

The impact of the use of smartphones on the individual identity of students of Imam Abdul Rahman bin Faisal University in the Kingdom of Saudi Arabia: An analytical study

Samia Boubaker Ghazouani

College of Arts || Imam Abdulrahman Bin Faisal University || KSA

Abstract: The research aims to know the uses of university students for smartphones and the achieved gratifications and the impact of its uses on the individual identity. The descriptive approach was used to achieve the goal of the research and the questionnaire tool to collect data through distributing it to a sample (200 students) at Imam Abdul Rahman bin Faisal University in the Kingdom of Saudi Arabia. The results of the research showed that 60% of the sample use the smartphone at a rate of three hours and more daily on a regular basis. The university accounts and friends top the list of accounts that you do not follow, and most of the accounts are in Arabic and mainly Saudi. The research revealed that 87% of female students use the real identity in the virtual world and 12.5% use a pseudonym. Recreational sites attract female students first 78%, followed by scientific sites 53%, then news sites 41%, religious sites 24% in addition to shopping sites and literary and cultural sites. In the ranking of social media, WhatsApp ranked first, followed by Twitter, Snapchat, Instagram and finally YouTube. The research also revealed the awareness of female students of the excessive use that sometimes leads to digital addiction and its physical, psychological and intellectual risks. That is why we recommend media campaigns, awareness-raising workshops and seminars to rationalize the use of smartphones in universities and educational institutions in general.

Keywords: Uses and Gratifications- Smartphones- Individual Identity – Effects – Real and Virtual- Social media.

أثر استخدام الهواتف الذكية على الهوية الفردية لدى طالبات جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل بالمملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية

سامية بوبكر غزواني

كلية الآداب || جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل || المملكة العربية السعودية

المخلص: هَدَفَ البحثُ إلى معرفة استخدامات طالبات الجامعة للهواتف الذكية والإشباعات المتحققة وتأثير استخداماته على الهوية الفردية وقد استخدم المنهج الوصفي لتحقيق هدف البحث وتمثلت الأداة في استبانة تم توزيعها على عينة من (200) طالبة بجامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل بالمملكة العربية السعودية. وبينت نتائج البحث أن 60% من العينة يستخدمن الهاتف الذكي بمعدل ثلاث ساعات وأكثر يوميا بصفة منتظمة وتتصدر حسابات الجامعة والصديقات قائمة الحسابات التي يتابعنها وجل الحسابات باللغة العربية وأساسا سعودية. وكشف البحث أن 87% من الطالبات يستخدمن الهوية الحقيقية في العالم الافتراضي و12.5% اسما مستعارا. وتجذب المواقع الترفيهية وتستهوي الطالبات أولا 78% تلتها المواقع العلمية 53% ثم المواقع الإخبارية 41% والمواقع الدينية 24%. وفي ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي احتل الواتس اب الصدارة يليه تويتر ثم سناب شات وبعده انستجرام وأخيرا يوتيوب. كما كشف البحث وعي الطالبات بالاستخدام المفرط الذي يصل أحيانا إلى الإدمان الرقمي ومخاطره الجسدية والنفسية والفكرية. لهذا نوصي بحملات إعلامية وندوات وورش توعوية بهدف ترشيد استخدام الهواتف الذكية في الجامعات وفي المؤسسات التعليمية عامة.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات والإشباعات- الهواتف الذكية- الهوية الفردية - تأثيرات- الواقعي والافتراضي- مواقع التواصل الاجتماعي.

مقدمة

تشير التقارير والإحصائيات حول انتشار تكنولوجيات الاتصال في الدول العربية وخاصة دول الخليج إلى أن هذه الأخيرة تحتل المراتب الأولى من حيث عدد المبيعات والمشتريات والاستخدامات المتعددة والمتنوعة للأجهزة على رأسها الهواتف الذكية. ففي آخر تقرير حول وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، بلغ عدد مستخدمي الانترنت (30.26) مليون نسمة (من إجمالي 33 مليون نسمة عدد السكان) و(68%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية التي بلغ عدد مشتركها (43.80) مليون. ويُعتبر اليوتيوب (73%) والواتساب (72%) أكثر المنصات استخداما. وتقضي الفئة العمرية (18- 24) سنة أي الشباب (40%) على هذه المنصات معدل ساعتين وخمسين دقيقة يوميا في عالم افتراضي يمزج بين الحقيقة والخيال، والواقعي والافتراضي. (سوشال السعودية. تقرير وسائل التواصل الاجتماعي لعام 2019).

وطرحت العديد من الدراسات مواضيع متصلة بتطور تقنيات ووسائل الاتصال وتأثيراتها على الأفراد والمجتمعات لكن قليلة ونادرة، الدراسات والأبحاث الأكاديمية والعلمية التي تتطرق لتأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الفردية والتمثيل الذاتي للشباب العربي. وهو ما يطرح موضوعا أنيا يرتبط ارتباطا وثيقا بانتشار واستخدام أجهزة التواصل الذكية والمتطورة، يندرج تحت سوسيولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي، وهو موضوع الهوية الفردية والهوية الرقمية أو الافتراضية. وتتنوع تسميات الهوية الرقمية أو الافتراضية أو الوجود الرقمي كما يسميها البعض وتتعدد معها التعريفات، بتعدد الاختصاصات والعلوم والمجالات التي تتطرق لها: القانون، علوم الاتصال والإعلام، علم الاجتماع، السيميائية، المعلوماتية وهو ما يبين ويؤكد تعقد وتشعب المفهوم - الظاهرة، مثلما أشار لذلك الباحث والعالم الفرنسي "سيرتو". يطرح إذن المفهوم أسئلة على مستوى الفرد والذات، والعام والخاص والحدود الضبابية بينهما.

1- مشكلة البحث وتساؤلاته:

من خلال المعاشة اليومية للطالبات داخل الجامعة لاحظنا أن الهواتف الذكية لا تفارقهن إلا أوقات المحاضرات، يتصفحن ويتابعن ويتفاعلن في العالم الافتراضي. ومن هنا جاء اهتمامنا بدراسة هذه الظاهرة المتفشية في كل الجامعات دون استثناء، فأردنا معرفة الأسباب والمسببات والإشباعات المتحققة من استخدامات الهواتف الذكية ومدى تأثيرها على الهوية الفردية من خلال طرح الإشكالية البحثية التالية:

ما الإشباعات التي تسعى الطالبات السعوديات لتحقيقها من خلال استخدامهن للهواتف الذكية وما انعكاسات هذه الاستخدامات على هويتهن الفردية؟

ومن هذا التساؤل الرئيسي تتفرع التساؤلات الآتية:

1. ما الحاجات والإشباعات التي تلبها استخدامات الهواتف الذكية لدى الطالبات السعوديات؟
2. هل هناك اختلافات بين حاجات وإشباعات الطالبات السعوديات والطالبات في المجتمعات الأخرى؟
3. هل هناك تناقض بين الهوية الحقيقية للطالبات السعوديات والهوية الافتراضية؟
4. هل تعي الطالبات السعوديات بمخاطر استخدامات الهواتف الذكية؟

2- أهداف البحث:

1. التعرف على أسباب ودوافع استخدامات الطالبات للهواتف الذكية.
2. التعرف على الإشباعات التي تحققها استخدامات الهواتف الذكية.
3. التعرف على تأثيرات استخدامات الهواتف الذكية على الهوية الفردية والجماعية للطالبات.
4. التعرف على وعي الطالبات بإيجابيات وسلبيات استخدامات الهواتف الذكية.

3- أهمية البحث

1. قلة وندرة الأبحاث والدراسات حول سوسيولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عامة والعلاقة بين الهوية الفردية والهوية الافتراضية خاصة.
2. تركيز الأبحاث والدراسات التي تطرح موضوع تكنولوجيات الاتصال والإعلام والظواهر المتصلة بها على الاستخدامات والاستعمالات وعلى الجانب التقني والكمي أكثر من الاهتمام بتأثيراتها الفردية والاجتماعية.
3. محاولة المساهمة في إرساء تقليد بحثي في علوم الاتصال والإعلام في العالم العربي يطرح إشكاليات الهوية الرقمية- الافتراضية خاصة على المستوى الفردي والجماعي.

4- مفهوم الهوية

نتطرق هنا إلى مفهوم الهوية وكيفية تكوينها وارتباطها بالذات وبالمجتمع ونبدأ بتعريف الهوية من منظور اجتماعي نفسي والذي يقدمها بأنها الهوية الأساسية أو الأصلية التي تُقرب وجود هوية خاصة بكل مجموعة في المجتمع والهوية الشخصية أو الفردية انعكاس لهوية المجموعة التي ينتمي إليها. وبينت أعمال ودراسات العالم "أبرام كاردينر" Abram Kardiner كيف أن المؤسسات الابتدائية أين ينشأ الفرد في بداية حياته ومن بينها الأسرة تكون شخصيته وترسم سماته النفسية وكل فرد يجسد الشخصية الأساسية للمجتمع الذي يعيش فيه وتلعب الشخصية الأساسية دورا حاسما في المعتقدات والسلوكيات التي يعتمدها الفاعلين الاجتماعيين. ثم يقول الأنثروبولوجي أن هوية الجماعة تفرض على جميع أعضائها، من خلال الشخصية الأساسية. ولذلك فإن هوية الشخص هي "انعكاس" لهوية الجماعة التي ينتمي إليها. (Kaufmann, 2004).

تعرض مفهوم الهوية الأساسية أو الأصلية للانتقادات كثيرة حيث أنه لا يراعي تعقيد العلاقات الاجتماعية في المجتمعات الحديثة فالجهات الفاعلة الاجتماعية هي موضع عدد من التأثيرات نتيجة التداخل الاجتماعي. لذلك فإن فكرة أن عامل واحد يحدد تماما، أو بشكل رئيسي، هوية الشخص تبدو غير منطقية. وبين علماء الاجتماع أن ديناميكية المجتمعات المعاصرة تؤثر في الهويات الراسخة ويمكن أن تدخلها في أزمة. من هنا برز مفهوم الهوية المتعددة وتضم نفس مكونات الهوية الأساسية بالإضافة إلى أن كل فرد ينتمي إلى عدة فئات اجتماعية، كل منها يمنح له هوية. أي كل فرد لديه العديد من الهويات. وحسب أحد المدافعين عن الهوية المتعددة الباحث "ألان كايي" Alain Caillé كل مكون اجتماعي لديه على الأقل ثلاثة "مجالات الانتماء". يتألف المجال الأول من "شبكات المؤانسة الأولية"، التي تجمع الأسرة أو الشركة أو المؤسسة التي يعمل فيها. ويحتوي المجال الثاني على جميع الطوائف الدينية أو العرقية أو السياسية. أما المجال الثالث فهو "الإنسانية جمعاء". ويتوافق مع كل مجال من مجالات الانتماء المذكورة سابقا هوية محددة، الأمر الذي يجعل المكونات الاجتماعية متعددة الهوية. (Keucheyan, 2002).

