

تاريخ الإرسال (2021-12-18)، تاريخ قبول النشر (2022-2-27)

*1. د. شريف عبدالرحمن السعودي اسم الباحث الأول:

2. د. خالد محمود النعيمات اسم الباحث الثاني (إن وجد):

3. د. أمجد عزات جمعة اسم الباحث الثالث (إن وجد):

1 اسم الجامعة والبلد (للأول) قسم علم النفس - جامعة الشرقية -

2 اسم الجامعة والبلد (للتاني) وزارة التربية والتعليم - الأردن

3 اسم الجامعة والبلد (للتالث) قسم علم النفس - جامعة الشرقية -

* البريد الإلكتروني للباحث المرسل:

E-mail address:

Sharif.alsoudi@yahoo.com

الخصائص السيكومترية لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات العمانية

<https://doi.org/10.33976/IUGJEPS.30.4/2022/10>

الملخص

هدفت الدراسة الحالية إلى تفصي الخصائص السيكومترية لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات العمانية، على عينة مكونة من (1083) طالباً وطالبةً من مختلف الجامعات العمانية، باستخدام المنهج الوصفي السيكومتري، أشارت نتائج الدراسة إلى تمتع المقياس بخصائص سيكومترية جيدة، إذ كان لفقرات المقياس قدرة تمييزية مرتفعة تراوحت بين (0.44-0.71)، ومعاملات ثبات اتساق داخلي جيدة لأبعاده تراوحت بين (0.79-0.88)، وخلصت نتائج التحليل العاملي الاستكشافي، لوجود ثلاث عوامل تفسر الأداء على المقياس، هي: الدوافع الأكاديمية، الدوافع النفسية الاجتماعية، الدوافع الاقتصادية، إذ فسرت هذه العوامل ما يقارب (51%) من الأداء على المقياس، وأكدت نتائج التحليل العاملي التوكيدي على استقرار البنية العملية للمقياس، وكذلك تراوحت دلالات الثبات المركب لأبعاد المقياس بين (0.78-0.89)، وكانت دلالات الصدق التقاربي، والصدق التباعدي مقبولة لأبعاد المقياس داخل البناء العاملي له، وأظهرت النتائج أن أكثر الدوافع شيوعاً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات العمانية هي الدوافع الأكاديمية، تليها الدوافع النفسية الاجتماعية، ثم الدوافع الاقتصادية، وأوصت الدراسة باستخدام المقياس من قبل الباحثين والمهتمين لما يتمتع به من خصائص سيكومترية جيدة.

كلمات مفتاحية: الخصائص السيكومترية؛ دوافع مواقع التواصل الاجتماعي؛ البنية العملية؛ الصدق؛ الثبات.

Psychometric characteristics of the scale of motivations for using social media sites among Omani university students

Abstract:

The study aims to verify the psychometric characteristics of the scale of motivation for using social media sites among Omani university students. The descriptive research methodology was used. The study sample consisted of (1083) students from various Omani universities. The internal consistency of the items was also validated through statistically significant correlation coefficients between item score and total score ranging between (0.44-0.71), and good internal consistency coefficients for its dimensions ranged between (0.79-0.88), and the results of the exploratory factor analysis concluded three factors that explain performance on the scale: academic motives, psychological-social motives, and economic motives. The factors are approximately (51%) of the performance on the scale. The results of the confirmatory factor analysis confirmed the stability of the underlying structure of the scale. The Composite Reliability of the dimensions of the scale ranged between (0.78-0.89), and the indications of convergent and Discriminant validity were acceptable for the dimensions. The results showed that the most common motives for using social media sites among Omani university students are academic motives, followed by psychosocial motives, then economic motives. The study recommended the use of the scale by researchers and those interested because of its good psychometric properties.

Keywords: psychometric properties; social media motives; Factorial Structure; Validity; Reliability.

المقدمة:

يعد التواصل ظاهرة اجتماعية تقوم على علاقة متبادلة بين طرفين أو أكثر بأساليب وأدوات مختلفة، سواءً كانت إلكترونية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، أو عن طريق الاتصال المباشر بين الأفراد، وأتاحت مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت عَصراً جديداً من الاتصال الفعّال بين أفراد المجتمع، إذ جذبت هذه المواقع الملايين من المستخدمين، وأصبحت جزءاً من الممارسات اليومية للأفراد والمجتمعات لا سيما طلاب الجامعات نظراً لإقبالهم المتزايد على استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة، ورغبتهم المتواصلة في تكوين شبكة من العلاقات مع أفراد من مجتمعاتٍ مختلفة. (السعودي وآخرون، 2021).

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، وبالرغم من أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فقد امتد استخدامها ليشمل النشاط الأكاديمي والرياضي والاقتصادي وغير ذلك من الأنشطة (عوض، 2011). كما عملت هذه الشبكات على تناول التطورات والأحداث المحلية والعالمية بسرعة فائقة أكثر من أي وسائل إعلامية أخرى لنقل الحدث سواءً أكان حدثاً إخبارياً سياسياً، أو تعليمياً، أو ترفيهياً، أو ترفيهياً (عابد، 2012). وتعتبر فئة الشباب الأكثر مواكبة للتطورات التقنية في مجتمعاتهم، كون معظمهم جزءاً من العملية التعليمية، إضافة لمتطلبات سوق العمل المتزايدة والمرتبطة أساساً بالقدرة على استيعاب واستخدام ومتابعة التقدم التكنولوجي. فضلاً عن عوامل أخرى تشكّل فيها المعلوماتية مرتكزاً هاماً في حياة الشباب، كالتواصل، وقضاء وقت الفراغ (أبو فاشلة، 2011).

يرى جمعة (2020) أن العام الافتراضي الذي يعيشه شباب اليوم، استحوذ على اهتماماتهم وأخذ الكثير من تفكيرهم، حيث يقضون أوقاتاً طويلةً على شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر ويوتيوب وغيرها من الشبكات الاجتماعية بدوافع نفسية واجتماعية، وأكاديمية، واقتصادية. تشير الإحصاءات إلى أن واحداً من بين شخصين من سكان العالم يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يبلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي 3.8 مليار مستخدم في العالم، بما يمثل نحو 50% من سكان العالم (Routley, 2018). وفي سلطنة عُمان أظهرت نتائج استطلاع حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الذي أجراه المركز الوطني للإحصاء والمعلومات في شهر مارس 2019 أن نسبة (94%) من العُمانيين ممن يبلغون 18 سنة وأكثر يمتلكون أو يستخدمون حسابات على مواقع وسائل التواصل الاجتماعي (المركز الوطني للإحصاء والمعلومات، 2019).

