



## دراسة تأثير (التسلية والمعلومات والتعبير عن الذات) على نوايا طلبة كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة ذي قار الاستمرار باستخدام الفيس بوك

م.م. قاسم متعب جلود  
كلية الإدارة والاقتصاد/ جامعة ذي قار  
[k\\_km68@yahoo.com](mailto:k_km68@yahoo.com)

### المستخلص

ان الاستخدام الواسع النطاق للفيس بوك دفع الشركات التي تقدم خدماته والأخرى التي تنوي القيام بالأعمال على صفحاته إلى الاهتمام بالعوامل الدافعية التي تجعل نوايا الأفراد يميلون نحو الاستمرار باستخدامه. ولذلك فإن البحث الحالي يهدف إلى دراسة تأثير من العوامل الدافعية المستمدة من نظرية الاشباعات والاستخدامات وبيان تأثيرها على رضا مستخدم الفيس بوك ونواياه للاستمرار باستخدام الفيس بوك. ولهذا الغرض صمم الباحث استبانته أخضعت لاختبارات الصدق والثبات المعمول بها. تكونت من خمس أبعاد فسرتها ستة عشر فقرة. بلغت عينة البحث 152 طالبا من طلبة كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة ذي قار. بينت النتائج ان التسلية والتعبير عن الذات تؤثر في الرضا عن الفيس بوك وان العوامل آنفه الذكر تحدد نوايا عينة البحث على الاستمرار باستخدامه. اختتم البحث بأهم الاستنتاجات والتوصيات.

الكلمات المفتاحية: الفيس بوك، التسلية، الرضا، البحث عن المعلومات، النوايا.

Study the effect of( perceived enjoyment, information seeking and self-discloser )on intonation of students of college of economic and administration at Thi-Qar university continuance intention of using Facebook

### Abstract

The use of social media sites has appeared rapidly as a model platform for social interaction. Facebook has been used widely and the commonly used of it pushed the companies use it to introduce their services and to pay attention. This study aims to identify the effect perceived enjoyment, information seeking and self-discloser on continuance intention of using Facebook. A survey method was adopted and the sample constituted 152 students of undergraduate at college of Administration and Economics at Thi-Qar university. The results revealed that the model explains 78% variation in the continuance intention to use Facebook. Self-discloser was seen to be a strong determinant of intention towards using Facebook in this study.

Keywords--- Continuance Intention, Facebook, Self-discloser, Information seeking.

## المقدمة :

إن نمو وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي غير المسبوق جعلها تهيمن على الكثير من مفردات نشاطاتنا اليومية، وتصبح طريقا سالكا لإدامة اتصالاتنا مع الآخرين، ومنحى نحصل بواسطته على الأخبار، ونافذة نطل من خلالها على الأحداث التي تقع هنا وهناك، وننشاطر عن طريقها الأشياء مع الآخرين، ونعبر بها عن ذاتنا. وبالتالي أسهمت في إنشاء عالم جديد من التعاون والمشاركة بين ملايين الأشخاص في عموم العالم بقطع النظر عن أعراقهم وأجناسهم. ومع تعدد وتنوع مسمياتها واحتدام المنافسة بينها لكسب ود مستخدميها ومحاولاتها المستميتة لاستقطاب المزيد، تقدم الفيس بوك الذي ظهر أول مره في عام 2004 مستهدفا طلبة الجامعات الصفوف وسرعان ما أصبح محل ترحيب وأضحى أكثرها شهرة على الإطلاق وتقدم حتى على الوسائط التي سبقته من حيث العمر كثيرا واحتل صدارة السباق بعدد مستخدميه الذي ناهز مليار 1.56 على وفق المعطيات إلي عرضتها دراسة (Phua et al:2017:412). ويتبادل مستخدميه 30 مليار قطعة محتوى على أشكال مختلفة (قصص جديدة وملاحظات وصور شهريا (Suki et al:2012:223). وشجع تزايد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الكثير من المنظمات على إيجاد موطئ قدم لها وفي هذا الصدد بين (Davis et al:1989:982) ان 80% من دراسات الأعمال توجد على الفيس بوك وفي مسعاها للحفاظ على مستخدميها واستقطاب الجدد ، حاولت المنظمات التي بلورت استراتيجياتها للانتفاع من هذه الأداة للوصول إلى اكبر عدد من المستخدمين وبالتالي يأتي فهم العوامل التي تدفعهم نحو استمرار استخدام الفيس بوك موضوعا حيويا. وتشير الدلائل ان الأرقام في طريقة إلى الارتفاع. ومع ان جذوره ليست ضاربه في القدم إلا أن المنظمات على اختلاف مسمياتها وملكيته وأحجامها انتبعت إلى الفرص الكبيرة التي يولدها والآفاق العظيمة التي يفتحها في المستقبل. وشرع أصحاب القرار بها بتنفيذ الأعمال عن طريقة. وبالتزامن، تفتحت قريحة الباحثين لقراءة العوامل التي تحفز الأفراد على الاستمرار باستخدامه والقوى التي تجذبهم نحوه دون غيرها وتمهد السبيل لازدهاره. واجتهدوا للإجابة على تساؤل مفاده ما هي العوامل الدافعية التي تجعل الأفراد يستمرون باستخدام الفيس بوك؟ وفي أثناء مناقشاتهم لهذه الظاهرة طرحت على طاولة النقاش اطر ونظريات متنوعة، تقدمت الصفوف في الأونة الأخيرة نظرية الإشباع والاستخدامات التي تقوم على افتراض مفاده ان جمهور وسائل الإعلام يتسم بالإيجابية والفاعلية واستخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف خاصة، وان الجمهور قادر على تحديد أهدافه واحتياجاته ركزت النظرية على اختيار واستخدام الأفراد بوساطة تأكيدها على ان مختلف الأفراد يكون بوسعهم استخدام وسيلة إعلامية واحدة لأغراض مختلفة (Basak 183 and Clisir:2015). وفي حديث ذي صلة نوه (Cheung et al:2011) إلى إن الغرض الرئيس لهذه النظرية هو تفسير الأسباب التي تجعل الأفراد يميلون الى وسيلة إعلامية معينة ويفضلونها على الوسائل البديلة وتوضيح الحاجات النفسية التي تدفعهم إلى استخدام تلك الوسيلة. وبذلك فأنها غدت إطار مفيد لفهم حاجات ودوافع الأفراد لاستخدام وسيلة جديدة. من هنا وتماشيا مع تزايد الاهتمام بهذه النظرية، سوف يركز عليها الباحث لتفسير الأسباب التي تجعل عينة البحث تصر على استخدامه دون غيره. ولأن المستخدم اليوم تتاح أمامه عديد من الأدوات التي يكون بوسعه عن طريقها إشباع حاجاته، فان البحث الحالي يهدف إلى تحليل التسليية والبحث عن المعلومات والتعبير عن الذات بوصفها عوامل دافعية تؤثر في نوايا عينة البحث للاستمرار

باستخدام الفيس بوك. ولان نسبة المستخدمين النشطين مقارنة بعدد المشتركين بوسائل التواصل الاجتماعية لم تنمو بشكل متوازٍ، وهذا ما غير اتجاه المعنيين بها لغرض دراسة كيفية الاحتفاظ بالمستخدمين وتشجيعهم لإعادة زيارة تلك المواقع (Huang et al: 2014: 774).

وعلى الرغم من شيوع ظاهرة الفيس بوك بين طلبة الجامعات، نجد شحها في الدراسات التي تتصدى لها وتبحث في الأسباب التي تجعل هذه الفئة تقدم على استخدامه بشغف. وعلى وفق هذا الرأي، ولان ظاهرة الفيس بوك لازالت فتية في مجتمعنا يجد الباحث الفرصة سانحة فحري بنا التبحر بالأسباب التي تدفع نحو استخدامه ودوافع الاستمرار بذلك عسى ان يزود مجهزي خدمات الفيس بوك والشركات التي تروم أداء الأعمال عليا ببعض المؤشرات التي تفتح الطريق أمامها لتوظيف هذه العوامل على نحو يساعدها في كسب ود المستخدمين الحاليين والمتوقع دخولهم الميدان.

