DOI: http://dx.doi.org/10.33948/sjps-ksu-1-S.p-1

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالدافعية للإنجاز لدى عينة من حديثي التخرج بمدينة جدة في المملكة العربية السعودية

أ. نورة حمدان حسن الشهري[1] د. هبة جمال حريري[2]

(قدم للنشر 1446/06/22 هـ -وقبل 1446/10/22 هـ)

المستخلص: هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والدافعية للإنجاز لدى عينة من حديثي التخرج من المرحلة الجامعية، الذين بلغ عددهم (104) من ذكور وإناث في مدينة جدة في المملكة العربية السعودية. حيث يقضي الكثير من الخريجين حديثًا وقتًا أطول في تصفح حسابات متعددة على مواقع التواصل الاجتماعي، لسعة الوقت المتاح لديهم بعد انتهاء مرحلة التعليم الجامعي، ولبحثهم عن فرص عمل، وما يفيدهم في مرحلتهم الانتقالية من حياة التعليم إلى حياة العمل. لكن هذا الاستخدام قد يكون سلاحًا ذا حدين، قد يعمل على رفع الدافعية للإنجاز لدى المستخدمين، أو قد يزيد من إحباطهم بسبب كثرة المقارنات والتخم المعلوماتي. ولتحقيق أهداف الدراسة اتبعت الباحثتان المنهج الوصفي الارتباطي. واعتمدت الدراسة في إجراءاتها على مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ومقياس الدافعية للإنجاز. وكان من أهم النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة بين مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودافعية الإنجاز لدى خريجي مرحلة البكالوريوس في الفئة العمرية من 21 إلى 26 سنة. و أن الأفراد الذين يستخدمون وسائل التواصل لأكثر من ست ساعات يوميًا لديهم أعلى متوسط في دافعية الإنجاز مقارنة بمن كانت مدة استخدامهم أقل أو أكثر من ست ساعات يوميا. كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائيًا بين مستوى تفاعل خريجي مرحلة البكالوريوس مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى دافعية الإنجاز لديهم.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي – المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي - الدافعية للإنجاز - حديثو التخرج - المرحلة الجامعية.

The Relationship Between Using Social Media and The Motivation of Achievement Among Recent Graduates at Jeddah, KSA

Noura H. Alshahri[1] *Heba J. Hariri[2]*

(Submitted 24-12-2024 and Accepted on 20-03-2025)

Abstract: This study aimed to find out the compatibility between the use of social media and the motivation to achieve among recent graduate students from the modern stage, whose number reached (104) males and females in the city of Jeddah in the Kingdom of Saudi Arabia. Many recent graduates spend more time browsing multiple social media accounts, due to the limited time they have after finishing their university education, and to search for job opportunities and what will benefit them in their transitional phase from education to work life. However, this use may be a double-edged sword, as it may increase the motivation to achieve among users, or it may increase their frustration due to the abundance of comparisons and information overload.To achieve the study objectives, the researcher followed the descriptive correlational approach. The study relied in its procedures on the social media use scale and the achievement motivation scale. The results showed there is a weak correlation between the level of social media use and motivation to achieve among bachelor's degree graduates, who is age group of 21 to 26 years. Also, on average, only people who use social media for more than six hours a day excel in achieving achievements compared to them, as the duration of their use is less or more than six hours a day. The results also showed that there is a statistically significant positive correlation between the level of interaction of bachelor's degree graduates with influencers on social media and their level of achievement motivation.

Keywords: Social media - Social media influencers -motivation to achieve - recent graduates - university phase.

---

(1), (2) College of Social Sciences and Media - Department of Psychology - Jeddah University

nalshehri0265.stu@uj.edu.sa

(1)، (2) كليَّة العلوم الاجتماعيَّة والإعلام –قسم علم النَّفس– جامعة جدَّة

hjhariri@uj.edu.sa

المقدمة

يشهد العالم تطورات في عالم التكنولوجيا، وتعدّ وسائل التواصل الاجتماعي من أهمها، وأكثرها استخدامًا. حيث أظهرت نتائج مركز انترريجونال للتحليلات الاستراتيجية أن عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في السعودية تجاوز 25 مليون مُستخدم أغلبهم من فئة الشباب والمراهقين. وبلغ عدد مستخدمي منصة اليوتيوب في السعودية في عام 2024 نحو 28.3 مليون مستخدم وسناب شات 22.6 مليون مستخدم، كخيار مُفضل للشباب ثم منصة إنستغرام بـ 16.3 مليون مستخدم وإكس بـ 16.8 مليون مستخدم ثم فيسبوك بـ 14.6 مليون مستخدما. وقد أحدثت هذه الوسائل تغييرًا كبيرًا في العلاقات الاجتماعية والقناعات والتوجهات بين الأفراد، ويتضح ذلك في أساليب تفاعلهم وتواصلهم عبرها وأغراض استخدامهم لها. كما أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي ثورة في العديد من جوانب الحياة الصحية والتعليمية والاجتماعية والنفسية للفرد. ويتزايد الإقبال على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم يومًا بعد يوم، مع تنوع غير مسبق في محتواها (خليفة، 2018). إذ تأثرت الحياة اليومية تأثرًا كبيرًا لاستخدامها، وصعُب الاستغناء عنها، وذلك نظرًا لسهولة الوصول للمعلومات والبيانات من خلالها، وإمكانية التواصل والتفاعل بين أفراد المجتمع بشكل أكبر مما كان عليه الحال سابقًا.

وسائل التواصل الاجتماعي هي سلاح ذو حدين؛ فهي من الجانب الإيجابي تعد مصدرًا للمعلومات، ونشر الثقافات، كما أنها تسهم في تواصل الأفراد، وسرعة تداولهم للأحداث في الوقت نفسه في جميع أرجاء العالم رغم بُعد المسافات. ومن الجانب السلبي قد يتم عن طريقها نشر معلومات مضلِّلة ومزيفة، ويقوم الكثير من الأشخاص بتداول تلك المعلومات سريعًا دون التأكد من موثوقية مصادرها، مما يؤثر تبعاً على المجتمع ككل سلبًا، ويجدها البعض الآخر هدرًا للوقت، وذلك نظرًا لاستغراق الفرد ساعات طويلة يقضيها في تصفح تلك المنصات، مما يؤثر على أداء مهماته في حياته اليومية، وتتأثر علاقاته الاجتماعية تبعًا لذلك. كما أكدت نتائج دراسة (Braghieri, 2022) أن الافراط في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تضعف القدرات العقلية والمعرفية المرتبطة بالأداء الأكاديمي لدى فئة المراهقين والشباب.

كما ازداد الاهتمام بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الكثير من المختصين في مجال الصحة النفسية على فئة المراهقين واليافعين نظرًا لأنهم فئة تعيش مرحلة انتقالية، وهم من أكثر الفئات تعرضًا للتأثير والتغيير بشكل سريع و كبير. فهم يتعرضون للكثير من الرسائل الضمنية التي تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على قوامهم النفسي، مثل دافعيتهم للإنجاز والتقدم -إما بشكل إيجابي أو بشكل سلبي- في جوانب حياتهم الدراسية والمهنية، ويظهر ذلك الأثر في استجابتهم وتعرضهم لحالة انفعالية مثل الشعور بالتفاؤل والنجاح والاستقلالية، أو بالإحباط والفشل والمقارنة بالآخرين.

