٧٦	*٠٤.
	انثى	٣٤٤	٢,٣٧	٧٥.		
الحصول على قبول الاخرين	ذكر	٢٣٤	٢,٣٤	٧٠.	٢,٣٠	٤٦.
	انثى	٣٤٤	٢,٢٠	٧١.		

يبين اختبار قيمة (ت) في الجدول (١٢) الفرق بين متوسطات دوافع استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي بين الذكور والاناث، ويؤكد الاختبار الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور و الاناث فيما يتعلق بدافع «اكتساب الصداقات الجديدة»، اذ كانت قيمة (ت) ١.٧٦، ($p = 0,04$)، $t(578) = 1,76$) وهي قيمة دالة إحصائيا. اما فيما يتعلق ببقية الدوافع، فقد اشار اختبار قيمة (ت) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والاناث.

مناقشة النتائج والتوصيات:

أولاً: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

أشارت النتائج بان موقع انستقرام هو الأعلى استخداما بين جميع مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة بنسبة ٨٥٪. يليه موقع سناب شات ٧٧٪ و تويتر ٦٧٪. و تتفق هذه النتائج مع الدراسات الدولية^(٤٣) التي تؤكد ان كل من انستقرام و سناب شات و يوتيوب هي أكثر المواقع انتشارا بين فئة الشباب. كما تؤكد الدراسات ان انستقرام هو الأكثر انتشارا وارتفاعا في النمو عالميا بعدد مستخدمين يتراوح المليار مستخدم^(٣٥). و تشير الاحصائيات^(٦٣) ان هناك ١.٧ مليون مستخدم لموقع انستقرام في الكويت أي ما يتراوح ٤٠٪ من عدد السكان بينما بلغت نسبة الشباب الكويتيين بين ١٨ و ٣٤ عاما المستخدمين لموقع انستقرام حوالي ٧٠٪^(٣٧). اما فيما يتعلق بموقع سناب شات والذي اتى ثاني أكثر المواقع انتشارا بين الشباب بنسبة ٧٧٪ مما يتفق مع الاحصائيات التي تشير ان ٣٦.٥٪ من سكان دولة الكويت (وافدين و مواطنين) يستخدمون موقع سناب شات. اما فيما يتعلق بنسبة استخدام الكويتيين فقد بلغت النسبة ٧١٪^(٣٨) و امثر الفئات استخداما هي فئة الشباب.

و أكدت نتائج الدراسة قضاء ٤١.١٪ من افراد العينة ٦ ساعات و أكثر على مواقع التواصل الاجتماعي يوميا مما يتفق مع دراسة أمريكية تؤكد استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر^(٣٩).

اما عن مستوي الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي فقد تبين انه متوسط نسبيا الا ان النتائج اثبتت عدم وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين الذكور والاناث فيما يتعلق.

ثانياً: خصائص و دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

اما من حيث كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين افراد العينة جاء التسوق الالكتروني أكثر الخصائص انتشارا، يليه خاصية إعادة التغريد و النشر.

وتتفق هذه النتيجة مع تحليل (Greenfield)^(٤٠) الذي تحدث فيه عن ارتفاع الاقتصاد الالكتروني في الكويت من خلال التسوق الالكتروني و تغيير نمط التسوق حيث تحولت الحسابات الالكترونية الى متاجر رقمية وواجهات محلات افتراضية لعرض المنتجات والطلب المباشر من أصحاب تلك الحسابات كما ساهم موقع انستقرام بالتجارة المنزلية و دعم المبادرين الشباب وتمكينهم من العمل والتجارة مثل بيع المأكولات وعرض المنتجات دون الحاجة لتكبد خسائر التجارة التقليدية.