### الدراسات السابقة :

تملكت الرغبة في معرفة العوامل التي تدفع الأفراد نحو الفيس بوك دون غيره من وسائل التواصل الاجتماعي الباحثين لذلك سعوا للخوض فيها، ومن نافذة القول ان معالجاتهم لم تنحصر فقط في نظرية الاشباع والاسخدامات بل صاحبها أنموذج قبول التقنية ونظريه الفعل المسبب. ومع ذلك لم تكن البحوث او النتائج متباعدة كليا. بعامه، هدفت دراسة (Suki et al :2012:223) الى التحري عن العوامل التي تؤثر في النوايا السلوكية لاستخدام الفيس بوك وجمعت بياناتها من عينة مكونه من 200 مستجيب وأكدت الدراسة ان المتعة المرجوة وسهولة الاستخدام محدد رئيس لاتجاهات عينة البحث نحو تكوين نوايا للاستمرار باستخدام الفيس بوك. وسعت دراسة ( Basak and Clisir:2015:181) الى تحليل تأثير العوامل الدافعية على نوايا الأفراد للاستمرار باستخدام الفيس بوك. بلغت عينة البحث 209 مستخدم وأفادت النتائج ان للاتجاهات تأثير اقوى على النوايا مقارنة بالرضا وان البحث عن المكانة لها تأثير غير مباشر على نية الاستمرار باستخدام الفيس بوك. وحاولت دراسة (Praveen and Thomas:2014:24) تشخيص نوايا استخدام الفيس بوك وأظهرت نتائجها ان المتعة محدد رئيس للاتجاهات نحو الفيس بوك. واقترحت دراسة ( Shi et al:2010:624) أنموذج للبحث في العوامل التي تحفز نوايا الأفراد للاستمرار باستخدام الفيس بوك، وقد أظهرت النتائج التجريبية ان الرضا محدد رئيس لنوايا عينة البحث التي بلغت 129 مستجيب للاستمرار باستخدام الفيس بوك، وعلى غرار ذلك، أكدت الدراسة ان التسلية والبحث عن المعلومات لها تأثير على رضا مستخدم الفيس بوك. وتصدت دراسة (Mouakket:2015:102) لدراسة العوامل التي تؤثر في نوايا استمرار طلبة الجامعات الإماراتية للاستمرار باستخدام الفيس بوك وقد ارتكزت الدراسة على أنموذج تأكيد التوقع وبينت النتائج ان النتائج ان الرضا عن الفيس بوك يتأثر على نحو مباشر وغير مباشر بالعادة، وأكدت النتائج ان الفائدة والمتعة والرضا والعادة والمعايير الاجتماعية محددات لنوايا الاستمرار باستخدام الفيس بوك. وتناولت دراسة (سنا: 2015: 14) اتجاهات طلبة الجامعة المستنصرية نحو الفيس بوك واهم المعوقات التي تواجههم وبينت الدراسة ان عينة البحث تميل إلى استخدام الفيس بوك كونه وسيلة للتسلية. دراسة (الزيادي والغزي : 2017)

إجمالاً اتضح من نتيج الدراسات التي تناولت وسائط التواصل الاجتماعي عموماً والفييس بوك خصوصاً ان هناك انتقالاً من مرحلة ما قبل التنبئ الى مرحلة القبول، وفي ذات الوقت، ثمة ميل للدراسات التي تدور حول مرحلة ما بعد التنبئ والاستمرار بالاستخدام الفيس بوك على مستوى العالم، وقد تكون الدراسات ذات الصلة بهذه الناحية وعلى حد علم الباحث في المكتبة العراقية قليلة . وقد مدت الدراسات السابقة على قلتها الباحث ببعض الإرشادات لتكون أساس في بناء مرتكزات البحث النظرية ودعائم دراسته الميدانية. وتميز البحث الحالي باعتماده نظرية الاشباعات والاستخدامات غير المألوفة في مكتبة الإدارة العراقية.

### مشكلة البحث :

إن اكتساب والاحتفاظ بالمستخدمين في بيئة تنافسية متعددة الأقطاب أصبحت من المشاغل الرئيسية لمواقع التواصل الاجتماعي. لان النجاح النهائي لأدوات وسائط التواصل الاجتماعي يقترن على وفق ما ذكره (Gou et al:2016:750) بشكل كبير باستمرارية استخدامها من المستخدمين وتفاعلهم معها وعلى هذا النحو، تقتضي الضرورة من المنظمات المعنية على رأي (Chiu and Huang:2015:928) فهم تفاعل مستخدميها والتعرف على سلوكهم بوصفها عوامل حاسمة لاستمرارها وازدهارها. وتأسيساً على ذلك، فان المنظمات المقدمة لخدمة الفيس بوك وتلك التي تنشئ تنفيذ أعمال عليا تجتهد لاستقطاب المستخدمين، ولا يبدو هذا كافياً إذ يتوجب عليها القيام بالمزيد من اجل الاحتفاظ بمستخدميها وإغرائهم لمنعهم من الانتقال إلى الأدوات الأخرى المنافسة الذي لا يكلفهم إلا الضغط على زر الحاسوب. وفي ضوء هذا الفهم، تتلخص مشكلة البحث بالتساؤلين الآتيين:

1-ما هو تأثير (التسلية والبحث عن المعلومات والتعبير عن الذات) على نوايا طلبة كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة ذي قار للاستمرار باستخدام الفيس بوك؟

2-ما هو تأثير المتغير الوسيط (الرضا) على العلاقة بين العوامل الدافعية متقدمة الذكر ونوايا عينة البحث للاستمرار باستخدام الفيس بوك؟

### هدف البحث :

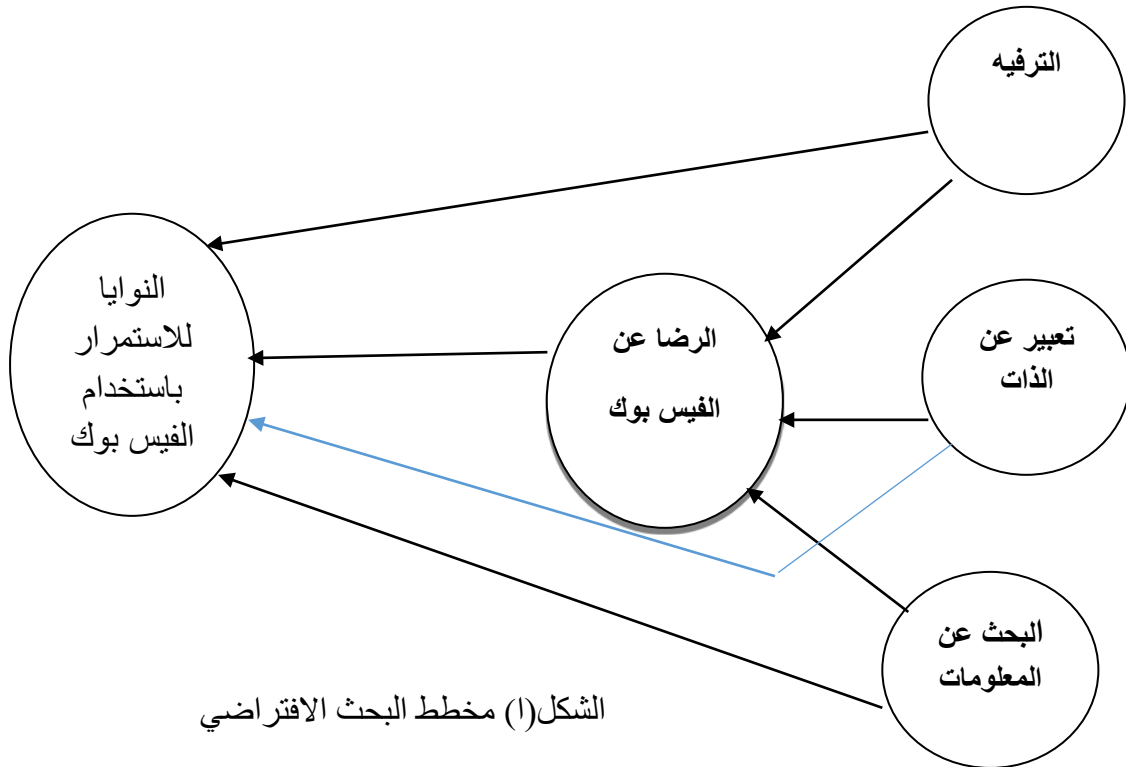
يهدف البحث الحالي إلى:

- 1-تشخيص العوامل الدافعية التي تؤثر في نوايا عينة لبحث للاستمرار باستخدام الفيس بوك.
- 2-تحليل تأثير (التسلية والبحث عن المعلومات والتعبير عن الذات) على نوايا عينة البحث للاستمرار باستخدامه
- 3-التعرف على الرضا بوصفه متغير يتوسط العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير المعتمد.
- 4-قراءة نتائج التحليل الإحصائي وبيان دلالاتها ومضامينها.

### مخطط البحث الافتراضي:

وصفت (سنة 2015:16) الفيس بوك بأنه شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى

الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقاءهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. وعلى وفق ذلك فإن الباحث رسم مخطط بحثه الافتراضي على شكل ثلاثة أقسام، القسم الأول يقع على اليمين ويمثل الفقرات المستقلة. رسمت هذه المتغيرات المستمدة من نظرية الأشباكات والاستخدامات. ويفترض المخطط ان لكل مستخدم عدد من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة، وعن طريق خبرة الفرد يبدأ بتحديد توقعاته عن تلبية الفيس بوك لهذه الحاجات، ويترتب على ذلك قراره بالاختيار بين الأدوات المتاحة بين يديه طبقا للرضا الذي جناه منها. إن نجاح استخدام أنظمة المعلومات واحدا من المواضيع التي تناولها أدب أنظمة المعلومات بإسهاب. وفي هذا الصدد نبه ( Delon and McIwan:1992:60) إلى الواقع المعقد الذي يحيط بتشخيص وتعريف مفهوم نجاح أنظمة المعلومات، وفي مسعاهم وضعا ستة أبعاد لقياس نجاح النظام ورضا المستفيد احدها. وما دامت نظريات أنظمة المعلومات وضعت الرضا بمثابة متغير سابق لنوايا الاستمرار باستخدام أنظمة المعلومات فإن البحث الحالي انتهج نفس المسار. واقتبس الباحث الرضا ووضع متغير وسيط من أنموذج تأكيد التوقع (Bhattachar et al:2001:351) الذي يفيد بان الرضا محدد أساس لنوايا الاستمرار باستخدام أنظمة المعلومات. أما المتغير التابع فقد رسم متماشي مع دراسة ( Basak and Calisir:2015:186) التي شددت على ان الرضا يولد نوايا الاستمرار باستخدام الفيس بوك. وطبقا لأسلوب تحليل المسار الذي يعتمد على التحليل معطيات بحثه فإن المتغيرات المستقلة الثلاث تؤثر في المتغير الوسيط والمتغير التابع على نحو مباشر، وأيضا تؤثر على نحو غير مباشر في المتغير التابع، ويتحول المتغير الوسيط الى متغير مستقل يؤثر بالمتغير التابع تأثيرا مباشرا. والشكل (1) يظهر مخطط البحث الافتراضي. والآتي تفسير لمتغيرات المخطط.