وتؤكد دراسة (Krol & Zdonek, 2021) أن تأثير المحتوى المنشور في وسائل التواصل الاجتماعي لا يُعطي دائما نفس النتيجة في التأثير، فبعضها قد يثبط الحافز أو يسبب الشعور بالعجز، وبعضها قد ينشط الحافز والدافعية للعمل والإنجاز. فقد توصلت نتائج دراستهما أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير كبير على الدافعية للعمل والإنجاز خاصة في تصفح إنجازات المؤثرين والاخرين. ويرى العديد من المختصين أن حاجة الأفراد إلى الإنجاز وتحقيق الذات من أهم الحاجات الإنسانية التي يسعى الفرد إلى تحقيقها، إذ تعد

الدافعية للإنجاز مكونًا جوهريًّا في سعي الأفراد إلى تحقيق الذات، الذي قد يصلون إليه من خلال قدرتهم على الإنجاز ومن خلال تحقيقهم لأهدافهم (عبد المقصود، 2023). ومن هذا المنطلق فإن هناك حاجة علمية لمعرفة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودافعية الإنجاز لدى حديثي التخرج لما لهذه الفئة من المجتمع أهمية كبيرة في تحديد اختياراتهم وما يترتب عليها من أثر مُباشر على المجتمع وبناءه.

مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث فيما لاحظته الباحثتان على العديد من خريجي مرحلة البكالوريوس، وغالبًا في الفئة العمرية ما بين (21 إلى 26 سنة) الذين تخرّجوا منذ سنتين أو أكثر، فهم يقضون ساعات طويلة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ويقومون بالتواصل والتفاعل مع العديد من الحسابات، ويتصفحون العديد من الملفات الشخصية على تلك المنصات، ويتفاعلون مع الأحداث والمعلومات، نظرًا لوجود أوقات فراغ لديهم مقارنة بما كان عليه الحال خلال الفترة الدراسية في مرحلة الجامعة، ولا شكّ أن لذلك تأثيرًا على علاقاتهم الاجتماعية، كما أنهم يتعرضون للكثير من الرسائل من المؤثرين في الشبكات الاجتماعية.

ويختلف تلقي المستخدم لهذه الرسائل نظرًا لكونها مرحلة انتقالية من التعليم إلى تحديد المسار المهني، وقد يعرض بعض هؤلاء المؤثّرين شيئًا من إنجازاتهم على تلك المنصات مما يزيد من دافعية الإنجاز للمتلقي أو يشعره بالإحباط.

ويمكن تحديد مشكلة الدراسة في الأسئلة التالية:

- ما العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودافعية الإنجاز لدى خريجي مرحلة البكالوريوس في الفئة العمرية من 21 إلى 26 سنة؟
- هل توجد فروق في دافعية الإنجاز بين خريجي مرحلة البكالوريوس الذين تتراوح أعمارهم بين 21 و26 سنة بناءً على عدد ساعات استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- هل توجد علاقة بين مستوى تفاعل خريجي مرحلة البكالوريوس مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وبين مستوى دافعية الإنجاز لديهم؟

أهمية البحث

الأهمية النظرية:

- تناول الدراسة لمتغير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وهو من المتغيرات الحديثة التي لها تأثير كبير على الفرد في جوانب حياته وبالتحديد على صحته النفسية.
- محاولة معرفة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ودافعية الإنجاز، من خلال استخدام مقياس وسائل التواصل الاجتماعي ومقياس دافعية الإنجاز.
- تركيز الدراسة على فئة حديثي التخرج نظرًا لكونهم ممثلي رؤية المملكة ومستقبلها، كما أن فئة الشباب لها مكانة خاصة وهامة، فهم لبنة المستقبل، وركيزة المجتمع، ودافعيتهم تؤثر على اختياراتهم وتوجهاتهم التي تُسهم بشكل مباشر وغير مباشر في بناء الوطن.
- تسليط الضوء على تأثير المؤثرين بشكل خاص، حول تأثير رسائلهم الاعلامية على دافعية

الإنجاز لدى حديثي التخرج من الشباب والشابات.

- عدم وجود دراسات محلية كافية تختص بهذه الفئة في المجتمع السعودي في ظل الظروف الحالية، وما نشهده من تطورات وتغيرات، فكانت هذه الدراسة إسهامًا من الباحثتين في هذا المجال.

الأهمية التطبيقية:

- ما تكشفه الدراسة من نتائج تطبيقية تسهم في التوعية للاستخدام الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي.
- يمكن الاستفادة من النتائج التي ستتوصل إليها الدراسة في تصميم بعض البرامج التي تستهدف تنمية الدافعية للإنجاز عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي لهذه الفئة من المجتمع.
- التركيز على دور المختصين في مجال الصحة النفسية لاستثمار وسائل التواصل الاجتماعي في صالح الفرد والمجتمع.
- تسهم في توجيه أولياء الأمور نحو أهمية تنمية دافعية الإنجاز لدى أبنائهم من هذه الفئة وكيفية تعزيزها.

أهداف البحث

1) الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودافعية الإنجاز.
2) التعرف على الفروق بين الفئات العمرية نحو الدافعية للإنجاز.
3) التعرف على تأثير المؤثرين بشكل خاص، حول تأثير رسائلهم الاعلامية على دافعية الإنجاز لدى حديثي التخرج من الشباب والشابات.

مصطلحات البحث:

وسائل التواصل الاجتماعي: وتُعرّف بأنها: "وسائل الاتصال الحديثة التي تتم من خلال شبكة الإنترنت، والتي تسمح للمستخدم بالاتصال والتواصل مع الآخرين، بغضّ النظر عن مواقعهم، أو صفاتهم، أو بيئاتهم، وهي تقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات، ومن أهم هذه المواقع موقع "فيسبوك"، و"التويتر"، و"الينكد إن"، كما تم تعريف **التواصل** بأنه: عملية نقل الأفكار والتجارب وتبادل المعارف والمشاعر بين الذوات والأفراد والجماعات عبر الشبكات الإلكترونية، وقد يكون هذا التواصل ذاتيًا شخصيًا أو تواصلًا غيريًا، وقد ينبني على الموافقة أو المعارضة والاختلاف". (نور الهدى، 2016).

ويعرف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة إجرائيًا: بأنها استخدام الأفراد للمواقع الموجودة في الإنترنت مثل "الفيسبوك" و"الينكد إن" و"إنستغرام" و"التيك توك" و"سناب شات" التي تتيح التواصل والتفاعل وتبادل المعلومات والآراء.

المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي: هم من يشكلون اتجاهات الجمهور من خلال المدونات أو التغريدات المختلفة، أو من خلال المنشورات عبرFacebook أو من خلال تعليقات الإنستغرام أو غيرها من وسائل التواصل الاجتماعي (عبد المقصود 2019). ويعرّفهم (دكروري ويسن وأحمد 2022) بأنهم: نوع جديد من المؤيدين الخارجيين المستقلين عن العلامة - يُدعى طرف ثالث- الذي يشكلون مواقف المتابعين من خلال مشاركة رأيهم عبر المدونات أو التغريدات أو أي تطبيق من وسائل التواصل الاجتماعي.

ويُعرّف المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة إجرائيًا: بأنهم أشخاص لهم حضور اعلامي على منصات التواصل الاجتماعي يمررون من خلاله معلومات وأفكار ويسلطون الضوء على قضايا مجتمعية.

مستوى التفاعل مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي: بأنه أي مشاركة يقوم بها المتابع أو الشخص الذي شاهد المحتوى سواء أكان مشاركةً أو تعليقًا أو إعجابًا. (https://www.husamjandal.com/).

وتعرف في هذه الدراسة إجرائيًا بأنها: مدى تفاعل الأفراد مع المحتوى الذي يقدمه المؤثرون، ومدى تأثيرهم على السلوكيات الشخصية واتخاذ القرارات.

مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام الفرد واعتماده على وسائل التواصل الاجتماعي لعدة أغراض (عبد المقصود 2019).

وتعرف في هذه الدراسة إجرائيًا بأنها: مدى اعتماد الأفراد على هذه الوسائل في حياتهم اليومية، وتحديد أنماط الاستخدام المختلفة وتأثيرها على سلوكياتهم.