ويعتبر تعريف (P.TAPE) من أشمل التعريفات حيث عرف الهوية "مجموعة المميزات الجسمية والنفسية والمعنوية والقضائية والاجتماعية والثقافية التي يستطيع الفرد من خلالها أن يعرف نفسه وأن يقدم نفسه أن يتعرف الناس عليه، أو التي من خلالها يشعر الفرد بأنه موجود كأنسان له جملة من الأدوار والوظائف والتي من

خلالها يشعر بأنه مقبول ومعترف به كما هو من طرف الآخرين أو من طرف جماعته أو الثقافة التي ينتمي إليها" (مهدي، 2001).

أ- الهوية الذاتية أو الشخصية

الهوية الذاتية أو الشخصية من المفاهيم التي كانت ولا زالت موضع نقاش وجدال لصعوبة تحديدها وصياغة تعريف شامل لها. ويُعد الفيلسوف جون لوك (John Locke) أول من طرح مسألة الهوية الشخصية أو الذاتية وهو الذي اعتبر الوعي أساس هذه الهوية وبين أهمية الذاكرة في تحديد الهوية فالهوية من وجهة نظره تكمن في ذلك الوعي الكامل أو المعرفة المصاحبة لإحساساتنا التي تجعل الشخص هو نفسه عبر الزمان والمكان أي هي ذلك الشعور الذي يجعل الإنسان يدرك ذاته، ويبني معرفته بذاته على نحو قائم، فيكون الشخص هو- هو رغم كل ما يتعرض له من تغيرات وتهديدات داخلية أو خارجية. ثم ظهرت نظريات أخرى فكرتها الأساسية أن الوجود المادي أو الجسدي هو معيار تحديد الهوية الذاتية. وربط علماء آخرون مثل (Raymond Boudon) بين الفرد وهويته والمحيط أو الإطار الذي يعيش فيه وأضافوا المعيار الاجتماعي في تحديد مفهوم الهوية الذاتية.

ركزت إذن الدراسات السوسولوجية على مفهوم الهوية الشخصية، الذي يشير إلى إدراك الفرد لذاته، وعرفها (Pierre Tape) بانها "المسافة التي يقطعها الفرد بين محاولة التميز عن الآخرين واضطراره للتطابق معهم، إنها جهد دائم لتوحيد آليات الذات، وانسجامها الداخلي، تبطل ضرورات القوالب الثقافية التي يعيشها الفرد والمجتمع الذي نشأ فيه، ذلك الإبطال نفسه هو الذي يدفعه لتحديد تميزه ورسم حدود هويته الشخصية، وتتواصل عملية الإبطال والإثبات والعودة إلى الإثبات مدى الحياة حيث أصبح مفهوم الهوية الشخصية يستخدم للتعبير عن الهوية الاجتماعية والهوية الثقافية والعرقية، كلها مصطلحات تشير إلى توحيد الذات مع وضع اجتماعي معين" ويطرح مفهوم الهوية إشكالية الاندماج في نظام اجتماعي معين خاصة في المجتمع الحديث الذي تتنوع فيه الفئات الاجتماعية والمهنية والثقافية وتتمايز، وأصبح الاندماج عملية صعبة ومعقدة جدا، تتجلى نتائجها على مستوى تكوين الهوية الفردية والجماعية. "تعتبر الهوية انعكاسا لقيم إيديولوجيا مهيمنة في مجتمع معين، قيم تشرها واستدخلها الفرد بشكل لأشعوري، فأصبحت أداة موجهة لسلوكه وتصرفاته في المجتمع". وبناء عليه، فالهوية تعبر بهذا المعنى عن الاستلاب، إن لم تكن هي الاستلاب عينه، بمعنى أن الهوية والشعور بالهوية يعتبران من التكوين والمضمون وعيا مزيفا ومضببا، لا يتطابق مع الشروط والظروف الموضوعية التي تحدده. فالهوية من هذه الزاوية لا يمكن أن تكون إلا وعيا مغلوطا يقتصر على الاعتراف بالنظام الاجتماعي المهيمن، دون الوعي بدلالاته الحقيقية كعلاقة هيمنة وتصبح الهوية إذن من هذا المنظور، تكيفا اجتماعيا مبنيا على المعايير والقيم المكتسبة والمرتبطة بالأدوار الاجتماعية المختلفة في نظام اجتماعي معين.

ويرى فيشر (G. Fischer) أن الهوية هي حصيلة التفاعلات المعقدة بين الفرد والآخرين والمجتمع وهي الوعي الاجتماعي الذي يكونه الفرد أو الفاعل الاجتماعي عن نفسه وعن المواضيع والأشياء المحيطة به، في إطار علائقي خلال مراحل تنشئته الاجتماعية. تكمن أهمية المنظور النفسي الاجتماعي للهوية في كونه يتعامل معها باعتبارها نقطة التقاء بين النفسي والاجتماعي، خلافا للاتجاهين السوسولوجي وتحليل النفسي حيث يطغى على منظور كل منهما التركيز على جانب دون الآخر متناسين كون الفرد يعيش بصفته وحدة نفسية جسمية في وسط اجتماعي معين.

ب- الهوية الاجتماعية:

يرى "تاجفل" (Tajfel) أن الهوية الاجتماعية عبارة عن أداة تصنيف المجتمع أو الجماعة إلى فئات وذلك حسب الأدوار، الوظائف والانتماءات الاجتماعية المختلفة، كالانتماء السياسي، الديني، اللغوي. كما تعتبر الهوية الاجتماعية أيضا بمثابة القالب الذي ينصب فيه مجموع الانوات، بلغة أخرى اتحاد "الأنا" مع "نحن" حيث إنها

تتكون من منظومة متماسكة من المفاهيم العقائدية التراثية، الخبرات وكل الأوضاع التي مرت بها الجماعة والتي أفرزت سلوك علمي وفكري يطبع الجماعة بصفات معينة خاصة بها، دون جماعات أخرى مما يجعلها متميزة عنها في اللغة، الدين، الثقافة.....

ولا يمكن الحديث عن الهوية دون التطرق إلى مفهوم الذات باعتبارها جزء من شخصية الفرد، وتتكون من سلسلة من الاستبصارات والقيم التي يكونها الفرد عن نفسه، ومن تفاعله مع البيئة المحيطة به، وما فيها من أشخاص مهمين. ويتكون مفهوم الذات من:

- الذات الحقيقية: ويقصد بها الذات كما هي عليه في الواقع، دون تحريف
- الذات المدركة: وهي الصورة عن النفس كما يراها الشخص، بحيث تنمو وتتكون عن طريق تفاعل الفرد مع بيئته ومع الأشخاص الآخرين. فإذا كان موصوفاً بالجد والاجتهاد فإن الشخص يرى نفسه هكذا، وإذا كان الشخص قد وجد الابتعاد والنفور من الآخرين فإنه يرى نفسه شخصاً منبوذاً
- الذات الاجتماعية: وهي صورة الذات كما يراها الآخرون عن الشخص. فالفرد هنا يرى أن الآخرين يتوقعون منه أن يفعل شيئاً أو ينجز أمراً أو يقوم بمغامرة أو أنه يستطيع القيام بمسؤولياته. إن الفرد يحاول أن يكون عند حسن هذا الظن وقد ينجح وقد يفشل أيضاً عندما تكون المسافة كبيرة بين الذات المدركة والذات الاجتماعية مما يترتب عليه ظهور الصراع النفسي لديه
- الذات المثالية: وهي تمثل طموحات الفرد والمستويات التي يرغب في الوصول إليها فالشخص يرغب ويتمنى أن يقوم بإنجاز ما، أو الالتحاق بتخصص دراسي معين، فإذا تمكن من ذلك أو من جزء كبير منه فإن ذلك يشير إلى قرب المسافة بين إمكاناته وقدراته وما تحويه ذاته المثالية
- ج- الهوية الرقمية أو الافتراضية: التمظهرات والتمثيلات

تطور مفهوم الهوية في العالم الرقمي أو الافتراضي وتلون بألوانه وبديل تقديم تعريف، بالمعنى الكلاسيكي، للهوية الرقمية فإنه من الأنسب الحديث عن تمظهرات الهوية الرقمية في العالم الشبكي والافتراضي. وتعدّ تمظهرات الهوية الرقمية في الفضاء الافتراضي انعكاساً مباشراً لتمثيلات جزء بسيط من الذات الفاعلة في الواقع سواء من حيث طبيعة قيمها أو تصوراتها التي تؤسس وجودها الاجتماعي والرقمي على حد سواء بحكم أن جزءاً مهماً من تمثيلاتنا في المجتمع الرقمي قد تكون مزيفة وتعبّر عن تطلعات لا تمت بصلة إلى الواقع لكنها في الوقت ذاته قد تعكس بعض المضامين التي تبحث لها عن وجود في الواقع لهذا قد تبرر ممارساتها المقنعة أو المزيفة في الفضاء الافتراضي. عليه فإن ممارسات عرض الذات في الفضاء الافتراضي يمثل رهاناً اجتماعياً بالنسبة إلى المستخدمين. (بايوسف، 2015). وفي العالم الافتراضي ينمحي الحضور الفيزيائي وتختفي معه العناصر الظاهرية وتصبح معرفة الفرد من خلال جهاز حاسوب أو هاتف ذكي ومن خلال اسم مستعار وعنوان رقمي وغيرها من المعلومات التي لا تعكس بالضرورة الهوية الحقيقية. وقد رأى الباحثين أن هذا العالم الافتراضي قد ساعد الأفراد على إظهار الذات الداخلية التي كانت "مكبوتة" أو مخفية تحت تأثير المعايير والضوابط الاجتماعية وأتاح لهم فرصة استكشاف وتجريب هويتهم وتقديم أنفسهم كما يشاؤون وليس كما يفرضها عليهم المجتمع الواقعي وأطلق بعضهم على العوالم الافتراضية اسم "ورشات الهويات" Identity Work. لكن يؤثر العالم الافتراضي أيضاً سلباً على الفرد وشخصيته فيميل إلى الانعزال عن محيطه الاجتماعي حتى وإن كان يتفاعل مع مجموعات ويبقى تفاعله فردي من أمام شاشة (كمبيوتر - آيباد - هاتف ذكي) معزولاً عن عالمه الحقيقي ويعيش في عالم افتراضي "وهو نوع من أنواع الاعتراب". وبينت الباحثة الفرنسية (Fanny Georges) كيف تتجسم الهوية الافتراضية وحددت في أبحاثها ملامحها وهي:

- الهوية التصريحية أي ما يصرح به الفرد من بيانات شخصية مثل الجنس والسن وتاريخ الميلاد.