يشير الحمداني (2012) إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت يشبع لدى الأفراد مجموعة من الحاجات هي: الحاجات المعرفية المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم البيئة، وهي الحاجات التي تشبع حب الاستطلاع والاكتشاف لدى الإنسان. وكذلك الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والعاطفية والترفيهية والتعبير عن المشاعر، ويعتبر السعي للحصول على المرح والترفيه من الدوافع العامة التي يتم إشباعها عن طريق الانترنت بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص. بالإضافة إلى الحاجات المرتبطة بتقوية شخصيتهم من حيث المصداقية والثقة، الاستقرار، ومركز الفرد الاجتماعي، وتتبع هذه الحاجات من رغبة الفرد في تحقيق الذات. وأخيراً الحاجات الاندماجية المرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء والعالم ليكون الشاب جزءاً متفاعلاً مع بيئته الاجتماعية، وهي حاجات تتبع من رغبة الفرد للانتماء إلى الجماعة. وإن الكشف عن هذه الدوافع يتطلب أدوات لجمع البيانات تتمتع بخصائص صدق وثبات جيدة، تمكننا من الاعتماد على نتائجها، وتزيد من دقة التفسيرات المنبثقة منها.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

تعتمد نتائج الدراسات والأبحاث على البيانات والمعلومات التي يتم الحصول عليها من الأدوات المختلفة لجمع البيانات، من خلال تطبيقها على أفراد تلك الدراسات، وعليه فإن دقة النتائج والتفسيرات المرتبطة بها تكون مرهونة بمدى صدق وثبات هذه الأدوات، لذا فإن انخفاض دقة النتائج قد لا يكون بسبب عدم تحقق الظاهرة موضع الدراسة، وإنما قد تكون أداة جمع البيانات لا تتمتع بقدر كافٍ من الصدق والثبات، إذ تؤكد (DeVellis 2017) بأن مجموعة من الفقرات لا تشكل بالضرورة مقياساً ما لم يتم التحقق من مصداقية هذا المقياس، وصلاحيته للتطبيق، وأنه يقيس فعلاً ما أعد لقياسه.

إن درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة في تزايد مستمر لدى فئة الشباب، وتتنوع معها الدوافع وراء استخدام هذه المواقع، وإن دراسة طبيعة هذه الدوافع يعد عاملاً أساسياً في دراسة التأثيرات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي، ويتطلب ذلك تطبيق مقاييس بحثية تتمتع بخصائص سيكومترية جيدة، للحصول على نتائج صادقة وثابتة، وعليه جاءت هذه الدراسة للكشف عن الخصائص السيكومترية لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء التعليم عن بُعد، وتسعى الدراسة للإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما البنية العاملية لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما دلالات صدق وثبات العوامل الكامنة لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعات العُمانية؟

أهمية الدراسة

الأهمية النظرية: تكمن أهمية هذه الدراسة النظرية في كونها تدرس ظاهرة مهمة تتمثل في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كإحدى وسائل الانترنت الحديثة، حيث تزايدت أعداد مستخدميها في الآونة الأخيرة بشكل لافت للنظر، واتسع نطاق تأثيراته المباشرة في بناء شخصية الأفراد وتفكيرهم واتجاهاتهم وسلوكهم، كما أنها تستهدف فئة عمرية تعدّ طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والتعرف على حاجاتها والتواصل معها، وتأمين مستقبلها ومستقبل المجتمع. كما ستستخدم الدراسة العديد من المؤشرات للتحقق من خصائص مقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مما يسهم في رصد هذه الظاهرة بدقة عالية.

الأهمية العملية (التطبيقية): ستسهم نتائج الدراسة في إيجاد مقياس للكشف عن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يتمتع بخصائص سيكومترية جيدة، إذ يمكن استخدامه من قبل الباحثين والمهتمين في هذا المجال لدراسة التأثيرات النفسية والتربوية المختلفة لدرجة ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. كما ستكشف نتائج الدراسة عن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات العُمانية، مما يتيح استخدامها في عمليات التوجيه والارشاد. كما ستفتح الدراسة الأفق أمام باحثين آخرين باتباع المنهجية المستخدمة في التحقق من الخصائص السيكومترية لمقاييس نفسية أخرى، وعلى مجتمعات أخرى.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى:

1. التحقق من البنية العاملية لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
2. التحقق من صدق وثبات البناء العاملي لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
3. التعرف على دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات العمانية.

حدود الدراسة

تقتصر الدراسة على الحدود الآتية:

- الحدود المكانية: الجامعات الحكومية والخاصة في سلطنة عُمان.
- الحدود الزمانية: العام الدراسي 2021/2020م.
- الحدود البشرية: طلبة الجامعات العُمانية.
- الحدود الموضوعية: الخصائص السيكومترية لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

مصطلحات الدراسة

الخصائص السيكومترية: مؤشرات إحصائية للدلالة على جودة أدوات القياس وقراتها (Cohen & Swerdlik, 2010). وتعرّف إجرائياً بأنها دلالات الصدق والثبات والبنية العاملية لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الدوافع: يعرّف الدافع على أنه حالة من التوتر أو عدم التوازن تحدث عند الإنسان بفعل عوامل داخلية أو خارجية، تثير لديه سلوكاً معيناً، وتوجهه نحو تحقيق هدف معين (Biddle, 1997). وتعرّف إجرائياً بأنها الأسباب الأكاديمية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية وراء استخدام طلبة الجامعات العُمانية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

مواقع التواصل الاجتماعي: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات (راضي، 2003، ص 23). وتعرّف إجرائياً بأنها تطبيقات أو مواقع إلكترونية يستخدمها الطالب للتفاعل مع الآخرين مثل: تويتر، واتساب، فيسبوك، انستجرام، وغيرها من المواقع.

الدراسات السابقة

تنوعت الدراسات التي استهدفت البحث عن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيراتها النفسية على الأفراد، ولعل أحدث هذه الدراسات هي دراسة (Alsoudi et al. (2021) والتي هدفت إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والصحة النفسية لدى طلاب جامعة الشرقية في سلطنة عُمان، من خلال المنهج الوصفي الارتباطي، على عينة مكونة من (528) طالباً وطالبة، إذ أشارت النتائج إلى أن وأن أكثر أعراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً هي الاجتماعية بنسبة (80%)، يليها الترفيهية بنسبة (71%)، ثم الثقافية والعلمية (62%). كما وأشارت النتائج لوجود فروق دالة إحصائية في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الصحة النفسية وفقاً للنوع الاجتماعي، ولصالح الذكور، وأن درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يرتبط بشكل سلبي ودال إحصائياً مع مستوى الصحة النفسية بمعاملات ارتباط بلغ (-0.57).

وقام السعودي وآخرون (2021) بدراسة هدفت إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين العوامل الخمس الكبرى للشخصية، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، على عينة مكونة من (528) طالباً وطالبة من جامعة الشرقية في سلطنة عُمان، باستخدام مقياسين هما: مقياس درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وقائمة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية (BFI-10)، إذ أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية سلبية بين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسمات الشخصية: المقبولية، يقظة الضمير،

الانبساطية، وعلاقة ارتباطية موجبة مع السمات: الانفتاحية، والعصابية، وأشارت نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد المعياري إلى أن السمات الشخصية فسرت ما يقارب (27%) من التباين في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. أجرى Kircaburun et al. (2020) دراسة هدفت إلى التحقق من مدى تأثير السمات الشخصية على دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأنواع هذه المواقع لدى الطلاب الجامعيين، على عينة مكونة من (1008) طالباً جامعياً، تتراوح أعمارهم بين (17-32) سنة بمتوسط (20) سنة، وأشارت النتائج إلى أن هناك مجموعة من الدوافع المختلفة وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أهمها الاجتماعية والنفسية والمعرفية، وأن الطلاب يختلفون في دوافعهم نتيجة تباينهم في سماتهم الشخصية، وأن هناك ارتباطاً إيجابياً بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسمات الشخصية: الانبساطية والمقبولية، وارتباطاً سالباً بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسمات الشخصية: الانبساطية، ويقظة الضمير، والانفتاحية.