اما من حيث دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فقد تبين ان دافع تمضية الوقت في مقدمة الدوافع يليه حرية التعبير ومن ثم اكتساب صداقات جديدة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسات عديدة تناولت دوافع استخدام مواقع التواصل و منها دراسة خاصة بالشباب^(٤١) حيث وجدت أن أهم دافع هو تمضية الوقت ومتابعة الاخرين والراحة والبحث عن المعلومات، كما وجدت دراسة خاصة بشبكة (فيسبوك)^(٤٢) ان الدافع الرئيسي لاستخدامه هو تمضية الوقت ومشاركة المشاكل والهجوم والترفيه والبحث عن المعلومات الاجتماعية.

و من جانب اخر اكدت دراسة محلية^(٤٣) ان افراد الجمهور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع حاجاتهم من «خلال الدوافع الطقوسية مثل تمضية الوقت و الصداقة والالفة».

اما دافع حرية التعبير فقد اتى ثانيا وذلك يرجع لطبيعة مواقع التواصل الاجتماعي والتي تسمح بمساحة أكبر للتعبير عن الراي خصوصا في المجتمعات المتحفظه فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ملاذا للتعبير والتعليق والمشاركة السياسية.

ثالثا: الآثار الاجتماعية

اما فيما يتعلق بمستوى الرضا عن النفس فقد بلغ متوسط المؤشر ٣.٨٥ من ٥ درجات اما فيما يتعلق بمستوى الرضا عن الحياة فقد بلغ ٣.٤٧ من ٥ درجات. و استهدفت الدراسة اختبار أربعة فروض رئيسية ، أشارت النتائج الى قبول الفرض الاول القائل ان متغير (معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) يؤثر على مستوى الرضا العام عن الحياة حيث تبين وجود ارتباط عكسي فيما بينهما فكلما ارتفع معدل (ساعات) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انخفض مستوى الرضا عن الحياة. و تؤكد هذه النتيجة ما ذهب اليه دراسة (Moira Burke et al., 2010) والتي خلصت الى أن الآثار الجانبية لاستهلاك كميات كبيره من محتوى مواقع التواصل الاجتماعي تشمل تراجع ارتباط المستخدمين مع الاخرين و تردي العلاقات الاجتماعية و ارتفاع شعورهم بالوحدة و العزلة^(٤٤). كما تتفق النتيجة مع دراسة

دولية حديثة^(٤٥) اشارت نتائجها الى وجود علاقة سلبية بين ادمان مواقع التواصل الاجتماعي وبين الثقة بالنفس والرضا عن الحياة أي كلما ارتفع ادمان الشخص على مواقع التواصل الاجتماعي انحدر مستوى ثقته بنفسه والرضا العام عن الحياة. كما اشارت دراسة (القحص و الكندري، ٢٠١٥) الى ان ارتفاع معدل ساعات استخدام مواقع التواصل يؤدي الى زيادة انعزال الفرد وشعوره بالوحدة وابتعاده عن الحياة الاجتماعية. فمواقع التواصل تؤدي الى تعزيز الشعور بالمنافسة والمقارنة مع الاخرين والشعور بالنقص بسبب ما يعرض في تلك المواقع من رفاهية و سعادة وما ان يقارن الشخص حياته مع حياة الاخرين المعروضة في مواقع التواصل يصيبه نوع من الاحباط و الشعور بعدم الرضا الا ان رفاهية الحياة في مواقع التواصل الاجتماعي ما هي الا صورته استعراضية لا تعكس واقع الحياة الفعلية.

وأشارت نتائج اختبار الفرض الثاني الى قبول قوي للفرض القائل ان متغير (معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) يؤثر على متغير الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي، اذ أن العلاقة كانت قوية مما يؤكد أنه كلما ارتفع معدل استخدام الشخص لمواقع التواصل الاجتماعي ارتفع معدل الارتباط بها. و قد تكون النتيجة بديهية فكلما زادت ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اصبح الفرد اكثر ارتباطا و تعلقا بها وهنا تكمن خطورة الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي والذي قد يؤدي الى ارتفاع معدلات الارتباط بها مما يسبب الغضب والتوتر و الحزن في حال الابتعاد عن تلك المواقع.