الشكل (1) مخطط البحث الافتراضي

**نوايا الاستمرار باستخدام الفيس بوك :**

تعد النوايا السلوكية مقياس لقياس نوايا المرء لأداء سلوك معين وهي مؤشر جيد على الاستخدام الفعلي للتقنية. وحظيت النوايا بدعم عدد كبير من الدراسات. واحد هذه الدعائم الرئيسية جاءت من (Davis et al:1989:93) الذي أفاد ان استخدام الأفراد للحاسوب يمكن أن نتنبأ به من نواياهم شدد باحثوا أنظمة المعلومات على أن استخدام أنظمة المعلومات لا يمكن ان يعد ناجحا إذا لم يستمر المستخدم باستخدامها. وغالبا ما تترشح لدى المستخدم خلاصة عن تقديره لنتائج الاستخدام السابق ويمزجها مع النتائج المستقبلية المتوقعة التي تولد لديه نية الاستخدام. التي صفها ( Fishbein and Ajzen:1975 ) احتمالية قيام الفرد بأي سلوك وجاء في دراسة ( Bhattacharjee:2001:353 ) بأنها نية الفرد الاستمرار باستخدام النظام بعد قبوله مبدئيا، وفي حديث ذي صلة بينت الدراسة ان نجاح استخدام أنظمة المعلومات يعتمد على استخدامها وليس قبولها لان الأفراد حينما يشرعوا باستخدام النظام فان الدوافع النفسية التي تؤثر في استخدام النظام سوف تظهر. وجزئها (Lu et al:2003:206) إلى جزأين الأول المتعلقة بنية الفرد لأداء سلوك معين والثانية النية للإتيان بالسلوك وعني بها تحويل النية إلى فعل وعدها ( Gardner and Amorson:2004:5) مقياس لقوة نوايا الفرد لأداء سلوك معين . ووضع الباحث متغير والنوايا للإتيان بالسلوك بديلا عن الاستخدام الفعلي للنظام تماشيا مع دراسة ( Lu et al : 2003:982 ) التي فضلت استخدامها بدلا من الاستخدام الفعلي ، خاصة إذا كان النظام في مراحل التبني الأولى ، لان ذلك يؤدي إلى تعزيز القوة التنبؤية به للأنموذج ورسم ( Wu et al:2015 ) نفس الصورة وعد النوايا السلوكية مؤشراً جيداً للتكهن بسلوك قبول الفرد للنظام وتفسيره وأكد (Lee et al:2007:60) أن النظام عندما يكون استخدامه جديداً نسبياً فمن المنطقي التركيز على النوايا السلوكية . وينطبق الوصف متقدم الذكر على استخدام الفيس بوك .

**الرضا عن الفيس بوك :**

ثمة اتفاق واسع النطاق في حقل أنظمة المعلومات الإدارية على إن رضا مستخدم النظام يعد متغيراً أساسياً بوساطته يتم قياس تأثير تقنية المعلومات على المستخدمين وانه ذو قيمة عملية للمديرين المهتمين بتقييم اثر تقنية المعلومات (الزيادي:2006: 95). وشغل الرضا بشكل عام مكانه مميزة في أدب الإدارة، وكان ولا يزال محل اهتمام كثير من الباحثين في مجالات معرفية مختلفة، ويأتي الاهتمام به كونه يتناول المؤثرات الداخلية والخارجية التي تلامس مشاعر الأفراد في داخل المنظمة. والرضا يتحدد برأي الكثيرين بشعور الفرد نحو ما تنطوي عليه الوظيفة. ولم يكن مفهوم الرضا غائبا عن المعنيين بإدارة أنظمة المعلومات لتمامه المباشر مع استمرار او التوقف عن استخدام النظام. فقد جاءت ف دراسة (Bhattacharjee:2001:354) ان الرضا هو نتيجة لتجارب المستخدم السابقة باستخدام نظام المعلومات ويؤدي دورا حيويا في نوايا الاستمرار باستخدام نظام المعلومات ويخلق المستخدمين للنظام على المدى الطويل. وفي حوار ذات صلة نوه (Basak and Calisir:2015:183) ان الرضا يؤثر إيجابيا في نوايا الاستمرار باستخدام الفيس بوك على نحو مباشر أو غير مباشر. وفي حديث ذي صلة أكد (Shi et al:2010:625) دور الرضا الإيجابي في نوايا استمرار استخدام الفيس بوك. وعلى غرار ذلك وجد ( Lee :2007:62 ) ان الرضا هو المقياس الأكثر فائدة لقياس فاعلية النظام. وانه بديلا للمحددات الموضوعية لفاعلية أنظمة المعلومات (Delone and McLean:1992:61). وفي معرض نقاشة بين ( Hamilton

1981:391) and Chervany) ان رضا مستخدم النظام النهائي يستعمل على نطاق واسع بوصفة مقياس لنجاح النظام. وقد ارتكزت على دراسة (Guimaraes and Igbaria:1997:881). ومن أهم النظريات التي فسرت النوايا السلوكية للاستمرار باستخدام أنظمة المعلومات هي نظرية التوقعات غير المؤكدة ومضمونها التي قام ببنائها (Oliver:1980:460) ان رضا مستخدم النظام هو المكون الأهم في تفسير سلوك استمرار الاستخدام. وأشارت النظرية على وفق مع عرضة (Liu et al :2010) ان مستوى الرضا عن النظام يتحدد بالتوقعات المأمولة من النظام وفشل نيؤه الاستخدام التالي تحدد نية استمرار استخدام النظام . والرضا حالة نفسية موجزة تظهر حينما تقترن الحالة العاطفية المحيطة بالتوقعات غير المؤكدة لمشاعر المستخدم السابقة حول تجربته الاستخدام (Oliver:1980:463).وعلى سوف يسأل المستجيبين عن مدى شعورهم بالرضا والسرور والغبطة جراء استخدام الفيس بوك وإفرازات ذلك على نواياهم الاستمرار باستخدامه.

### التسلية (الترفيه):

تعد التسلية أحد الدوافع الرئيسة لاستخدام الانترنت التي يشهـار لها على وفق ما ذكره (Ellison and Lampe:2007) بأنها إشغال وقت الفراغ. وعلى رأي (Shie et al :2010:626) فان عدد كبير من الأفراد يستخدم الفيس بوك لأنهم يعتقدون بأنه مسلي ويوفر عدد من وسائل الترفيه لإشغال أوقات فراغهم وقضاء الوقت حينما يشعرون بالملل. ووصف (Eighmey and Mccard:1998) التسلية بأنها المدى الذي يكون استخدام وسيلة إعلامية معينة ممتع ومثير لمستخدميها. ومما هو معروف ان الأفراد وعلى مختلف أعراقهم وأجناسهم يسعون على استخدام الفيس بوك للاسترخاء وفي أوقات الفراغ، وبذلك فان هذا الاستخدام يشبع حاجاتهم للمتعة والشعور بالسرور في أثناء تفاعلهم مع الآخرين او الاطلاع على ما يحدث من حولهم ومشاهدة ما يحلو لهم على صفحاته. شدد (Kim et al :2011:365) على أن تبادل المعلومات والموسيقى والأشرطة التي تتضمن الأغاني أو الخبرات على الفيس بوك تولد السرور والبهجة الذي يعامل معامل الدافع للترفيه ، وطبقا لما جاء في دراسة (Sheldon :2008:67) فان بعض الأفراد يشبعوا حاجاتهم للتسلية عن طريق رؤية صور الآخرين وقراءة الخصائص الشخصية ... الخ أما (Specia and Libarber:2012:624) فقد أكد ان المستخدم بوسعه الحصول على التسلية عن طريق الفيس بوك بوساطة طرائق متنوعة منها تصفح صفحات الأصدقاء ورؤية الصور والتعرف على ما يفعله الآخرين عن طريق قراءة مصادر الأخبار على الفيس بوك ، وعلى وفق هذا العرض فان البحث الحالي يفترض ان التسلية تؤثر في الرضا عن الفيس بوك الذي يعكس في تكوين نوايا استخدامه أيضا تؤثر مباشرة في تكوين النوايا للاستمرار باستخدامه.

