دوافع استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة لديهم

د. نسرين محمد عبد العزيز*

الملخص:
تتبلور مشكلة البحث في رصد دوافع وأسباب استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة نتيجة هذا الاستخدام، ومدى ثقة كبار السن في المضمون المقدم على هذه الصفحات ، ومقترحاتهم بخصوص تطويرها.
وباستخدام نظرية الاستخدامات والاشباعات تم إجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية من كبار السن الذين تبلغ أعمارهم ستون عاما فأكثر ويستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يبلغ قوامها 300 مفردة، مقسمين بالتساوي بين الذكور والإناث من مستويات تعليمية مختلفة لتشمل الدراسة جميع مستويات التعليم والمستويات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة لها، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:
ارتفاع معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي مما يشير إلى اهتمام كبار السن باستخدام التكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي والتعامل معها .
يعد الفيس بوك في صدارة قائمة أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من قبل كبار السن عينة الدراسة ، يليه الواتس اب في المركز الثاني، ثم اليوتيوب في المركز الثالث ، ثم تويتر في المركز الرابع، ثم جوجل بلاس في المركز الخامس، وانستجرام في المركز السادس ، أما عن بقية المواقع من تمبلر وفايبر ولينكد إن فقد جاءت بنسب ضئيلة مقارنة بما سبق.
ارتفاع نسبة الدوافع النفعية المرتبطة باكتساب المعلومات والتعرف على وجهات النظر المختلفة ومتابعة المستجدات لكبار السن عن نسبة الدوافع الطقوسية ، مما يوضح أن عينة الدراسة لم يكن في صدارة اهتماماتهم ودوافعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الدوافع الطقوسية وتمضية وقت الفراغ وإنما التعلم واكتساب المعرفة والتثقيف.
تصدرت الاشباعات الاجتماعية من فهم الواقع، والحصول على المعلومات وإدارة النقاش مع الأخرين والتعامل مع المشكلات والألفة والتواصل مع الأشخاص قائمة اشباعات كبار السن عينة الدراسة.
من أهم المقترحات التي قدمها كبار السن بشأن تطوير مواقع التواصل الاجتماعي وتلبية احتياجاتهم هي تقديم قنوات إذاعية وتليفزيونية خاصة بهم، وتشديد الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي ، وعمل مجموعات دردشة لكبار السن، وإنشاء صفحات خاصة لكبار السن من ذي الاحتياجات الخاصة ، وإنشاء مواقع تواصل اجتماعي خدمية صحية.

*الأستاذ المساعد بقسم الأذاعة والتلفزيون بالمعهد الدولي العالي للشروق

Motives for elder people`s use of social media sites and the gratifications they have achieved.

earch problem is summarized in observing the motives and reasons for the elderly's use of social media sites and the gratifications achieved as a result of this use, and the extent of the elderly's confidence in the content presented on these pages, and their suggestions regarding these pages development.

Using the "uses and gratifications theory", a field study was conducted on an intentional sample of 300 elderly people aged sixty and over who use social networking sites, divided equally between males and females of different educational levels, so that the study includes all levels of education and their different economic and social levels. The study yielded several results, of which the most important are:

1- The high rate of usage of social media sites by the elderly, which indicates the interest of the elderly in using and dealing with modern technology and social networking sites

2-Facebook is at the forefront of the list of the most used social networking sites by the elderly sample of the study, followed by WhatsApp in second place, then YouTube in third place,Twitter in fourth place, Google Plus in fifth place, and Instagram in sixth place. As for the rest of the sites Tumblr, Viber and Linkedin, they came in small percentages compared to the above.

3- the increase in the percentage of instrumental motives for the elderly associated with gaining information, getting to know different points of view and following up on developments, is more than the percentage of ritualized motives, which shows that ritualized motives and spending leisure time was not in the forefront of their interests and motives for using social media sites, but rather learning and acquiring knowledge and education.

4- Social gratifications from understanding reality, gaining information, managing discussion with others, dealing with problems, companionship and communicating with people topped the list of gratifications for the elderly research sample.

5- One of the most important proposals made by the elderly regarding the development of social media sites and meeting their needs is to provide their own radio and television channels, over social media sites, create chat groups for the elderly, create special pages for elderly people with special needs, and establish social media sites for health services

المقدمة:

تعد فئة كبار السن من الفئات السكانية الهامة التي لها خصائص وملامح تميزها عن غيرها من بقية الفئات العمرية الأخرى، كما أنها تعيش في تحدي مع الثورة التكنولوجية الهائلة التي أصبحت واقع لابد من التكيف معه ، وإدراكه ، حيث يعاني البعض من التعقيد المدرك وعدم الثقة في استخدام هذه التكنولوجيا وعدم توافر الكفاءة الذاتية ، في حين أظهرت العديد من الدراسات أن الإنترنت يؤثر على جودة الحياة لكبار السن في طرق مختلفة، ومنها القضاء على العزلة والتواصل مع أفراد أسرهم وأصدقائهم بشكل أسهل وتأسيس علاقات جديدة، وبالتالي مع وجود مواقع التواصل الاجتماعي ، وما تقدمه هذه المواقع من محتوى متنوع ما بين الدردشة ونشر المنشورات الخاصة والتعليق عليها، ونشر الأخبار ومقاطع الفيديوهات المتعددة الأشكال والإعلانات ، والصفحات الخاصة بالوزارات والهيئات ، أن تختلف عادات وأنماط استخدام كبار السن لها ، ومن الممكن أن يكون لهم احتياجات لم تتحقق بعد ، فالمسنين يحتاجون إلى الاهتمام والرعاية الخاصة بهم ، لما قدموه للمجتمع في مجالاته المختلفة ، وما أسهموا به في تربية ونشء الأجيال، وهم يحتاجون إلى الترفيه والتعليم في نفس الوقت ، وقد يتعرضون لضغوط ممن حولهم لاستخدام هذه المواقع، وقد يرغبون بأنفسهم في استخدامها لتوقعهم باشباعات ستتحقق لهم من هذا الاستخدام ومن هنا جاءت أهمية المشكلة البحثية لهذه الدراسة.

مشكلة البحث

تتبلور مشكلة البحث في رصد دوافع وأسباب استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة نتيجة هذا الاستخدام، ومدى ثقة كبار السن في المضمون المقدم على هذه الصفحات ، ومقترحاتهم بخصوص تطويرها.

أهمية الدراسة النظرية:

1- يستمد الموضوع أهميته من أهمية فئة كبار السن حيث أنها الشريحة العمرية الأسرع نموا في استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي حاليا وعدم اقتصار الاستخدام على فئة الشباب وصغار السن.
2- فئة كبار السن من الفئات الهامة في المجتمع ولديها الكثير من التحديات التي تقابلها للتواصل مع الأجيال المختلفة، والتعامل مع التكنولوجيا الحديثة وما تفرضه من بيئة اتصالية جديدة.
3- أكدت العديد من الأبحاث قدرة التكنولوجيا ووسائل الإعلام الحديثة على بناء علاقات ناجحة بين كبار السن والقضاء على العزلة والشعور بالوحدة.

أهمية الدراسة التطبيقية:

1- التعرف على معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع هذا الاستخدام، والاشباعات المتحققة منه.
2- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في التخطيط لوجود مواقع تواصل اجتماعي مخصصة لكبار السن من كافة الفئات تلبي احتياجاتهم وتحقق التوازن بين المشاركة المجتمعية والتعامل مع الواقع الفعلي والتعامل مع الواقع الافتراضي المقدم عبر هذه المواقع.

أهداف البحث

1- الوقوف على أسباب استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي والاحتياجات التي تم اشباعها.
2- التعرف على أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها كبار السن.
3- التعرف على طبيعة المواد والمضامين التي يحرص كبار السن على متابعتها.
4- تحليل سلوك كبار السن في التعامل على مواقع التواصل الاجتماعي.
5- رصد مقترحات كبار السن بشأن تطوير مواقع التوصل الاجتماعي التي تلبى احتياجاتهم بشكل أكثر حرفية.

الدراسات السابقة :

1- **دراسة Mariusz Duplaga (2021) بعنوان العلاقة بين استخدام الإنترنت والتأثيرات الصحية على كبار السن** [(1)]

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين استخدام الإنترنت وتأثيراته على الحالة الصحية لكبار السن في دولة بولندا. وقد أجريت دراسة ميدانية على عينة من كبار السن ممن تبلغ أعمارهم 50 عاما فأكثر بلغ حجمها 1000 مبحوثا من سكان دولة بولندا، وباستخدام المقابلات عبر التليفون، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها انخفاض نسبة كبار السن من مستخدمي الإنترنت، وكان المبحوثين من كبار السن الذين يستخدمون الإنترنت عدة مرات في الشهر أقل ممارسة لأى نشاط بدني، كما كان الأكثر استخداما أقل استهلاكا للخضراوات و الفواكه عن نظيرهم من الذين لا يستخدمون الانترنت.