- الهوية النشطة وتعكس نشاطات المستخدم كقبول الأصدقاء والتعليق وردود الفعل التي تبين جميعها أن المستخدم يتفاعل وله وجود على الشبكة.
- الهوية المحسوبة وهي عددية تتجسم من خلال عدد الأصدقاء، عدد التعليقات.
- والهوية النشطة هي العنصر الأساس في تركيبة الهوية الافتراضية من خلال سعي المستخدم لإبراز حضوره باستمرار وبالتالي حضوره الافتراضي عبر تحديث ردوده ومشاركاته وتعليقاته وتفاعلاته مع المجموعات التي ينتمي إليها " فاستعراض الذات وإبراز ردودها الفورية يعني استمرارية الحضور" (Georges, 2012). وهذه الاستمرارية مع البيانات الشخصية والتفاعلات التي تظهر آثارها عند المستخدم تترجم في آخر المطاف الوجود الافتراضي الذي يساوي الهوية الرقمية برأي الباحثة. ويمكن دراسة هذا الوجود من خلال البيانات الشخصية (كالاسم والسن...) والآثار التي يتركها المستخدم على صفحته مثل الردود والتعليقات والتفاعلات وكذلك عن طريق ما ينشره على صفحته أو صفحاته في مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من المنصات الإلكترونية. ويتفاوت هذا الوجود الافتراضي بدرجة اندماج المستخدم في المجموعات الافتراضية وباختلاف وتيرة استخدام الصفحات أو طبيعة التفاعل حيث يوجد مستخدم فاعل وآخر متفاعل وثالث ناقل للمعلومات فقط ورابع متربح لما يُنشر ويبرز الوجود الافتراضي من خلال ارتباط الهوية الافتراضية بالهوية الحقيقية في الواقع.

2- الإطار النظري للبحث

شهدت العقود الأخيرة تطوراً ملحوظاً في الدراسات الاستشرافية ومعالجة البيانات، مما كان له الأثر الملموس في تجويد البناء النظري في مجالات عديدة، بما في ذلك مجالات بحوث ودراسات تتصل بالظاهرة الاتصالية، مما أدى إلى ظهور نظريات عديدة مستفيدة من هذا التطور، فتحت الباب أمام مرحلة مهمة من مراحل تطور دراسات وبحوث الاتصال والإعلام وأعطت الضوء الأخضر لانطلاق حقيقة للبحوث حول الظواهر الاتصالية والإعلامية، تبنى من إرث النظريات السابقة وتفتح على معالجات علمية مستحدثة في مجال الاتصال والإعلام، إلا أن بعض المواضيع والإشكاليات البحثية تفرض على الباحث، مقاربات وأطر ومرجعيات نظرية دون غيرها، فالبحث في الأسباب التي تدفع الأفراد والجماعات لاستخدام وسائل الاتصال، وكذلك التعرف على الكيفية التي يستخدمون بها هذه الوسائل، مثلما هو الحال في بحثنا هذا، يستدعي، اعتماد نظرية الاستخدامات والإشباع، التي قامت على جملة من الفروض، منها، أن الجمهور يسعى إلى تحقيق هدف معين من استخدامه لوسائل الاتصال وتعرضه لوسائل الإعلام، وأن الجمهور هو الذي يختار بنفسه ما يفضل من وسيلة ومضمون. فضلاً عن أن وسائل الاتصال والإعلام أضحت في حالة من التنافس الشديد، تتصل بمصادر إشباع أخرى، يمكن أن تحقق للجمهور هذه الرغبات. البعض فسّر الدوافع التي تشد الجمهور إلى وسائل الاتصال والإعلام، بأنها دوافع نفسية واجتماعية. وأنها في طبيعتها مشكلات نفسية واجتماعية يسعى الفرد لحلها من خلال وسائل الاتصال والإعلام وما توجهه من رسائل وتمكنه من إشباعها.

وتطرح نظرية الاستخدامات والإشباع العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام والاتصال والدور النشط الذي يلعبه المتلقي أو المستخدم في هذه العلاقة من خلال اختيار الوسائل والمضامين التي يريد التعرض لها والتي تلبى رغباته وتشبع حاجاته الفردية. تاريخياً بينت دراسات جمهور الصحافة والسينما والراديو في ثلاثينيات القرن الماضي أسباب تعرض الناس لهذه الوسائل وأولى هذه الدراسات دراسة "هيرتا هيرزوج" حول تحديد الإشباع التي يحصل عليها مستمعو المسلسلات الإذاعية وبينت أنها تلبى حاجات عاطفية واستمتاع بالمغامرات والتزود بنصائح حول كيفية مواجهة مشاكلهم العائلية. وتتالت بعدها البحوث والدراسات حول جمهور الصحف والكتب كباراً وصغاراً وبينت

جميعها كيف أن الميولات والاستعدادات الشخصية هي أساس الاختيارات الاتصالية والإعلامية ومع ظهور التلفزيون اهتمت الابحاث بالإشباع التي تحققها مشاهدة هذه الوسيلة الجماهيرية الواسعة الانتشار وتدرجيا أصبح موضوع اهتمام الحقل الإعلامي والاتصالي ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟ وليس مثل السابق ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالناس؟

واقترح "ماكويل" و"بلامر" و"براون" تصنيفا لحاجات الجمهور وإشباعاته منها إشباعات فورية وأخرى فوسائل الاتصال والإعلام تساعد على الهروب من الواقع والتحرر العاطفي والتواصل الشخصي والرضا عن النفس والحصول على المعلومات التي تساعد في إنجاز شيئا ما. ووضع كل من "كاتز" و"جروفيتش" و"هاس" قائمة تضم الوظائف الاجتماعية والنفسية لوسائل الإعلام وجمهورها وتمثل:

1. الاحتياجات المعرفية وتشمل المعلومات والمعرفة والفهم
2. الاحتياجات العاطفية وتشمل المشاعر
3. الاحتياجات الشخصية وتشمل تعزيز الثقة والاستقرار والمكانة
4. الاحتياجات الاجتماعية وتشمل التواصل مع الأسرة والأصدقاء وغيرهم
5. احتياجات خفض التوتر والهروب من المشاكل والتحرر

تتمحور الافكار الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات إذن في أن جمهور وسائل الإعلام والاتصال ليس سلبيا بل يقوم أفراده بدور إيجابي من خلال انتقاء واختيار مضامين إعلامية واتصالية معينة حسب قيمهم واتجاهاتهم الشخصية وتلبي احتياجاتهم وتدخل في إطار اهتماماتهم مثل الترفيه والتسلية والتعليم والتثقيف. (نصر، 2015).

3- الدراسات السابقة

تعطي المعاجم المختصة تعريفين أساسيين لمصطلح "الاستخدامات uses" فهي من ناحية، "ممارسات اجتماعية حوّلها التواتر والأقدمية إلى عادات وتقاليد" (Boudon & Besnard, 2018) وهي بالتالي طبيعية وعادية، فالاستخدام مجرد "فعل عابر منفصل عن التركيبة النفسية والمادية لشخصية المستخدم ويتجلى أساسا من خلال التكرار والاستمرار الذي يحيلها إلى عادات متكاملة مع باقي ممارسات الحياة اليومية للمستخدم بهدف فرضها ودمجها عمليا في إطار الموروثات الثقافية المسبقة، قد تندمج فيها أو تتباين عنها، في مقابل ممارسات أخرى منافسة أو متصلة بها" (Lacroix, 2009).

ومن ناحية، أخرى "استعمالات الأشياء الطبيعية والرمزية لغايات خاصة"، وهذا يحيلنا إلى الاستخدامات الاجتماعية للأشياء والمعدات والتجهيزات والتقنيات... في علاقة بالمعاني والدلالات الثقافية المعقدة لهذه الاستعمالات اليومية.

يحيط إذن بمصطلح "الاستخدامات" غموض كبير، فبعض البحوث تتحدث عن "الاستخدامات الاجتماعية"، بمعنى، الممارسات التي تهيكل خلال الزمن، وأحيانا تتحدث عن "الاستخدامات الاجتماعية" بدءا من اللحظة التي تظهر كنماذج للاستعمال، التي تتأكد من خلال التكرار الكافي على شكل عادات مدمجة في سياق الحياة اليومية، لتشكل ممارسات نوعية أو أنها تفرض ضمن الممارسات الثقافية السابقة الوجود (Bourdoise, 2016)، وتعود أولى البحوث حول استخدامات وسائل الاتصال والإعلام إلى السنوات 1960-1970 عندما حول التيار الوظيفي الأمريكي "Uses and gratifications" القريب من المدرسة الكولومبية، وجهة البحوث حول وسائل الاتصال والإعلام نحو "ما يفعله الناس بوسائل الاتصال والإعلام"، خلافا للتيارات الفكرية المهيمنة في تلك الفترة والتي ركزت على

دراسة وسائل الاتصال والإعلام من زاوية التأثير. يرى التيار الوظيفي أن المتلقين والجمهور، ليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال والإعلام التي يرغبون في التعرض إليها ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والاجتماعية (Proulx, 2010).