### البحث عن المعلومات :

أصبحت وسائط التواصل الاجتماعي وعلى خلاف ما هو متوقع مستودعاً ضخماً للمعلومات التي ينشئها المستخدم التي تأتي على شكل تعليقات واقتراحات وتجارب وغيرها. وقد أسهمت في إغنائنا بالمعلومات التي تعد ضرورية لحياتنا اليومية ، بل أضحت كما يقال مفتاح لفهم العالم من حولنا ، وبعد ان أثنى الكثير على وسائل الإعلام التقليدية المسموعة والمقروءة والمرئية لأنها تقدم الكثير من المعلومات للمتلقي ، انبهروا بالصفحة الثانية من صفحات تطور الانترنت التي مثلها الويب 1:0 ، وعند المقارنة بين الاثنين دائماً ما يؤكد المعنيين بان وسائل الإعلام التقليدية تمنح

الفرد قدرة محدودة في الحصول على المعلومات ، فيما يقدم الانترنت مساحات واسعة وقنوات عديدة لإشباع حاجة المستخدم من المعلومات(الزيادي والغزي:2017).وصف ( Whiting and Williams: 2013:16) البحث عن المعلومات على وسائط التواصل الاجتماعي إنها استخدام تلك الوسائط للحصول على المعلومات أو التنقيف الذاتي.وبين ( Basak and Calisir : 2015:181) هي الحد الذي يحصل به الفرد على معلومات مفيدة من وسائط التواصل الاجتماعي. وذكرها (Lee and Ma : 2012:331) بالمدى الذي يكون بوسع المستخدمين الوصول إلى معلومات ملائمة وبالوقت المناسب من وسائط التواصل الاجتماعي. وشدد الباحثون في معرض نقاشهم على ان الحصول على المعلومات من العوامل الجوهرية لاستخدام الانترنت ( Sun et al 2008:408) : ومنذ الأيام الأولى لظهوره شددوا على ان دافع المستخدم في البحث عن المعلومات يؤدي دوراً حيوياً في الإقبال على الفيس بوك ، وغالباً ما يرتبط الحصول على المعلومات بأهداف محددة وتسير في اتجاهات متعددة. وطبقاً لرأي (Savalainen 1995:259) فإن نشاط الحصول على المعلومات يسهم في حل المشاكل اليومية والتمكن من العيش وتشكل سلوكيات الحصول على المعلومات حينما يحصل المستخدم على معلومات ويكون على دراية بما يريد. ومن هنا فإن المفحوصين سوف يُسألون عن مدى حصولهم على معلومات مفيدة من الفيس بوك ومدى الاستفادة من هذه المعلومات التي تبدو بخسة الثمن. بوسع المستخدمين البحث عن حاجاتهم بما هو متوفر أصلاً على هذه المواقع أو الاستفسار عما يبغون الحصول عليه ، أو الوصول إلى إجابات محددة لما يشغل بالهم ويساورهم القلق بشأنه وذات صلة بحياتهم اليومية. ولذلك يتوقع البحث ان المستخدم الذي يزور مواقع التواصل الاجتماعي الحكومية ان يحصل على معلومات لان تلك المواقع حدثت بياناتها، ويتمكن من معرفة ما يحدث على أرض الواقع والحصول على آخر المستجدات حول سياسات ونشاطات تلك المنظمات(الزيادي والغزي:2017).

### التعبير عن الذات:

أصبحت وسائل الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة ومريحة للمستخدمين للحفاظ على العلاقات الاجتماعية وتبادل المعلومات وخلافاً لتطبيقات الويب الأخرى مثل المنتديات وغرف الدردشة التي تخفي الهوية الحقيقية إلى حد فأن الشبكات الاجتماعية عادت ما تركز على معلومات شخصية حقيقية مثل اسم الشخص ومدينته وهويته والاتصالات الشخصية التي توجد خارج الشبكة ، لذلك حدثت تغييرات كثيرة من ناحية التفاصيل الشخصية التي يفصح عنها المستخدمين على شبكة الانترنت(الزيادي والغزي:2017).و صور (Bumgarner:2007) الفيس بوك على انه وسيلة لعرض المستخدمين لأنفسهم وانهم يقضون كثير من الوقت من اجل التعريف بخصائصهم وسماتهم الشخصية. وبين (Ellison et al:2007:1143) ان الفيس بوك يوفر الفرصة للأفراد لأخبار أهلهم وزملائهم وأصدقائهم أشياء حول أنفسهم. وفي حديث في ذات الشأن أفاد (Basak and calisir:2015:185) ان الأفراد يستخدموا الفيس بوك للحوار والنقاش حول أنفسهم ورسم صورة جذابة حول شخصيتهم. فتحت وسائط التواصل الاجتماعي آفاقاً جديدة واحتمالات كثيرة أمام مستخدميها لتبادل المعلومات الشخصية العامة على شبكة الانترنت ، وجرت عادة الكثير منهم في السنين الأخيرة على الإفصاح عن معلومات شخصية بحتة بثتى الصور ، تراوحت بين عرض المشاعر الشخصية وصولاً إلى عرض تفاصيل حياتهم اليومية ، ويميل البعض إلى الإفصاح عن المعلومات لأشخاص معروفين لهم ، وفي كثير من الأحيان لأشخاص غير معروفين تماماً ، وتتجلى أهمية الإفصاح عن المعلومات على وفق ما رسمه ( Ku et al : 2013:571) في ان عرض مجموعة من التعبيرات العاطفية الفورية بينهم يسهم في



تحسين الصحة النفسية والبدنية فضلاً عن عرض المنافع المعرفية غير المباشرة. لقد فتحت وسائل التواصل الاجتماعي آفاقاً جديدة واحتمالات كثيرة أمام مستخدميها لتبادل المعلومات الشخصية العامة على شبكة الانترنت ، و جرت عادة الكثير منهم في السنين الأخيرة على الإفصاح عن معلومات شخصية بحتة بشتى الصور ، تراوحت بين عرض المشاعر الشخصية وصولاً إلى عرض تفاصيل حياتهم اليومية ، ويميل البعض إلى الإفصاح عن المعلومات لأشخاص معروفين لهم ، وفي كثير من الأحيان لأشخاص غير معروفين تماماً ، وتتجلى أهمية الإفصاح عن المعلومات على وفق ما رسمه (الزيادي والغزي:2017) في تمكين الأفراد من عرض مجموعة من التعبيرات العاطفية الفورية بينهم يسهم في تحسين الصحة النفسية والبدنية فضلاً عن عرض المنافع المعرفية غير المباشرة. وبين (Loiacono : 2015:66) ان الباحثون غالباً ما يستشهدون بالبقاء على اتصال مع أصدقاء أو أفراد الأسرة بوصفها سبب رئيس لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ولا يقلل ذلك من محاولة إعادة الاتصال مع الأصدقاء القدامى بوصفه سبباً قريباً جداً من السببين الأوليين ، وفي هذا الموقف يركز المستخدم على وضع معلومات عن الخصائص الشخصية للفرد لغرض إعادة الاتصال بالزملاء والأصدقاء القدامى. ولذلك فان البحث يفترض ان التعبير عن الذات دافع للانجذاب نحو الفيس بوك ويؤسس لنية الاستمرار باستخدامه.

#### فرضيات البحث :

- 1- توجد علاقة تأثير معنوية موجبة بين العوامل الدافعية (التسلية والتعبير عن الذات والبحث عن المعلومات) والرضا عن الفيس بوك.
- 2- توجد علاقة تأثير معنوية بين العوامل الدافعية متقدمة الذكر ونوايا عينة البحث للاستمرار باستخدام الفيس بوك.
- 3- توجد علاقة تأثير معنوية موجبة بين الرضا عن الفيس بوك ونوايا عينة البحث للاستمرار باستخدامه.

#### بناء المقياس :

لاحظ ( Davis et al : 1989:982 ) أن البحث في مجال نظم المعلومات الذي يتطلب استخدام استبيان يستوجب بناء استبانته تحظى بالصدق والثبات. وبرأي ( Kwenny and Lee:2002 ) ان السير على هذا المسار يكفل بناء أنموذج يتوافر على درجة عالية من المصادقية ليصبح معياراً يستدل به من الباحثون اللاحقون ، وبغية تحقيق هذا العرض وضع ( Moore : 192 and Benbasat:1991 ) ثلاث خطوات ضرورية وهي :

- 1-تكوين فقرات المقياس.
- 2-تطوير المقياس.
- 3-اختبار الأداة.

تتضمن المرحلة الأولى حسب ما أفاد ( Hu et al : 2015:391 ) قراءة واسعة حول الموضوع لأعداد قائمة شاملة بالفقرات التي تقيس المتغيرات التي ينوي الباحث دراستها.لذا، قام الباحث بمراجعة وتصنيف عدد من المقاييس ذات الصدق والثبات العاليين سواء أكانت تتعلق بالدراسة على نحو مباشر أم قريبة منها ، وفي المرحلة اللاحقة اختزلت الفقرات إلى عدد محدود

لتلائم طبيعة الدراسة وغرضها الأساسي واشتملت المرحلة الثانية تطوير الفقرات المقتبسة. فقد استمد الفقرات التي تقيس متغيرات الرضا من دراسة (Bhattacharjee:2001:355) واستعار فقرات قياس النوايا من دراسة (Basak and Calisir:2015:186) واعتمد في بناء الفقرات التي تقيس التسلية على دراسة (Ducoffe:1996:21) واقتبس الفقرات التي تقيس التعبير عن الذات من (Papacharssi:2002) أما الفقرات التي تقيس بعد البحث عن المعلومات فقد اعتمد الباحث على دراسة (Basak and Calisir:2015:188) في صياغتها. وأجريت التعديلات اللازمة على الفقرات لتلائم الدراسة الحالية وموضوعها وطورت بعض الفقرات على هذا الأساس ، أما المرحلة الثالثة فكرست للتحقيق من صدق الأداة وثباتها على النحو الآتي :

#### 1 - الصدق :

عرف ( Johanson : 2001 ) الصدق بأنه الدرجة التي يقيس فيها المقياس ما صمم لقياسه ووصفه ( Nunnally:1978:346 ) درجة تقارب أو ابتعاد فقرات المقياس عن الصفة التي يقيسها . ، ويعد الصدق من الخصائص المهمة للحكم على صلاحية المقياس وقدرته على قياس ما وضع لأجله ، وقياس الصفة المراد قياسها ( عودة: 1998 : 376 ) ويعد الصدق أهم الخصائص السيكمترية للاختبار ، او الخاصية التي اعد لقياسها وعدم تأثيره بالمتغيرات الأخرى ( القمشي والمعاطبة:2000: 109 ) . فالمقياس الصادق هو الذي يقيس فعلا ما يدعي قياسها يفترض ان تقيس فقراته ( Foangy&Higgit :1984 : 21 ) .