2- **دراسة Jordan Davidson وChristoph Schimmele (2021) بعنوان "تقييم استخدام الإنترنت بين كبار السن الكنديين"** [(2)]

تهدف تلك الدراسة الى التعرف على الفجوة في استخدام الإنترنت بين كبار السن وصغار السن في الفترة من 2007 و2016 ، والعوامل الديموغرافية والاجتماعية التي تتعلق بهذا الاستخدام. وتوصلت النتائج إلى تزايد في استخدام الانترنت بين كبار السن بشكل ثابت في الفترة من 2007 و2016، كما كان هناك اختلافا بين كبار السن في استخدام الإنترنت وفقا لأعمارهم وظهرت اختلافات كبيرة بين كبار السن والأصغر عمرا (متوسطي العمر من 45 حتى 54) في استخدام الإنترنت، وضاقت الفجوة في عام 2016 بما يوازى 21% ،كما أظهرت الدراسة أن الإنترنت أقل توافقا مع حياة كبار السن مقارنة بالأصغر سنا، وأنه أقل اتصالا باحتياجاتهم، ويواجه كبار السن عقبة التعقيد المدرك للإنترنت، وانخفاض ثقتهم في قدراتهم في استخدام الأجهزة الإلكترونية وذلك مقارنة بالأصغر سنا.

3- **دراسة سلام أحمد عبده (2020) بعنوان "دوافع استخدامات كبار السن للإنترنت".**[3]

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدامات كبار السن للإنترنت وقد أجريت الدراسة على عينة عمدية من كبار السن المستخدمين للإنترنت، يبلغ قوامها 220 مفردة ممن تتراوح أعمارهم بين 55- 75 عاما، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن الإنترنت من الوسائل الإعلامية الأولى التي يحرص كبار السن على استخدامها بهدف الاطلاع على الأحداث، والحصول على المعلومات في مختلف المجالات واكتساب مهارات تواصل جديدة أكثر من استخدامهم للإنترنت للترفيه والتسلية.

4- **دراسة نهاد حسن (2018) بعنوان "التأثير الاجتماعي لعملية المتابعة الإخبارية لدى كبار السن عبر منصات الهاتف المحمول".**[4]

تحددت المشكلة البحثية لهذه الدراسة في الكشف عن خصائص المتابعة الإخبارية لدى جمهور المستخدمين من فئة كبار السن عبر النوافذ والبوابات الإخبارية على الهاتف المحمول، والتي قد تتشكل في منصات عدة منها المواقع الإخبارية، ومواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، ولتحقيق ذلك قامت الباحثة باستقصاء آراء عينة يبلغ قوامها 200 مبحوثاً من فئة كبار السن، الذين يبلغون من العمر 60 عاماً فيما يزيد. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها متابعة غالبية المبحوثين عينة الدراسة الاخبارية المرتفعة، للأحداث الجارية خلال المرحلة العمرية الحالية عن ذي قبل .

5- **دراسة جيهان سعد عبده (2017) .**[5] **بعنوان "علاقة كبار السن بمواقع التواصل الاجتماعي في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات"**

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن علاقة كبار السن بمواقع التواصل الاجتماعي في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام كبار السن للمواقع الاجتماعية والدوافع النفعية ،وأوصت الدراسة بعرض بعض البرامج الجديدة والمستحدثة على كبار السن وأخذ آرائهم تجاهها مثل الإنستجرام وهل يفضله كبار السن أم هناك خصائص للمواقع الاجتماعية التي تفضلها هذه الفئة العمرية في التعامل والاندماج داخل المجتمع.

6- **دراسة إنجى كاظم (2017) بعنوان "تحليل نقدي للتراث العلمي في مجال استخدام كبار السن لتكنولوجيا الاتصال".**[6] توصلت الدراسة إلى تعدد الدراسات الأجنبية التي تناولت قضية تفاعل فئة كبار السن مع وسائل الاتصال الحديثة، حيث تنوعت مجالات وأهداف هذه الدراسات واختلفت الإجراءات المنهجية التي اعتمدت عليها. منذ أوائل فترة التسعينيات، بينما غابت هذه القضية عن اهتمام الدراسات العربية التي أجريت في السنوات الأخيرة، ومن مراجعة هذه الدراسات اتضح أنها لم تتعرض سوى لعلاقة المسنين بوسائل الاتصال التقليدية فقط (الصحف – الراديو – التليفزيون)، واستخداماتهم لهذه الوسائل، وصورتهم المقدمة فيها.

7- **دراسةChan Eang Tengو Tang Mui Joo (2017م) بعنوان "تحليل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين فئة كبار السن فى ماليزيا".**[7]تهدف الدراسة

الحالية إلى التعرف على العلاقة بين كبار السن ومواقع التواصل الاجتماعي وكيف تؤثر تلك المواقع على حياتهم ، وقد أجريت الدراسة على عينة يبلغ قوامها 200 مبحوث من كبار السن ممن تتراوح أعمارهم ما بين 45 و80 عاما وباستخدام مدخل الاستخدامات والاشباعات، كشفت النتائج على أن غالبية المبحوثين من كبار السن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأسرة والاصدقاء ولأغراض قضاء وقت الفراغ، وأن استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي يختلف باختلاف احتياجاتهم ورغباتهم وأن مواقع التواصل الاجتماعي تساعدهم في فهم الأجيال الأصغر سنا والاتصال بهم بشكل أفضل وتقليل الفجوة بين الجيلين، كما أفادت مواقع التواصل الاجتماعي كبار السن في تعلم المهارات الاجتماعية.

8- **دراسة Erdem Öngün (2016م) بعنوان "اختيار كبار السن لوسائل الاعلام وعلاقتها بإدراكهم للشعور بالوحدة." [8]**

تهدف الدراسة الحالية إلى الكشف عن مدى وجود علاقة بين شعور كبار السن بالوحدة ونوعية الوسائل الإعلامية التي يختارونها للقضاء على هذا الشعور، وأجريت الدراسة على عينة يبلغ قوامها 300 مفردة من كبار السن الذين تزيد أعمارهم عن 60 عاما اختيروا من مدينتي هايتى واسطنبول بتركيا ، وأظهرت النتائج أن الأشكال الإعلامية غير التفاعلية كوسائل الإعلام المطبوعة والراديو والتليفزيون كانت أكثر استخداما من جانب كبار السن بينما الهاتف المحمول والحاسب الألى مازالا من الوسائل التي لا يهتم بها كبار السن لمواجهة الشعور بالوحدة، وبالكاد وجدت مواقع التواصل الاجتماعي مكان محدود في حيز اهتمام كبار السن، كما أن من أسباب إعاقة استخدام كبار السن للتكنولوجيا الحديثة هو نقص توفر البنية التكنولوجية والأمية الإعلامية، واحتياجاتهم للمساعدة والتدريب على الاستخدام.

9- **دراسة Van Deursen وآخرون (2015) بعنوان "فهم أسباب استخدام أو عدم استخدام الإنترنت بين كبار السن".[9]**

تهدف تلك الدراسة إلى التعرف على تفسير استخدام كبار السن للإنترنت من عدمه، وأجريت دراستين ميدانيتين في نيوزيلندا الأولى على عينة من كبار السن غير المستخدمين يبلغ قوامها 221 مبحوثا ممن تبلغ أعمارهم 65 فما فوق، أما الدراسة الثانية فأجريت على عينة من 1481 مبحوثا وتبلغ أعمارهم 65 فما فوق واختيرت العينة عشوائيا، وأظهرت نتائج الدراسة الأولى أن كبار السن من الذين يعيشون مع آخرين كان لديهم إنترنت في المنزل على عكس كبار السن الذين يعيشون وحدهم، وأن لديهم اتجاهات إيجابية نحو الإنترنت رغم عدم استخدامهم له، واستعانتهم بشخص آخر للحصول على شيء أو معلومات منه ، وكان الرجال أقل احتمالا للقيام بذلك مقارنة بالإناث. أما نتائج الدراسة الثانية فقد أظهرت اختلافات في الوقت المقضي في استخدام كبار السن للإنترنت، فكان الرجال يستخدمون الإنترنت أكثر من النساء، كما كان هناك علاقة إيجابية بين الاتجاه الإيجابي نحو الإنترنت وزيادة حجم الوقت المقضي ولم تكن للمتغيرات الديموغرافية والاجتماعية دورا في الوقت المقضي على الإنترنت بين كبار السن كما لم يؤثر النوع على عدد الأنشطة التي يمارسونها عليه.