الدافعية للإنجاز: تعرف بانها "رغبة أو ميل الفرد إلى التغلب على العقبات، وممارسة القوى والكفاح لأداء المهام الصعبة بشكل جيد وبسرعة كلما أمكن ذلك، من خلال تناول الأفكار وتنظيمها، والقيام بالممارسات الناجحة بحسب ما لديه من قدرات وإمكانات". (حجة وسليمان 2022).

وتعرف في هذه الدراسة إجرائيًا بأنها: "الدرجة التي يحصل عليها أفراد العينة على مقياس الدافعية للإنجاز المستخدم في هذه الدراسة".

حدود البحث:

الحدود الموضوعية: يقتصر على متغيري استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والدافعية للإنجاز.

الحدود البشرية: حديثو تخرج مرحلة البكالوريوس (ذكورًا وإناثًا) من جامعة الملك عبد العزيز وجامعة جدة.

الحدود الزمانية: الفصل الثاني من العام الدراسي 2024 م.

الحدود المكانية: مدينة جدة في المملكة العربية السعودية.

الدراسات السابقة

يتناول هذا الجزء عرض الدراسات السابقة في سياق البحث والتي تطرقت لأثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الطلاب من عدة أبعاد وأهمها العملية التعليمية ودافعية الإنجاز لدى حديثي التخرج من الجنسين.

أولًا: الدراسات التي تطرقت لأثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الطلاب ودراستهم: أجرى الجهني (2017) دراسة بهدف البحث عن معرفة أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الطلاب في تنمية التحصيل الدراسي في مادة البحث ومصادر المعلومات للمرحلة الثانوية، وقد استخدم في هذه الدراسة المقابلة المتعمقة كأداة للبحث، وتكونت العينة من 300 طالب من طلاب المرحلة الثانوية في المدينة المنورة، وبينت نتائج البحث قوة تفاعل الطلاب مع المعلمين، وزيادة نسبة استجاباتهم من خلال المشاركة على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى تحقيق نسب عالية في نسبة التحصيل الدراسي في مادة البحث ومصادر المعلومات، واتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي قد حققت التحفيز على الإبداع، إذ كان تفاعل الطلاب على التفوق وتحقيق نسب أعلى

ودرجات أفضل مع المعلمين. وساعدت المدرسة على متابعة المستوى التعليمي للطلاب، مع ارتفاع نسبة إسهام مواقع التواصل في مساعدة المعلمين على ملاحظة نواحي التقصير لدى الطلاب في المواد الدراسية.

وعززت السبيعي (2017) هذه النتيجة البحثية في دراستها التي هدفت إلى معرفة أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تدريس العلوم على تنمية التحصيل الدراسي والتفكير الاستدلالي لدى عينة مكونة من 43 طالبة من طالبات المرحلة المتوسطة في مدينة مكة المكرمة، واتبعت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج التجريبي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها: أن وسائل التواصل الاجتماعي ذات أثر إيجابي في تنمية التحصيل الدراسي والتفكير الاستدلالي، ويتضح وجود علاقة إيجابية طردية بين التحصيل والتفكير الاستدلالي.

وأكّد هذه النتيجة الصوي (2021) في دراسته التي هدفت إلى قياس أثر وسائل التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لعينة من طلاب جامعة الحدود الشمالية في المملكة العربية السعودية، استخدم فيها المنهج الوصفي، ونتج عن هذه الدراسة عدة نتائج من أبرزها: أن شريحة واسعة من الطلاب يولون اهتمامًا كبيرًا لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي، والتواصل مع أعضاء هيئة التدريس، واقترحت هذه الدراسة زيادة تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي كأداة مهمة لزيادة معدل التحصيل الدراسي لطلاب الجامعة.

في حين أظهرت نتائج دراسة الجابري (2017) بأن مواقع التواصل الاجتماعي أثّرت بشكل سلبي على الأداء الأكاديمي لعيّنة من طلاب الطب في جامعة جازان، حيث تكونت عينة الدراسة من 205 طلاب و250 طالبة، وكان أيضًا من ضمن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أن المواقع الأكثر استخدامًا كان الفيسبوك، وأن ما نسبته 65.9% من الطلاب استخدموا الشبكات الاجتماعية لأكثر من ثلاث سنوات، وأن ما نسبته 58.5% منهم استخدموا هذه المواقع لمدة تتراوح من ساعتين إلى 4 ساعات، وقد أثّر كلٌ من عدد الساعات واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء المحاضرات على مستوى الدراسة، ومن نتائج هذه الدراسة: أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي وإيجابي على العلاقات الاجتماعية لدى عينة الدراسة.

وهدفت دراسة جمال (2018) إلى معرفة أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على دافعية التعلم واتخاذ القرار لدى طلبة المرحلة الثانوية في مدينة عمّان، وتكونت العينة من 612 طالبًا وطالبة، وأظهرت النتائج وجود فروق في مستوى دافعية التعلم تعزى لصالح الإناث، ووجود فروق في مستوى اتخاذ القرار تعزى لصالح الذكور. كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين عدد مرات الاستخدام لأقل من 5 ساعات، وكلٍ من دافعية التعلم واتخاذ القرار، ووجود علاقة سلبية بين عدد مرات الاستخدام لأكثر من 5 ساعات، وكلٍ من دافعية التعلم واتخاذ القرار، وأشارت النتائج أيضًا إلى وجود علاقة إيجابية بين عدد وسائل التواصل الاجتماعي من 1 إلى 2 وسيلة، وكلٍ من دافعية التعلم واتخاذ القرار، مع وجود علاقة سلبية بين عدد وسائل التواصل الاجتماعي لأكثر من 3 وسائل وكلٍ من دافعية التعلم واتخاذ القرار.

ولا شكّ أن تنمية التحصيل الدراسي وتطوير الأداء الأكاديمي وتحفيز دافعية التعلم لها الأثر الكبير على دافعية الإنجاز.

ثانيًا: الدراسات التي تجمع بين متغير وسائل التواصل الاجتماعي مع مجموعة من المتغيرات من ضمنها الدافعية للإنجاز: بداية في دراسة أبي هلال (2019) التي هدفت إلى التعرف إلى مستويات إدمان مواقع التواصل الاجتماعي ودافعية الإنجاز وعلاقتها بالتحصيل الدراسي، وإلى الكشف عن

العلاقة بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي ودافعية الإنجاز والتحصيل الدراسي، وأيضًا كشفت عن الفروق بين إدمان هذه المواقع في ضوء متغيرات الجنس والمعدل الدراسي والمستوى الاقتصادي، وإلى الكشف عن الفروق في دافعية الإنجاز التي تعزى للتحصيل الدراسي لدى طلبة المرحلة الأساسية العليا والصف الأول الثانوي، واستخدامًا للمنهج الوصفي الارتباطي لعينة الدراسة المكونة من 244 طالبًا وطالبة. ومن أهم نتائج هذه الدراسة: وجود علاقة ارتباطية سلبية بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي ودافعية الإنجاز، ووجود علاقة ارتباطية سلبية بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي. كما أظهرت الدراسة وجود فروق في إدمان مواقع التواصل الاجتماعي تعزى للمعدل الدراسي، وفي دافعية الإنجاز تعزى للمعدل الدراسي.

وفي دراسة لفخري (2023) هدفت إلى معرفة مدى ارتياد الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته باتجاهاتهم نحو الشائعات، وكانت الدراسة ميدانية لعينة مكونة من 400 فرد، واتبع الباحث المنهج الوصفي في هذه الدراسة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، أهمها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو الشائعات، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في معدل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفق متغير الجامعة، ومن ضمن النتائج: وجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو الشائعات.

في حين كشفت دراسة الرواس والحايس (2016) عن إسهام تطبيقات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات في المجتمع العمّاني، وتبين عدم وجود فروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالاعتقاد بالشائعة، وتتزايد درجة الاعتقاد في الشائعة كلما تقدم الإنسان في العمر، واتضّح بأن سكان العواصم الكبرى والمناطق الحدودية أكثر اعتقادًا بالشائعة مقارنة بسكان المحافظات الأخرى.