ويقاس الصدق بطرائق عدة اعتمد الباحث في دراسته على :

#### أ-الصدق الظاهري :

يتحقق الصدق الظاهري كما أفاد ( Allen and Yen:1979) حينما يقرر شخص له صلة بالموضوع أن المقياس مناسب للخصيصة المراد قياسها ،وقد يكون الشخص الذي يقرر ذلك خبيراً أو مستجيباً. وهو المظهر العام أو الصورة الخارجية للأداة من حيث نوع الفقرات وكيفية صياغتها ومدى وضوحها ومدى دقة التعليمات وما تتمتع به من موضوعية ( الغريب 1988 : 68 ) وأفضل طريقة في استخراج الصدق الظاهري هي عرض فقرات المقياس على مجموعة من الخبراء للحكم على صلاحيتها في قياس الخاصية المراد قياسها ورسم ( Ebel:1972 ) الصورة ذاتها فقد أشار إلى إن أفضل وسيلة للتأكد من الصدق الظاهري لأداة القياس هو أن يقوم عدد من الخبراء المتخصصين بتقدير مدى كون الفقرات ممثلة للصفة المراد قياسها . وبغية الوصول إلى هذا المراد، عرض الباحث الاستبانة في صيغتها الأولية على عدد أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإدارة والاقتصاد/ جامعة ذي قار. عدت الفقرات التي تحصل على اتفاق 80 % صالحة لان تتضمنها الاستبانة وبلغت نسبة الاتفاق للفقرات التي تقيس المتغيرات إجمالاً ضمن الحدود المطلوبة . وفي ضوء آراء الخبراء ومقترحاتهم التي دونت على الاستثمارات التي أرسلت لهم، عدلت بعض الفقرات وغيرت صياغة بعضها منها . وفي مرحلة لاحقة وزع الباحث مسودة الاستبانة على عينة مكونة من ( 20) طالباً من غير عينة البحث هدف من ورائها جميع معلومات حول سهوله فهم مجتمع البحث والعبارات والألفاظ ودرجة وضوحها عدلت الاستبانة في ضوء الملاحظات الشفوية والتحريرية التي تلقاها الباحث وطبقت في صيغتها النهائية .

#### ب-الصدق العاملي:

نوهت دراسة ( Premkumar and Bhattacharjee:2008:65 ) إلى أن الباحث عندما يهدف التحقق من صحة توقعه أو افتراضه وليس الكشف عن العوامل أو الأبعاد المتضمنة، فإن التحليل العاملي التأكيدي يكون مفضلاً على التحليل العاملي الكشفي. وينطبق الوصف أعلاه على

الدراسة الحالية ،لاسيما أن الفقرات (الأسئلة) التي تقيس المتغيرات مقتبسة من دراسات سابقة طبقت بها شروط الصدق والثبات . واعتمد أسلوب الارجحية القصوى الذي تتركز أجراءاته الإحصائية على وفق ما ذكره إلى التوصل إلى أفضل قيم تقديرية للتشبعات العاملة ، ويفيد هذا الأسلوب في التغلب على مشكلة إحصائية لم يتم التغلب عليها في الأساليب الأخرى ، هذه المشكلة تتعلق بالتمييز بين تباين العوامل المشتركة ( الاشتراكيات ) والتباين الخاص ، لان هذا يتطلب تقدير الاشتراكيات . اعتمد الباحث في تشخيص وتفسير العوامل معيار ( Chin : 1998:295 ) الذي يؤكد أن تشبعات كل فقرة يجب أن تكون اكبر من ( 70 % ) على العامل ولكن نسبة ( 50 % ، 60%) تبقى مرضية.

وبقراءة الجدول رقم (1) يبدو لنا بوضوح الإيفاء بهذا المعيار فالعامل الأول ( 3 فقرات ) يقيس النوايا السلوكية والعامل الثاني ( 3 فقرات ) يقيس الرضا والعامل الثالث ( 3 فقرات ) يقيس التسلية والعامل الرابع ( 3 فقرات ) يقيس التعبير عن الذات والعامل الخامس ( 4 فقرات ) يقيس البحث عن المعلومات . وتؤكد هذه النتائج أن ( العوامل ) المتغيرات أحادية الاتجاه ومميزة عامليا وان فقرات الاستبيان استخدمت لقياس متغير معين تشعبت على عامل واحد . ويظهر في ذات الجدول وجود خمس عوامل لكل منها قيم جذر كامن اكبر من ( I ) وبلغت نسبة التباين في مجموعة المتغيرات التي يمكن تفسيها بواسطة العوامل الخمسة 81 % وان النسبة المتبقية تعود إلى عوامل أخرى وخطا القياس وان نسبه التباين المشترك التي يفسرها العامل الأول بلغت 18 % وان ( 0.20 , 0.24 , 0.15 , 0.23 ) تفسرها العوامل الثاني والثالث والرابع والخامس على الترتيب وبلغ مجموع الاشتراكيات التي تعد مقياسا للتباين الكلي الذي يمكن تفسيره بواسطة العوامل ( 12.98 ) أما بالنسبة لكل فقرة من الفقرات الاستبانة فان الاشتراكيات التي تدل على نسبة التباين الكلي الذي يقع في صف معين من المصفوفة العاملة الذي يمكن تفسيره بواسطة العوامل الخمسة فقد بلغت للصف الأول مثلا ( 83%) وان ( 17%) تعود إلى عامل نوعي آخر والى خطا القياس وبلغت اقل قيمة للاشتراكيات ( 0.69 ) للفقرة الأخيرة ومجموع الصفوف (الاشتراكيات لكل فقرة) تمثل الاشتراكيات (الجذور الكامنة) وارتفاع قيمة الاشتراكيات تعبر عن قدرة ذلك الاختبار في قياس الصفة التي وضع من اجلها وقد حققت جميع الفقرات نسبة جاوزت ( 0.69 ) وهي نسبة عالية . ويتضح من الجدول (2) أن جميع الفقرات تشعبت على العوامل التي تقيسها ضمن المعيار في هذه الدراسة كما. علاوة على ما تقدم ، فان الباحث اعتمد للتحقق من صدق الأداة ما يعرف بالصدق التمايزي الذي يبين المدى الذي يختلف فيه البعد المعني أو يمكن تمييزه عن الأبعاد الأخرى حسب ما أشار له (Barclay et al: 1995:285). ويوصف بأنه معامل الارتباط بين الدرجات على مقياس سمه معينه والدرجات على مقياس سمه مختلفة أو معاكسة. وقاعدة القرار على وفق ما ذكره ( Chismar and Patton:2002 ) هي حينما يكون تشبع كل فقرة على العامل الذي تقيسه اكبر من أي تشبع آخر فان هذا دلالة على تحقيق صدق التمايز ويظهر ذلك بشكل جلي في الجدول رقم (1) .

## الجدول ( 1 ) مصفوفة التحليل العاملي

ت	مضمون الفقرة	النوايا	الرضا	التسلية	التعبير	البحث	الاشتراكيات
1	اود استخدام الفيس بوك بدلا من مواقع الشبكات الاجتماعية الاخرى	0.73	0.03	0.01	0.04	0.06	0.83
2	انوي استخدام الفيس بوك بدلا من مواقع الشبكة الاجتماعية الأخرى	0.75	0.25	0.01	0.01	0.01	0.82
3	اذا استطعت فنيتي الاستمرار باستخدام الفيس بوك	0.64	0.05	0.03	0.03	0.01	0.77
4	تجربتي باستخدام الفيس بوك مرضية تماما	0.03	0.70	0.02	0.06	0.01	0.85
5	اشعر بالارتياح التام حينما استخدم الفيس بوك	0.01	0.79	0.04	0.01	0.04	0.87
6	تجربتي باستخدام الفيس بوك كانت محبطة	0.02	0.77	0.01	0.08	0.03	0.81
7	استخدم الفيس بوك لانه مسلي	0.02	0.08	0.81	0.04	0.01	0.84
8	استخدم الفيس بوك لانه ممتع	0.01	0.03	0.77	0.02	0.03	0.88
9	أواظب على استخدام الفيس بوك لانه مثير	0.08	0.07	0.69	0.08	0.014	0.86
10	اكرر استخدام الانترنت لانه يشبع رغباتي	0.06	0.01	0.65	0.01	0.014	0.70
11	اعبر عن ذاتي حينما استخدم الفيس بوك	0.02	0.04	0.01	0.82	0.03	0.91
12	أخبر الاخرين شيئا عن ذاتي حينما استخدم الفيس بوك	0.09	0.06	0.04	0.75	0.02	0.77
13	يمهد الفيس بوك الطريق للوصول لكثير من المعلومات	0.04	0.04	0.08	0.03	0.65	0.70
14	يمكن ان اتعلم اشياء كثيرة حول العالم بواسطة الفيس بوك	0.01	0.03	0.01	0.01	0.72	0.80
15	احصل على معلومات مفيدة من الفيس بوك	0.01	0.01	0.01	0.01	0.75	0.81
16	لايكلفني استخدام الفيس بوك الكثير للحصول على المعلومات	0.08	0.01	0.01	0.01	0.64	0.69
	الجذر الكامن	2.32	2.62	3.08	1.95	2.99	12.98
	نسبة التباين الكلي	0.15	0.16	0.19	0.12	0.19	0.81
	نسبة التباين المشترك	0.18	0.20	0.24	0.15	0.23	1