10- **دراسة Hayat Boz (2015) بعنوان "استخدام الانترنت وجودة الحياة لكبار السن"[10]**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثيرات الإنترنت على تحسين جودة الحياة لدى كبار السن وكيفية تمكينهم من التعامل مع أعمارهم بنشاط، وذلك من خلال مراجعة الدراسات السابقة التي أجريت في ذلك المجال، واختيرت 25 دراسة نشرت بعد 1990، وأجريت حول العلاقة بين استخدام الإنترنت وجودة الحياة لكبار السن. وأظهرت نتائج التحليل أن استخدام الإنترنت والحاسب الألى يؤثران على جودة الحياة لكبار السن في طرق مختلفة، وتمكينهم من تأسيس العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها، والاتصال مع أفراد أسرتهم وأصدقاءهم ، وله تأثير إيجابي على الرضا عن الحياة من خلال زيادة الاستقلال والحفاظ على الشبكات الاجتماعية والحصول على المعلومات الصحية.

11- **دراسة إنجى كاظم(2015) بعنوان "آثار الضعف الإدراكي المعتدل على استخدام كبار السن لتكنولوجيا الاتصال".[11]**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الصعوبات التي تتم مواجهتها عند استخدام الإنترنت من قِبل مجموعة من كبار السن الذين يعانون من الضعف الإدراكي المعتدل وغيره من أنواع العجز الإدراكي الأخرى ذات الطبيعة والشدة المماثلة، وبلغ حجم العينة سبع مبحوثين، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن الغالبية العظمى من التحديات ترتبط بتصميم مواقع الويب أو بإمكانية الوصول إليها. وتضمنت التحديات الأخرى مشاكل مع إجراء البحث الناجح عن المعلومات باستخدام Google، والعقبات في الاستفادة من قدرات ومزايا البريد الإلكتروني (مثل تحميل attaching وإرسال sending الملفات).

12- **دراسة غدير مجدي عبد الوهاب (2015) بعنوان "محو الأمية الرقمية لكبار السن : دراسة لتصميم وإنشاء موقع إلكتروني تعليمي".[12]**

تهدف الدراسة الحالية إلى تصميم وإنشاء موقع إلكتروني تعليمي لمحو الأمية الرقمية لكبار السن، وباستخدام المنهج الوصفي والتجريبي، تم إجراء الدراسة على مجموعة من فئات كبار السن العرب بداية من سن ستين عاماً فأكثر. وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن فيما يتعلق بالمحتوي (المادة العلمية) أجمعن المشاركات في تقييمهن لسهولة تحميل المادة العلمية من الموقع، وأوصت الدراسة بضرورة أن تتبني الحكومات العربية مشاريع محو الأمية الرقمية لكبار السن على نطاق واسع، وأن تسعي لتوفير حاسبات آلية وخدمات الإنترنت في الجهات الخدمية لكبار السن، مثل: الأندية، ودور ومراكز رعاية المسنين مع تقديم دورات تعليمية لهم.

13- **دراسة Anja K. Leist (2013) بعنوان "استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي".** [13]

تهدف الدراسة الحالية إلى مراجعة الدراسات العلمية التي أجريت حول استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على طبيعة اتجاهاتهم نحو هذه المواقع، والتي تمت خلال شهري يوليو وأغسطس 2012. وتوصلت تلك الدراسة إلى أن المجتمعات الإلكترونية تقدم الدعم الاجتماعي لكبار السن وتمكنهم من تحسين المعرفة الصحية لهم، كما كان لمواقع التواصل الاجتماعي نتائج إيجابية تمثلت في القضاء على الشعور بالوحدة وتقليل التوتر والتعبير عن المشاعر والشعور بالكفاءة الذاتية، وأيضا هناك نتائج سلبية تمثلت في إساءة استخدام البيانات الشخصية والتعرض للمعلومات الضارة عبر المجتمعات الإلكترونية، واختلفت المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي لكبار السن بين السلوك السلبي كقراءة المنشورات إلى المشاركة النشطة المتمثلة في النشر والتدوين ورفع المحتوى متعدد الوسائط، كما أكدت الدراسات العلمية على أن كبار السن الأكثر خبرة في مواقع التواصل الاجتماعي يحملون اتجاهات إيجابية نحوها مقارنة بكبار السن الأقل خبرة في استخدام تلك المواقع.

14- **دراسة María A. Ramón-Jerónimo وآخرون (2013) بعنوان "كبار السن واستخدام الإنترنت**[14].

تهدف الدراسة الحالية الى التعرف على طبيعة استخدام كبار السن للإنترنت في ضوء اختبار فرضية نظرية قبول التكنولوجيا، وذلك بإجراء دراسة ميدانية على عينة من 492 مبحوثا من كبار السن، (ذكور 168 وإناث 324). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن إدراك فائدة الإنترنت لم تؤدي إلى إدراك الاستخدام السهل له والنية السلوكية للمستخدم، وكان للاختلافات في القدرات البشرية، وإدراكات كبار السن دور في الاستخدام الناجح للإنترنت، فكلما أدرك المبحوثون أن الأنترنت وسيلة للترفيه وسهلة الاستخدام كلما أقبلوا على استخدامه، وهناك اختلافات بين كبار السن من حيث النوع، فوجدت علاقة قوية بين إدراك الإنترنت كوسيلة للمتعة وإدراك سهولة الاستخدام وفائدة الإنترنت وكثافة استخدام الذكور من كبار السن للإنترنت مقارنة بالإناث، كان هناك انخفاض ثقة الإناث من الذكور في الإنترنت مما يؤدى إلى التأثير على إدراك فائدته وسهولة استخدامه.

15- **دراسة Shelia R. cotten وآخرون (2012) بعنوان "العلاقة بين استخدام الإنترنت والإحباط بين كبار السن"**[15]

تهدف الدراسة إلي التعرف على ما اذا كان استخدام الإنترنت يمكن أن يؤدى إلى انخفاض الإحباط بين كبار السن، وتم الاعتماد في هذه الدراسة على البيانات التي قدمتها دراسة الصحة والتقاعد لعام 2006 Health and Retirement Study (HRS) والتي أجريت على عينة من 7839 مبحوثا من المتقاعدين، وتفوق أعمارهم 49 عاما حيث تم الاستعانة بمقاييس لقياس الاكتئاب واستخدام الإنترنت كما تم ضبط المتغيرات الديموغرافية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن استخدام الإنترنت يزيد من

احتمالية انخفاض الإحباط بين كبار السن وذلك بنسبة تتراوح ما بين 20 و28%، وأن تأثيرات استخدام الإنترنت على التخفيف من الاكتئاب كانت تأثيرات ضخمة وإيجابية ومعالجة للمرض.

16- دراسة Bo Xie وآخرون (2012) بعنوان "إدراك كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي[16]

تسعى تلك الدراسة الاستكشافية إلى التعرف على إدراكات كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثير تلك الإدراكات على تعلمهم لتلك التكنولوجيا الحديثة، وتم استخدام المناقشات المفتوحة الأسبوعية لجمع البيانات، وأجريت تلك المناقشات على عينة يبلغ قوامها عشرة مبحوثين من كبار السن تتراوح أعمارهم ما بين 61 و83 عاما، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها عدم وجود خبرة سابقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى الرغم من نقص الخبرة المباشرة باستخدامها، إلا أنهم عبروا عن أراء سلبية تجاه مواقع التواصل الاجتماعي ووصف الفيسبوك على سبيل المثال أنه موقع للمراهقين، أو مجتمع للنميمة، ولكنهم أعربوا عن رغبتهم في التعلم عن مواقع التواصل الاجتماعي وليس استخدامها، ومصدر الاهتمام الرئيسي لاستخدام تلك المواقع الأسرة والأصدقاء، وأن مواقع التواصل الاجتماعي قد تكون جذابة عندما تكون أغلب العلاقات الاجتماعية إلكترونية ولكن أغلب كبار السن لديهم نقص في ذلك. كما يتخوف كبار السن من مسألة الخصوصية، واختراق حساباتهم الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

17- دراسة Kathryn Zickuhr وMary Madden (2012) بعنوان "كبار السن واستخدام الإنترنت"[17]

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على طبيعة استخدام كبار السن والأصغر عمرا للإنترنت بالولايات المتحدة الأمريكية وقد أجريت الدراسة على عينة من 1803 مبحوثا تبلغ أعمارهم 18 عاما فأكثر، وكشفت الدراسة على عدة نتائج من أهمها أن عدد كبار السن الذين تتجاوز أعمارهم 65 عاما من مستخدمي الإنترنت أو البريد الإلكتروني هو 53% ، ومن بين تلك النسبة هناك اختلافات بين المجموعات العمرية في استخدامهم للإنترنت، فكلما زاد العمر كلما قل استخدام الإنترنت، وكان 70% من مستخدمي الإنترنت من كبار السن الذين تتجاوز أعمارهم 65 عاما ويستخدمونه بشكل يومي، ويقل استخدام الإنترنت في الفئة العمرية 76 عاما فأكثر إذ يصل نسبة مستخدمي الإنترنت بينهم 34% فقط . أما عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فقد تزايد استخدام كبار السن له.