قام جمعة (2020) بإجراء دراسة هدفت للتعرف إلى الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي. وتكونت عينة الدراسة من طلبة الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة بلغ تعدادها (311) طالبة وطالبة. ولتحقيق أغراض الدراسة استخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسية حيث اشتملت على المجالات التالية: (الدوافع النفسية الاجتماعية، الدوافع الأكاديمية). وتوصلت النتائج أن الدوافع الأكاديمية كانت السبب الرئيس وراء استخدام طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي حيث حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (73.8%)، يليها الدوافع النفسية الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة (70.2%). وأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية (النفسية الاجتماعية، الأكاديمية) لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس، نوع الكلية، والمستوى الأكاديمي، والمعدل التراكمي، ومكان السكن.

وهدفت دراسة الحلو وآخرون (2020) إلى البحث في أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الحالة النفسية للطلاب الجامعي العربي. وتكونت عينة الدراسة من الشباب الجامعي في لبنان، والسعودية، والأردن، وفلسطين، تتراوح أعمارهم بين (18-24) سنة. وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص البيئية للشباب الجامعي العربي وفق البلد بالنسبة للإشباع المحقق عبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. كذلك، تبين أن استخدام هذه المواقع يعزز الإحساس بالحضور الاجتماعي. كما ظهر وجود علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين المعدل اليومي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإدمان السيبراني، والغيرة والإحباط. أما بعض ممارسات الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي كالحجب، والخداع، والكذب، والشتم والتشهير فتدفع إلى شعور الشباب الجامعي العربي بالإحباط.

أما دراسة حمدي (2018) هدفت لمعرفة درجة اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات والأخبار ومعرفة طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الشباب السعودي، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأداة الاستبانة، وقد طبقت على عينة من (401) طالب من طلبة جامعة تبوك في المملكة العربية السعودية. وخلصت نتائج الدراسة إلى إن أهم دوافع استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ، ثم للحصول على الأخبار والمعلومات، ثم للعلاقات الاجتماعية مع أصدقاء والأقارب. وإن طبيعة المعلومات والأخبار التي يبحث عنها الشباب السعودي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي تتمحور حول شؤون المجتمع السعودي، وحول الأخبار الترفيهية، وموضوعات فنون ونكت وتسلية، بينما جاء الاهتمام منخفضاً جداً في موضوعات السياسة الدولية والسياسة الإقليمية.

وفي دراسة قامت بها خليوي (2017) حيث هدفت إلى رصد العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وبعض الاضطرابات النفسية (الاكتئاب-القلق-الانطواء) لدى طلبة الجامعة والتعرف على الأثر الناتج من سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، تم تطبيقها على عينة عشوائية من طلبة جامعة شقراء بلغ عددهم (210) طالب وطالبة تراوحت أعمارهم من (20-22) سنة، حيث استخدمت الدراسة المنهج الارتباطي التحليلي وايضا استخدمت عدد من المقاييس منها مقياس التواصل الاجتماعي من اعداد الباحثة، حيث اظهرت النتائج أنه يوجد سوء استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي وان هناك علاقة ارتباطية طردية بين مواقع التواصل الاجتماعي والاكتئاب والقلق والانطواء لدى طلبة الجامعة.

وقام عزب وآخرون (2016) بإجراء دراسة هدفت إلى التعرف على الخصائص السيكومترية لمقياس دوافع تعامل الشباب مع شبكات التواصل الاجتماعي، وتكونت عينة الدراسة من (136) طالباً من جامعة القاهرة والجامعة البريطانية في مصر، واستخدمت الدراسة مجموعة من المؤشرات للدلالة على الخصائص السيكومترية هي: الصدق الظاهري، الصدق التمييزي، الصدق الداخلي، ثبات الاتساق الداخلي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المقياس يتمتع بخصائص سيكومترية جيدة، وأن أكثر أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً بين عينة الدراسة هو الحفاظ على العلاقات القائمة، وتكوين علاقات جديدة، وقضاء وقت الفراغ.

أجرى الصوافي (2015) دراسة هدفت إلى معرفة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومجموعة من المتغيرات (الصف الدراسي، الجنس، التحصيل، عدد ساعات الاستخدام، الغرض من الاستخدام) لدى طلبة الحلقة الثانية في مدارس محافظة شمال الشرقية بسلطنة عُمان، وتكونت عينة الدراسة من (300) طالب وطالبة، وأشارت نتائج الدراسة لوجود فروق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث، ومتغير التحصيل لصالح التحصيل الأعلى، وأن أهم أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة كانت لأغراض تعليمية.

بينما هدفت دراسة الدليمي (2014) إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها المتحققة لديهم، باستخدام المنهج الوصفي، من خلال تصميم استبانة لقياس دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: كان دافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل وأن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباع اجتماعي من خلال خلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء، إضافة الى تحقق إشباع معرفي من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة، وتزودهم بمعلومات عن العالم، إضافة الى أنها تشبع حاجتهم المعرفية في المواضيع من خارج تخصصهم. كما إن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً نفسياً وذلك من خلال تجاوز الخجل لدى المنطوين نفسياً من الطلبة.

أما دراسة الشهري (2012) هدفت إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من (150) طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، وأشارت النتائج كذلك أن الطالبات استغدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة.

والتواصل مع الأقارب البعيدين مكانياً. وكشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

أما دراسة Vincent (2010) هدفت إلى التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها (1600) شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، وقد أظهرت النتائج أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفايس بوك ويوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم. وأظهرت الدراسة أيضاً أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، ويلعبون عدداً أقل من ألعاب الحاسوب، وبينت الدراسة أنه نحو (53%) من الذين شاركوا في الدراسة المسحية، بأن شبكات التواصل الاجتماعي تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم.

يلاحظ من استعراض الدراسات السابقة أن درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كانت مرتفعة في معظم الدراسات، فيما أشارت دراسات (Alsoudi et al., 2021؛ جمعة، 2020؛ الحلو، 2020؛ حمدي، 2018؛ عزب وآخرون، 2016؛ الصوافي، 2015؛ الدليمي، 2014؛ الشهري، 2012؛ Vansoon, 2010) إلى اختلاف الدوافع والأسباب وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكان من أهمها الدوافع: الاجتماعية، النفسية، المعرفية، الأكاديمية، التعبير عن الأفكار، ومتابعة الأخبار الدولية والمحلية. كما أشارت دراسات (Alsoudi et al., 2021؛ السعودي وآخرون، 2021؛ الحلو، 2020؛ خليوي، 2017) إلى أهم التأثيرات النفسية للإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والمتمثلة في تأثيرها السلبي على الصحة النفسية، وأنها قد تؤدي أحياناً إلى الإحباط، والادمان السيبراني، والاكئاب، والانطواء، والعزلة، كما وأشارت إلى أن الاستخدام المعتدل لهذه المواقع له آثاره الإيجابية مثل: تحقيق التوافق النفسي والاجتماعي، وتنمية المسؤولية الاجتماعية، وتعزيز الحضور الاجتماعي.