وتعتقد الباحثتان أن لانتشار الشائعات أثرًا سلبيًا على دافعية الإنجاز.

وهدفت دراسة الطيب وقاسمي (2023) إلى معرفة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والتوافق النفسي، التي طُبّقت على 100 طالب وطالبة من المرحلة الثانوية، واعتمادًا على المنهج الوصفي، ومن أهم نتائج تلك الدراسة: وجود تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على التوافق النفسي، وعدم وجود فروق دالة على أبعاد مقياس التواصل الاجتماعي بين الجنسين، وعدم وجود فروق على أبعاد مقياس التوافق النفسي ترجع لمتغير الجنس، وعدم وجود فروق على أبعاد مقياس التواصل الاجتماعي ترجع لمتغير السن.

وأكدت دراسة دريعات (2019) التي هدفت إلى الكشف عن درجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتوافق الزواجي والرضا عن الحياة لدى عينة مكونة من 300 معلم ومعلمة، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية بين مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتوافق الزواجي والرضا عن الحياة، وأشارت النتائج أيضًا إلى عدم وجود فروق في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس والمؤهل العلمي ومدة الزواج، وعدم وجود فروق في التوافق الزواجي والرضا عن الحياة تعزى لمتغير الجنس والمؤهل العلمي والعمر.

في حين كشفت دراسة عبد الرحيم (2021) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والشعور بالأمن النفسي لدى عينة من الطلاب بعدد 150 طالبًا، واعتمادًا

على المنهج الوصفي الارتباطي، وأيضًا من النتائج التي توصلت إليها الدراسة: ارتفاع مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة البحث، وانخفاض الشعور بالأمن النفسي لديهم، وتوجد فروق في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة تبعًا للنوع لصالح الإناث، وتوجد فروق في الشعور بالأمن النفسي لدى أفراد العينة تبعًا للنوع لصالح الإناث.

في حين كشفت دراسة كردي (2023) عن واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته ببعض المتغيرات لدى الأطفال من وجهة نظر أمهاتهم، إذ تكونت عينة البحث من أمهات 450 طفلًا من مرحلة الطفولة المبكرة والمتأخرة، واعتمادًا على المنهج الوصفي المقارن، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتسلية جاء أولًا، وللتفاعل الاجتماعي ثانيًا، والحصول على المعلومات ثالثًا، واستخدامها في الجانب الأكاديمي جاء آخرًا، كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائيًا في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تعزى للنوع الاجتماعي وللفئة العمرية ولصالح الفئة من عمر 10 إلى 12 سنة.

ومن وجهة نظر الباحثتين أن لهذه المشكلات الاجتماعية أثرًا بالغًا في دافعية الإنجاز.

ثالثًا: الدراسات التي تناولت متغير الدافعية للإنجاز: تطرقت دراسة عبد الرزاق (2023) لإدمان الإنترنت وعلاقته بكل من دافعية الإنجاز والتحصيل الدراسي لدى عينة بلغ عددها 105 طالبات من طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود بالرياض في ضوء جائحة كورونا، واستخدامًا للمنهج الوصفي الارتباطي، وتوصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، منها: وجود علاقة عكسية ضعيفة وغير دالة بين الدرجة الكلية لمقياس دافعية الإنجاز وإدمان الإنترنت، كما وجدت علاقة عكسية دالة بين البعد الثاني لمقياس الدافعية للإنجاز (المعرفة) والدرجة الكلية لمقياس إدمان الإنترنت، وعدم وجود علاقة دالة بين التحصيل الدراسي لعينة الدراسة وإدمان الإنترنت، وأن مستوى استخدام العينة للإنترنت مستوى متوسط، في حين كان مستوى دافعية الإنجاز لديهم مرتفعًا. كما أظهرت النتائج إمكانية التنبؤ بإدمان الإنترنت من خلال متغير بعد (المعرفة) كبعد من أبعاد متغير دافعية الإنجاز، وعدم إمكانية التنبؤ بإدمان الإنترنت من خلال التحصيل الدراسي.

في حين أظهرت نتائج دراسة الصائغ (2020) التي طبقت على عينة من 350 طالبًا من طلاب جامعة النجاح الوطنية في فلسطين بأن مستوى إدمان الإنترنت لدى العينة بلغ ما نسبته 44.61%، وهي ضمن المستوى الخفيف، في حين بلغت درجة الدافعية للإنجاز ما نسبته 93.33% وتشير إلى درجة مرتفعة، وكشفت النتائج عن وجود علاقة سلبية بين إدمان الإنترنت ودافعية الإنجاز، ولم تظهر نتائج الدراسة فروقًا في مستوى إدمان الإنترنت تبعًا لمتغيرات الدراسة كالجنس والتخصص.

كما هدفت دراسة الشامي وحسن (2013) إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي السعودي من الجنسين لشبكة الإنترنت وبين المسؤولية الاجتماعية والدافعية للإنجاز لديهم، فقد تكونت عينة الدراسة من 400 طالب وطالبة من جامعة الطائف. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: وجود علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الطلاب لشبكة الإنترنت وبين المسؤولية الاجتماعية والدافعية للإنجاز، ووجود فروق بين الجنسين في استخدام الإنترنت ككلٍ وأحد محوريه، وهو طريقة استخدام الإنترنت وذلك لصالح الإناث. ووجود فروق بين طلاب العينة في طريقة استخدام الإنترنت تبعًا لاختلاف المستوى التعليمي للأب. ووجود فروق بين طلاب العينة في

طريقة استخدام الإنترنت تبعًا للمستوى التعليمي للأم لصالح الطلاب والطالبات اللاتي تتمتع أمهاتهم بمستوى تعليمي منخفض. ووجود فروق بين طلاب العينة في الغرض من استخدام الإنترنت واستخدام الإنترنت ككلٍ تبعًا لاختلاف عمر الطالب لصالح الطلاب والطالبات الأكبر عمرًا. وأيضًا من النتائج: عدم وجود فروق بين طلاب عينة الدراسة ذوي التخصصين العلمي والأدبي في متوسط درجاتهم في استخدام شبكة الإنترنت ككل، وكذلك في محوريه سواء الغرض من استخدام الإنترنت أم طريقة استخدامه. وعدم وجود ارتباط بين استخدام طلاب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت والدرجة الكلية للمقياس، وبين كل من عمر الأب وعمر الأم، في حين وجد علاقة ارتباطية سالبة بين طريقة استخدام الإنترنت والدرجة الكلية للمقياس والدخل. ووجود فروق في كل من المسؤولية الاجتماعية والدافعية للإنجاز تبعًا لاختلاف فئات العمر للطالب لصالح الطلاب والطالبات الأكبر عمرًا. ووجود فروق بين أفراد العينة ذوي التخصص العلمي والأدبي في كل من المسؤولية الاجتماعية والدافعية للإنجاز لديهم، وذلك لصالح التخصص الأدبي.

وفي دراسة أجراها العنزي (2022) لتطوير نموذج مقترح لتوظيف مجموعة متنوعة من المنصات الرقمية في قالب تعليمي واحد لتعزيز دافعية التحفيز لدى طلاب التعليم العالي، استخدم المنهج شبه التجريبي لمقارنة مجموعتي البحث، المجموعة الأولى هي المجموعة التجريبية التي استخدمت النموذج المقترح للمنصات الرقمية، في حين استخدمت المجموعة الضابطة المنصة العادية التي تستخدم في جامعة جدة بالمملكة العربية السعودية أثناء حالات الطوارئ، وتكونت عينة البحث من 60 طالبًا وطالبة، وأظهرت النتائج تفضيل وفعالية النموذج المقترح لتوظيف المنصات في تنمية دافعية الإنجاز.