18- **دراسة Bob Lee وآخرون (2011) بعنوان "الاختلافات العمرية بين كبار السن في العقبات التي تواجه استخدامهم للإنترنت والحاسبات الآلية" [18]**

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على الاختلافات بين كبار السن في استخدام الحاسبات الألية، والعقبات التي تواجه استخدامهم لها، وقد أجريت الدراسة على عينة من 143 ممن تتراوح أعمارهم ما بين 50 و93 عاما. وباستخدام مجموعتين من مجموعات النقاش المركزة من كبار السن المستخدمين للحاسبات الآلية، والتي شملت على إحدى عشر مبحوثا تراوحت أعمارهم ما بين 65 و87 عاما، توصلت الدراسة إلى وجود عدة عقبات

تواجه كبار السن في استخدام الحاسبات الآلية، فقد أعرب كبار السن عن التحدي الصعب الذي يواجهونه لبدء التعلم واستخدام تكنولوجيات المعلومات عبر الحاسبات الآلية مقارنة بالفئات العمرية الأصغر سنا. كما أعربوا عن العديد من العقبات الوظيفية التي تواجه استخدامهم مقارنة بالمجموعات العمرية الأصغر سنا. وتكررت نفس النتيجة في باقي العقبات التي تواجه كبار السن حيث كان كبار السن من عمر 65 أفضل من حيث تعاملهم مع العقبات التي تواجههم كالتواصل مع الآخرين مقارنة بكبار السن الأعلى في السن، وأعرب كبار السن في المجموعات العمرية المختلفة عن عدم احتياجهم لإرسال بريد إلكتروني لأي شخص وأنه ليس لديهم أشخاص يلجئون إليهم عندما يواجهون مشكلة في التعامل مع الحاسبات الألية.

19- دراسة Adeline Chu وآخرون (2010) بعنوان "العلاقة بين استخدام كبار السن للإنترنت في البحث عن المعلومات الصحية ومتغيرات القلق والثقة والكفاءة الذاتية ".[(19)]

تهدف هذه الدراسة إلى قياس العلاقة بين استخدام كبار السن للإنترنت في البحث عن المعلومات الصحية ومتغيرات القلق والثقة والكفاءة الذاتية، وقد أجريت دراسة تجريبية على عينة من كبار السن مما تجاوزت أعمارهم 65 عاما يبلغ قوامها 12 مشاركا، تم تقسيمهم إلى مجموعة تجريبية ومجموعة ضابطة، وتم تقديم برنامج تدريبي لكبار السن على استخدام الانترنت في البحث عن الموضوعات والمعلومات الصحية ، وباستخدام مقاييس القلق من استخدام الحاسب الآلي والثقة ومقياس الكفاءة الذاتية، تم التوصل إلى عدة نتائج من أهمها قيام الدورة التدريبية بخفض القلق وزيادة الثقة والكفاءة الذاتية لدى كبار السن في قدرتهم البحثية عن الموضوعات الصحية عبر الإنترنت، كما يوجد دليل مبدئي على النتائج النفسية الإيجابية وفوائد للبرنامج التدريبي على الحاسب الآلي والبحث عن المعلومات الصحية عبر الإنترنت بين كبار السن.

20- دراسة David L. Hogeboom وآخرون (2010) بعنوان "استخدام متوسطي العمر وكبار السن للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي".[(20)]

تهدف تلك الدراسة إلى التعرف على مدى وجود اختلافات بين كبار السن الأمريكيين الذين تجاوز عمرهم 50 عاما من مستخدمي الإنترنت وغير المستخدمين باختلاف عدد العلاقات والروابط التي تربطهم بأسرهم وأصدقاءهم وأقاربهم ، وكثافة استخدام الإنترنت واختلافه بتعدد هذه العلاقات، وكثافة حضورهم في المؤسسات الدينية، وتم الاعتماد على البيانات التي قدمتها دراسة ممتدة Health and Retirement Study (HRS), عام 2004 وقامت على عينة ممثلة للمجتمع الأمريكي إذ أجريت على أكثر من 22 ألف أمريكي تزيد أعمارهم عن 50 عاما في الولايات المتحدة الأمريكية، ولأغراض تلك الدراسة تم الاكتفاء بالبيانات الخاصة ب 3273 مبحوثا وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود اختلاف ذو دلالة احصائية بين مستخدمي الإنترنت وغير مستخدمي الإنترنت في عدد العلاقات الاجتماعية مع الأصدقاء وأفراد الأسرة بعد التحكم في المتغيرات الديموغرافية، كما وجدت اختلافات دالة احصائيا بين مستخدمي الإنترنت وغير مستخدمي الإنترنت وفقا لمتغير مقابلة الأصدقاء في الواقع فكلما زادت مقابلة الأصدقاء في الواقع قل استخدام

الإنترنت والعكس صحيح. وأظهرت الدراسة وجود تأثير لاستخدام الإنترنت على المشاركة المجتمعية لكبار السن فمستخدمي الإنترنت يكونوا أكثر حيوية وصحة من غير مستخدمي الإنترنت.

21- دراسة Galen Grimes وآخرون (2010) بعنوان "معرفة كبار السن بمخاطر الإنترنت" [21]

تهدف الدراسة الحالية الى التعرف على الفوارق بين كبار السن وصغار السن من حيث استخدامهم للإنترنت وقد أجريت الدراسة على عينة يبلغ قوامها 127 مبحوثا من كبار السن أصحاب الدخول المنخفضة أو اشخاص ذوى إعاقات يعيشون في مباني مخصصة للكبار بالولايات المتحدة الأمريكية، وعينة أخرى يبلع قوامها 47 طالبا وطالبة من الجامعات، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن كبار السن يستخدمون الحاسبات الآلية بكثافة أقل من الأفراد الأصغر عمرا، بينما مستخدمي الحاسبات الآلية في كلا المجموعتين متشابهون في السلوكيات الإلكترونية فكليهما يحتاجان إلى أن ينتبها إلى القضايا الأمنية المتعلقة بالإنترنت، وكان كبار السن أقل من صغار السن من حيث معرفتهم بالحاسب الآلي وخبراتهم في استخدامه وكذلك بالنسبة لمعرفتهم لأمن الإنترنت. حيث ظهرت فجوة كبيرة بين المجموعتين من حيث الوعي بأمن الإنترنت من كلمات السر والحرص من الفيروسات والتهديدات الأمنية.

22- دراسةGalit Nimrod (2010) بعنوان "المجموعات الإلكترونية لكبار السن: دراسة تحليلية كمية"[22]

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على محتوى وخصائص المجتمعات الإلكترونية المخصصة لكبار السن، ومستوى نشاطهم عبر هذه المجتمعات، وطبيعة الاتجاه للمناقشات التي تدور بها وهل تميل إلى السلبية أم الإيجابية، وباستخدام تحليل المحتوى الكمي لعدد أربعة عشر من المجتمعات الإلكترونية المخصصة لكبار السن، توصلت الدراسة إلى وجود زيادة في مستوى نشاط المجموعات الإلكترونية ، وكان من أهم الموضوعات المتبادلة هي الموضوعات الترفيهية كالقصص المضحكة والنكت والألعاب الإلكترونية، يليها موضوع الإحالة للمعاش، كمنشورات حقوق المتقاعدين، وإعادة التأهيل، والموضوع الآخر الذى تكرر بالمنشورات الموضوعات المتعلقة بالأسرة ، ثم موضوعات متعلقة بالصحة والعمل والدراسة. وكان التوجه العام للمنشورات إيجابي، كما أن المجموعات الإلكترونية الموجهة لكبار السن تزايدت شعبيتها ففي خلال العام الواحد تتضاعف أعداد المشتركين بالمجموعة الإلكترونية والنشاط عليها.