زيادة على ذلك، لجا الباحث إلى ما يعرف بالصدق التقاربي الذي يصف الارتباط بين الدرجات على سمة معينة والدرجات على اختبارات أخرى تقيس سمات متشابهة. الذي يتحقق على ما أفاد به (Fornell and Larcker: 1981:39) حينما تتحقق ثلاث شروط وهي:

- 1- يجب أن يزيد معدل التباين المشبع لكل بعد عن (0.50)
  - 2- يجب أن تزيد معدلات تشبع الفقرات على أبعادها عن (0.70)
  - 3- يجب أن يزيد معامل الثبات عن (0.70)
- وتوفر المعطيات التي حصل عليها الباحث تحقق الشروط أعلاه

## 2-ثبات الأداة :

وهو الدقة والثبات والاتساق في أداة الأفراد ، وان تعطي الأداة المستعملة النتائج نفسها اذا ما تم إعادة تطبيقها على عينة البحث في الظروف نفسها ( عودة، 1992 : 194 ) فالمقياس الثابت هو مقياس موثوق فيه ويعتمد عليه ( Kerlinger:1973:429 ) ولغرض الحصول على الثبات اعتمد الباحث. ويعني ثبات الأداة حسب ما أشار له ( Marshall:1972 ) الاتساق في نتائج

الاختبار والاختبار الثابت وفقا لما ذكره ( Kerlinge : 1973 ) هو اختبار موثوق ويعتمد عليه ، وبغية الوصول بأداة الدراسة إلى هكذا مقام اعتمد الباحث الاتساق الداخلي ( معادله ألفا كرونباخ ) التي تعد من أكثر مقاييس الثبات استخداما لأنها تعتمد على قياس ارتباط الفقرات مع بعضها مع درجة المقاييس الكلية . وتسمى أيضا التجانس الداخلي الذي يشير إلى قوة الارتباطات بين الفقرات في الاختبار طريقة تحليل التباين باستخدام ( معادلة الفاكرونباخ ) يطلق على هذه الطريقة في حساب معامل الارتباط بمعامل ألفا أو معامل كرونباخ الفا ، وتستخدم في إيجاد معامل الثبات للاختبارات ذات الفقرات الموضوعية وغير الموضوعية ( عباس ، 270: 2009 ) . ويقوم الاختبار كما بين ( Nunnally : 1978:346 ) على أن اقتراب ألفا من الواحد يعني أن الاختبار يقيس شيئاً مختلفاً بالضرورة ويدل على تجانس بنود الاختبار ، والعكس دلاله على أن جميع الفقرات غير مترابطة كما هو متوقع ، وتراوحت قيمة ألفا لمتغيرات البحث بين ( 0.80-0.83 ) وتعد هذه المستويات مقبولة للاختبار .

### الدراسة الميدانية

#### أولاً: اختبار فرضيات البحث:

اعتمد الباحث أسلوب تحليل المسار لاختبار فرضيات الدراسة ولكي تنفذ العمليات الإحصائية لتحليل المسار بشكل سليم وضع ( Igbaria and Iivari : 1995:227 ) مجموعة خطوات لا بد من الالتزام بها وهي .

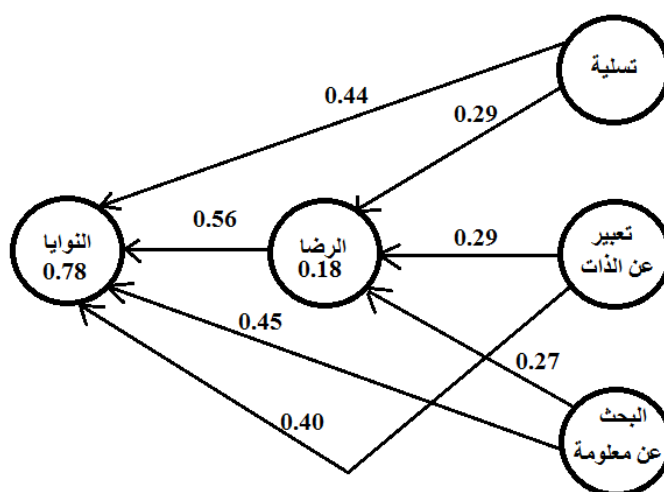
1. حساب معامل الثبات للمقياس .
2. تحويل جميع قيم المتغيرات إلى قيم معيارية .
3. التخلص من مشكلة الارتباط الخطي بين المتغيرات المستقلة .
4. إجراء تحليل الانحدار المتعدد ولأكثر من مرة .
5. التخلص من مشكلة الارتباط الذاتي بين بواقي علاقات الانحدار .
6. إجراء اختبار حسن المطابقة .

استعان الباحث بالحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ( SPSS ) في تحليل البيانات التي جمعت عن طريق الاستبانة التي أعدت لأغراض الدراسة وكما أسلفنا القول . فقد حصلنا على معامل الثبات ، والخطوة الثانية، تحويل قيم المتغيرات إلى قيم معيارية التي تقوم على أساس تحويل درجات كل من المتغير التابع والمتغيرات المستقلة إلى درجات معيارية متوسطاتها صفر وانحرافها المعياري واحد ، وبذلك يوحد الانحراف المعياري لجميع المتغيرات على نحو يكون قدرة الوحدة بين كل متغيرين يمكن مقارنته ، وتسمى معاملات الانحدار المعيارية معاملات المسار المعيارية وتقرأ عادة (Beta) . ومن ثم تحرينا عن الارتباط الخطي . وقاعدة القرار على وفق ما ذكره ( Billings and Wroten : 1978:677 ) لوجود مشكلة الارتباط الخطي هو وجود معاملات ارتباط بين المتغيرات تتجاوز قيمتها 80% . وعند أمعان النظر بالجدول ( 2 ) الذي يعرض الارتباطات بين متغيرات الدراسة نلاحظ إن القيمة القصوى للارتباط تبلغ ( 0.53 ) ويؤشر هذا عدم ظهور لهذه المشكلة .

## الجدول ( 2 ) مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة.

ت	المتغير	تسلية	تعبير عن الذات	بحث عن المعلومات	الرضا	النوايا
1	تسلية	I				
2	تعبير عن الذات	0.23	I			
3	بحث عن المعلومات	0.19	0.18	I		
4	الرضا	0.21	0.23	0.22	I	
5	النوايا	0.36	0.41	0.43	0.53	I

قيمة معامل الارتباط بمستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 150 = 0.159 ووصلنا الآن إلى مرحلة حساب معاملات المسار ، وذلك لاختبار نموذج الدراسة وبيان قوة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع واختبار فرضيات الدراسة وفيها استخدم الباحث تحليل الانحدار المتعدد ، وأجريت عمليات تحليل الانحدار ابتداءً بحساب معاملات المسار المقترحة بالنموذج السبي المقترح بالشكل (1) ويتم ذلك انحدار المتغير الداخلي (الرضا) على المتغيرات الخارجية ( التسلية والبحث عن المعلومات والتعبير عن الذات ) بوصفها متغيرات مستقلة وفي المرحلة الثانية ثم حساب انحدار المتغير المعتمد ( النوايا ) على المتغيرات المستقلة آنفة الذكر مضافا إليها الرضا. وفيما يتعلق بمشكلة الارتباط الذاتي ، استعان الباحث بمعدل التباين المسموح به لمعامل تضخم التباين ، الذي يجب ان يصل على وفق تقدير (Dielman:2005) إلى أكثر من (0.2) واقتربه إلى اقل من (0.1) ويؤشر مشكلة حادة تتعلق بوجود ارتباط عالي بين المتغيرات المستقلة ، وفي حدود البحث الحالي ، اتضح من معطيات المعالجة الإحصائية ان معدل تضخم التباين ولجميع المتغيرات المستقلة تراوحت بين ( 3.11،6.27 ) وان قيمة التباين المسموح به ولجميع المتغيرات اكبر من (0.2) . ويعني ذلك اننا لا نواجه مشكلة حقيقية بهذا الصدد.و يتعين على الباحث وبعد الحصول على معاملات المسار إجراء حسن المطابقة . واعتمدت الدراسة معيار ( Namboodiri et al : 1975 ) الذي ينص على إن قيم الارتباطات المطلقة الجديدة ( التأثير المباشر وغير المباشر ) يجب أن لا تزيد في غالبيتها عن ( 0.10 ) عن قيم الارتباطات الأصلية.ويوضح الشكل (2) مخطط البحث الافتراضي بعد الاختبار.