يعتبر كذلك التيار الوظيفي، أن وسائل الاتصال والإعلام هي التي توجه اهتمامات وأوليات الجمهور، لأن هناك "علاقة وثيقة بين الطريقة التي يعرض بها القائم بالاتصال الأخبار والموضوعات وبين ترتيب هذه الأخبار والموضوعات كما يراها الجمهور المتلقي لها" (نصر، 2015). واستخدم العالم الفرنسي "Michel de Certeau" في كتابه (Invention du quotidien) (مصطلح الاستخدامات ليبيّن أن "الناس لهم قدرات فائقة على التحرر والاستقلالية وأنهم نشطين ويساهمون في إنتاج المعنى". مصطلح "الاستخدام" ازداد غموضاً وتعقيداً مع ظهور وسائل الاتصال والإعلام الحديثة والتكنولوجيا الرقمية، التي أفرزت نموذجاً اتصالياً جديداً وتجاوزت الوصف التقليدي للنشاط الاتصالي (بائ/ متلقي)، الذي لم يعد يقتصر على القراءة والاستماع والمشاهدة بل صار يشمل كذلك التفاعل والمشاركة والتبادلية وحتى إنتاج المضمون. معنى هذا أننا "لم يعد بإمكاننا الحديث عن عملية اتصال بالمدلول الجماهيري حيث الأعداد الغفيرة تتلقى نفس المحتوى من نفس المرسل في نفس الوقت، فالموقف يختلف في حالة الاتصال الشبكي المرتكز على تكنولوجيا الاتصال، الذي يقوم على مبدأ تفتيت العملية الاتصالية، حيث مستخدمون شتى يتعرضون و/ أو يستغلون محتويات شتى من منتجين شتى، أي اللامهية واللامركزية في إنتاج واستهلاك المحتوى، وطبعاً في عملية من هذا القبيل من الطبيعي أن يصعب الفصل والتمييز بين المرسل والمستقبل، إذ النقطة الثورية هنا: أن الفاعل هو مستقبل ومرسل في آن واحد نشط وفعال (Bardini, 1996).

الإشكاليات التي تطرحها استخدامات وسائل الاتصال والإعلام الحديثة واستخداماتها، تناولها بالدراسة والتحليل العديد من الباحثين على غرار (العتيبي، 2014) الذي قدم في بحثه وصفاً للاستخدامات الشباب لهواتفهم الذكية من خلال مقابلات معمقة مع 43 شاباً تم اختيارهم بطريقة عمدية وكشفت الدراسة أن غالبية الشباب لديهم أكثر من جهاز، وتراوحت فترة الاستخدام من 6 إلى 9 سنوات، وأكثر الأجهزة الذكية استخداماً كانت الجلاكسي والبلوك بيرري وأن الشباب يتفاعلون عبر هذه الأجهزة مع الأخر أفراداً أو مجموعات عن طريق الرسائل النصية والصور والفيديوهات أكثر من الاتصال الصوتي تطبيق مثل تويتر وانستجرام واتضح من الدراسة أن استخدام الهواتف الذكية زاد من مهارات الشباب، ويظهر ذلك في استخدام خصائص الأجهزة الذكية في السماح وعدم السماح بمشاهدة الآخرين لحساباته أو مكونات جهازه، وفي معالجة الصور والملفات رقمياً. كما عزز استخدام الهواتف الذكية مفهوم الخصوصية لدى الشباب وإنشاء حسابات خاصة في بعض قنوات التواصل، واستخدام برامج معينة أثناء تصفح الإنترنت للمحافظة على محتويات الجهاز. وانتهت الدراسة إلى أنه من المهم إجراء دراسات تحليلية لمحتوى ما يتبادل وينشره الشباب عبر هواتفهم الذكية في قنوات التواصل.

في دراسة (حسين، 2017) توصل الباحث إلى أن تطبيقات التواصل الاجتماعي تصدر استخدامات طلبة الجامعات الخليجيين واليمنيين للهواتف الذكية بنسبة استخدام تزيد على 90%. أما ما يخص دوافع الاستخدام، فقد تصدر دافع الحصول على المعلومات أبرز الدوافع النفعية لدى عينة الدراسة، فيما تركزت الإشباعات التوجيهية التي يتحصل عليها طلاب الجامعات من استخدام الهواتف الذكية في زيادة المعلومات، تلاها فهم ما يحدث في المجتمع ثم الحصول على المعلومات للمساعدة في تنمية المهارات. كما توصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كثافة استخدام الهواتف الذكية تعود لاختلاف جنسية المبحوثين، حيث تميز السعوديون بكثافة استخدام أعلى للهواتف الذكية، تلاهم الإماراتيون، فيما كان اليمنيون الأقل من حيث كثافة الاستخدام. وكان طلاب

الجامعات السعودية هم الأكثر استخداماً للهواتف الذكية بدافع التسلية والتخلص من الملل وتحسين أسلوب الحياة.

أما دراسة (عيساني، 2014) فقد هدفت للتعرف على عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة الشارقة لشبكة الإنترنت، والهواتف النقالة، والإشباع التي يحققونها من استخدامهم لهذه الوسائط، والأثر الذي تركته عملية الاستخدام. وتوصلت الدراسة إلى استخدام الطلبة شبكة الإنترنت والهواتف النقالة بانتظام وبشكل مكثف وتمثل الإشباع المتحققة في التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى، الخدمات الإعلامية والتعليمية، والترفيه والتسلية والاطلاع على الأخبار والمعلومات العلمية المتخصصة والترفيه. كما ساهمت بعض تطبيقات الإنترنت، وأهمها شبكات التواصل الاجتماعي في العزلة الاجتماعية للطلبة، وحدت من فرص التواصل الواقعي المباشر مع أسرهم ومحيطهم الاجتماعي.

وفي دراسة (عبد الرحيم، 2013) أظهرت النتائج أن استخدامات الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي في الأغراض الاجتماعية أكثر من استخداماتها للأغراض الأكاديمية كما أنه ليس هناك فروقات جوهرية في استخدامات هذه المواقع بين الطلاب الذكور والإناث كما أن الطلاب الذين لديهم هواتف نقالة ذكية كانت استخداماتهم لهذه المواقع أكثر من أقرانهم الذين يمتلكون هواتف نقالة عادية. وأظهرت النتائج أيضاً أن أكثر من 50% من الطلاب يقضون ساعتين أو أكثر يومياً على شبكات التواصل الاجتماعي.

نستخلص من الدراسات السابقة انتشار استخدام الإنترنت والهواتف النقالة لدى الشباب والطلاب والطالبات وتحقق الاستخدامات إشباعاً متنوعة تجمع بين الترفيه والتسلية والمعرفة كما تحتل شبكات التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى في استخدامات وإبحار الشباب. لكن لاحظنا غياب دراسات سوسيولوجية حول تأثيرات استخدامات الإنترنت والهواتف الذكية على الهوية الفردية للشباب وتمثيلات الهوية في العالم الافتراضي والرقمي ولم تتطرق الدراسات السابقة إلى خصائص هذه الهوية وهل هي مختلفة عن الهوية الحقيقية والواقعية أم لا.

4- منهج البحث وأدواته:

أبرزت الثورة التكنولوجية نموذجاً وممارسات اتصالية جديدة فرضت تحولات كبيرة في مسارات التعامل المنهجي والنظري مع الظواهر الاتصالية، وطرحت على الباحثين عديد التساؤلات حول الرؤى والتوجهات والمسارات التي يمكن أن تساعد في تحقيق تعامل منهجي ونظري ناجح مع الإشكاليات البحثية الجديدة، التي تطرحها انعكاسات الرقمنة على أساليب وأهداف الأنشطة والممارسات الاتصالية المتجددة والجديدة. ويمكن القول أن بحوث الاتصال والإعلام بعد الثورة الرقمية مرت بثلاث مراحل أساسية لحد الآن:

- مرحلة أولى، غلب عليها طابع الانهيار بالانتشار السريع لوسائل الاتصال والإعلام الجديدة (الصحافة الإلكترونية والميديا الاجتماعية) وبالإمكانات التواصلية التي توفرها، مع التركيز على التمييز بين سلبيات هذه الوسائل وإيجابياتها من منظور أخلاقي بالأساس. مرحلة ثانية، تزايد خلالها الاهتمام بدراسة تأثير وسائل الاتصال الجديدة على العلاقات والروابط الاجتماعية وكذلك دورها في العمل السياسي في ظل تهويل وتعظيم كبير لإمكاناتها، كوسيلة للتحرر السياسي والتعبير الحر، إلى جانب توجيه عدة انتقادات لتأثيرات هذه الوسائل على القيم والسلوك والاعتدال الاجتماعي والعزلة. مرحلة ثالثة، حدث خلالها تحول في مجال الموضوعات البحثية، حيث زاد التركيز على تناول القضايا والموضوعات المتعلقة بالظاهرة الإعلامية، من منظور الجمهور الذي يستخدم المحتوى ويتفاعل في عملية الاتصال والتحول من التركيز على مفهوم "الاستهلاك" إلى مفهوم "التفاعل" ومن مفهوم "المتلقي" إلى مفهوم "المستخدم" ومن مفهوم "الجمهور العام" إلى مفهوم "الفرد"

ومحاولة استكشاف أنماط ارتباطات الفرد بعوامله الواقعية والافتراضية. وتم الانتقال من البحوث التي تركز على التفاعل الذي يتم في إطار الجماعات والمؤسسات إلى البحوث التي تركز على التفاعل الشبكي وبين المجموعات، التحول من التركيز على توصيف السمات التكنولوجية والسلوكية لوسائل الاتصال والإعلام الجديدة إلى التركيز على البحوث الخاصة بتحليل أثر الرقمنة على عناصر العملية الاتصالية وأدوارهم ووظائفهم الجديدة...

نظرا إلى تعدد الإشكاليات البحثية التي طرحتها كما أسلفا الذكر، الثورة الرقمية والاتصالية وتنوع مظاهرها، ارتأينا كأغلب الباحثين في إطار بحثنا هذا، اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، "الذي يسعى إلى دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كميًا أو كميًا" (المشوحى، 2002) هذا المنهج يهتم برصد الظاهرة حتى يتسنى فهم جوهرها وتجلياتها وما تنطوي عليه من مضمون.

وتشير كثير من الكتابات إلى أن المنهج الوصفي في تعريفه البسيط، هو عبارة عن "أسلوب من الأساليب التحليلية القائم على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، خلال فترة زمنية معلومة، يهدف إلى الحصول على نتائج عملية تتوافق مع المعطيات الفعلية التي تحيط بالظاهرة" (عبيدات، 2006).