23- دراسةEun-Shim Nahm_ وآخرون (2010) بعنوان "تأثيرات موقع إلكتروني لمنع الإصابات بالقدم بين كبار السن"[23]

تهدف الدراسة إلي تقييم فاعلية وأداء موقع إلكتروني مصمم لخدمة كبار السن لمنع إصابات القدم لهذه الفئة، وأجريت الدراسة على عينة من كبار السن يبلغ قوامها 245 اختيروا عشوائيا من مستخدمي الموقع ومن المجموعات الإلكترونية المخصصة لعلاج هذا المرض.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: نجاح المواقع والمجموعات الإلكترونية في زيادة المعرفة الصحية ونشر السلوكيات الصحية الإيجابية بين كبار السن، وحققت تلك المواقع الإلكترونية المتخصصة في تقديم المعلومات الصحية رضا أعلى للمستخدم، وارتفع استخدام ساحات النقاش الإلكترونية التي توفرها تلك المواقع، كما أشارت الدراسة الى إمكانية الاستفادة من الإنترنت والتعاون مع الأطباء والباحثين والخبراء في تكنولوجيا المعلومات لتقديم مبادرات صحية يستفيد بها كبار السن.

24- **دراسةGail E. Bond وآخرون (2010) بعنوان "تأثير التدخل عبر الإنترنت لتحسين الحالة النفسية لمرضى السكرى من كبار السن".** [24]

تسعى الدراسة لاختبار الفرضية القائلة ان استخدام التدخل باستخدام شبكة الإنترنت يؤدى إلى تحسن مشاعر الإكتئاب والشعور بالدعم الاجتماعي والقضايا المتعلقة بجودة الحياة والكفاءة الذاتية لمرضى السكري، وتم إجراء دراسة تجريبية على عينة يبلغ قوامها 67 مبحوثا من كبار السن الذين تبلغ أعمارهم 60 عاما فأكثر، وتم تقسيمهم إلى مجموعتين تعرضت إحداهما إلى مبادرة إلكترونية طبية تعمل على تأكيد دور المريض في الحفاظ على صحته ، وأظهرت النتائج أن التدخل الإلكتروني الذى تلقاه المبحوثين بالمجموعة الأولى لم يؤدي إلى تحسين الشعور بالدعم الاجتماعي أو التقليل من مشاعر الاكتئاب لديهم بقدر كبير، ولكن كبار السن بالمجموعة الأخرى أعربوا عن شعور أكبر بالاكتئاب وأقل بالدعم الاجتماعي.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها :

أشارت العديد من الدراسات إلى انخفاض نسبة استخدام كبار السن للإنترنت مثل دراسة Mariusz Duplaga عام 2021 [25] ، وأنها تؤثر على النشاط البدني لهم ونوعية المأكولات التي يعتمدون عليها في نظامهم الغذائي، كما أثبتت دراسات أخرى أن هناك زيادة في استخدام كبار السن للإنترنت في الفترات الأخيرة، وأن اهتمامات كبار السن وطبيعة استخدامهم تختلف باختلاف أعمارهم كما ذكر **Davidson Jordan &Christoph Schimmele في دراستهما عام 2021** [26]، و**دراسة Kathryn Zickuhr وMary Madden (2012)** [27] في حين أثبتت دراسات أخرى أن الإنترنت من الوسائل الإعلامية الأولى التي يحرص كبار السن على استخدامها بهدف الاطلاع على الأحداث، والحصول على المعلومات في مختلف المجالات واكتساب مهارات تواصل جديدة ومتابعة الأخبار أكثر من استخدامهم للإنترنت للترفيه والتسلية. كما ذكر **سلام أحمد عبده عام 2020** [28]، ودراسة **نهاد حسن عام 2018** [29]. في دراستهما، كما أثبتت دراسة **جيهان سعد عبده عام 2017** [30].وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والدوافع النفعية ، ووجدت دراسة **إنجى كاظم عام 2017**[31]. نقص في الدراسات العربية التي تناولت علاقة المسنين بوسائل الإعلام مقارنة بالتراث البحثي الغربي، واقتصرت على الوسائل التقليدية مثل التليفزيون والإذاعة والصحف والمجلات.

في حين اتفقت دراسة **Chan Eang Teng** و **Tang Mui Joo عام 2017م.** [32]مع دراسة **سلام أحمد عبده عام 2020** [33]، ودراسة **نهاد حسن عام 2018**

[34]، في أن كبار السن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع أفراد الأسرة والأصدقاء وتقليل الفجوة بين الجيلين ولكنها اختلفت عنهم في تأكيد أنهم يستخدمون هذه المواقع لقضاء وقت الفراغ بشكل أكبر.

ومن التحديات التي ظهرت في دراسة **إنجى كاظم عام 2015** [35] لكبار السن في استخدام الإنترنت تصميم مواقع الويب أو بإمكانية الوصول إليها، والقدرة على إجراء البحث الناجح عن المعلومات باستخدام Google، والعقبات في الاستفادة من قدرات ومزايا البريد الإلكتروني .وأكدت دراسة **Hayat Boz عام 2015** [36] على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين جودة الحياة لدى كبار السن والرضا والشعور بالاستقلال والحفاظ على شبكة العلاقات الاجتماعية.

كما ألقت دراسة **غدير مجدي عبد الوهاب عام 2015** [37] ودراسة **Erdem Öngün عام2016م** الضوء على الأمية الرقمية لكبار السن والتي تؤثر بالسلب على استخدام الانترنت .[38] وأوضحت دراسة **Leist A.K. (2013)** [39] أن لمواقع التواصل الاجتماعي نتائج إيجابية تمثلت في القضاء على الشعور بالوحدة وتقليل التوتر والتعبير عن المشاعر والشعور بالكفاءة الذاتية، وأيضا هناك نتائج سلبية تمثلت في إساءة استخدام البيانات الشخصية والتعرض للمعلومات الضارة عبر المجتمعات الإلكترونية، وهو ما أكدت عليه أيضا دراسة **Bo Xie وآخرون عام2012** [40] في تخوف كبار السن من مسألة الخصوصية، واختراق حساباتهم الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما أكدت دراسة **Bob Lee وآخرون** (2011) على تأثير الاختلافات العمرية بين كبار السن في العقبات التي تواجه استخدامهم للإنترنت والحاسبات الآلية" [41]، كما أن هناك تأثير لخبرة كبار السن في استخدام الإنترنت على تحقيق النتائج الإيجابية من هذا الاستخدام كما ظهر في دراسة **Leist A.K. عام 2013**[42]وأوضحت دراسة **Adeline Chu وآخرون عام 2010** [43] أهمية تقديم برنامج تدريبي لكبار السن على استخدام الإنترنت في خفض القلق وزيادة الثقة والكفاءة الذاتية لدى كبار السن في قدرتهم البحثية.

واستفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد أهداف وأهمية الدراسة الحالية والتعرف على المتغيرات التي تحكم دوافع كبار السن في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، بالإضافة إلى الاستعانة بنتائج هذه الدراسات في تفسير بعض نتائج الدراسة الحالية ،وبشكل عام اهتمت الدراسات السابقة بطبيعة علاقة كبار السن بالتكنولوجيا الحديثة وكيفية التعامل معها وتأقلمها مع البيئة الاتصالية الحديثة وتأثير الفئات العمرية والخبرة لكبار السن على إيجابية الاستخدام من عدمه وقلة الدراسات العربية التي تناولت استخدام كبار السن للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص مما يوضح أهمية الدراسة الحالية في التركيز على علاقة المسنين بمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة لديهم.

الإطار النظري للدراسة :

نظرية الاستخدامات والاشباعات

يعد "الياهو كاتز " (Katz) أول من وضع اللبنة الأولى في بناء هذه النظرية عام 1959م عندما أشار إلى أن البحث العلمي في مجال الاتصال ينبغي أن يركز على كيفية تعامل الجمهور مع وسائل الاتصال بدلاً من التركيز على كيفية تأثير تلك الوسائل عليه[44]، ويفترض مدخل "الاستخدامات والإشباعات" أن الجمهور نشط، وأن الفرد لابد أن يكون له احتياجات لكي يتعرض للرسالة الإعلامية. ويقوم مدخل الاستخدامات على خمسة أسس[45]:

1- وجود جمهور نشط يتعرض لوسائل الإعلام بشكل إيجابي.