الشكل (2) مخطط البحث بعد الاختبار

## مناقشة النتائج :

عبد الفيس بوك الطريق أمام مستخدميه للوصول السهل والسلس والسريع للمعلومات، وأصبح احد الأدوات الهامة التي يعتمد عليها الكثير في الترفيه والتسلية، ومكن الكثير من التعبير عن ذاتهم بطرائق مختلفة، ولأن الرضا عنه احد خطوات ضمان استمراره فقد هدف البحث الحالي دراسة وتحليل تأثير العوامل الدافعية (الترفيه والبحث عن المعلومات والتعبير عن الذات) بوصفها محددات للرضا عنه الذي يترجم إلى نوايا للاستمرار باستخدامه وقد كشفت الدراسة :

1- ان التسلية تؤثر معنويا بمستوى دلالة (0.05) في الرضا عن الفيس بوك بمعنى ان المستخدم الذي يشعر بأن الفيس بوك مسلي وممتع ويبعث استخدامه على البهجة والسرور يكون لديه رضا عنه ، وعلى غرار ذلك ، فان المستخدم الذي يتكون لديه تصور عام بأن الفيس بوك يفسح له المجال للتعبير بحرية عن نفسه ويقدم معلومات شخصية حول ذاته ويستعمل الفيس بوك ليقول للآخرين أشياء عن نفسه يرتفع لديه مستوى الرضا عن الفيس بوك ، وقد جاءت هذه النتيجة متطابقة مع ما جاء في دراسة (Shi et al :2010:628) التي وضحت على ان الترفيه والتسلية المستمدة من الفيس بوك تؤثر معنويا وبشكل قوي في الرضا عنه ، وفي ذات الصدد ، بينت دراسة (Basak and calisir:2015:187) ان التسلية والترفيه الذي يحصل عليه المستخدم من وراء الفيس بوك يؤثر ويقوة في الرضا عنه وفي حديث متواصل أكدت الدراستين انفتي الذكر على أهمية التعبير عن الذات بوصفه محدد رئيس للرضا عن الفيس بوك وما يثير الانتباه في البحث الحالي ان قوة تأثير الترفيه والتعبير عن الذات متساوية (0.29) وربما يفسر الأمر هنا ، بأن مستخدم الفيس بوك في عينة البحث الذي يرضى عن الفيس بوك بسبب التسلية التي ينطوي عليها ، قد يجد ضالته فيه للتعبير عن ذاته ، فحينما يلمس انه حقق مكانة وسمعة طيبة بين أقرانه بوساطة مشاطرتهم الصور والأخبار ونقل الأحداث بسرعة وتبادل مواضيع مشتركة ، قد يرتفع لديه الإحساس بالمتعة ويستمر في التسلي وتبادل هذه المفردات مع زملائه التي قد يجد انها فرصة طيبة للتعبير عن ذاته ووبربط العاملين مع بعضهما ، فان المستخدم الذي يستمتع ويجد في الفيس بوك فرصة للترفيه ، أيضا يجد فيه فرصة للتعبير عن الذات . ولم تخالف النتائج التوقعات. فقد بينت دراسة (الزيادي والغزي:2017) ان إشباع احتياجات المستخدمين من المعلومات يؤثر تأثيراً معنوياً على نواياهم للاستمرار باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، الأمر الذي يفسر بان استخدام عينة البحث مواقع التواصل لمعرفة أحدث تطورات المشاكل والأحداث التي تتعلق بالمنظمات ونشاطاتها والحصول على معلومات حول أحدث نشاطات هذه المنظمات والسياسات والإجراءات التي تنتهجها في المستقبل المنظور جعل نواياهم نحو الاستمرار باستخدام هذه المواقع ايجابية ودفعهم لوضع خطط لاستخدام هذه المواقع في المستقبل وقضاء مزيد من الوقت لمتابعتها وتقديم النصح للآخرين للدوام على استخدامها أما فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات فقد جاء تأثيرها معنوياً ولكن اقل قوة مقارنة بالعاملين السابقين ، وتدلل هذه النتيجة ان المستخدم الذي يبحث عن الوصول السريع إلى المعلومات ويتعلم كثيراً نتيجة لاستخدامه ويعلم ما يحدث من حوله في العالم ويجد في المعلومات التي يقدمها الفيس بوك رخيصة الثمن يشعر بالرضا عنه . مع ذلك ،قد يعزى ضعف العلاقة بين البحث عن المعلومات والرضا عن الفيس بوك إلى حصول عينة البحث على المعلومات من مصادر أخرى تحقق لهم إشباع اكبر . ورغم أن هذه النتيجة لم تتوافق مع ما جاء في دراسة ( Shi et al:2010:629) إلا أنها تطابقت مع دراسة Basak and Calisir:2015:189) وربما يعزى ذلك الى الاختلاف الثقافي بين بيئة البحث الحالي وبيئة

الدراسة الأولى التي نفذت في هونغ كونغ ، وعلى عكس ذلك ،الى التشابه الثقافي بين بيئة البحث الحالي والدراسة الثانية التي نفذت في تركيا وفي ذات السياق شدد دراسة (Mouakket:2015:106) بان مستخدم الفيس بوك الذي يشعر بقدرته على تبادل المعلومات والحصول عليها بأشكال مختلفة يشعر بالرضا عنه.وتوافقت نتائج البحث مع دراسة (الزيادي والغزي:2017) التي أظهرت ان البحث عن المعلومات عامل محدد لنوايا الاستمرار باستخدام عوامل التواصل الاجتماعي.

2- اتضح أن الرضا محدد رئيس في قرار عينة البحث الاستمرار في استخدام عينة البحث للفيس بوك ، وقد بلغت قوة تأثيره ( 0.56 ) ، ويشير ذلك إلى أن مستخدم الفيس بوك الذي يجد انه يحقق له الرضا ويتوافق مع توقعاته وينطوي على إثارة ومتعة في ضوء تجربته السابقة سوف تشكل لديه نوايا للاستمرار باستخدامه ، وتتوافق هذه النتيجة مع ما طرحته نظرية عدم تأكد التوقعات التي جاء بها ان الزبون ( مستخدم الفيس بوك في البحث الحالي ) قد يقتنع أو يشعر بالرضا عن الفيس بوك إذا كان يساوي أكثر مما كان متوقفاً منه والعكس صحيح ، وبصورة أخرى فان عينة البحث تقوم بالمقارنة بين التوقعات والأداء الفعلي للفيس بوك وبالتالي فان الكفة تميل إلى صالح الرضا عنه حينما تكون التوقعات مواتية وهذا ما حصل بالفعل ، وأيضاً تناسقت مع رؤية نموذج تأكيد التوقع الذي استخدم لتفسير نوايا المستخدمين على استخدام أنظمة المعلومات وشخص الرضا بوصفه محدد رئيس لنوايا استخدام أنظمة المعلومات (Bhattacharjee:2001:357) وعلى نفس الشاكلة ، توافقت مع ما جاء في دراسة ( Basak and calisir:2015:187 ) ودراسة ( Shi et al:2010:629 ) التي بينت النتائج أيضاً ان العوامل الدافعية الثلاث التي شكلت متغيرات البحث المستقلة أثرت تأثيراً معنوياً مباشراً في نوايا عينة البحث للاستمرار باستخدام الفيس بوك. وفي ذات السياق بينت دراسة (Mouakket :2015:106) ان مستخدم الفيس بوك الذي يشعر بالرضا عنه تتولد لديه نوايا إيجابية للاستمرار باستخدامه، وفي حديث متواصل ،بينت الدراسة ان قوة تأثير الرضا مقارنة بالمتغيرات المستقلة تؤكد ان المستخدم يرغب في الحصول على الرضا المقترن المتعة والتسلية وليس الحصول على المنافع . يحدث من حوله في العالم ويوجد في المعلومات التي يقدمها الفيس بوك رخيصة الثمن يشعر بالرضا عنه.

### الاستنتاجات:

بينت نتائج البحث:

- 1- إمكانية استخدام نظرية الاستخدامات والاشباعات للتحري عن دوافع الأفراد الاستمرار باستخدام الفيس بوك.
- 2-ان الرضا يؤدي دوراً مهماً بوصفه عامل محدد لنوايا الاستمرار باستخدام الفيس بوك فضلاً عن كونه عاملاً يتوسط العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة.
- 3-يقترن الرضا عن استخدام الفيس بوك بأولئك الذين يبحثون عن التسلية والتعبير عن ذاتهم والساعين إلى الحصول على المعلومات .
- 4-تكون نوايا الذين يشعرون بالرضا ويبحثون عن المتعة والتسلية والتعبير عن الذات والحصول على المعلومات إيجابية



5-فسرت متغيرات البحث المستقلة (0.18) من تباين المتغير الوسيط وبإضافة المتغير الوسيط لها فأنها فسرت (0.78) من تباين المتغير التابع.

### التوصيات:

في ضوء القراءة النظرية والنتائج التي افرزها البحث الحالي يوصي الباحث:

- 1- مقدمي خدمات الفيس بوك بتصميم مواقع تنطوي على التسلية والترفيه وتوفر معلومات لإشباع رضا المستخدم.
- 2- الشركات التي تروم بناء أعمال على صفحات الفيس بوك إعداد إستراتيجية تساعد على بناء مواقع تأخذ بالحسبان العوامل متقدمة الذكر لتساعد على اكتساب المزيد من المستخدمين.
- 3- الباحثون المعنيون بالأمر بالمزيد من الدراسات لمعرفة عوامل أخرى ودراسة موضوع النقاش باستخدام اطر ونظريات أخرى للوصول إلى فهم أفضل له.

### المصادر العربية

- 1- الزيايدي، عبد العظيم دريفش جبار، دراسة تأثير عوامل (المكانة،المتعة،سهولة الاستخدام) على استخدام الحاسوب الشخصي باستخدام أسلوب تحليل المسار مجلة العلوم الاقتصادية،العدد16،2005،ص95-124.
- 2-الزيايدي، عبد العظيم دريفش والغزي ،قاسم متعب ،تشخيص العوامل المؤثرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الحكومية،بحث مقبول للنشر في مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية ،2017.
- 3- شمال، سينا، استخدام طلبة الآداب لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك الاتجاهات والمعوقات، المجلد السادس عشر العدد 1-2/2015.
- 4- عبد المهدي، زهراء، اثر برنامج إرشادي معرفي سلوكي في خفض التفكير الاضطهادي لدى طالبات الجامعة من المستخدمين للفيس بوك ،مجلة كلية التربية الأساسية، المجلد 20، العدد 86 – 2014.
- 5- عودة ، احمد سليمان (1998) القياس والتقويم للهيئة التدريسية . دار الفكر عمان.
- 6- القمشي، مصطفى، والمعايطة خليل 2000، القياس والتقويم في التربية الخاصة ، دار الفكر ، عمان.
- 7- الغريب ،رمزية ( 1988 ) ، التقويم والقياس النفسي والتربوي ،ط1 ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة.