ويتبع الباحث عند استخدامه للمنهج الوصفي مرحلتين رئيسيتين: الأولى مرحلة الاستطلاع، وهي مخصصة إلى تكوين أطر نظرية يمكن اختبارها والتأكد من صحتها بالبرهان. والمرحلة الثانية ويطلق عليها اسم "الوصف الموضوعي"، وهي صياغة علمية واضحة للنتائج النهائية للبحث. ويشتمل المنهج الوصفي على ثلاثة أساليب مهمة تستخدم في البحوث المتعلقة بالظواهر في مجال الاتصال وهي: أسلوب المسح، أسلوب دراسة الحالة وأسلوب تحليل المحتوى أو المضمون.

باعتبار أن الهدف الرئيسي لبحثنا، هو وصف استخدامات الطالبات للهواتف الذكية والإشباع المحققة من هذه الاستخدامات كان لزاما علينا، استخدام المنهج المسحي الوصفي بغية دراسة جمهور المتلقين (أو المستخدمين) من خلال وصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الدوافع والحاجات، والمعايير الثقافية والاجتماعية وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها ومستويات الاهتمام والتفضيل.

5- مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث في الطالبات في الجامعة وتحديدًا بكلية الآداب (بنات) بمجمع الريان بالدمام ويتجاوز العدد الجملي 5000 طالبة تتوزع على 8 أقسام أكاديمية وتخصصات اجتماعية وإنسانية، اخترنا منها عينة (200 طالبة). ولم نستخدم موقع الجامعة الرسمي لتوزيع الاستبانة حتى لا يؤثر ذلك على ردود الطالبات كما لم نحدد كلية معينة أو تخصصا بحد ذاته.

6- أداة جمع البيانات:

لجمع البيانات ومعرفة سمات وخصائص جمهور الطالبات ودوافع استخدامهن للهواتف الذكية (تصفح، متابعة، تفضيلات...) ومن ثمة، تحديد ملامح هويتهم الفردية الواقعية والافتراضية، اعتمدنا أداة الاستبانة الذي قمنا بتوجيهه إلى عينة من الطالبات السعوديات ثم تحليل نتائجه باستخدام تطبيق SPSS.

وتتكون الاستبانة من (40) سؤالاً مقسمة إلى ثلاث محاور رئيسية:

- المحور الأول: خصائص أفراد العينة (السن- المستوى العلمي- التخصص)
- المحور الثاني: عادات الاستخدامات (المدة الزمنية - كيفية الاستخدام - المواقع- المواضيع...)

- المحور الثالث: إيجابيات وسلبيات الهواتف الذكية وتمظهرات الهوية الرقمية أو الافتراضية والهوية الحقيقية أو الواقعية.

عرضنا الاستبانة على عضو هيئة تدريس بكلية الآداب بالجامعة وعلى عضو هيئة تدريس بجامعة الملك فيصل بالإحساء للتحكيم وبعد إبداء ملاحظاتهم عدلنا في بعض الاسئلة ووزعنا الاستبانة على عينة عشوائية (20) طالبة بالكلية لاختباره والتأكد من صلاحيته للتطبيق. ووفق النتائج تبين جاهزية الاستبانة للتوزيع على عينة البحث. وزعنا الاستبانة الرقمية بعد تصميمه بواسطة خدمات موقع مستندات جوجل الذي يمنح المستخدم عنوان إلكتروني للاستبانة المصمم يمكن أن يظهر ضمن محركات البحث كما يمكن للباحث نشر هذا العنوان في مواقع أخرى للاشهار على الاستبانة وطلب الإجابة عليه. ومن الخدمات التي يوفرها جوجل أيضا جمع الإجابات مباشرة وتنظيمها واستخراج النسب المئوية مما يسهل على الباحث ويوفر عليه الوقت. ومن ثم وزع الاستبانة بصفة عشوائية عن طريق الطالبات والمجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي وحصلنا على (200) استبانة استبعدنا منها (20) لعدم اكتمال الاجابات وبقي (180) استبانة شكلت عينة البحث النهائية. والاختيار العشوائي للعينة يوفر صفة الموضوعية وعدم التحيز.

5- نتائج البحث وتحليلها

أصبح الهاتف الذكي الوسيلة الاتصالية الضرورية وأداة تشكيل العلاقات الشخصية بل صار ظاهرة اجتماعية وكان في بداياته جكرا على فئة اجتماعية ميسورة استخدمته لأغراض مهنية قبل أن ينتشر عند عامة الناس وخاصة عند الشباب وأصبح جزءا من حياته مثل "الهواء والماء والطعام" على حد قول هذا الطالب. وهو لا يستخدمه للتواصل فقط بل يبوح من خلاله بأسراره وبالتالي بأجزاء من شخصيته وذاتيته.

1. خصائص أفراد العينة:

تبين نتائج الاستبانة أن معدل سن الطالبات يتراوح بين (18- 25) سنة (90%) و(8%) بين (25- 30) سنة ونسبة ضئيلة (2%) يتجاوز سنهن (30) سنة وأغلب الطالبات عازبات (82%) و(12%) متزوجات. وهي خصائص لا تختلف عن خصائص طالبات الجامعات في كافة أنحاء العالم بل تترجم اهتمام الفتاة والأسرة السعودية بالتعليم خلافا للأفكار المسبقة والصورة النمطية عن الفتاة السعودية. كما تترجم اهتمام وتشجيع الجهات الرسمية بالتعليم في المملكة العربية السعودية. وتنوعت التخصصات والمستويات الدراسية بتنوع المسارات والاقسام التعليمية في الجامعة (إعلام/ رياضيات/ علم اجتماع...)

2. الدوافع، الاستخدامات والإشباع التي تحققها الهواتف الذكية

أ- أبدا بدون هاتفي أو التقنية بين يدينا:

بدأنا الاستبانة بسؤال أساسي "هل تملكين هاتفا ذكيا أم لا" وكان جواب الأغلبية الساحقة من العينة بنعم وتمتلك (73.5%) من العينة هاتفا واحدا و(22%) هاتفاً و(5%) ثلاث هواتف وهو ما يؤكد الانتشار الساحق لوسائل وأدوات الاتصال والتواصل الحديثة في الوسط الطلابي وبصفة خاصة الهاتف الذكي (الجوال) وهو ما أكدته عدة دراسات خليجية وعربية وحتى غربية عن اكتساح الهواتف الذكية للمؤسسات التعليمية باختلاف مستوياتها وبصفة خاصة في الجامعة. لكن الطالبات السعوديات ليست استثناء مقارنة بالطالبات في بلدان أخرى فالهاتف الذكي وسيلة وأداة ضرورية في كل الأوساط والمجتمعات لأنه يبقى وسيلة الاتصال الأسرع والأسهل لهذا كان استخدامه عند

(92%) من الطالبات دائماً و(5%) فقط أحياناً. ولا يجب أن نستغرب النسبة إذا علمنا أن إحصائيات مبيعات الهواتف الذكية تجاوزت 5,1 مليار جهاز سنة 2018 بحسب موقع عالم التقنية "غارتنر" وهو رقم في ارتفاع مستمر.

ب- مدة الاستخدام: ثلاث ساعات وأكثر يومياً

تستخدم (60%) من الطالبات هواتفها بمعدل 3 ساعات وأكثر يومياً و(10%) منهن أقل من 3 ساعات يومياً و(7%) ساعة أو أقل من ساعة في اليوم ونشير إلى أن نسبة قليلة من الطالبات تستخدم الهاتف الذكي ست ساعات أو أكثر (حوالي 2%) يومياً. فالهاتف الذكي لا يفارق طالبة "موجود بين يديها" طول الوقت حتى في حوارها وحديثها مع الآخرين وأحياناً داخل قاعات المحاضرات ويتأكد هذا التلازم بين طالبة وهاتفها من خلال وتيرة الاستخدام: (36%) من الطالبات يستخدمه بانتظام ونفس النسبة (36%) لا يستطعن حتى تحديد مدة الاستخدام وهو ما يعكس "انفصال" بعض الطالبات عن الواقع وفقدان الوعي بالوقت لدرجة أنهن غير قادرات عن تحديد الوقت الذي تقضين "على الجوال" في العالم الافتراضي. وأجابت (28%) من الطالبات بأن الاستخدام يكون حسب الظروف. وتملك الأغلبية الساحقة من الطالبات (95.3%) اشتراك في شبكة الانترنت وقليلة جداً نسبة من لا يملكن اشتراكاً حوالي (5%) ويدفع هذا الاشتراك أساساً الأب (58%) أو فرد آخر من العائلة (43%) مثل الأم وحوالي (11%) يدفعن الاشتراك شخصياً.

ج- حسابات الصديقات والجامعة أولاً:

وبسؤالهن عن الحسابات التي تزورها، أجابت (67.2%) بأنها حسابات الصديقات أولاً، ثم (64.1%) حسابات الجامعة و(32.8%) حسابات أخرى. وإن تصدرت زيارة حسابات الصديقات قائمة الترتيب فهذا يجعل الطالبات السعوديات يشتركن مع أغلب طالبات العالم من حيث أولوية العلاقات مع الصديقات نظراً لاشتراكهم في الاهتمامات بما في ذلك الدراسة. ثم تأتي حسابات الجامعة في المرتبة الثانية مع نسبة متقاربة من نسبة حسابات الصديقات لأنه تبقى الدراسة الشغل الشاغل لكل الطالبات مهما اختلفت الأطارات الاجتماعية والثقافية والسياسية.

أما المدونات التي تطلع عليها الطالبات فهي متنوعة ومختلفة ولمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي كما تشارك الطالبات في غرف دردشة مشاهير السوشيل ميديا من خلال التعليق الذي يكون نصاً أو رموزاً تترجم الإعجاب أو الاستياء أو الفرح وغيرها من الردود والمشاعر والاحاسيس الذاتية. ويشاركن أيضاً في حلقات نقاش منتدى جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل إلى جانب حلقات نقاش الاصدقاء وفي هذا الإطار تتمحور النقاشات والتفاعلات حول المحاضرات وأعضاء هيئة التدريس والأنظمة واللوائح وهي نفس المواضيع التي يدور حولها النقاش مع الصديقات بالإضافة إلى موضوعات شخصية وذاتية.