و اختبرت الدراسة في الفرض الثالث العلاقة بين معدل الرضا عن الحياة و معدل الرضا عن النفس و أوضحت النتائج وجود ارتباط قوي بين المتغيرين فكلما ارتفع رضا الشخص عن نفسه ارتفعت نسبة رضاه الحياة و العكس كذلك. و تؤكد هذه النتيجة ما ذهبت اليه دراسة (Marissa Diener, 2009) من «وجود علاقة مترابطة بين الرضا عن النفس و الرضا عن الحياة»^(٤٦).

رابعا: المتغيرات الديموغرافية

كما اختبرت الدراسة في الفرض الرابع العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية ومتغيرات دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأوضحت النتائج ان متغير النوع لم يكن مؤثرا الا في حالة واحدة هي حالة «اكتساب صداقات جديدة» اما بقية الدوافع فلم تكن هناك فروق ذات دلالة بين الذكور و الاناث. وقد يرجع السبب الى ما ذكرته دراسة (خالد القحص و يعقوب الكندري، ٢٠١٥) في ان الذكور في الكويت يرتبطون بالمجتمع الافتراضي بشكل اكبر و بصوره اكثر فاعلية من الاناث.

ولا شك أيضا ان الدراسة كشفت عن عدم وجود علاقة بين متغير «جهة العمل» و دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، اذ كانت الفروق غير جوهريّة الا في دافعين هما «كسر القيود الاجتماعية» ودافع «الحصول على قبول الاخرين». اما متغير «العمر» فقد كان مؤثرا بشكل قوي في دافع «الحصول على قبول الاخرين» و مؤثر بشكل ضعيف في كل من دافع «كسر القيود الاجتماعية» و «ضعف العلاقات الاجتماعية في الواقع».

خاتمه:

أشارت الدراسة ان الغالبية العظمى من الشباب في الكويت يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ولقد حقق استخدام انستقرام اعلى نسبة انتشار بين الشباب مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى وكشفت النتائج قضاء الشباب أكثر من ستة ساعات يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي ولم يكن هناك فرقا بين افراد العينة من الذكور و الاناث و كشفت أيضا عن علاقة عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين الارتباط بها فكلما ارتفع معدل ساعات الاستخدام مواقع التواصل ارتفع معدل الارتباط بها وعدم المقدرة على الابتعاد عنها. كما كشفت الدراسة أنه مع ازدياد عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم ينخفض عند المستجيب الرضا العام عن الحياة بسبب عقدهم المقارنات مع الاخرين وشعورهم الدائم بان لا يمكنهم اللحاق بحياة الاخرين وانجازاتهم مما يسبب الاحباط والشعور بالتوتر.

كما أوضحت النتائج ان أكثر خصائص مواقع التواصل الاجتماعي استخداما بين المستجوبين هو التسوق الالكتروني وإعادة النشر و التغريد retweet وهذا يرجع لطبيعة الشباب الكويتي المبادر والذي مكنته مواقع التواصل الاجتماعي من التجارة المنزلية والاعمال الحرة و التسويق والبيع عبر مواقع التواصل الاجتماعي. اما اقل الخصائص استخداما هو التعليق على صور الاخرين بسبب الخوف من التقييم وعدم الحصول على قبول الاخرين.

كما أوضحت النتائج أن أكثر دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا بين أفراد العينة هي دافع «تمضية الوقت» و «حرية التعبير» و«اكتساب صداقات جديدة» وذلك يرجع لطبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المبنية على التسلية و امضاء الوقت و التعبير عن الراي بحرية.