### References

- 1- Allen, M. J. & yen, W. M. (1979) : Introduction to Measurement Theory. California Brooks/ Cole.
- 2- Anastasi , A. ( 1976 ) Psychological testing , New York : Mac Millan , 8<sup>th</sup> . ed .
- 3- Barclay, D. , Higgins , C., and Thompson , R. ( 1995 ) The partial Least squares. approach to causal modeling : personal Computer adoption use as on illustration, Technology Studies, Vol.2 , No .2 , PP . 285 – 309 .
- 4- Basak ,E., and Calisir,F.,(2015). An empirical study on factors affecting continuance intention of using Facebook, Computers in Human Behavior 48 ,2, 181–189

- 5- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An Expectation-Confirmation Model Vol. 25, No. 3 , pp. 351-370
- 6- Billings, R., and Wroten, S. (1978) Use of path analysis industrial / organizational psychology: Criticisms and suggestions, Journal of Applied psychology, Vol. 63, No. 6, PP. 677-688.
- 7- Bumgarner, B. A. (2007). You have been poked: Exploring the uses and gratifications
- 8- Chin, W. (1998) The partial least squares approach to structural equation modeling , in modern methods for business Research: Lawrence Erlbaum Associates , INC PP. 295 -336.
- 9- Chisnar, W, and Patton , W. (2002) Does the extended technology acceptance model apply to physicians, Proceeding of the 36th Hawaii International Conference on System Sciences , IEEE
- 10- Chiu,C., and Huang, H.,(2015).Examining the antecedents of user gratification and its effects on individuals' social network service usage :the moderating role of habit, European Journal of Information Systems ,24,4,pp2015.
- continue to Tweet. PACIS, 928–939.
- 11- Davis, F., Bagozzi , R., and Warshaw , P. (1989) User acceptance of computer technology . as comparison of two theoretical models .Management Science, No. 8. PP. 982-1003.
- 12- Delone, W., & McLean, E. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. Information Systems Research, 3(1), 60–95.
- 13- Dielman ,T.(2005)Applied regression analysis 4thed,Brooks/Cole,division of Thomson learning
- 14- Ducoffe, R. H. (1996). Advertising value and advertising on the Web. Journal of Advertising Research, 36(5), 21–35.
- 15- Ebel,R. (1972)Essentials of education measurement, NJ Prentice – Hall inc .
- 16- Eighmey, J., & Mccord, L. (1998). Adding value in the information age: Uses and gratifications of sites on the World Wide Web. Journal of Business Research, 17-
- 18- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:”
- 19- Fishbein , M., and Ajzen, I. ( 1975 ) Belief attitude intentions and behavior : An introduction to theory and research , Addison – Wesley .
- 20- Fongy, P. Higgitt, A. (1984) : Personality Theory and clinical Practice . London: MethuenGibson, R.m.m (1981) Introduction to Guidance, Mas.
- 21- Fornell, D.F. Larcker, (1981). Evaluating structural equation models with unobservable and measurement error, J. Mark. Res. 18, pp. 39–50.
- 22- Gardner , C., and Amoreso, D. ( 2004 ) Development of an instrument to measure the acceptance of internet technology by consumers, Proceeding of the Hawaii International Conference on System Science . PP 1- 10 .

- 23- Guimaraes,T.,and Igbaria,M.,(1997). Client/Server system success: exploring the human side, *Decision Sciences*,28,4,pp.851-875 .
- 24- Guo,J .,Liu, Z., and Liu,Y.,(2016).Key success factors for the launch of government social media platform: Identifying the formation mechanism of continuance intention, *Computers in Human Behavior* ,55 ,2,pp. 750–763.
- 25- Hamilton, S., & Chervany, N. L. (1981). Evaluating information system effectiveness: Comparing evaluation approaches, *MIS Quarterly*, 5(1), 55–69.
- 26- Hu,T., Kettinger , W., and Poston,R., (2015).The effect of online social value on satisfaction and continued use of social media, *European journal of Information systems* ,24,4,pp.391-410
- 27- Huang,L., Hsieh,Y., and Wu,J.,(2014).Gratifications and social network service usage: The mediating role of online experience, *Information & Management* 51,5, 774–782.
- 28- Igbaria, M., and Iivari.J. (1995),Why do individuals use computer technology?, *Information and Mangement*,No.5,PP 227-238.  
international conference on system sciences (pp. 1–10).
- 29- Johnson,R.,(2001)*Statistics principles and methods .fourth editon*.New York.johon Wiley and sons.
- 30- Kerlinger , F. (1973) *Foundation of behavioral research* , N.Y., Holt, Rinchont and Winston.
- 31- Kim, D. ,and Choi, S.,(2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: a comparative study of American and Korean college students, *Comput. Hum. Behav.* 27, pp. 365–372
- 32- Ku,Y., Chen,R., and Zhang,H.,(2013). Why do users continue using social networking sites? An exploratory study of members in the United States and Taiwan, *Information and Management* ,5o,4,pp.571-581.
- 33- Kwenny, T., Lee , M. ( 2002 ) Behavioral intention model for exchange mode internet music piracy, *Proceeding of the 35<sup>th</sup> Hawaii International Conference on System Sciences* . IEEE.
- 34- Lee, S., and Ma, L., (2012). News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience. *Computers in Human Behavior*, 28,2, pp. 331–339.
- 35- Lee, Y., Lee . J., and Lee, Z. (2007) Social influence on technology acceptance behavior: self – identity theory perspective , *The Data Base for Advances in Information System* , Vol. 37, No.2. PP.60 – 75.
- 36- Liu, I., Cheung, C., & Lee, M. (2010). Understanding Twitter usage: What drive people
- 37- Loiacono,E.,(2015). Self-Disclosure Behavior on Social Networking Web sites, *International Journal of Electronic Commerce*,19, 2, pp.66-94.
- 38- Lu, J.,Yu. C., and Yao,C. ( 2003 ) Technology acceptance models for wireless internet , *Internet Research Electronic Networking Applications and Policy* , No. B, No.3 , PP. 206 – 222.

- 39- Marshall,J. (1972) Essentials testing , California, Addison – Wistey .
- 40- Meyer, j., and Allen, N. ( 1984) Testing the “ side – bet theory“ of organizational commitment : some methodological considerations . Journal of Applied Psychology , No. 69 , PP 372 – 378.
- 41- Moor, G., and Benbasat , I. ( 1991 ) Development of an instrument measure the perceptions of adopting , an information technology adoption , Information Systems Research , No.2, PP. 192 – 222.
- 42- Mouakket,S., (2015) Factors influencing continuance intention to use social network sites: The Face book case,Computers in Human Behavior, Volume 53, December 2015, Pages 102-110
- 43- Nomboodiri, N., Carter, L., and Blalock, H., (1975),Applied multivariate analysis and experimental designMcGraw- Hill, New York.
- 44- Nunnally, J. ( 1978) Psychometric theory , N.Y. MC- Graw Hall .  
of Broadcasting & Electronic Media, 46(3), 346–368.  
of Facebook among emerging adults. First Monday, 12(11).
- 45- Oliver, R. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of on social network sites, The Pacific Asia Conference on Information Systems, 2013
- 46- Papacharissi, Z. (2002). The self online: The utility of personal home pages. Journal
- 47- Phua,J., Venus,S., and Kim,J.,(2017).Gratifications of using Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to follow brands: The moderating effect of social comparison, trust, tie strength, and network homophily on brand identification, brand engagement, brand commitment, and membership intention, Telematics and Information,34,1,pp.412-424.
- 48- Praveena,K., and Thomas,T.,(2014). Continuance Intention to Use Facebook: A Study of Perceived Enjoyment and TAM, Bonfring International Journal of Industrial Engineering and Management Science, Vol. 4, No. 1, February 2014,pp 24-29.
- 49- Premkumar,G.,and Bhattacharjee,A.,(2008)Explaining information technology usage :a test of competing models. Omega No.36, PP.64-75.  
satisfaction decisions. Journal of Marketing Research, 50(4), 460–469.
- 50- Savolainen,R.,(1995). Everyday life information seeking: Approaching information seeking in the context of “way of life, Summer ,, pp. 259–294.
- 51- Sheldon, P. (2008). The relationship between unwillingness-to-communicate and students’ Facebook use,pp 67-75.
- 52- Shi, N., Lee, M. K. O., Cheung, C. M. K., & Chen, H. (2010). The continuance of onlinesocial networks: How to keep people using Facebook? In 43rd Hawaii
- 53- Special, W. P., & Li-Barber, K. T. (2012). Self-disclosure and student satisfaction with Facebook. Computers in Human Behavior, 28(2), 624–630.
- 54- students’ Facebook use. Journal of Media Psychology, 20, 67–75.

- 55- Suki, N.M., Ramayah, T. & Ly, K.K. (2012). Empirical investigation on factors influencing the behavioral intention to use Facebook. *Universal Access in the Information Society*, 11 (2), 223-231.
- 56- Sun, S., Rubin, M., Haridakis, P., (2008). The role of motivation and media involvement in explaining Internet dependency. *J. Broadcast. Electron. Media* 52,3pp. 408-431.
- 57- Whiting, A., and Williams,D., (2013).Why people use social media: a uses and gratifications approach, *Qualitative Market Research: An International Journal*,16,4,pp.