وتكون الحسابات عامة عربية (76.6%) أو سعودية (73.4%) وبدرجة أقل إسلامية (31.3%) أو أجنبية (31%) وباللغة العربية (93.8%) ونسبة قليلة جداً تحبذ اللغة الانجليزية (6.3%). نلاحظ عدم إقبال الطالبات كثيراً على الحسابات الأجنبية (غير عربية) أو الإسلامية بل يحبذن كل ما هو عربي أو سعودي. وتفسر الطالبات تفضيلهن لهذه الحسابات والمنصات التفاعلية وغرف الدردشة بأنها أولاً تتفق وميولاتهن واهتماماتهن (70.3%) و(28.1%) لأنهن يثقن بها و(20.3%) للفضول و(20.3%) لأن الصديقات تحدثن عنها أو الأهل تحدثن عنها (11%). وتترجم هذه النسب ضعف نسبة الاهتمامات المشتركة بين الطالبات والأهل وتأثير الصديقات في اختيار الحسابات والمنصات الإلكترونية التفاعلية وتتفق هذه الحسابات مع الميولات والاهتمامات الشخصية للطالبات.

د- هويتي الافتراضية... حقيقية:

سألنا الطالبات إن كانت تستخدم اسمها الحقيقي أو اسماً مستعاراً حين تكون في العالم الافتراضي، أجابت (87%) منهن بنعم " ما أعمل شيء خطأ يجعلني أخفي اسمي "فهناك تحمل كامل مسؤولية الافصاح عن الاسم

الحقيقي الذي يعتبر المكون الأول والاساسي لهوية الطالبات وهناك شعور بالافتخار والرغبة في الانتشار والشهرة في الفضاء الافتراضي وهي إحدى الإشباعات التي تحققها وسائل الإعلام. وفي الآن ذاته نستقرئ من إجابات الطالبات الحذر والحيطه حيث أشرن أن الافصح عن الاسم الحقيقي فقط في المواقع والبرامج الموثوقة مع العلم وأنه لتثبت من موثوقية المواقع أو البرامج تعتمد الطالبات على ما يتداوله ويكتبه رواد المواقع من تعليقات وآراء هي في نهاية الامر تعبر عن مواقف شخصية فتبقى مرجعية الثقة لهن آراء الآخرين الشخصية والذاتية. وأجابت (12.5%) من الطالبات أنهن يستخدمن اسما مستعارا " حتى لا يتعرف الآخرون على هويتي الحقيقية " و" تجنب المشاكل مع بعض الناس". وهو ما يعكس الحرص على إخفاء الهوية الحقيقية أي عدم الكشف عنها في الفضاء الافتراضي خوفا من الآخرين وتفاديا لردود فعل تخشاهها الطالبات لكن تبقى نسبة هؤلاء قليلة مقارنة بأغلب الطالبات.

ه- تفضيل الطالبات المواقع الترفيهية والعلمية:

تجلب المواقع الترفيهية وتستهوى الطالبات أولا (78%) تليها المواقع العلمية (5%) ثم المواقع الاخبارية (41%) والمواقع الدينية (24%) إلى جانب مواقع التسوق والادب والثقافة ويكون الإبحار والتصفح عادة فردي (97%) وبنسبة أقل جدا مع الأهل (26.6%) أو الصديقات (22%) وهي العزلة التي تحدث عنها بعض الباحثين والتأثيرات السلبية لوسائل الاتصال الحديثة والتقنية عامة حيث ينفصل الفرد عن محيطه الاجتماعي ليعيش في عالم افتراضي حتى وإن كان يتفاعل مع مجموعات. وعند أغلب العينة يقع الدخول على هذه الحسابات والمواقع في البيت (92%) وفي الجامعة (54.7%) و(22%) في أماكن أخرى كالسوق وعند الزيارات وفي الاماكن التي يطول فيها الانتظار مثل المستشفى أو الصالون.

و- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: الواتس في الصدارة:

طلبنا من الطالبات ترتيب استخدام مختلف مواقع التواصل الاجتماعي والهدف من ارتيادها وأظهرت الإجابات أن الواتس اب يحتل المرتبة الأولى يليه التويتير ثم السناب شات وبعده الانستجرام وأخيرا اليوتيوب. ويؤكد هذا ما بينته الدراسات والاستبانات حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية من أن الواتس اب والتويتير يحتلان المرتبة الأولى. وطبيعة عينة بحثنا جعلت موقع الجامعة بمختلف حساباته (البلابورد، البيبول سوفت - منتدى الجامعة) هو الذي يحتل المرتبة الأولى في التصفح مع المواقع التعليمية والعلمية مثل ويكيبيديا - مواقع سكولار للبحوث الجامعية - دورات اونلاين - مواقع تحميل الكتب - مواقع الوزارات - اسلام ويب - منصة رواق - وهو ما يجعل الدراسة تستحوذ على اهتمامات الطالبات حتى على مواقع التواصل الاجتماعي. وأوضحت الطالبات أنها تستخدم المواقع المذكورة لتحميل الكتب والدروس والمحاضرات (56.3%) وتلبية الاحتياجات المعرفية (65.6%) والحصول على معلومات حول التخصص الدراسي (51.6%)، وللحصول على الاخبار (54.7%). لكن هذا لا يمنع ان الطالبات تتراد المواقع الترفيهية بنسبة (61%) مثل مواقع الافلام والمسلسلات، و(40.6%) للتواصل مع آخرين لهم نفس الاهتمامات أو يرتدن مواقع مشهورة ولكن بنسبة أقل (25%) أو للفضول أحيانا وحب الاستكشاف بنسبة (20.3%). وهناك من تتراد مواقع التواصل الاجتماعي المذكورة سالفًا لحسن وجمال تصميمها (17.2%). وتكون هذه المواقع بالنسبة لـ (75%) من العينة، مواقع باللغة العربية وحوالي (58%) سعودية و(48.4%) أجنبية و(23.4%) إسلامية.

وأردنا أن نتبين من خلال الاستبانة إن كانت الطالبات على علم ودراية بالبلدان أو الجهات التي تنتهي لها هذه المواقع وطرحنا السؤال التالي (حددي البلدان أو الجهات التي تنتهي إليها هذه المواقع؟) فكانت الاجابات: عربية أو سعودية أو مصرية أو بعض دول الخليج العربي دون أن تكون لديهن الادوات للتأكد من صحة هذه المعلومات. كما أجاب عدد منهن بجهلن بالجهات أو البلدان التي هي وراء هذه المواقع. يبدو أن الطالبات يعتمدن أساسا للاختيار

المواقع وتصفحها على ما يتداوله الجميع على هذه المواقع وآراؤهم وتعليقاتهم ولا تفكر في البحث عن مصدرها وهويتها ومن يديرها.

ز- الثقافة من اهتمامات الطالبات:

تحتل الثقافة المرتبة الأولى في اهتمامات الطالبات (61%) وفي ارتيادها وتصفحها للمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وبنفس النسبة تقريبا (60%) تهتم بالفن والقضايا الاجتماعية وتهتم (37.5%) من الطالبات بركن الدين و(20.3%) بالسياسة و(12.5%) بالقضايا الاقتصادية و(4.7%) بأركان أخرى مثل التسوق

3. الهواتف الذكية داخل الحرم الجامعي: الضوابط

رغم أن الهواتف الذكية أصبحت جزءا من حياتهن اليومية لكن تبقى ضوابط استخدامه داخل أسوار الجامعة سارية المفعول خاصة في المحاضرات وداخل القاعات التدريسية وخلال الامتحانات وتبقى حرية استخدامه في أوقات الراحة (البريك) فقط، بحسب أنظمة ولوائح الجامعة وتشتكي الطالبات من وتيرة المحاضرات (متتالية) التي تجعلهن يفارقن الجوال لكن أغلبية العينة لا ترى صعوبات تُذكر أو يمكن أن تعيقهن عن استخدام "الجوال". وبسؤالهن هل تمنع الهواتف الذكية داخل الجامعة؟ ردت (95.3%) من العينة بلا و(4.7%) موافقات على منعه في الجامعة. وتعددت الاسباب للمحافظة على "جوالهن" داخل الجامعة: فهناك من يرى أنه يخدم الطالبة في العملية التعليمية وفي التواصل كما أصبحت هذه الهواتف جزءا مهما من التعليم الجامعي بالإضافة للوسائل التكنولوجية الأخرى مثل الأيبياد. فنظام الدراسة نفسه يلزمهن باستخدامها وكل ما يتعلق "بحياتنا الدراسية مرتبط بالهواتف الذكية" بحكم " أننا في عصر التقنية" وتشير الطالبات في هذا السياق إلى البلدان المتقدمة التي تستخدم الهواتف الذكية في العملية التعليمية.

أ- استخدام الهواتف الذكية: سلاح ذو حدين

لمعرفة وعي الطالبات بمخاطر وسلبيات الهواتف الذكية، طرحنا سؤالاً حول إيجابيات وسلبيات هذه الأجهزة من وجهة نظرهن وأجابت (76.6%) من الطالبات أن لهذه الهواتف إيجابيات وسلبيات في الآن نفسه بينما تحدد (22%) أن له إيجابيات و(1.6%) فقط له سلبيات. وتتمثل الإيجابيات في: التواصل، السرعة والسهولة إلى جانب استخدامه في الدراسة والتعلم وتحصيل المعرفة والثقافة والترفيه عن النفس وملئ وقت الفراغ وترجم هذه الكلمات المفاتيح الاستخدامات والإشباع الرئيسة المتحققة من الهاتف الذكي. فالتواصل هي الميزة والاستخدام الأول للهواتف الذكية لدى الطالبات وخاصة التواصل الدائم "البقاء على اتصال في كل وقت" وبدون انقطاع وهو حرص يعكس "إدمان" الطالبات لهذه الأجهزة التي أصبحت لا تفارقهن لأن فراقها يعني انقطاع التواصل وهو ما تخشاه الطالبات: أن تنعزل عن العالم، عن صديقاتها، عن أهلها وكأنه أنبوب الأوكسجين الذي يسمح بالتنفس في بحر العلاقات. إذن التواصل مع الأصدقاء والزميلات أولاً والهدف منه الاطمئنان عليهم ومشاركتهم كل جديد مفيد ثم التواصل مع أعضاء هيئة التدريس والدكاترة ثانياً للسؤال والاستفسار عن المحاضرات والواجبات وكل ما له علاقة بالعملية التعليمية. وأهم ما يميز هذه العملية الاتصالية والتواصلية هي أنها مباشرة، آنية ومتواصلة. والتواصل يمكن أن يكون مع أشخاص آخرين دون أن تحدد الطالبات من.