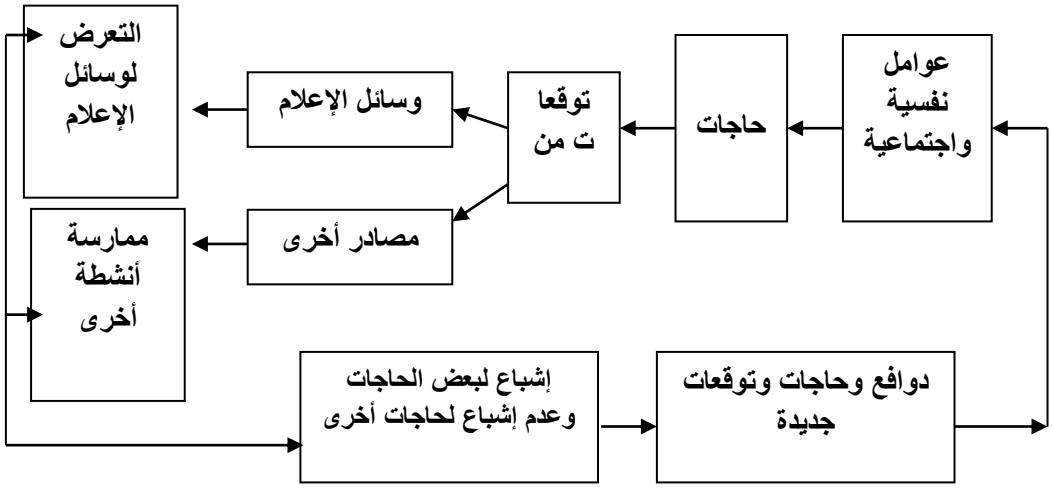
2- وجود جمهور نشط يستخدم وسائل الإعلام وليس العكس مع تنوع حاجات الأفراد باختلاف الفروق الفردية.

3- تنافس وسائل الاتصال على إشباع احتياجات الجمهور.

4- الجماهير هي التي تحدد قيمة المضمون المقدم في وسائل الإعلام وهي التي تتخذ القرار بمشاهدته، فقرارات الجمهور تلعب دوراً كبيراً في التأثير على وسائل الإعلام في أن يتخذ الجمهور المبادرة باختيار المادة الإعلامية التي تشبع احتياجات.

5- هناك مجموعة عوامل اجتماعية ونفسية تتوسط السلوك الاتصالي للأفراد، كذلك البيئة التي يعيش فيها، كما أن التفاعلات بين الأشخاص هي التي تشكل توقعاتنا حول وسائل الإعلام والمحتوى الإعلامي.

ويعبر "كاتز" وزملاؤه عن نموذج الاستخدامات والإشباعات في الشكل التالي[46]:



شكل رقم (1) نموذج "كاتز" للاستخدامات والإشباعات

وقد صنف روبن" دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام إلى[47]:

1 - دوافع منفعية (Instrumental Motives)

تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة، والمعلومات، والخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

2- دوافع طقوسية (Ritualized Motives)

تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات، والأفلام، والمنوعات وبرامج الترفيه.

ويفرق " لورانس " و " نيزيس " بين نوعين من الإشباعات: [48]

- إشباعات المحتوى

وتنتج عند التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي تنقسم إلى نوعين:

الأول: إشباعات "توجيهية" (Orientational) تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

الثاني: إشباعات "اجتماعية" (Social) ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

- إشباعات العملية

تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين:

الأول: إشباعات "شبه توجيهية" (Para-Oriental) وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.

الثاني: إشباعات "شبه اجتماعية" (Para-Social) وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام ، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.

أهم الانتقادات التي وجهت لمدخل الاستخدامات والإشباعات[49]

1- يفترض هذا المدخل أن الجمهور إيجابي تماماً في اختيار المضمون الذي يتعرض له وذلك في الوقت الذي أشارت فيه دراسات أخرى إلى أن كثيراً من السلوك الاتصالي للأفراد هو مجرد سلوك اعتيادي وغير إيجابي.

2- لم تشرح النظرية درجة الإيجابية في السلوك الاتصالي للفرد، ولم تفرق بين الدرجات المختلفة له سواء قبل التعرض، أو أثناء التعرض، أو بعد التعرض.

3- ادعاء النظرية بأن أفراد الجمهور يختارون المضمون الذي يتعرضون له بحرية تامة وبناء على احتياجاتهم فقط ربما يكون مبالغاً فيه، فكثيراً من أفراد الجمهور لا تتاح لهم حرية الاختيار، إلى جانب أن هناك عديداً من العوامل التي تحد من قدرة الفرد على الاختيار، مثل العوامل الاقتصادية والاجتماعية والقدرة على تملك وسائل الاتصال الحديثة.

وإلى جانب هذه الانتقادات توجد مجموعة من الانتقادات الأخرى التي وجهت لمدخل الاستخدامات والإشباعات ومنها:

1. افتقار المفاهيم الأساسية للوضوح مثل الدوافع والاستخدامات والإشباعات(50).
2. الحاجات التي يسعى الناس إلى إشباعها من خلال استخدامهم لوسائل الإعلام نتجت من الأسئلة حول سبب استخدامهم لوسائل الإعلام ، مما يؤدي إلى الشك في أن الحاجات نشأت عن طريق وسائل الإعلام أو هي ترشيد لاستخدامها(51).
3. يعتمد مدخل الاستخدامات والإشباعات على المفاهيم النفسية مثل الحاجة وأهمل البناء الاجتماعي ومكانة وسائل الإعلام في هذا البناء(52).

تطبيق مدخل الاستخدامات والاشباعات على الدراسة:

ترغب الباحثة في معرفة عادات وأنماط استخدام كبار السن الذين يبلغون ستون عاما فأكثر لمواقع التواصل الاجتماعي وما الاشباعات المتحققة من هذه المواقع ، ومدى وجود مقترحات بشأن تطوير هذه المواقع لتلبية احتياجاتهم بشكل أكثر احترافيا، وبالتالي فقد كان مدخل الاستخدامات والاشباعات هو أنسب المداخل للدراسة الحالية.

تساؤلات الدراسة وفروضها :

أولا: تساؤلات الدراسة:

- ما متوسط عدد الساعات التي يقضيها كبار السن عينة الدراسة في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ما عدد مرات دخول كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا.
- ما هي مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة التي يستخدمها كبار السن عينة الدراسة.
- ما هو ترتيب كبار السن عينة الدراسة لطبيعة المواد والمضامين التي يحرصون على متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ما هي الأنشطة التي يقوم بها كبار السن على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ما هي أسباب ودوافع استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ما عدد أصدقاء كبار السن على الفيس بوك، و أهم الأصدقاء الذين يفضلونهم (الفيس بوك).
- ما طبيعة البيانات التي يضعها كبار السن عينة الدراسة على صفحتهم الشخصية على الفيس بوك .
- ما رد فعل كبار السن عند التعرض لموقف غير مستحب على الفيس بوك.

- ما مدى مشاركة كبار السن في الأنشطة المدنية والتطوعية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ما أهم الأنشطة المدنية والتطوعية التي يشارك بها كبار السن على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ما الأنشطة التي يقوم بها كبار السن أثناء استخدامهم لمواقع التوصل الاجتماعي.
- ما طبيعة الاشباعات المتحققة من استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي.
- من هم الأشخاص الذين شجعوا كبار السن عينة الدراسة على التعامل مع صفحات التواصل الاجتماعي.
- ما مدى توصية كبار السن للغير من نفس المرحلة العمرية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وما هي الأسباب.
- ـ ما هي مقترحات كبار السن بشأن تطوير مواقع التوصل الاجتماعي لتلبية احتياجاتهم بشكل أكثر حرفية.

ثانيا: فروض الدراسة

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائيا بين دوافع استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة من هذا الاستخدام .

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائيا بين معدل استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة من هذا الاستخدام .

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائيا بين معدل استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المشاركة المجتمعية لكبار السن على هذه المواقع.

- تتأثر قوة العلاقة الارتباطية بين المشاركة المجتمعية لكبار السن على مواقع التواصل الاجتماعي؛ ومعدل استخدامهم لهذه المواقع بالمتغيرات التالية : عدد الأصدقاء على الفيس بوك والمتغيرات الديموجرافية.

- توجد فروق ذات دلالة احصائيا بين معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع – المستوى التعليمي – الوظيفة – مستوى الدخل الشهري).

منهج الدراسة وأدواته:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وتحليلها والكشف عن أسبابها ، ففي الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد ووصف الاتجاهات، والدوافع والحاجات، وكذلك استخدامات وسائل الإعلام، فالهدف من الوصف لا يقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة وحركتها وعناصرها، ولكنه يمتد ليشمل العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج

تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها، وقد استخدمت الباحثة في هذه الدراسة أسلوب المسح بالعينة باستخدام استمارات الاستقصاء[53] .