أما بخصوص الخصائص السيكومترية لمقاييس أو استبانات دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فكانت نادرة، حيث تم الاطلاع فقط على دراسة واحدة فقط هي دراسة (عزب وآخرون، 2016)، بالرغم من أن هذه الدراسة لم تكشف عن البنية العالمية للمقياس؛ كما لاحظ الباحثون أن الدراسات السابقة لم تضمن الدوافع الاقتصادية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بالرغم من شيوع هذا الدافع أثناء الظروف المصاحبة لفيروس كورونا، لذلك جاءت هذه الدراسة استجابة لسد هذا النقص من خلال فحص الخصائص السيكومترية لمقياس دوافع استخدام طلبة الجامعات العُمانية مواقع التواصل الاجتماعي، مضمنةً الدوافع الاقتصادية ضمن هذه الدوافع.

الطريقة والأدوات

منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي؛ وذلك لملاءمته لطبيعة وأهداف الدراسة، ويقوم المنهج الوصفي على وصف الظاهرة وصفاً دقيقاً كما هي في الواقع وتفسيرها، إذ تعد الدراسة الحالية من الدراسات السيكومترية التي تهدف لفحص دلالات الصدق والثبات لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات العُمانية أثناء التعليم عن بُعد.

مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات العُمانية المسجلين خلال العام الدراسي 2020-2021 والبالغ عددهم (119720) طالباً وطالبة وفقاً لإحصائية وزارة التعليم العالي.

عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (1083) طالباً وطالبة، تم اختيارهم بأسلوب العينة المتاحة، ولأغراض الدراسة تم تقسيمهم عشوائياً إلى نصفين بنسبة (50%) تقريباً، استخدمت احدهما للتحليل العاملي الاستكشافي (ن = 542)، والأخرى للتحليل العاملي التوكيدي (ن = 541). ويوضح الجدول (1) توزيع أفراد الدراسة حسب النوع الاجتماعي والجامعة.

جدول (1): توزيع أفراد عيني الدراسة وفقاً للنوع الاجتماعي والجامعة

المتغير	الفئات	العينة الأولى		العينة الثانية	
		العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	128	%23.6	127	%23.5
	أنثى	414	%76.4	414	%76.5
	الكلي	542	%100	541	%100
الجامعة	جامعة السلطان قابوس	130	24.0%	130	24.0%
	جامعة الشرقية	118	21.8%	118	21.8%
	جامعة نزوى	77	14.2%	76	14.0%
	جامعة ظفار	65	12.0%	66	12.2%
	جامعة صحار	61	11.3%	60	11.1%
	جامعة التقنية والعلوم التطبيقية	91	16.8%	91	16.8%
	الكلي	542	%100	541	%100

أداة الدراسة

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، مثل دراسة (عابد، 2012؛ وعوض، 2011؛ وشاهين، 2010؛ وجمعة، 2020) تم تطوير مقياس لدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، يتكون 21 فقرة خماسية التدرج وفقاً لطريقة ليكرت (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)، وتوزعت الفقرات على ثلاث أبعاد هي: الدوافع الأكاديمية 9 فقرات تم ترميزها (A1-A9)، الدوافع النفسية 7 فقرات تم ترميزها (P1-P7)، الدوافع الاقتصادية 5 فقرات تم ترميزها (EC1-EC5)، وتم تصحيح أداة الدراسة من خلال إعطاء بدائل الإجابة القيم (5 = موافق بشدة، 4 = موافق، 3 = محايد، 2 = غير موافق، 1 = غير موافق بشدة)، وتشير الدرجة المرتفعة إلى زيادة درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لكل بُعد، علماً بأن جميع الفقرات صيغت بطريقة إيجابية، ولا يوجد فقرات عكسية في المقياس.

الصدق الظاهري

تم التحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة من خلال عرضها على 8 محكمين متخصصين في القياس والتقييم، علم النفس الإرشادي، وعلم النفس التربوي ممن لديهم خبرة في بناء المقاييس وتحكيمها، وذلك لإعطاء ملاحظاتهم حول وضوح الفقرات، وانتمائها للأبعاد التي تنطوي تحتها، وملاءمتها لمجتمع الدراسة، وأي ملاحظات أخرى يرونها مناسبة، وقد أجمع المحكمون على وضوح صياغة الفقرات، وارتباطها بالأبعاد الخاصة بها.

إجراءات تطبيق أداة الدراسة

تم تحويل أداة الدراسة إلى صيغة الكترونية باستخدام تطبيق Forms Google لتطبيقها بصيغة الكترونية نظراً لظروف التعليم عن بُعد، والتباعد الجغرافي بين الجامعات المستهدفة، حيث تم إرسال رابط الاستبانة من خلال البريد الإلكتروني لطلاب جامعة الشرقية، وباستخدام تطبيق واتساب لطلاب باقي الجامعات، من خلال التعاون مع عمداء الكليات، ورؤساء الأقسام، والأكاديميين في الجامعات الأخرى، وقد استمرت مدة جمع البيانات إلكترونياً لمدة أربعة أسابيع.

المعالجات الإحصائية

بعد الانتهاء من عملية التطبيق تم تحويل البيانات في ملف اكسل Excel ثم تحويلها إلى برنامجي SPSS، Amos ليصار إلى تحليل البيانات، والإجابة عن أسئلة الدراسة، وقد تم استخدام المعالجات الإحصائية الآتية:

1. معامل ارتباط بيرسون للكشف عن العلاقة بين أبعاد المقياس الثلاث، وارتباطها بالدرجة الكلية.
2. معامل ارتباط بيرسون المصحح للكشف عن تمييز الفقرات من خلال ارتباطها بالبعد الذي تنتمي إليه.
3. معامل ثبات الاتساق الداخلي للأبعاد والدرجة الكلية باستخدام معادلة كرونباخ الفا.
4. التحليل العاملي الاستكشافي Exploratory Factor Analysis, EFA للكشف عن العوامل الكامنة لدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
5. التحليل العاملي التوكيدي Confirmatory Factor Analysis, CFA للتحقق من استقرار البنية العاملية الناتجة من التحليل العاملي الاستكشافي، وقياس جودة مطابقة Goodness of Fit البناء العاملي للبيانات.
6. معامل الثبات المركب للكشف عن ثبات أبعاد المقياس داخل البناء العاملي.
7. معاملي الصدق التقاربي والتباعدي (التمييزي) للكشف عن صدق الأبعاد داخل البناء العاملي.

نتائج الدراسة ومناقشتها

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول ومناقشتها

للإجابة عن السؤال الأول والذي نصه "ما البنية العاملية لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟" تم بداية كتحليل أولي حساب تمييز الفقرات من خلال ارتباطها مع الأبعاد المنتمية لها باستخدام معامل ارتباط بيرسون المصحح -Corrected item- total correlations (الارتباط بين الفقرة والبعد بعد استثناء درجة الفقرة من مجموع البعد)، كما تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين الأبعاد، وبين كل بُعد والدرجة الكلية على المقياس، بالإضافة لمعاملات ثبات الاتساق الداخلي باستخدام معادلة كرونباخ الفا، ويوضح الجدول (2) نتائج التحليل الأولي لفقرات وأبعاد المقياس.