إن من إيجابيات ومميزات هذه الوسائل التقنية الحديثة السرعة، السرعة في الوصول والحصول على المعلومات في أسرع وقت وبأقل جهد وهو ما يجعل الطالبة " مواكبة باستمرار لما يحدث حولها". وبالإضافة للسرعة، تسهل الهواتف الذكية العملية الاتصالية وتسهل عملية البحث عن المعلومات في المواقع الإلكترونية المتنوعة والحصول عليها فوراً دون تأخير وهذا اختصار وريح للجهد والوقت، "ذلت (الهواتف الذكية) الصعوبات أمام الطالبات وسهلت الحياة داخل الجامعة" بشهادة هذه الطالبة.

الهواتف الذكية أداة بحث وبالتالي مصدر معلومات فهو إذن وسيلة للاطلاع والمعرفة، معرفة ما يحدث داخل الوطن وخارجه. فهو يفتح آفاقاً أمام الطالبات لتجاوز الحدود الجغرافية والمادية وهي من الاستخدامات الشائعة لوسائل الاتصال الحديثة "الابحار في العالم الحقيقي من خلال العالم الافتراضي". الهاتف الذكي أيضاً وسيلة مساعدة للطالبات: المساعدة في الدراسة، في البحث عن المعلومات المتصلة بالدراسة من خلال الانترنت وإكمال بعض الواجبات. كما يساعدها في تنظيم الجدول الدراسي وفي التواصل مع الطالبات المشتركات في الواجبات والتكاليف لتقسيم وتوزيع المهام وإنجاز المطلوب من الأعمال بل إنه وسيلة كتابة ملاحظات وتصفح موقع الجامعة ومتابعة كل جديد عبر يهيم الحياة الجامعية ويصبح الهاتف الذكي في نهاية الأمر أداة تنظيم وترتيب وعمل وإنجاز وحفظ بشكل يومي وعَوَّض بهذه الطريقة النوتة القديمة.

ب- الهواتف الذكية والإدمان الرقمي

تتلخص الاستخدامات السلبية للهواتف الذكية برأي الطالبات في المخاطر الصحية الجسدية والنفسية كضعف البصر وتأثر الأذن والدماغ والأعصاب مما يتسبب في تشتيت الانتباه والتركيز بالإضافة لإرهاق الجسم وتقوس الظهر والألام في الرقبة والشعور بالأرق ويمكن أن يتسبب استخدامها المفرط في تلف خلايا المخ ونفسانياً تدفع كثرة الاستخدام الفرد للانطواء على نفسه والعزلة عن عالمه الحقيقي وعن من يحيط به (الأهل/ الأصدقاء...) وترى الطالبات أنه يمكن أن يؤدي الاستعمال المفرط إلى الإدمان الذي يسميه المختصين "الإدمان الرقمي" وهو نوع من المخدرات الذي بدأ ينتشر في العالم، معتمداً على توفر التقنيات الحديثة في متناول الجميع، وإقبال الشباب عليها، الذي يفضل دائماً البحث عن كل ما هو جديد ومختلف. وعرفه أحد الأطباء النفسيين بأنه نوع من الإدمان ينتج عنه الميل الشديد والدائم للقيام والارتباط بسلوك معين والانعزال عن الأهل والمجتمع لهذا اعتبرته منظمة الصحة العالمية مرضاً يتطلب المتابعة والعلاج إذ أن الاستعمال الدائم لشبكات الإنترنت لغرض اللعب أو خلافه تؤدي إلى تغيرات فيزيولوجية لدى مستخدمي الشبكة لا تقل خطراً عن تلك الأنواع التقليدية من الأنواع المخدرة والمتلفة لخلايا الأدمغة، وفي ذلك الإطار اكتشف العالم الصيني «زهاو» تغيرات مورفولوجية لدى مستخدمي الشبكة بشكل دائم حيث أثبت خلل في المادة البيضاء وضمور في المادة الرمادية داخل الدماغ قد تصل إلى (10-20%)، كما لاحظ الباحث الأمريكي «جاري صمول» تغيير أدمغة مستخدمي ومدمني الشبكات الرقمية والذين يزيد مكوثهم عليها أكثر من خمسة ساعات. وكشفت الأبحاث العلمية أن هذا النوع من الإدمان يؤثر على الدماغ عن طريق الصوت وتم ربط ذلك التأثير بالحالة المزاجية للشخص الذي يتأثر بالموجات الصوتية والكهرومغناطيسية غير المنتظمة.

وعن هذا الإدمان الرقمي تحدث الأطباء والمختصون وحذروا من مخاطره ودعوا لضرورة نشر الوعي بين أفراد الأسرة والمربين وجميع شرائح المجتمع من خطر كامن "قد نجهل إلى الآن مدى خطورته واستغلال تلك الفئات الضالة للوصول لأبنائنا وإعادة صياغة عقولهم لتنفيذ مآربهم الخبيثة"

أما التأثير السلبي الثاني للاستخدام المفرط للهواتف الذكية فهو تأثير الدراسة حيث تهمل الطالبة دراستها وتدرجياً تفقد الاهتمام بالمحاضرات ويصبح الهاتف الجوال أداة إلهاء: يأخذ من وقتها دون الاحساس أو الانتباه لأنها مفصولة عن العالم الواقعي و"موصولة أو موثوقة بالعالم الافتراضي كما يقل التواصل المباشر والغير مباشر مع الأهل وهو ما يجعل الفرد أكثر عزلة. الخطر الثالث للهواتف الذكية هو انتهاك الخصوصية واستغلال البعض للأسف للتصوير مع العلم وانهم في إطار اجتماعي يمنع منعاً باتاً تصوير الطالبات وبعض الطالبات يهددن البعض الآخر بنشر صورهم عند العامة وعلى مواقع التواصل الاجتماعي مما ينتج عنه مشاكل جمة للبنات. كما يمكن للبعض، حسب الطالبات، أن يستخدم الجوال للدخول على مواقع غير أخلاقية تمس بالعقيدة والأخلاق الحميدة وهو ما يتنافى وديننا الحنيف وأخلاقنا الحميدة وتربيتنا الأسرية السليمة. الاستخدام السلبي الرابع هو خطر التعرف على أشخاص

مجهولي الهوية يمكن أن يؤثروا سلبيًا ذهنيًا على المستخدم ويستدرجونهم من خلال المواقع والمنصات الإلكترونية لدفعه للارتكاب جرائم في حق نفسه وأسرته ووطنه ودينه وعقيدته. أما التأثير السلبي على المدى الطويل فهو، برأي الطالبات، الغزو الفكري والثقافي انطلاقًا من أن الهاتف الذكي وسيلة تقنية لتلقي واستهلاك محتويات اتصالية وإعلامية من ثقافات ومجتمعات وأفراد مختلفين ومتنوعين رغم أن نتائج الاستبانة قد بينت أن نسبة إقبال البنات على المواقع والمنصات والشبكات الأجنبية قليلة مقارنة بالمواقع العربية والسعودية.

هل تحتاج الطالبات إلى التوعية والإرشاد للاستعمالات الهواتف الذكية؟ توافق (26%) من العينة بشدة وعلى ضرورة التوعية و(28.1%) موافقة، (23.4%) محايدة، (21.9%) لا تهتم. فهناك وعي حقيقي بمخاطر الاستخدام المفرط للهواتف الذكية ووعي بأهمية وضرورة التوعية والإرشاد (54.7%) بينما (45.3%) من العينة لا تهتم أو محايدة. واقترحت الطالبات تنظيم حملات إعلامية (69.5%) وندوات (23.7%) وورش عمل (42.4%). وتؤكد النتائج ما يدعو إليه الباحثون والمختصين في الاتصال والإعلام وعلم الاجتماع والنفوس والأطباء من ضرورة توعية المستخدمين والمستخدمات للتقنية سواء في الأسرة أو المؤسسة التربوية والتعليمية وهي مسؤولية اجتماعية ومجتمعية قبل أن تكون مسؤولية فردية.

6- مناقشة النتائج والتوصيات:

نستنتج من النتائج السابقة:

- أنه هناك تشابه بين خصائص العينة (السن- الحالة المدنية) أي بين مجتمع الدراسة (الطالبات السعوديات) وأي مجتمع طلابي عربي أو غير عربي
- أن نسبة الطالبات السعوديات المتزوجات قليلة وهو ما يعكس حرص الفتاة السعودية وحرص أهلها وولاية أمرها على التعليم خاصة الجامعي لوعيهم بأهميته على المستوى الشخصي والاجتماعي والوطني
- انتشار الهواتف الذكية في المجتمع السعودي وهو ما أكدته الإحصائيات والدراسات
- تبني الطالبات لهذه الوسيلة التقنية الاتصالية حتى أصبحت جزءًا أو "قطعة" منهن
- تصريح الطالبات على شبكات التواصل الاجتماعية بالهوية الحقيقية دون خوف أو تردد وهو ما يؤكد التطابق بين الهوية الحقيقية الواقعية والهوية الافتراضية أو الرقمية مع التزام الحذر والحيلة دائما
- تطابق بين ملامح الهوية الحقيقية الفردية وملامح الهوية الافتراضية من خلال الإفصاح عن الميولات والاهتمامات
- تعكس تفاعلات الطالبات والردود والتعليق والمنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي جزء من شخصية الطالبات وأفكارهن وبالتالي الهوية الفردية
- تأثر الطالبات بآراء وتعليق رواد ومشاهير مواقع التواصل الاجتماعي
- معرفة ووعي الطالبات بسلبيات ومخاطر الهواتف الذكية
- قوة الوازع الديني والتربية والتنشئة العائلية تدفع الطالبات إلى عدم التأثر وعدم استغلال ما يوفره العالم الافتراضي من فرصة للتخفي
- تؤكد نتائج الاستبانة أن دوافع الطالبات للاستخدام الهواتف الذكية والانترنت دوافع معرفية وهو ما أكدته الأبحاث والدراسات السابقة حول الدوافع والإشباع إذ يُولد الإبحار على النت تقييما إيجابيا من المستخدم لنفسه وذاته من خلال سرعة الوصول إلى المعلومة وقلة توظيف القدرات الشخصية. وتمثل الإشباع المتحققة من استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة مثل الهواتف الذكية في إشباع نفسية تتمثل في

الإحساس بالسعادة نتيجة سرعة وسهولة الحصول على المعلومات مع قلة استخدام القدرات الذاتية وشعور بالسعادة في التحكم والسيطرة على الجهاز بالإضافة إلى التعزيز الذاتي للأننا. وبين كذلك الباحثون في مجال الاتصال وعلم النفس وعلم الاجتماع أن الإبحار على الانترنت وتصفح مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل على المنصات الإلكترونية والافتراضية يخفف الإحساس بالملل ويساعد على ملئ وقت الفراغ وهو ما يساعد كذلك على التغلب على الشعور بالوحدة ويساهم في الهروب من الواقع والالتقاء. لكن تبقى المخاوف من عدم احترام الحياة الخاصة والخصوصية بسبب غياب الرقابة الإلكترونية الشيء الذي يخشاه المستخدمون.