وفي دراسة لمرسي (2017) التي هدفت إلى معرفة أثر التفاعل بين نمط التشارك عبر محررات الويب التشاركية والأسلوب المعرفي على التحصيل، والدافعية للإنجاز لدى طلاب شعبة تكنولوجيا التعليم، أشارت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات طلاب مجموعات التشارك عبر محررات الويب التشاركية على كل من التحصيل والدافعية للإنجاز، كما أشارت النتائج أيضًا إلى تفوق طلاب المجموعات التجريبية التي استخدمت نمط التشارك مقارنة ببقية مجموعات البحث. ومن ضمن النتائج: أن عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات درجات طلاب المجموعات التجريبية الأربع في التحصيل الدراسي والدافعية للإنجاز، ترجع إلى التأثير الأساسي للتفاعل بين نمط التشارك المستخدم والأسلوب المعرفي المتبع، إذ يمكن تفسيرها في عدم وجود تفاعل بين نمط التشارك في البيئة التشاركية عبر المحررات إلى طبيعة عينة الدراسة كونها تعيش في مستوى ثقافي واجتماعي واحد.

منهج الدراسة:

استخدمت الباحثتان في بحثهما المنهج الوصفي الارتباطي في الدراسة الحالية لتحقيق أهداف الدراسة، للكشف عن العلاقة بين المتغيرات.

عينة الدراسة:

المجتمع الأصلي للدراسة هم حديثي التخرج في الجامعات الحكومية بمدينة جدة في المملكة العربية السعودية. تكونت عينة الدراسة من 162 من حديثي التخرج لمرحلة البكالوريوس من جامعة جدة وعددهم 73 وجامعة الملك عبد العزيز وعددهم 64 في مدينة جدة في المملكة العربية السعودية، و الذين تتراوح أعمارهم من 21 إلى 26 سنة من ذكور وعددهم 77 وإناث وعددهم 85 ، والذين

يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي خلال سنة 2024م 1446هـ.

أدوات الدراسة:

أولا/ مقياس مستوى استخدام وسائل التواصل

تم إعداد مقياس مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بهدف قياس مدى اعتماد الأفراد على هذه الوسائل في حياتهم اليومية، وتحديد أنماط الاستخدام المختلفة وتأثيرها على سلوكياتهم. ويتكون المقياس من 10 فقرات تغطي عدة جوانب تتعلق بالاستخدام اليومي، والتفاعل مع المحتوى، وتأثير وسائل التواصل على القرارات، ومدى الاعتماد عليها. وتم توزيع الفقرات بين مقاييس كمية (عدد ساعات الاستخدام، عدد مرات التحقق يوميًا) ومقاييس تعتمد على استجابات مقياس ليكرت الخماسي، والذي يتدرج من "لا أوافق إطلاقًا" إلى "أوافق بشدة" ، وللتأكد من الخصائص السيكومترية للمقياس، تم تصميم الفقرات بناءً على مراجعة الأدبيات السابقة المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على السلوك، كما تم الاستعانة بآراء مختصين في علم النفس والسلوك الاجتماعي لضمان شمولية المقياس ووضوح صياغة الفقرات. بعد ذلك، تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة صغيرة للتحقق من وضوح الفقرات ومدى مناسبتها لقياس المتغيرات المستهدفة. بناءً على الملاحظات الواردة، تم تعديل بعض الفقرات لضمان سهولة الفهم والدقة في التعبير عن المفاهيم المراد قياسها.

لإجراءات التحقق من الثبات تم حساب الاتساق الداخلي من خلال ارتباط الفقرة المصحح بالدرجة الكلية والثبات بطريقة كرونباخ ألفا وفق ما هو فق الجدول (1)، وللتحقق من صدق المقياس تم إجراء التحليل العاملي الاستكشافي كما يتضح في الجدول (2)

جدول (1) الاتساق الداخلي والثبات بطريقة كرونباخ ألفا لمقياس مستوى استخدام وسائل التواصل

الفقرة	ارتباط الفقرة المصحح بالدرجة الكلية
1	0.67
2	0.69
3	0.63
4	0.53
5	0.77
6	0.43
7	0.75
8	0.74
9	0.48
10	0.75
قيمة كرونباخ ألفا	0.89

يوضح الجدول (1) قيم ارتباط الفقرات المصحح بالدرجة الكلية، والتي تتراوح بين 0.43 و0.77، مما يشير إلى أن جميع الفقرات تتمتع بدرجة ارتباط مقبولة مع المقياس الكلي. وتُعد هذه القيم دلالة على أن الفقرات تقيس نفس المفهوم بشكل متناسق. علاوة على ذلك، بلغت قيمة كرونباخ ألفا للمقياس (0.89)، وهي قيمة مرتفعة تدل على مستوى عالٍ من الثبات والاتساق الداخلي، مما يعني أن المقياس يتمتع بخصائص جيدة لقياس مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (2) التحليل العاملي الاستكشافي لمقياس مستوى استخدام وسائل التواصل

الفقرة	تشبع الفقرة على العامل
5	0.83
7	0.81
10	0.81
8	0.79
2	0.76
1	0.74
3	0.71
4	0.63
9	0.57
6	0.53
الجذر الكامن	5.29
النسبة المفسرة	%52.90

يوضح الجدول (2) نتائج التحليل العاملي الاستكشافي لمقياس مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تشير القيم إلى تشبع

الفقرات على العامل الرئيسي. سجلت الفقرة 5أعلى قيمة تشبع **(0.83)**، تليها الفقرة 7 بقيمة **(0.81)**، مما يشير إلى أن هاتين الفقرتين تلعبان دورًا رئيسيًا في تفسير التباين في المقياس. كما أن جميع الفقرات سجلت قيم تشبع أعلى من **0.30**، مما يدل على أن كل الفقرات تتماشى مع العامل الأساسي المشترك.

بالإضافة إلى ذلك، بلغت قيمة **الجذر الكامن** للعامل الرئيسي **(5.29)**، وهي قيمة مرتفعة تعكس قوة العامل في تفسير التباين الكلي في البيانات. كما أن نسبة التباين المفسرة بلغت **52.90%**، مما يعني أن العامل الرئيسي يفسر أكثر من نصف التباين في استجابات المشاركين، وهو مؤشر جيد على صدق البناء العاملي للمقياس. بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن المقياس يتمتع بقدرة تفسيرية جيدة ويعتمد على عامل واضح ومترابط لقياس مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانيا/ مقياس الدافعية للإنجاز

تم إعداد مقياس دافعية الإنجاز لقياس مدى تحفيز الأفراد لتحقيق أهدافهم الشخصية والمهنية، وتحديد العوامل التي تؤثر على مستوى الدافعية لديهم. يتكون المقياس من 10 فقرات تغطي عدة جوانب مثل تحديد الأهداف، المثابرة، الرضا عن الإنجازات، وتطوير المهارات.

تم تصميم الفقرات بناءً على مراجعة الأدبيات العلمية حول دافعية الإنجاز، والاستفادة من آراء خبراء في علم النفس التربوي والسلوك التنظيمي لضمان شمولية ووضوح الفقرات. يتم تقييم الاستجابات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، الذي يتدرج من "لا أوافق إطلاقًا" إلى "أوافق بشدة"، بهدف قياس مدى اتفاق المشاركين مع العبارات المطروحة. وللتحقق من الخصائص السيكومترية للمقياس، أجريت دراسة استطلاعية على عينة صغيرة لضمان وضوح الفقرات وملاءمتها لقياس المفاهيم المستهدفة. كما تم حساب الثبات باستخدام معامل كرونباخ ألفا وتحليل الاتساق الداخلي من خلال ارتباط الفقرة المصحح بالدرجة الكلية وفق الجدول (3). بالإضافة إلى ذلك، تم التحقق من صدق البناء عبر إجراء التحليل العاملي الاستكشافي، كما هو موضح في الجدول (4).