جدول (2): نتائج التحليل الأولي لفقرات وأبعاد المقياس

الفقرات	أكاديمي	نفسي	اقتصادي	كرونباخ الفا	أكاديمي	نفسي	اقتصادي
أكاديمي	معامل ارتباط بيرسون المصحح						
A1	0.57**						
A2	0.61**						
A3	0.57**						
A4	0.63**						
A5	0.69**						

الفقرات	أكاديمي	نفسى	اقتصادي	كرونباخ الفا	أكاديمي	نفسى	اقتصادي
أكاديمي	معامل ارتباط بيرسون المصحح			كرونباخ الفا	معامل ارتباط بيرسون		
A6	0.62**				0.88		
A7	0.71**						
A8	0.61**						
A9	0.70**						
الكلية						0.43**	0.32**
نفسى							
P1	0.44**						
P2	0.50**						
P3	0.59**						
P4	0.60**						
P5	0.49**						
P6	0.59**						
P7	0.49**						
الكلية				0.79			0.45**
اقتصادي							
EC1			0.54**				
EC2			0.55**				
EC3			0.54**				
EC4			0.63**				
EC5			0.53**				
الكلية				0.79			
كامل المقياس				0.85	0.78**	0.76**	0.65**

** دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01).

يتضح من الجدول (2) أن معاملات تمييز الفقرات تراوحت بين (0.57-0.71) للبعد الأكاديمي، وبين (0.44-0.60) للبعد النفسي، وبين (0.53-0.63) للبعد الاقتصادي، وكانت جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، مما يشير إلى أن فقرات المقياس كان لها قدرة تمييزية جيدة للتمييز بين الأفراد الذين يمتلكون دوافعاً مختلفة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إذ كانت جميع المعاملات أكبر من (0.40) وهي معاملات تمييز ممتازة وفقاً لمعايير (Eble, 1972)، في حين تراوحت معاملات الثبات للأبعاد بين (0.79-0.88) وبمعامل ثبات كلي بلغ (0.85) وهي معاملات ثبات جيدة لأغراض الدراسة، إذ تجاوزت الحد الأدنى المقبول لقيم ثبات الاتساق الداخلي (0.70) (Crocker & Algina, 2008)، وأخيراً تراوحت قيم معاملات الارتباط بين الدرجة على الأبعاد، والدرجة على المقياس ككل بين (0.65-0.78) وكانت جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، وهي معاملات ارتباط مرتفعة ومقبولة لأغراض الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عزب وآخرون، 2016).

ثم تم استخدام التحليل العاملي الاستكشافي (EFA) بطريقة تحليل المكونات الرئيسية Principal Component Analysis، مع استخدام التدوير بطريقة Varimax Rotation، على العينة الأولى البالغ عددها (542)، إذ تم التحقق بداية من عدم وجود مشكلة التداخل الخطي المتعدد Multi-Collinearity بين المتغيرات، إذ كانت قيمة محدد مصفوفة معامل الارتباط بين المتغيرات (Determinant = 0.001) وهي أعلى من (0.00001)، وبالتالي لا يوجد تداخل بين المتغيرات، كما تم التحقق من كفاية حجم العينة من خلال إحصائي Kaiser-Meyer-Olkin حيث بلغت قيمته (0.89)، وهي قيمة جيدة وأكبر من الحد الأدنى المقبول

لهذا الاحصائي (0.50)، وتم أيضاً التحقق من أن ملاءمة مصفوفة معاملات الارتباط بين المتغيرات هي ليست مصفوفة وحدة من خلال اختبار Bartlett's Test of Sphericity حيث كانت نتيجة الاختبار (Chi-Square=7974.2, df=210, P<0.0001) وهي قيمة جيدة لملائمة مصفوفة الارتباطات للتحليل العاملي.

وباستخدام محك الجذر الكامن Eigenvalue للعامل الأكبر من الواحد الصحيح، ومحك التشبع الجوهرى للفقرة بالعامل أكبر من أو يساوي (0.40)، تم استخلاص ثلاث عوامل فسرت ما يقارب (51%) من التباين الكلي لل فقرات، ويوضح الجدول (3) نتائج التحليل العاملي الاستكشافي.

جدول (3): قيم الجذر الكامن والتباين المفسر وتشبعات الفقرات على العوامل الثلاثة

رقم الفقرة	نص الفقرة	العامل الأول	العامل الثاني	العامل الثالث
A7	أ تبادل الفيديوهات والصور المرتبطة بموضوعات الدراسة مع زملائي عبر مواقع التواصل.		0.80	
A9	أ تبادل المقالات والموضوعات العلمية المرتبطة بتخصصي مع زملائي عبر مواقع التواصل.		0.78	
A5	أ تبادل المحاضرات والملخصات مع زملائي عبر مواقع التواصل.		0.76	
A2	أ تواصل مع زملائي في الجامعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.		0.70	
A8	أ تساعدني مواقع التواصل في الحصول على الكتب العلمية والثقافية.		0.70	
A4	أ ناقش مع زملائي عبر مواقع التواصل الاجتماعي القضايا التي أثرت في المحاضرات.		0.68	
A6	أ تواصل مع أساتذتي بالجامعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمناقشة القضايا الهامة.		0.68	
A1	أ استخدم مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض الدراسة.		0.65	
A3	أ تتيح لي مواقع التواصل الاجتماعي فرصة التعرف على التطورات العلمية الحديثة.		0.64	
P4	أ تزداد ثقتي بنفسي كلما استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي	0.73		
P3	أ أشعر بحب وتقدير الآخرين لي خلال مشاركاتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	0.73		
P6	أ اكتسب العديد من الاتجاهات الايجابية خلال تواصلتي مع الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي.	0.67		
P2	أ أعبر عما يجول بخاطري من أفكار ومشاعر على مواقع التواصل الاجتماعي.	0.66		
P5	أ استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف والصداقة.	0.61		
P7	أ أطور معرفتي بحقوقتي وواجباتي الشخصية والاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.	0.60		
P1	أ أظهر مواهبي وقدراتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	0.56		
EC4	أ اشتري بعض السلع والاحتياجات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.		0.80	
EC5	أ أتابع سعر صرف العملات المحلية والأجنبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.		0.75	
EC2	أ أتابع إعلانات الوظائف الشاغرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.		0.71	
EC1	أ أتابع الإعلانات التجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.		0.66	
EC3	أ استخدم مواقع التواصل الاجتماعي لبيع وترويج بعض السلع والمنتجات.		0.65	
	الجذر الكامن	4.75	3.22	2.74
	نسبة التباين المفسر	%22.60	%15.33	%13.05
	نسبة التباين المفسر التراكمي	%22.60	%37.93	%50.98

يلاحظ من الجدول (3) وجود ثلاث عوامل فسرت ما يقارب (51%) من التباين الكلي لل فقرات، إذ تشبعت جميع فقرات البعد النفسي الاجتماعي على العامل الأول الذي فسّر ما يقارب (23%) من التباين في الأداء على المقياس، وتراوحت تشبعات الفقرات على هذا