التوصيات:

بناء على النتائج السابقة تقترح الباحثة ما يلي:

- اجراء مزيد من الدراسات التي تركز على اثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب.
- لا شك ان اقتصار هذه الدراسة على عينة محدده من فئات المجتمع وهي عينة الشباب يجعل هناك أهمية لإجراء المزيد من الدراسات على فئات مختلفة و التأثيرات السلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- اجراء المزيد من الدراسات التي تتناول متغيرات معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و ربط ذلك بتأثيرها على اختلاف مناحي الحياة مثل التحصيل العلمي والعلاقات الاجتماعية.
- اجراء دراسات إضافية تهدف لتفسير الاختلافات في أوجه الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي لدى فئة الشباب و الفئات الأخرى.
- البحث في السبل المناسبة لتوعية الشباب من مخاطر الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال التربية الإعلامية والحملات التوعوية.

الهوامش والمراجع:

١- منصور، حسن محمد: «شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر تعليمي واخباري لدى طلبة الجامعة: دراسة مقارنة في اطار نموذج الاستخدامات والاعتمادية»، المجلة العربية للعلوم الانساني: العدد ١٣٩ (٣٥)، ٢٠١٧، ص١٢.

٢- فارس، كاتب و دنيا، عقون: «اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب ام البواقي»، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال، ٢٠١٥، ص ٢٢.

3 - Lup, K., Trub, L. & Rosenthal, L.: "Instagram# Instead? Exploring associations among Instagram use, depressive symptoms negative social comparison and strangers followed", Cyberpsychology, behavior, and social networking: 18(5), 2016, p 249.

٤- الحلو، كلير، و جريج، طوني، و قرقماز، جورج، و يوسف، إيلان: «مواقع التواصل الاجتماعي و اثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي دراسة مقارنة متعددة الدول»، المجلة الدولية للدراسات التربوية و النفسية: العدد ٣، ٢٠١٨، ص ٢٦٠.

5 - Zephoria, (2018): "The Top 10 Valuable Snapchat Statistics", Zephoria: 2018.

6 - Plecher, H.: "Kuwait - Statistics & Facts", Statistica: 2019.

7- Alhabash, S. & Ma, M.: "A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students?" Social media+society: 2017, p 3.

8- Alajmi, M. A., Alharbi, A. H., & Ghuloum, H. F.: "Predicting the use of Twitter in developing countries: Integrating innovation attributes, uses and gratifications, and trust approaches", Informing Science: The International

Journal of an Emerging Transdiscipline: 19, 2016, p 220.

9 - Al-Menayes, J.: “Motivations for Using Social Media: An Exploratory Factor Analysis”, International Journal of Psychological Studies: 7 (1), 2015, p 48.

10 - AlKandari, A., Abdelaziz, A. : “Selfie-taking motives and social psychological dispositions as predictors of selfie-related activities among university students in Kuwait” , Mobile Media & Communication: 6(3), 2018, p 293.

11- Wallace, K. : “Teens spend a ‘mind-boggling’ 9 hours a day using media, report says”, CNN international edition: 2015.

12 - Kamal, S.: “Social media usage in Kuwait. A double-edged sword”, Kuwait News Agency, 2016.

١٣ - «مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي دراسة مقارنة متعددة الدول»، ص ٢٤٠ .

١٤ - «مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي دراسة مقارنة متعددة الدول»، ص ٢٦٠ .

15- Ghareeb, E.:“New Media and the information revolution in the Arab World: An Assessment”, The Middle East Journal, 54(3), 2000, p396.

16 Boyd, D. & Ellison, N.: “ Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, Journal of Computer-Mediated Communication: 13(1), 2017, p 211.

17- Valenzuela,S., Park,N. & Kee,K.: “Is there social capital

in social networking site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust and participation”, Journal of computer-mediated communication:14,2009,p876.

18- Oh, H., Ozkaya, E.& LaRose, R.: “How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction”, Computer in human behavior: 30, 2014, p 70.

19 - Almenayes, J.: “Dimensions of social media addiction among university students in Kuwait”, Psychology and Behavioral Sciences1)4:), 2015, p 23.

20 - Alrajehi, M. :“Twitter uses and gratifications of high school students”, Global Media Journal:14 (27), 2016.