جدول (3) الاتساق الداخلي والثبات بطريقة كرونباخ ألفا لمقياس الدافعية للانجاز

الفقرة	ارتباط الفقرة المصحح بالدرجة الكلية
1	0.48
2	0.73
3	0.45
4	0.67
5	0.53
6	0.73
7	0.69
8	0.69
9	0.40
10	0.39
قيمة كرونباخ ألفا	0.85

جدول (4) التحليل العاملي الاستكشافي لمقياس الدافعية للانجاز

الفقرة	ارتباط الفقرة المصحح بالدرجة الكلية
6	0.82
2	0.79
7	0.78
4	0.74
8	0.74
5	0.65
1	0.60
3	0.58
10	0.51
9	0.47
الجذر الكامن	4.68
النسبة المفسرة	%46.84

ثالثا/ مقياس مستوى التفاعل مع المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي: تم إعداد مقياس مستوى التفاعل مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي بهدف قياس مدى تفاعل الأفراد مع المحتوى الذي يقدمه المؤثرون، ومدى تأثيرهم على السلوكيات الشخصية واتخاذ القرارات. يتكون المقياس من 10 فقرات تغطي أنماط التفاعل المختلفة، مثل الإعجاب بالمحتوى، التعليق، المشاركة، الاعتماد على توصيات المؤثرين، والشعور

بالانتماء لمجتمعاتهم الرقمية. وجاء تصميم الفقرات بناءً على مراجعة الأدبيات السابقة المتعلقة بالتفاعل مع المؤثرين الرقميين، وتمت الاستعانة بآراء مختصين في علم النفس والإعلام الرقمي لضمان دقة القياس ووضوح العبارات. وتتنوع الفقرات بين مقاييس كمية (مثل عدد مرات التفاعل) واستجابات مقياس ليكرت الخماسي، الذي يتدرج من "لا أوافق إطلاقًا" إلى "أوافق بشدة"، أو من "نادرًا جدًا" إلى "دائمًا"، وفقًا لطبيعة الفقرة. وتم التحقق من الخصائص السيكومترية للمقياس عبر دراسة استطلاعية على عينة صغيرة لقياس وضوح الفقرات. كما تم حساب معامل الثبات باستخدام كرونباخ ألفا وتحليل الاتساق الداخلي من خلال ارتباط الفقرة المصحح بالدرجة الكلية وفق الجدول(5). ولضمان صدق البناء، تم إجراء التحليل العاملي الاستكشافي كما هو موضح في الجدول (6)

جدول (5) الاتساق الداخلي والثبات بطريقة كرونباخ ألفا لمقياس مستوى التفاعل مع المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي

الفقرة	ارتباط الفقرة المصحح بالدرجة الكلية
1	0.71
2	0.71
3	0.74
4	0.60
5	0.77
6	0.74
7	0.82
8	0.71
9	0.62
10	0.72
قيمة كرونباخ ألفا	0.92

جدول (6) التحليل العاملي الاستكشافي لمقياس مستوى التفاعل مع المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي

الفقرة	ارتباط الفقرة المصحح بالدرجة الكلية
7	0.85
5	0.81
3	0.81
6	0.79
2	0.78
10	0.78
1	0.76
8	0.76
9	0.70
4	0.69
الجذر الكامن	6.07
النسبة المفسرة	%60.72

نتائج الدراسة:

النتائج المتعلقة بالسؤال الاول والذي ينص على: (هل توجد علاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودافعية الإنجاز لدى خريجي مرحلة البكالوريوس في الفئة العمرية من 21 إلى 26 سنة؟)

أظهرت نتائج تحليل الارتباط بيرسون إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة بين مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودافعية الإنجاز لدى خريجي مرحلة البكالوريوس في الفئة العمرية من 21 إلى 26 سنة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.178) عند مستوى دلالة 0.024 ، وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05، فإن هذه العلاقة تعد دالة إحصائيًا، مما يعني أن مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد تكون مرتبطة بدافعية الإنجاز بشكل طفيف. ونظرًا لأن معامل الارتباط ضعيف، فلا يمكن الجزم بأن العلاقة قوية أو سببية، مما يستدعي المزيد من البحث للتحقق من العوامل الأخرى التي قد تؤثر على دافعية الإنجاز لدى هذه الفئة العمرية.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني والذي ينص على: هل توجد فروق في دافعية الإنجازبين خريجي مرحلة البكالوريوس الذين تتراوح أعمارهم بين 21 و26 سنة بناءً على ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

للإجابة على هذا السؤال تم إجراء تحليل التباين الأحادي (ANOVA) والاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) لمقارنة الفروق في دافعية الإنجاز بين خريجي مرحلة البكالوريوس وفقًا لساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

جدول (7) المتوسط والانحراف المعياري لمستويات دافعية الإنجاز بناء على ساعات استخدام وسائل التواصل

ساعات استخدام وسائل التواصل	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري
قل من ثلاث ساعات	36	36.78	4.63
ثلاث ساعات إلى أقل من ست ساعات	83	39.80	4.23
كثر من ست ساعات	38	40.82	6.92
الكل	157	39.35	5.26

يُظهر الجدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لدافعية الإنجاز لدى خريجي مرحلة البكالوريوس وفقًا لمعدل استخدامهم اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي. نلاحظ أن الأفراد الذين يستخدمون وسائل التواصل لأكثر من ست ساعات يوميًا لديهم أعلى متوسط في دافعية الإنجاز (40.82)، يليهم الأفراد الذين يستخدمونها بين ثلاث إلى أقل من ست ساعات (39.80)، بينما كان أقل متوسط لدى الأفراد الذين يستخدمونها لأقل من ثلاث ساعات يوميًا (36.78). يشير هذا إلى وجود اتجاه عام يشير إلى أن زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد تكون مرتبطة بارتفاع دافعية الإنجاز. وبناء على ذلك تم إجراء تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للفروق في دافعية الإنجاز وفقًا لساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كما هو في الجدول (8):

جدول (8) التباين الأحادي (ANOVA) للفروق في دافعية الإنجاز وفقًا لساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
التباين بين المجموعات	336.282	2	168.14	6.481	.002
تباين داخل المجموعات	3995.45	154	25.94		
تباين الكلي	4331.73	156			

يُبيّن الجدول تحليل التباين الأحادي لقياس الفروق في دافعية الإنجاز بين المجموعات المختلفة وفقًا لساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. أظهرت النتائج أن هناك فروقًا دالة إحصائيًا بين المجموعات $F=6.481, p=.002$ $F = 6.481, p = .002$، مما يشير إلى أن معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل ملحوظ على دافعية الإنجاز. وعليه تم إجراء الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) لمقارنة الفروق في دافعية الإنجاز بين خريجي مرحلة البكالوريوس وفقًا لساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وفق ما هو فق الجدول (9):

جدول (9) الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) لمقارنة الفروق في دافعية الإنجاز بين خريجي مرحلة البكالوريوس وفقًا لساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

ساعات استخدام وسائل التواصل		الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى الدلالة
ل من ثلاث ساعات	ن ثلاث ساعات إلى أقل من ست ساعات	-3.01*	1.01	.014
ل من ثلاث ساعات	أكثر من ست ساعات	-4.03*	1.18	.004
ن ثلاث ساعات إلى أقل من ست ساعات	أكثر من ست ساعات	-1.02061	.9976	.594

يوضح الجدول (9) المقارنات البعدية بين المتوسطات لكل مجموعة. أظهرت النتائج أن هناك فرقًا دالًا