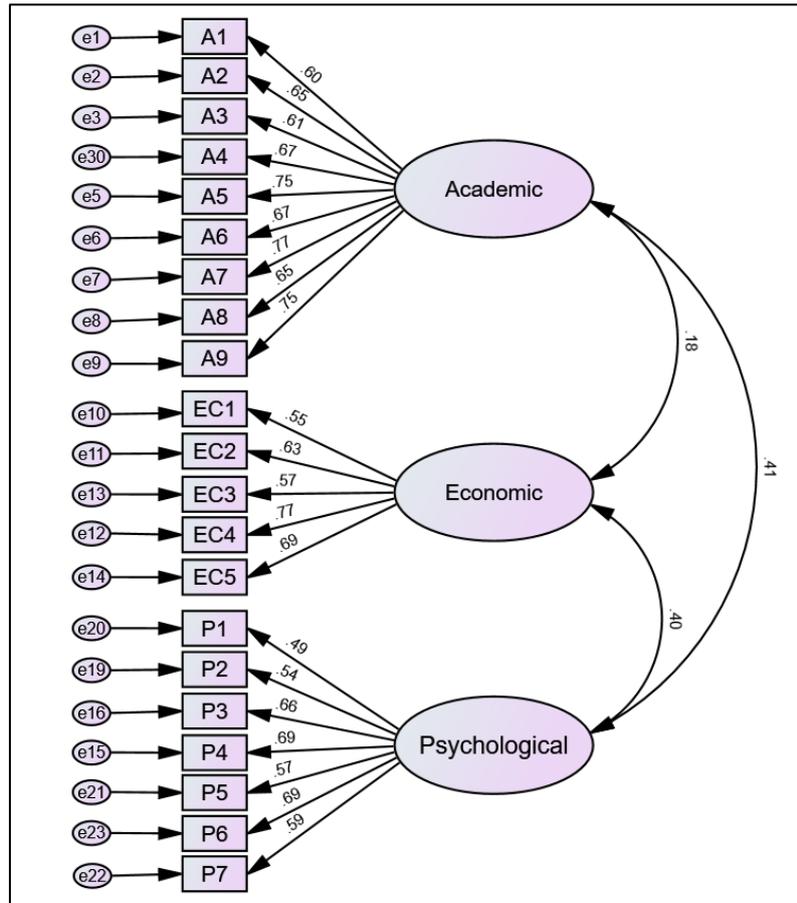
العامل بين (0.56-0.73)، في حين تشبعت جميع فقرات البعد الأكاديمي على العامل الثاني، والذي فسّر ما يقارب (15%) من التباين على المقياس الكلي، وتراوحت تشبعت الفقرات على هذا العامل بين (0.64-0.80)، وأخيراً تشبعت جميع فقرات البعد الاقتصادي على العامل الثالث، والذي فسّر ما يقارب (13%) من التباين على المقياس الكلي، وتراوحت تشبعت الفقرات على هذا العامل بين (0.65-0.80). وتشير جميع نتائج التحليل العاملي الاستكشافي إلى أن المقياس يتمتع بدرجة عالية من صدق البناء، إذ كشفت نتائجه عن ثلاث عوامل كامنة وراء دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تم افتراضها مسبقاً عند بناء المقياس، مما يؤكد تطابق البناء النظري الافتراضي للمقياس والبناء التجريبي (الواقعي) له.

وللتأكد من استقرار البناء العاملي الناتج من التحليل العاملي الاستكشافي تم إجراء التحليل العاملي التوكيدي (CFA) بطريقة تقدير الأرجحية العظمى Maximum Likelihood Estimation على العينة الثانية المكونة من (541) طالباً وطالبة، إذ تم افتراض وجود ثلاث عوامل كامنة وراء دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويوضح الجدول (4) مؤشرات حسن المطابقة لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اعتماداً على نتائج التحليل العاملي التوكيدي.

جدول (4): مؤشرات حسن المطابقة لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المؤشر	القيمة المحسوبة	القيمة المرجعية لقبول المؤشر (تيغزة، 2012)
χ^2/df	2.36	$\chi^2/df \leq 3$
مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط خطأ التقدير (RMSEA)	0.05	$0 \leq RMSEA \leq 0.08$
مؤشر جودة المطابقة (GFI)	0.93	$0.90 \leq GFI < 1.00$
مؤشر جودة المطابقة المصحح (AGFI)	0.91	$0.85 \leq AGFI < 1.00$
مؤشر المطابقة المعياري (TLI)	0.91	$0.90 \leq TLI < 1.00$
مؤشر المطابقة المقارن (CFI)	0.93	$0.90 \leq CFI < 1.00$
مؤشر جودة المطابقة المعياري (NFI)	0.91	$0.90 \leq NFI < 1.00$
مؤشر المطابقة المتزايد (IFI)	0.93	$0.90 \leq IFI < 1.00$

يتضح من الجدول (4) أن قيم مؤشرات المطابقة المحسوبة كانت جميعها مطابقة للقيم المرجعية لقبولها، وعليه فإن نتائج البنية العاملية المستخلصة من التحليل العاملي الاستكشافي كانت مستقرة، أي أن النتائج أظهرت تكاملاً بين التحليل العاملي الاستكشافي، والتحليل العاملي التوكيدي حول البناء الداخلي للمقياس، مما يدل على أن المقياس يتمتع بدرجة جيدة من صدق البناء، ويوضح الشكل (1) أوزان الانحدار المعيارية لفقرات المقياس على العوامل الكامنة، ومعاملات الارتباط المقدر بين العوامل الكامنة.



الشكل (1): البناء العاملي لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

يلاحظ من الشكل (1) أن أوزان الانحدار المعيارية للفقرات على عامل الدوافع الأكاديمية تراوحت بين (0.60-0.77)، في حين تراوحت للفقرات على عامل الدوافع النفسية والاجتماعية بين (0.49-0.69)، كما تراوحت للفقرات على عامل الدوافع الاقتصادية بين (0.55-0.77). وكانت جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.001)، وفيما يخص معاملات الارتباط المقدره بين العوامل فتراوحت بين (0.18-0.41) وكانت جميعها دالة عند مستوى دلالة أقل من (0.001)، مما يدل أيضاً على أن المقياس يتمتع بصدق بناء جيد.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني ومناقشتها

للإجابة عن السؤال الثاني والذي نصه "ما دلالات صدق وثبات العوامل الكامنة مقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟" تم تقدير الثبات المركب (CR) لعوامل المقياس الثلاثة من خلال المعادلة (Lowry & Gaskin, 2014):

$$CR = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda)^2 + \sum (1 - \lambda^2)}$$

حيث:

$(\sum \lambda)^2$: مربع مجموع أوزان الانحدار المعيارية العبارات على العوامل الكامنة

$\sum (1 - \lambda^2)$: مجموع تباين الخطأ

كما تم حساب التباين المشترك بين الفقرات المتشعبة على كل عامل، والذي يعرف بمتوسط التباين المستخرج Average Variance Extracted (AVE) للدلالة على الصدق التقاربي Convergent Validity بين الفقرات على البعد الواحد، ويتم حسابة من خلال المعادلة (Lowry & Gaskin, 2014):

$$AVE = \frac{\sum \lambda^2}{n}$$

حيث:

$\sum \lambda^2$ مجموع مربع أوزان الانحدار المعيارية العبارات على العوامل الكامنة
n: عدد الفقرات المتشعبة على العامل.