نستخلص مما سبق أن الطالبات يستخدمن الهواتف الذكية استخداما تقليديا يتمثل في الاتصال والتواصل مع الأصدقاء والأهل وأعضاء هيئة التدريس وكل من له علاقة بالحياة التعليمية والأكاديمية. في نفس الوقت مكن من إشباع رغبات جديدة ومتنوعة حيث بين الاستبانة أن الطالبات تجاوزن الاستخدام التقليدي الاتصالي للهاتف ليصبح أداة تعلم ومعرفة وتثقيف وتسلية وترفيه دون حاجة إلى تغيير المكان.

كما بينت إجابات الطالبات على الأسئلة الصريحة والواضحة حول الهوية الحقيقية والافتراضية أنه لا توجد اختلافات جوهرية وفروقات بين خصائص الهوية الافتراضية وخصائص الهوية الحقيقية الواقعية وترى الطالبات أنهن "لا يقمن بأشياء خاطئة أو مخالفة فلماذا أخفي هويتي الحقيقية؟" ويبقى الهاتف الذكي أساسا أداة اتصال وتواصل وترفيه وتعلم وليس بالضرورة أداة هروب من الواقع ومن المشاكل.

النتائج بينت أيضا التشابه في الاستخدامات والإشباع بين عينة الدراسة ومجتمعات أخرى تختلف عنها من الناحية الثقافية والاجتماعية والفكرية لتبقى ملامح الهوية الافتراضية للطالبات نفسها باختلاف المجتمعات والثقافات والبيئة: فالاهتمامات ومواضيع الحوار والنقاش ومحتويات الترفيه والتسلية وملئ الفراغ نفسها عند الطالبات عربية كانت أو سعودية أو غربية.

إذن تحقق الاستخدامات المتنوعة للهواتف الذكية إشباعا لدى الطالبات تجمع بين الاتصالي والمعرفي والترفيهي والذاتي والجماعي والعام وهي إشباعات عامة وخاصة ذاتية واجتماعية.

وفي ضوء هذه المعطيات والبيانات والنتائج، نوصي بضرورة تكثيف الدورات التدريبية وورش العمل والحملات التوعوية داخل الحرم الجامعي للمساهمة في حماية الطالبات من الانزلاقات وسوء استخدام الهواتف الذكية وتفعيل دور الإرشاد الأكاديمي والإحاطة بالطالبات من خلال النصح والإرشاد والتوجيه حتى يبقى الهاتف الذكي وسيلة اتصال وتواصل وتعليم وتعلم وليس سلاح يدمر الأفراد والمجتمعات أو وسيلة انتهاك الخصوصية في ظل الانتشار الواسع والسريع للمعلومات المكتوبة والمرئية والمسموعة.

قائمة المراجع

أولاً- المراجع بالعربية:

- 1- با يوسف، مسعودة. (2015). " الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد". عدد خاص لمجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 2- بلق، إلياس. (2005). " مفهوم الهوية: تاريخه وإشكالياته". مجلة كلمة: العدد 46. السنة 12.
- 3- بيبيمون، كلثوم. (2016). "السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي. من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية". مجلة إضافات: العددان 33/34.

- 4- حجاب، منير. (2010). نظريات الاتصال. دار الفجر للنشر والتوزيع. مصر.
- 5- حدية، مصطفى. (2009). مفهوم الهوية بين علم النفس وعلم الاجتماع.
- 6- خضير، ياسين. (2010). " المجتمع الخليجي وإشكاليات تأثير الصورة المتلفزة ". الباحث الإعلام: عدد 8. آذار.
- 7- رحومة، عادل. (2010). " تنشئة الهويات الفردية عند الشباب عبر الفضاءات الاتصالية والمعلوماتية". مجلة إضافات. العدد التاسع.
- 8- سعدان، حسين. (2017). "دوافع استخدام طلبة الجامعات للهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها: دراسة مسحية مقارنة بين الطلاب الخليجين واليمنيين". المجلة العربية للإعلام والاتصال: عدد 18.
- 9- سوشال السعودية. تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في السعودية لعام 2019.
- 10- عبد الحميد، محمد. (2015). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. عالم الكتب. القاهرة.
- 11- عبدلي، أحمد. (2014). الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال الإنترنت نموذجاً: مقارنة نظرية. مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عمارثليجي بالأغواط، كلية العلوم الاجتماعية.
- 12- عبيدات، محمد، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين. (2006). " منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات ". الطبعة 2. دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع.
- 13- العتيبي، مطلق. (2014). "استخدامات الشباب للهواتف الذكية: دراسة إثنوجرافية بمكة المكرمة". مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية: عدد 1 مجلد 7. جامعة أم القرى.
- 14- عيساني، رحيمة. (2014). "استخدامات طلاب جامعة الشارقة للإنترنت والهواتف النقالة وتأثيراتها على تواصلهم الاجتماعي". الجمعية العربية للإعلام والاتصال.
- 15- الغرابي، فلاح. (2009). وسائل الاتصال الحديثة ودورها في إحداث التغيير الاجتماعي. مجلة القادسية في الآداب والعلوم التربوية: المجلد 8 العدد 2.
- 16- لونيس، باديس. " الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد. حدود التلاقي والتلاقي ". مجلة دراسات وأبحاث: عدد 19. المجلد 7.
- 17- مجلة إضافات (2012): عدد 19.
- 18- محمد، حسني. (2015). نظريات الإعلام. دار الكتاب الجامعي. الطبعة الأولى. الإمارات العربية المتحدة.
- 19- محمد، رحومة. (2008). علم الاجتماع الآلي. الطبعة 1. الكويت.
- 20- المشوخي، حمد. (2002). "تقنيات ومناهج البحث العلمي". دار الفكر العربي. القاهرة.
- 21- المطيري، سلطان. (2015). "شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي". رسالة ماجستير. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. المملكة العربية السعودية.
- 22- المكيزي، عادل. أحمد، عبد الله. الدهمشي، فلاح. (2019). "نظريات الاتصال الجماهيري". الطبعة الأولى. مكتبة المتنبي. المملكة العربية السعودية.
- 23- مهدي، حبيب. " دراسة في مفهوم الهوية". مركز الدراسات الإقليمية. دراسة إقليمية. 5 (13)
- 24- الموقع الرسمي لهيئة الاتصالات وتقنية المعلومات بالمملكة العربية السعودية.
- 25- هشام، زكريا وعبد القادر، مصعب. (2018). مناهج البحث في الاتصال والإعلام. ط 1. مكتبة الرشد ناشرون.
- 26- يوسف، عبد الرحيم. (2013). "مواقع الشبكات الاجتماعية: الاستخدامات والتأثيرات". مجلة الدراسات التربوية والنفسية: عدد 4. مجلد 7. جامعة السلطان قابوس.

ثانياً- المراجع الأجنبية:

- 27- Bardini, (Thierry). (1996). «Quand l'imaginaire devient réalité... virtuelle: à propos des mythes entourant les technologies du virtuel». Interface, vol. 17, no 6, novembre- décembre.
- 28- Bourdeloie (H.) « Retour sur quelques notions- clés de la sociologie des usages des TIC à la lumière d'une enquête de terrain ». in Lacroix, J- G et Tremblay, G. (dir.), Usages des TIC, volume 2, Les Presses de l'Université Laval, coll. « Éthique et philosophie de la communication ». Québec.
- 29- Coutant, (Alexandre). (2011). Formes et enjeux de l'identité numérique. Etat des questionnements et recherches.
- 30- Georges, (Fanny). (2009). « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 ». Réseaux/2 numéro 154.
- 31- Jouët (Josiane). (2000). « Retour critique sur la sociologie des usages ». Réseaux. 100.
- 32- Kaufmann, (J.- C.). (2004). L'invention de soi. Une théorie de l'identité. Armand Colin/ SEJER. Paris.
- 33- Keucheyan, (Razmig). (2002). « Identité personnelle et logique du social ». Revue Européenne des sciences sociales. 124.
- 34- LACROIX, (Jean- Guay) enterez, ET autres. (2009). « La mise en place de l'offre des usages - des INTC le cas de vidioway et de teletel ».
- 35- Les cahiers du numérique numéro 1. Vol 7. 2011.
- 36- Michel de Certeau. (1990). « L'invention du quotidien, Arts de faire ». Édition de Luce Giard. Collection Folio essais. Gallimard.
Numéro 15.2009. 12- Revue Réseaux
- 37- Olivier (Ertzscheid). (2013). " Qu'est- ce que l'identité numérique; enjeux, outils, méthodologies". Encyclopédie numérique. Open Edition Press.
- 38- Pierre, (Julien). (2014). « De l'identité numérique à l'identité Trans médiatique ». Mediadoc N 13. Décembre.
- 39- Proulx(serge). (2010). « Penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui: enjeux – modèles – tendances ». Presses universitaires de Bordeaux.
- 40- Proulx, (S.). (2005). « Les communautés virtuelles construisent- elles du lien social ? », XVIIe congrès international des sociologues de langue française. 5- 9 juillet 2004, in Actes de travaux du groupe de travail Sociologie de la communication, janvier. Tours.
- 41- Raymond (Boudon), Philippe Besnard. (2018). « Dictionnaire de la sociologie ». LAROUSSE.
- 42- Researchservices74.blogspot.com.eg.2015.
RESEAUX" Numéro 154. 2009"- Revue
- 43- Revue Documentaliste - Sciences de l'information Numéro 47. 2010
- 44- Sconce, (J.).(2000). Haunted Media: electronic presence from telegraphy to television. Duke University. Press Durham.