إحصائيًا بين مجموعة "أقل من ثلاث ساعات" والمجموعتين الأخريين، حيث كانت دافعية الإنجاز لدى هذه المجموعة أقل بشكل ملحوظ مقارنةً بالمجموعتين اللتين تزيد ساعات استخدامهما عن ثلاث ساعات يوميًا. ومع ذلك، لم يكن هناك فرق دال إحصائيًا بين مجموعتي "من ثلاث إلى أقل من ست ساعات" و"أكثر من ست ساعات"، مما يشير إلى أن الزيادة الكبيرة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لا ترتبط بزيادة إضافية كبيرة في دافعية الإنجاز بعد تجاوز حد معين من الاستخدام.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث والذي ينص على (هل توجد علاقة بين مستوى تفاعل خريجي مرحلة البكالوريوس مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وبين مستوى دافعية الإنجاز لديهم؟)

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائيًا بين مستوى تفاعل خريجي مرحلة البكالوريوس مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى دافعية الإنجاز لديهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.334) عند مستوى دلالة (0.000). وتشير هذه النتيجة إلى أنه كلما زاد تفاعل الأفراد مع المؤثرين، ارتفع مستوى دافعيتهم للإنجاز. ومع ذلك، فإن قيمة معامل الارتباط تعكس علاقة متوسطة القوة، مما يشير إلى احتمالية وجود عوامل أخرى قد تؤثر على دافعية الإنجاز بجانب التفاعل مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي.

مناقشة النتائج وتفسيرها

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة بين مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودافعية الإنجاز لدى خريجي مرحلة البكالوريوس في الفئة العمرية من 21 إلى 26 سنة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.178) عند مستوى دلالة (0.024). وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05، فإن هذه العلاقة تعد دالة إحصائيًا، مما يشير إلى أن مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد يكون مرتبطًا بدافعية الإنجاز، ولكن بشكل طفيف. ويمكن تفسير ذلك بأن وسائل التواصل الاجتماعي توفر منصات لمشاركة النجاحات والتجارب التحفيزية التي قد تساهم في تعزيز الدافعية، إلا أن هذه العلاقة ليست قوية بما يكفي للقول إن استخدام هذه الوسائل يؤدي بشكل مباشر إلى رفع مستوى الإنجاز. علاوة على ذلك، قد يكون هذا التأثير محدودًا نظرًا لوجود عوامل أخرى تلعب دورًا في تشكيل الدافعية، مثل البيئة التعليمية والدعم الأسري والتطلعات الشخصية.

وفيما يتعلق بالفروق في دافعية الإنجاز بناءً على معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، أظهرت نتائج تحليل التباين الأحادي وجود فروق دالة إحصائيًا ، حيث سجل الأفراد الذين يستخدمون وسائل التواصل لأكثر من ست ساعات يوميًا أعلى متوسط لدافعية الإنجاز، يليهم الأفراد الذين يستخدمونها بين ثلاث إلى أقل من ست ساعات، بينما كان أدنى مستوى للدافعية لدى الأفراد الذين يستخدمونها لأقل من ثلاث ساعات يوميًا. يشير ذلك إلى أن الاستخدام المعتدل أو العالي قد يرتبط بزيادة في دافعية الإنجاز، ربما بسبب التعرض لمحتوى محفز أو تفاعلي يعزز الطموح. ومع ذلك، لم تكن هناك فروق دالة بين المجموعتين الأكثر استخدامًا، مما يعني أن تجاوز حد معين من الاستخدام لا يؤدي بالضرورة إلى زيادة إضافية في الدافعية. ويمكن تفسير ذلك بأن الاستخدام المفرط قد يكون له آثار سلبية مثل التشتت أو الانشغال بالمحتوى الترفيهي غير المنتج، مما قد يحد من الفوائد المحتملة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الدافعية.

بالإضافة إلى ذلك، أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية متوسطة بين مستوى تفاعل الأفراد مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى دافعية الإنجاز لديهم، مما

يشير إلى أن التفاعل مع المؤثرين قد يكون له تأثير أقوى نسبيًا على تحفيز الأفراد مقارنةً بعدد ساعات الاستخدام وحدها. وفي هذا السياق، يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية التعلم الاجتماعي، حيث أن الأفراد يكتسبون الحافز من خلال مشاهدة نماذج ناجحة والتفاعل مع محتوى يعزز الطموح المهني والشخصي. على الرغم من ذلك، فإن هذه العلاقة قد تعتمد بشكل كبير على نوعية المحتوى الذي يقدمه المؤثرون، حيث أن متابعة مؤثرين يقدمون محتوى تعليمي وتحفيزي قد يكون له تأثير إيجابي، بينما قد يؤدي التفاعل مع محتوى غير هادف إلى تقليل هذا التأثير.

ومن الجدير بالذكر أن دور الأسرة في هذه العلاقة لا يمكن تجاهله، حيث تلعب الأسرة دورًا مهمًا في تشكيل أنماط الاستخدام الرقمي للأبناء وتوجيههم نحو الاستخدام الفعّال لوسائل التواصل الاجتماعي. فالأسر التي تعزز التوازن بين العالم الرقمي والواقعي، وتشجع على متابعة محتوى مفيد، قد تساهم في زيادة دافعية الإنجاز من خلال توفير بيئة داعمة ومحفزة. بالمقارنة مع ذلك، فإن غياب التوجيه الأسري قد يؤدي إلى استهلاك غير منظم للمحتوى، مما قد يؤثر سلبًا على مستوى التركيز والطموح لدى الأفراد.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد يكون له دور دافعية الإنجاز، ولكن مدى هذا الدور يعتمد على عوامل متعددة، مثل معدل الاستخدام، ونوعية المحتوى، ومستوى التفاعل مع المؤثرين. وبالتالي، فإن تحقيق الاستفادة القصوى من هذه الوسائل يتطلب تحقيق توازن بين الاستخدام الرقمي والأنشطة الواقعية، إلى جانب توعية الأفراد بأهمية اختيار المحتوى الذي يدعم تطلعاتهم وأهدافهم المستقبلية.

يتضح مما سبق أن هناك حاجة إلى مزيد من الدراسات التي تستكشف تأثير نوعية المحتوى وليس فقط عدد ساعات الاستخدام، لفهم العلاقة بشكل أكثر دقة. كما يمكن أن تكون هناك حاجة إلى توعية الأفراد بأهمية تحقيق التوازن بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والسعي نحو تحقيق الإنجازات الأكاديمية والمهنية، مما يسهم في تعزيز دافعية الإنجاز والاستفادة من الفرص التي توفرها هذه الوسائل بطريقة فعالة وإيجابية.

التوصيات:

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة الحالية يمكن التوصية بما يأتي:

1) تعزيز الوعي: يوصى بتعزيز الوعي في المجتمع حول آثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الدافعية للإنجاز، ويمكن ذلك من خلال حملات توعوية وتثقيفية حول الاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي وزيادة الدافعية للإنجاز عن طريقها.
2) التوجيه الأسري والتعليمي: تشجيع الأسر والجامعات على توجيه الشباب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة موجهة ومسؤولة عن طريق برامج إرشادية أسرية وتعليمية.
3) دعم الصحة النفسية: توفير الدعم النفسي للأفراد الذين يعانون من الاستخدام المفرط وغير الصحي لوسائل التواصل الاجتماعي عبر الخدمات الاستشارية.
4) البحث والتطوير: يوصى بزيادة البحث وإجراء دراسات في مجال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الدافعية للإنجاز على عينة مختلفة لتحقيق التوازن بين الاستخدام الصحيح وتحقيق الأهداف.

5) توفير الدعم العلمي للمؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي لصناعة وتقديم محتوى هادف يُساعد حديثي التخرج من رفع وتوجيه دافعيتهم للإنجاز بشكل صحي وفعال.

❋❋❋❋

المراجع العربية:

أبو هلال، ياسمين حسن. (2019). مستوى إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتحصيل الدراسي ودافعية الإنجاز لدى طلبة المدارس الحكومية في مدينة نابلس. مجلة العلوم التربوية والنفسية، المركز القومي للبحوث، فلسطين، مج،3 ع،22.