كما تم حساب القيمة القصوى للتباين المشترك بين العوامل الكامنة Maximum Shared Variance (MSV) للدلالة على الصدق التمايزي Discriminant Validity بين العوامل الكامنة، ويتم حسابة من خلال مربع أكبر معامل ارتباط بين العوامل الكامنة (Lowry & Gaskin, 2014):

$$MSV = \text{Maximum} (r_{ij}^2)$$

ويوضّح الجدول (5) نتائج الثبات المركب والصدق التقاربي والصدق التمايزي للعوامل الكامنة لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (5): الثبات المركب والصدق التباعدي والتمايزي للعوامل الكامنة للمقياس

العامل	الثبات المركب (CR)	متوسط التباين المستخرج (AVE)	أقصى تباين مشترك (MSV)	الأكاديمي	النفسي	الاقتصادي
الأكاديمي	0.89	0.54	0.17	#0.73		
النفسي	0.78	0.52	0.16	0.18***	#0.72	
الاقتصادي	0.80	0.48	0.17	0.41***	0.40***	#0.69
مؤشر القبول (Lowry & Gaskin, 2014)	CR ≥ 0.70	CR ≥ AVE ≥ 0.50	MSV < AVE	$\sqrt{AVE} > r_{ij}$		

*** دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.001)

الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (AVE)

يتبين من خلال الجدول (5) أن قيم الثبات المركب للعوامل الكامنة تراوحت بين (0.78-0.89)، وتعد هذه القيم مقبولة، إذ كانت أعلى من الحد الأدنى المقبول للثبات المركب وهو 0.70، كما كانت قيم الصدق التقاربي أقل من قيم الثبات المركب، وكانت للعاملين الأكاديمي والنفسي أكبر من مؤشر القبول (0.50)، وللعامل الاقتصادي أقل من مؤشر القبول إلا أنها تبقى قريبة منه، وكذلك تراوحت قيم الجذر التربيعي لهذا المؤشر بين (0.69-0.73) وهي أعلى من أي معامل ارتباط بين الأبعاد، والتي كان أكبرها (0.41)، مما يدل على أن المقياس يتمتع بمقدار مقبول من الصدق التقاربي داخل عوامله الكامنة، وفيما يخص الصدق التمايزي بين الأبعاد فقد تراوحت قيم أقصى تباين مشترك بين الأبعاد MSV بين (0.16-0.17) وكانت جميعها أقل من متوسط التباين المستخرج AVE، مما يدل أيضاً على أن المقياس يتمتع بصدق تمايزي مقبول بين عوامله الكامنة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث ومناقشتها

للإجابة عن السؤال الثالث والذي نصه "ما دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات العمانية؟" تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، وقيم الالتواء والتفطح لدرجات الطلاب على كل دافع من دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويوضح الجدول (6) الإحصاءات الوصفية لدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات العمانية.

جدول (6): الإحصاءات الوصفية لدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الدافع	الوسط الحسابي	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	النسبة المئوية*	الالتواء	التفطح
الأكاديمية	4.29	0.02	0.57	85.9%	-0.52	0.68
النفسية والاجتماعية	3.65	0.02	0.66	73.1%	-0.19	0.13
الاقتصادية	3.25	0.03	0.87	65.0%	-0.14	-0.20

* (المتوسط الحسابي $\div 5 \times 100$)

يتضح من الجدول (6) أن الدوافع الأكثر شيوعاً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات العمانية أثناء التعليم عن بُعد هي الدوافع الأكاديمية بمتوسط حسابي (4.29) ونسبة مئوية (86%) تقريباً، إذ تشكل الدوافع الرئيسية، يليها الدوافع النفسية الاجتماعية بمتوسط حسابي (3.65) ونسبة مئوية (73%) تقريباً، وجاءت الدوافع الاقتصادية في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.25) ونسبة مئوية (65%)، كما تشير النتائج أن قيم الالتواء والتفطح كانت ضمن الحدود الطبيعية، وكانت جميعها قريبة من الصفر، مما يدل على أن استجابات الأفراد على المقياس كانت تتبع التوزيع الطبيعي.

وتُعزى هذه النتيجة لانشغال طلاب الجامعات بالجانب الأكاديمي أثناء التعليم عن بُعد، إذ يتطلب هذا النوع من التعليم البحث في المواقع الإلكترونية المتعددة بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي عن المعلومات والمعارف اللازمة للتعليم والأنشطة الدراسية والبحثية المختلفة. إذ يشير الحمداني (2012) إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت يشبع لدى الأفراد الحاجات المعرفية المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم البيئة والاكتشاف. وفيما يخص حصول الدوافع النفسية والاجتماعية على المرتبة الثانية، وبنسبة مرتفعة فقد يُعزى لحاجة الطلاب في ظل جائحة كورونا للتواصل مع الأقارب والأصدقاء، لا سيما في ظل ظروف الحظر، والتباعد الاجتماعي، وتعليق الدوام الجامعي، بالإضافة لحاجتهم للترويح عن النفس، وتأكيد ذاتهم في ظل هذه الجائحة. إذ يستخدم الأفراد مواقع التواصل الاجتماعي لاشباع الحاجات العاطفية والترفيهية والتعبير عن المشاعر. بالإضافة إلى الحاجات المرتبطة بتقوية شخصيتهم، ومراكزهم الاجتماعية. وكذلك الحاجات الاندماجية المرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء (الحمداني، 2012). وكانت نسبة الدوافع الاقتصادية مرتفعة أيضاً، إذ لجأ العديد من المواطنين -بما فيهم طلبة الجامعات- إلى التسوق الإلكتروني متعدد الأهداف أثناء جائحة كورونا؛ بسبب الظروف المرافقة لها، إلا أنها جاءت في المرتبة الثالثة من حيث الأولوية بالنسبة لطلبة الجامعات بعد الدوافع الأكاديمية، والنفسية الاجتماعية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (جمعة، 2020؛ الصوافي، 2015؛ الدليمي، 2014) والتي أشارت جميعها أن الدافع الرئيس لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة هي الدوافع الأكاديمية، تليها الدوافع النفسية والاجتماعية.

الخلاصة

هدفت الدراسة الحالية إلى التحقق من الخصائص السيكومترية لمقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات العُمانية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المقياس يتمتع بخصائص سيكومترية جيدة، تجعل منه أداة موثوقة وصادقة في الكشف عن هذه الدوافع، إذ كانت جميع مؤشرات الصدق والثبات التي تم التحقق منها مناسبة ومقبولة، وتضمنت هذه المؤشرات: تمييز الفقرات، والبناء العاملي، والثبات، والثبات المركب، والصدق التقاربي، والصدق التمايزي. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الدوافع الأكثر شيوعاً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات العمانية أثناء التعليم عن بُعد هي الدوافع الأكاديمية، تليها الدوافع النفسية الاجتماعية، وجاءت الدوافع الاقتصادية في المرتبة الأخيرة.

التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة تم التوصّل لمجموعة من التوصيات والمقترحات، وهي على النحو الآتي:

1. استخدام المقياس المعد في الدراسة الحالية من قبل الباحثين والمهتمين؛ نظراً لما يتمتع به من خصائص سيكومترية جيدة.
2. الاستفادة من نتائج الدراسة في برامج الإرشاد النفسي الخاصة بترشيد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
3. بناء مقاييس أخرى لدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتضمن عوامل أخرى مثل: العوامل السياسية، والرياضية...
4. إجراء دراسات أخرى تهدف إلى: تقصي الفروق في هذه الدوافع وفقاً للعديد من المتغيرات الشخصية والأكاديمية للطلاب مثل: النوع الاجتماعي، والتخصص، والمرحلة الدراسية، والتحصيل الأكاديمي...، والبحث في دوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لدى فئات أخرى من المجتمع، والكشف عن العلاقة بين هذه الدوافع، والمتغيرات النفسية مثل: السمات الشخصية، وتوكيد الذات، ونمط التفكير، وغيرها.

شكر وعرفان :

تم إجراء هذا البحث بتمويل من وزارة التعليم العالي والبحث والابتكار في سلطنة عمان في إطار برنامج التمويل الجماعي.