عينة الدراسة :

عينة عمدية من كبار السن الذين تبلغ أعمارهم ستون عاما فأكثر ويستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يبلغ قوامها 300 مفردة، مقسمين بالتساوي بين الذكور والإناث من مستويات تعليمية مختلفة لتشمل الدراسة جميع مستويات التعليم والمستويات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة لها.

إجراءات الصدق والثبات

تم تحكيم الاستمارة من مجموعة من المحكمين والخبراء من أجل التأكد من مصداقيتها، حيث أبدو بعض الملاحظات التي أفادت البحث والتي تمت مراعاتها في الاستمارة.[54]

ثم قامت الباحثة بإعادة توزيع استمارة الاستقصاء على عينة قوامها 10% من حجم العينة الأساسية خلال فترة تراوحت ما بين أسبوعين من الانتهاء الفعلي لإجراءات الدراسة الميدانية وكانت النسبة 90%.

المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences ، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية
2. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري
3. الوزن المئوي الذي يحسب من المعادلة : الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.
4. الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال ، ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وتحسب النسب المئوية لبنود الأسئلة كلها .
5. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ، ومتوسطة ما بين 0.30-0.70 ، وقوية إذا زادت عن 0.70 .
6. معامل الارتباط الجزئي (Partial Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)،

بينما يتم التحكم بتأثير متغير ثالث أو أكثر . وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة معامل الارتباط الجزئي أقل من 0.30 ، ومتوسطة إذا تراوحت ما بين 0.30 –0.70 ، وقوية إذا بلغت 0.70 فأكثر .

7. اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
8. تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
9. الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها .

ـ وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر ، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل .

نتائج الدراسة الميدانية:

- **خصائص العينة**

تتشكل عينة الدراسة هنا من كبار السن الذين يتعاملون مع الإنترنت ويستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ، وكانت العينة مقسمة بالتساوي بين الذكور والإناث ، واختلاف المستوى التعليمي فقد كانت نسبة كبار السن أصحاب المؤهلات الجامعية 43.7%، والمتوسطة 27.3%، والدراسات العليا 16%، وفوق المتوسط 13%، أما عن الوظيفة فقط كانت نسبة من كان يعمل في القطاع الحكومي 55.4%، والقطاع الخاص 16.3%، والأعمال الحرة 11%، ومن لم يعمل 17.3%. وبالنسبة للدخل الشهري فقد كانت نسبة كبار السن ذو الدخل المنخفض 19%، والمتوسط 52.3%، والمرتفع 28.7%.

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة الميدانية

المتغيرات		ك	%
النوع	ذكر	150	50
	انثى	150	50
	الإجمالي	300	100
المستوى التعليمي	1 ـ مؤهل متوسط	82	27.3
	2 ـ مؤهل فوق المتوسط	39	13
	3 ـ جامعي	131	43.7
	4 ـ دراسات عليا	48	16
	الإجمالي	300	100
الوظيفة	1 ـ قطاع حكومي	166	55.4
	2 ـ قطاع خاص	49	16.3
	3 ـ اعمال حرة	33	11
	4 ـ لا يعمل	52	17.3
	الاجمالى	300	100

مستوى الدخل الشهري	1 - مستوى دخل منخفض	57	19
	2 - مستوى دخل متوسط	157	52.3
	3 - مستوى دخل مرتفع	86	28.7
	الإجمالي	300	100

ـ متوسط عدد الساعات التي يقضيها كبار السن عينة الدراسة في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (2)
متوسط عدد الساعات التي يقضيها كبار السن عينة الدراسة في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

التكرار و النسبة / عدد الساعات الاستخدام	ك	%
أقل من ساعة	68	22.7
من ساعة لأقل من ثلاث ساعات	110	36.7
ثلاث ساعات فأكثر	122	40.6
الإجمالي	300	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم مفردات العينة من كبار السن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة 3 ساعات فأكثر حيث وصلت نسبتهم إلى 40.6%، مقابل 22.7% يستخدمونها لأقل من ساعة.

ـ عدد مرات دخول كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا

جدول رقم (3)
عدد مرات دخول كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا

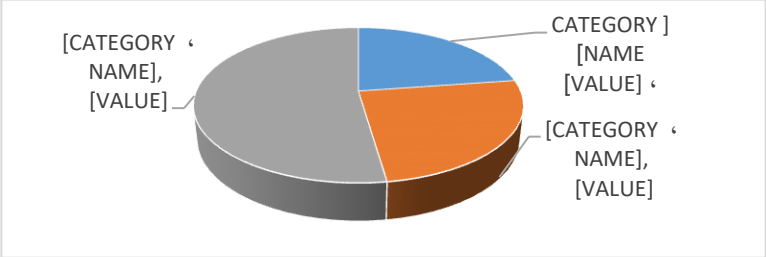
التكرار و النسبة / عدد مرات الاستخدام	ك	%
مرة واحدة	41	13.7
مرتين	104	34.7
ثلاث مرات فأكثر	155	51.6
الإجمالي	300	100

يتضح من بيانات الجدول السابق أن معظم مفردات العينة من كبار السن يستخدمون الإنترنت لعدة مرات تصل إلى ثلاث مرات فأكثر يوميا حيث وصلت نسبتهم إلى 51.6%، مقابل 13.7% استخدموا مواقع تواصل الاجتماعي لمرة واحدة.

ومما سبق تم تصميم مقياس لمعدل استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي كما هو موضح في الشكل التالي:

شكل رقم (2)

معدل استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي



يتضح من الشكل السابق ارتفاع معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي حيث وصلت النسبة إلى 52.3% مقابل الاستخدام المتوسط الذي بلغت نسبته 25%، في حين كان الاستخدام المنخفض نسبته 22.7%.

مما يشير إلى اهتمام كبار السن باستخدام التكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي والتعامل معها ، وقد يرجع ذلك إلى ما قد توفره هذه المواقع من توفير الوقت والمجهود في التواصل مع الأبناء والأحفاد وتوفير شبكة أصدقاء جديدة ـ واستخدامها أيضا في متابعة المستجدات في المجالات المختلفة ، بخلاف أنها متاحة للاستخدام بشكل كبير ، ومن المحتمل أن تكون عينة الدراسة تجاوزت أزمة التعامل مع التطبيقات الجديدة والإدراك المعقد لهذه الصفحات وما سيتضح في النتائج القادمة.

ـ أهم مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة التي يستخدمها كبار السن عينة الدراسة

جدول رقم (4)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة التي يستخدمها كبار السن عينة الدراسة

التكرار والنسبة / أهم المواقع	ك	%
الفيس بوك	267	89.0
واتس آب	201	67.0
اليوتيوب	176	58.7
التوتير	137	45.7
جوجل بلاس	102	34.0
انستجرام	90	30.0
تمبلر	22	7.3
الفايبر	18	6.0
لينكد إن	18	6.0
جملة من اجابوا	300	

تشير بيانات الجدول السابق أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من قبل كبار السن ويفضلونها هي الفيس بوك حيث جاء في المركز الأول بنسبة 89%، يليه الواتس

اب بنسبة 67% في المركز الثاني، ثم اليوتيوب في المركز الثالث بنسبة 58.7%، ثم تويتر بنسبة 45.7% في المركز الرابع، ثم جوجل بلاس في المركز الخامس بنسبة 34%، وانستجرام في المركز السادس بنسبة 30%، أما عن بقية المواقع من تمبلر وفايبر ولينكد إن فقد جاءت بنسب ضئيلة مقارنة بما سبق.

وقد يرجع ذلك إلى أن الفيس بوك من أسهل مواقع التواصل الاجتماعي استخداما ، ويتيح للجمهور التنقل عبر بوابات مختلفة ونشر البوستات بسهولة دون تعقيدات والدخول على صفحات الشركات والمؤسسات المختلفة والبحث عن الأصدقاء دون الحاجة الى أرقام التليفونات التي يتطلبها الواتس اب أو التويتر أو التلجرام.