الجابري، علي محمد علي الجابري، الجعفري، أحمد علي أحمد، سلاوي، محمد عبدالله محمد، مجرابي، فهد هبده طاهر، حزازي، ناجي محمد أحمد، الخورمي، أحمد هادي، دغريري، محمد علي موسى، الفقيه، عبدالعزيز محمد عبدالله، الهروبي، محمد أحمد محمد، والقحطاني، سعود عبدالعزيز موسى. (2017). أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والتحصيل الدراسي لدى طلاب الطب. *المجلة المصرية لطب المستشفيات، مصر*، مج،69 ع،7 ،2910-2917.

جمال، ميسون. (2019) أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دافعية التعلم واتخاذ القرار لدى طلبة الثانوية في مدينة عمان. *بحث بمجلة جامعة النجاح للأبحاث، فلسطين*، مج33، ع6.

الجهني، خالد عبدالله الميلبي. (2017). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الطلاب في تنمية التحصيل الدراسي في مادة البحث ومصادر المعلومات للمرحلة الثانوية، *مجلة العلوم التربوية والنفسية، المركز القومي للبحوث، فلسطين*، مج،1 ع،4.

حسين، محي الدين احمد (1988) *دراسات في الدافعية والدوافع*. القاهرة، دار المعارف.

خليفة، خضرة محمود ثابت. (2018). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها باضطرابات النوم لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية. *مجلة الارشاد النفسي بكلية التربية-جامعة المنيا، مصر*، مج،4 ع،6.

خليفة، عبد اللطيف محمد (2006). *مقياس الدافعية للإنجاز*. دار غريب للطباعة والتوزيع، القاهرة.

دريعات، محمود سليمان محمود، والشواشرة، عمر مصطفى، (2019). *درجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق الزواجي والرضا عن الحياة لدى المعلمين المتزوجين في الشونة الجنوبية / الأردن* [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الأردنية، عمان.

راضي، زاهر. (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، *مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، الأردن*. ع،15.

الرواس، أنور محمد، والحايس، عبدالوهاب جودة. (2016). وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بانتشار الشائعات في المجتمع العماني: دراسة استطلاعية للأنماط وعوامل الانتشار. *حوليات آداب عين شمس، مصر*. مج،44 (يناير-مارس2016).

السبيعي، منى حميد. (2017). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تدريس العلوم في تنمية التحصيل الدراسي والتفكير الاستدلالي لدى تلميذات الصف الأول المتوسطة بمدينة مكة المكرمة. *مجلة العلوم التربوية والنفسية، المركز القومي للبحوث، فلسطين*، مج،12 ع،3.

السعدني، محمد عبد الرحمن حسين، هشام بركات. (2012). فاعلية استخدام الشبكات الاجتماعية في تحقيق التنمية المهنية المستدامة، دراسة حالة على معلمي الرياض ببعض المدارس الابتدائية، *مجلة جامعة طيبة للعلوم التربوية، المدينة المنورة*، عدد خاص ببحوث التعليم المستمر وتحديثات مجتمع المعرفة، 63-92.

الشامي، منال مرسي الدسوقي، وحسن، لمياء محمد الامبابي. (2013). استخدام الإنترنت وعلاقته بالمسئولية الاجتماعية والدافعية للإنجاز لدى الشباب الجامعي السعودي. *مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة*، مصر، ع،32.

الشهري، حنان بنت شعشوع. (2014). *أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيس بوك وتويتر نموذجا*. [رسالة ماجستير غير منشورة] قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية.

صايغ، أشرف، حسين، نيفين، ودانا، بدير. (2021). إدمان الإنترنت وعلاقته بدافعية الإنجاز لدى الطلبة الجامعيين. **مجلة الاضطرابات المتزامنة، كندا**، مج،3 ع،2.

الصوي، ياسر محمد، والمدني، فراس محمد. (2021) دور وسائل التواصل الاجتماعي في التحصيل الأكاديمي لدى طلاب جامعة الحدود الشمالية، **مجلة أمازونيا، الولايات المتحدة الأمريكية، روتشيستر**، مج،10 ع،38.

الطيب، جيهان رشا، و قاسمي، لطيفة. (2023). *تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التوافق النفسي لدى تلاميذ الثانوي دراسة وصفية بثانويتي خالد بن الوليد ادرار وتفريح محمود اولف*.

[رسالةماجستير غير منشورة]- جامعة احمد درايعية أدرار.

عبدالرحيم، فاطمة عبدالقادر عبدالقادر، وفضل السيد، عثمان فضل السيد أحمد. (2021). *استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالأمن النفسي لدى طلاب كلية الآداب جامعة النيلين* [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة النيلين، الخرطوم.

عبدالرزاق، وفاء محمود، و الحربي، فاطمة علي. (2023). إدمان الإنترنت وعلاقته بكل من دافعية الإنجاز والتحصيل الدراسي لدى طالبات كلية التربية جامعة الملك سعود بالرياض في ضوء جائحة كورونا. *المجلة السعودية للعلوم النفسية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، الرياض*، ع،9.

عبدالمقصود، راندا أنور مصطفى. (2023). رأس المال البشري ودافعية الإنجاز دراسة ميدانية مقارنة. *مجلة كلية الآداب -جامعة بني سويف، مصر*، ع،66(يناير-مارس2023).

علي، ابتسام رايس. (2016). نظرية "الاستخدامات والإشباعات" وتطبيقاتها على الإعلام الجديد: مدخل نظري. *مجلة دراسات وأبحاث، جامعة زيان عشور الجلفة، الجزائر*، ع،25.

العنزي، نايف سعود عبدالله، و الحلفاوي، وليد سليم. (2022) نموذج مقترح لتوظيف المنصات الرقمية في تنمية دافعية الإنجاز لدى طلاب التعليم العالي اثناء حالات الطوارئ. *مجلة علم النفس المدرسي الإيجابي، ماليزيا، سيلانقور* مج،6 ع،9.

فخري، عاصم محمد، عبد الفتاح، ناصر محمود، وعلي، زينهم حسن. (2023). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو الشائعات. *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، مصر، جامعة المنيا*، مج،9،ع45.

فورة، تهاني زياد. (2012) *فاعلية اثراء مدخل تكنولوجيا التعليم باستخدام شبكة الفيسبوك الاجتماعية في تنمية مهارات الحاسوب والإنترنت لدى طالبات الجامعة الإسلامية بغزة*، [رسالة ماجستير غير منشورة] كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة.

كردي، ساندي بنت فاروق إبراهيم. (2023). واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته ببعض المتغيرات لدى الأطفال بالمدينة المنورة من وجهة نظرا أمهاتهم. *مجلة التربية، مصر، جامعة الأزهر، كلية التربية*، ع,199 ج1.

مرسي، أشرف أحمد عبداللطيف (2017). أثر التفاعل بين نمط التشارك عبر محررات الويب التشاركية والأسلوب المعرفي على التحصيل والدافعية للإنجاز لدى طلاب شعبة تكنلوجيا التعليم. مصر، جامعة الأزهر، *مجلة كلية التربية*، ع،172،ج1.

نور الهدى، عبادة (2016) شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية: الفرص والتحديات، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة*، ع،26 ،287-294.

يونس، بسمه حسين عيد. (2016). *إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة*. [رسالة ماجستير غير منشورة] كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة.

المراجع الأجنبية:

Krol, K. & Zdonek, D. (2021). Most Often Motivated by Social Media: The Who, the What, and the How Much—Experience from Poland. *Sustainability Journal.* 13(20):11193

Braghieri, Luca, Ro'ee Levy, and Alexey Makarin. (2022). Social Media and Mental Health. *American Economic Review*, 112 (11): 3660–93.