"اتفاقية رقم MoHERI / BFP / ASU / 01/2020"

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

- أبو فاشلة، وسيم. (2011). *رياح التغيير.. هل ستدرك جدران القهر*، تقرير مرحلي، منتدى شارك الشبابي، رام الله، فلسطين.
- تيغزة، أحمد بوزيان. (2012). *التحليل العاملي الاستكشافي والتوكيدي*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- جمعة، أمجد. (2020). *الدوافع النفسية-الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظة غزة. دراسات إنسانية واجتماعية*، 9(3)، 47-64.
- الحو، كلير وجريخ، طوني وقرقماز، جوزف ويوسف، إيليان. (2018). *مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي: دراسة مقارنة متعددة الدول. المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية*، 3(2)، 235-268.
- الحمداني، بشرى (2012). *لماذا يميل الشباب لاستخدام شبكة الانترنت، الجامعة العراقية، العراق، متوفر عبر الرابط:*
<http://www.aliraqia.edu.iq/articles-and-researchs/1084-2011-08-21-05-30-53>
- حمدي، ماطر. (2018). *اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية*. [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- خليوي، أسماء بنت فراح (2017). *الاضطرابات النفسية المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات التربوية والنفسية*، 25(4)، 61-101.
- الدليمي، عبد الرازق. (2014). *استخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها. مجلة علوم الإنسان والمجتمع*، 3(4)، 119-150.
- راضي، زاهر. (2003). *استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية*، 1(15)، 23-41.
- السعودي، شريف والمطرفي، رقية والحسيني، الزهراء والمقبالي، شمه. (2021). *العوامل الخمس الكبرى للشخصية وعلاقتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية*، 9(3)، 811-823.
- الشهري، حنان. (2012). *أثر شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفيس بوك وتويتر نموذجاً" ، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة*. [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
- الصوافي، عبدالحكيم. (2015). *استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات*. [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة نزوى، سلطنة عمان.
- عابد، زهير. (2012). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي - دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)*، 26(6)، 1387-1428.
- عزب، حسام الدين ومحمود، هبة ومحمد، ياسمين ومصطفى، أحمد. (2016). *الخصائص السيكومترية لمقياس دوافع تعامل الشباب مع شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة الإرشاد النفسي-مصر*، 45(1)، 457-480.

عوض، حسنى. (2011). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب. بحث مقدم لمؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية 2011/9/26، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.

http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwad.pdf

المركز الوطني للإحصاء والمعلومات (2019). استطلاع الرأي حول وسائل التواصل الاجتماعي في سلطنة عُمان، متوفر عبر

الرابط: <https://www.ncsi.gov.om/Pages/NCSI.aspx>

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Abed, Z. (2012). The role of social networks in mobilizing Palestinian public opinion towards social and political change - a descriptive and analytical study (In Arabic). *An-Najah University Journal for Research (Humanities)*, 26 (6), 1387-1428.
- Abu fashlih, W. (2011). *The winds of change... Will you realize the walls of oppression* (In Arabic). a progress report, Sharek Youth Forum, Ramallah, Palestine.
- Al-Dulaimi, A. (2014). Jordanian university youth's uses of social networking sites and their satiation (In Arabic). *Journal of Human and Society Sciences*, 3(4), 119-150.
- Al-Hamdani, B. (2012). *Why do young people tend to use the Internet* (In Arabic). Iraqi University, Iraq, available via the link: <http://www.aliraqia.edu.iq/articles-and-researchs/1084-2011-08-21-05-30-53>
- Al-Sawafi, A. (2015). *The use of social media among students of the second cycle of basic education in the Governorate of North Al Sharqiyah in the Sultanate of Oman and its relationship to some variables* (In Arabic). [Unpublished Master's Thesis], University of Nizwa, Sultanate of Oman.
- Alsoudi, Sh. Almataraifi, R. Almaqbali, S. Alhussaini, A. (2021). The Relationship Between Social Media Use and Mental Health among A'Sharqiyah University Students, *Journal of Educational Research and Reviews*. 9(5), 109-117.
- Alsoudi, Sh., Al-Matrafi, R., Al-Hussaini, A. & Al-Muqbali, Sh. (2021). The Big Five Personality Factors and their Relationship to Using Social Media (In Arabic). *International Journal of Educational and Psychological Studies*, 9(3), 811-823.
- Awad, H. (2011). *The impact of social networking sites on the development of social responsibility among young people* (In Arabic). Research presented to the Palestinian Universities Social Responsibility Conference 9/26/2011, Al-Quds Open University, Palestine. http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwad.pdf
- Azab, H., Mahmoud, H., Mohamed, Y., & Mostafa, A. (2016). Psychometric properties of the scale of the motivations of young people to deal with social networks (In Arabic). *Journal of Psychological Counseling - Egypt*, 45(1), 457-480.
- Biddle, S. (1997). Cognitive theories of motivation and self-physical self. In F. R. Kenneth (ed). *The physical self: From motivation to wellbeing*. Kenneth R. Foc.
- Cohen, R. J., & Swerdlik, M. E. (2010). *Psychological testing and assessment: An introduction to tests and measurement* (7th ed). McGraw-Hill.
- Crocker, L. & Algina, J. (2008). *Introduction to Classical and Modern Test Theory*. Cengage Learning, Ohio, USA.
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale Development: Theory and Applications* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

- Ebel, R. (1972). *Essentials of Educational Measurement*. New Jersey: Prentice-Hall, INC. Englewood Cliffs.
- El Helou, C., Jareh, T., Karkamaz, J. & Youssef, E. (2018). Social networking sites and their impact on the psychological state of the university student: a multi-country comparative study (In Arabic). *International Journal of Educational and Psychological Studies*, 3(2), 235-268.
- Hamdi, M. (2018). *Saudi youth's dependence on social media to provide information: a survey study at the University of Tabuk* (In Arabic). Saudi Arabia. [Unpublished Master's Thesis], Middle East University, Jordan.
- Joma, A. (2020). Psychosocial and academic motives for Palestinian university students' use of social networks in Gaza governorates (In Arabic). *Human and Social Studies*, 9(3), 47-64.
- Khaloui, A. (2017). Psychological disorders associated with the use of social networking sites among university students (In Arabic). *Journal of the Islamic University of Educational and Psychological Studies*, 25 (4), 61-101.
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, B., & Griffiths, D. (2020). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the Big Five of personality traits, social media platforms, and social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 525-547.
- Lowry P. B. & Gaskin J. (2014). Partial Least Squares (PLS) Structural Equation Modeling (SEM) for Building and Testing Behavioral Causal Theory: When to Choose It and How to Use It, *IEEE TPC* 57(2), 123-146.
- National Center for Statistics and Information (2019). *Opinion poll on social media in the Sultanate of Oman* (In Arabic). available via the link: <https://www.ncsi.gov.om/Pages/NCSI.aspx>
- Radi, Z. (2003). The use of social networking sites in the Arab world (In Arabic). *Education Journal, Al-Ahliyya Amman University*, 1 (15), 23-41.
- Routley, N. (2018). Visualizing the Social Media Universe in 2018, Online available from: <https://www.visualcapitalist.com/social-media-universe/>.
- Shehri, H. (2012). *The impact of electronic communication networks on social relations "Facebook and Twitter as a model", a field study on a sample of female students at King Abdelaziz University in Jeddah* (In Arabic). [A magister message that is not published]. King Abdelaziz University, Saudi Arabia.
- Tighza, M. (2012). *Exploratory and confirmatory factor analysis* (In Arabic). Amman: Dar Al Masirah for Publishing and Distribution.
- Vincent, M. (2010). *Facebook and the invasion of technological communities*, N., New York.