٢١- «شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر تعليمي و اخباري لدى طلبة الجامعة: دراسة مقارنة في اطار نموذج الاستخدامات و الاعتمادي»، ص ١٣.

22- AlKandari, A., AlSumait, F & AlHunaiyyan, A.: “Looking perfect: Instagram use in a Kuwaiti cultural context”, Journal of International and Intercultural Communication: 10(4), 2017, p 273.

٢٣-«مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي دراسة مقارنة متعددة الدول»، ص ٢٣٥ .

٢٤ - إبراهيم، أبو الفتوح: «اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية على الإنجاز الاكاديمي و الثقاف والاتجاه نحو الأجانب لدى طلاب كلية التربية بجامعة حائل»، دراسات في التربية و علم النفس: العدد ٨٠ ، ص ٧٩-١٢٨.

25 - Strate, L.: “Studying Media AS Media: McLuhan and the

Media Ecology Approach, Media Tropes eJournal: I, 2008, p 127-142

26 - Ellison,N, Steinfield,C. & Lampe, C.: “The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites”, Journal of computer mediated communication: 12(4), 2007, p 1150.

27 - Rosenberg, M: Society and the adolescent self-image, Princeton, NJ: Princeton University Press, 1965, p18.

28 - Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D: “Does High Self-Esteem Cause Better Performance, Interpersonal Success, Happiness, or Healthier Lifestyles?”, Psychol Sci public interest: 4(1), 2003, p 5.

29 - “Is there social capital in social networking site?: Facebook use and college students’ life satisfaction, trust and participation”, p 884.

30 - “The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites”, p 1150.

31- “Society and the adolescent self-image”, p 18.

32 - “Does High Self-Esteem Cause Better Performance, Interpersonal Success, Happiness, or Healthier Lifestyles?”, p 5.

33 - “ Is there social capital in social networking site?: Facebook use and college students’ life satisfaction, trust and participation”, p 884.

34 – Anderson, M. & Jiang, J.: “Teens’ Social Media Habits and Experiences”, Pew research center: 2018.

35 –Sheldon, P., & Bryant, K.: “Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age”, Computer in human behavior: 58,2016, p 89.

36- “ Kuwait – Statistics & Facts”, p

37- Kowalczyk, K.: “Instagram user demographics in Kuwait-May 2017”, Napoleon Cat: 2017.

38- Doyle, B., “Snapchat users and advertising stats for the Middle East”, Wallaroo Media: 2017,

39- “Teens’ Social Media Habits and Experiences”.

40 – Greenfield, R: “In Kuwait, Instagram Accounts Are Big Business”, The Atlantic Wire:, 2013.

41 – Whiting, A. &Williams, D.: “Why people use social media: a uses and gratifications approach”, Qualitative Market Research:16 (4), 2013, p 364.

42- Quan-Hase, A. & and Alyson, Y.: “Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging”, Bulletin of Science Technology & Society: 30 (5), 2010, p 352.

٤٣- القحص، خالد و الكندري، يعقوب: «الأهمية المعلوماتية لتويتر و دوره في الحياة الاجتماعية: دراسة على عينة من الهيئة التدريسية في الكويت»، مجلة العربية للعلوم الانسانية، جامعة الكويت: العدد ١٣٢، ص١٦٩ .

44 - Burke,M, Marlow, C. & Thomas, L.: “social networking activity and social wellbeing”, Proceeding of the SIGCHI conference on human factors in computing systems: 2010, p 1909.

45- Hawi, N. & Samaha, M.: “The relationship among social media addiction, self-esteem and life satisfaction in University students”, Social science computer review: 35 (5),2017 , p 577.

46 - Diener, M.: “Cross-cultural correlates of life satisfaction and self-esteem”, Journal of personality and social psychology: 68(4), 1995, p 654.



جامعة الأهرام الكندية
AHRAM CANADIAN UNIVERSITY