ـ ترتيب كبار السن عينة الدراسة لطبيعة المواد والمضامين التي يحرصون على متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (5)
ترتيب كبار السن عينة الدراسة لطبيعة المواد والمضامين التي يحرصون على متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب / طبيعة المواد والمضامين التي يحرصون على متابعتها	الترتيب الاول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس	الوزن المرجح		
						النقاط	الوزن المئوي	الترتيب
مواد ومضامين صحية	93	68	46	50	23	998	22	1
مواد ومضامين سياسية.	71	89	56	40	23	982	21.7	2
مواد ومضامين مرتبطة بالقضايا الاجتماعية	51	80	95	50	14	974	21.5	3
مواد ومضامين دينية	35	26	46	51	81	600	13.3	4
مواد ومضامين اقتصادية	19	15	40	77	57	486	10.7	5
مواد ومضامين فنية	18	15	8	12	68	266	5.9	6
مواد ومضامين رياضية	16	10	9	21	33	222	4.9	7
مجموع الاوزان						4528	100	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المواد والمضامين الصحية قد جاءت في صدارة الموضوعات التي يحرص على متابعتها جمهور كبار السن عينة الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت في الترتيب الأول بوزن مئوي 22% ، بينما جاءت المواد والمضامين السياسية في الترتيب الثاني بوزن مئوي 21.7%، والمواد والمضامين الاجتماعية في الترتيب الثالث بوزن مئوي 21.5%، والمضامين الدينية في الترتيب الرابع بوزن مئوي 13.3%، والمضامين الاقتصادية في الترتيب الخامس بوزن مئوي 10.7%، والمضامين الفنية في الترتيب السادس بوزن مئوي 5.9%، والمضامين الرياضية في الترتيب السابع والأخير بوزن مئوي 4.9%.

وقد يرجع ذلك إلى أن كبار السن يعانون من مشاكل صحية مرتبطة بالتقدم في العمر مما يجعل اهتماماتهم تنصب بشكل كبير على البحث في الأمراض المزمنة لكبار السن وكيفية الوقاية والعلاج منها، بالإضافة إلى الوصفات الطبية المفيدة لهم، والنظام الصحي المفترض اتباعه للحفاظ على صحتهم .

أما عن أقل المضامين اهتماما وهي المضامين الرياضية فتعتبر نتيجة غير متوقعة لعدة أسباب أولهما أن الرياضة مرتبطة بالصحة البدنية مما يجعل كبار السن يهتمون بمشاهدة التمارين الرياضية، وكيفية الاستفادة منها لتجديد الدورة الدموية وخلق جسم صحي سليم يناسب المرحلة التي يمرون بها وليس العكس، بالإضافة إلى مشاهدة الرياضات المختلفة مثل كرة القدم وخلافه وهي من أكثر الرياضات المحببة للجمهور.

ـ ترتيب كبار السن عينة الدراسة للأنشطة التي يقومون بها على مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (6)

ترتيب كبار السن عينة الدراسة للأنشطة التي يقومون بها على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب / أهم انشطة مواقع التواصل الاجتماعي	الترتيب الاول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس	الوزن المرجح		
						النقاط	الوزن المئوي	الترتيب
مشاركة الأخرين للتعبير عن رأيي في الأحداث المختلفة.	103	36	48	501	48	1853	27.6	1
تصفح الصفحة الشخصية الخاصة بي	103	74	47	31	18	1032	15.4	2
الدردشة	65	53	42	14	30	721	10.7	3
تكوين صداقات جديدة	63	49	44	29	14	715	10.6	4
متابعة تعليقات المستخدمين الآخرين	57	13	23	72	50	600	8.9	5
ارسال الرسائل والتهاني للأخرين	53	19	37	20	57	549	8.2	6
تصفح صفحات الآخرين	13	22	34	40	32	367	5.5	7
زيارات صفحات الهيئات الحكومية على هذه المواقع	11	23	10	20	27	244	3.6	8
استخدام الألعاب الإلكترونية	11	31	14	6	7	240	3.6	9
تصفح الصفحات الخاصة بالبيع والشراء	27	15	2	8	6	223	3.3	10
إنشاء مجموعات وصفحات ذات هدف واحد	10	18	10	11	5	179	2.7	11
مجموع الاوزان						6723	100	

توضح بيانات الجدول السابق أن مشاركة الآخرين للتعبير عن رأيهم في الأحداث المختلفة من أكثر الأنشطة التي يقوم بها كبار السن عينة الدراسة في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت في المركز الأول بوزن مئوي 27.6 ، يليه في المركز الثاني تصفح الصفحة الشخصية الخاصة بهم بوزن مئوي 15.4%، والدردشة في المركز الثالث بوزن مئوي 10.7%، وتكوين صداقات جديدة في المركز الرابع بوزن مئوي 10.6%، وفي المركز الخامس متابعة تعليقات المستخدمين بوزن مئوي 8.9%، وفي المركز السادس ارسال الرسائل والتهاني 8.2%، وفي المركز السابع تصفح صفحات الآخرين بوزن مئوي 5.5%، وفي المركز الثامن زيارة صفحات الهيئات الحكومية واستخدام الألعاب الإلكترونية بوزن مئوي 3.6%لكلا منهما، وفي المركز التاسع تصفح الصفحات الخاصة بالبيع والشراء

بوزن مئوي 3.3%، وفي المركز الأخير إنشاء مجموعات وصفحات ذات هدف واحد بوزن مئوي 2.7%.

ـ دوافع وأسباب استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (7)

دوافع استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

درجة الموافقة / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
استخدمها بهدف متابعة المستجدات في المجتمع المحلي والعالمي	245	81.6	23.0	7.7	32.0	10.7	2.71	0.65	90.3
استخدمها بهدف الحصول على معلومات مختلفة عما يقدمه التليفزيون والصحف والإذاعة	239	79.6	20.0	6.7	41.0	13.7	2.66	0.71	88.7
استخدمها بهدف استعراض وجهات النظر المختلفة	231	77	22.0	7.3	47.0	15.7	2.61	0.74	87.1
استخدمها بهدف التسلية وتمضية وقت الفراغ	231	77	16.0	5.3	53.0	17.7	2.59	0.77	86.4
استخدمها بهدف تكوين رأي بخصوص مشكلات وقضايا المجتمع.	217	72.3	31.0	10.4	52.0	17.3	2.55	0.77	85.0
استخدمها لأنها وسيلة سهلة وسريعة الاستخدام	207	69	44.0	14.7	49.0	16.3	2.53	0.76	84.2
استخدمها بهدف مناقشة مشاكلي مع الأخرين	219	73	13.0	4.3	68.0	22.7	2.50	0.84	83.4
استخدمها بهدف التحلي بروح العصر والتواصل مع الأجيال المختلفة	208	69.3	33.0	11	59.0	19.7	2.50	0.80	83.2
استخدمها بهدف الهروب من ضغوط الحياة اليومية	213	71	17.0	5.7	70.0	23.3	2.48	0.85	82.6
استخدمها بهدف التعبير عن الذات والشعور بالأهمية	202	67.3	25.0	8.3	73.0	24.4	2.43	0.86	81.0
استخدمها بهدف الفضول.	187	62.3	36.0	12	77.0	25.7	2.37	0.86	78.9
استخدمها بهدف تنمية القدرة على التفكير من خلال الاطلاع على الثقافات المختلفة	186	62	36.0	12	78.0	26	2.36	0.87	78.7
جملة من اجابوا	300								

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن من أكثر دوافع استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي هي متابعة المستجدات في المجتمع المحلي والعالمي حيث جاء في المركز الأول بوزن مئوي90.3% ، يليه في المركز الثاني الحصول على المعلومات المختلفة بوزن نسبي

88.7%، يليه في المركز الثالث استعراض وجهات النظر المختلفة بوزن مئوي 87.1%، يليه في المركز الرابع الاستخدام بهدف التسلية وتمضية الوقت بوزن مئوي 86.4%، يليه في المركز الخامس تكوين رأي بخصوص القضايا والمشكلات بوزن مئوي 85%، يليه في المركز السادس أنها وسيلة سهلة وسريعة بوزن مئوي 84.2%، وفي المركز السابع مناقشة المشاكل الشخصية مع الآخرين بنسبة 83.4%، و في المركز الثامن التحلي بروح العصر والتواصل مع الأجيال بوزن نسبي 83.2%، يليه في المركز التاسع الهروب من ضغوط الحياة اليومية بنسبة 82.6%، يليه في المركز العاشر التعبير عن الذات والشعور بالأهمية بوزن نسبي 81%، يليه في المركز الحادي عشر اشباع الفضول بنسبة 78.9%، وأخيرا تنمية القدرة على التفكير من خلال الاطلاع على الثقافات المختلفة بوزن نسبي 78.7%.

ويتضح من هذا أن أكثر الدوافع التي جاءت في الصدارة كانت الدوافع النفعية المرتبطة باكتساب المعلومات والتعرف على وجهات النظر المختلفة ومتابعة المستجدات مما يوضح أن كبار السن لم يكن في صدارة اهتماماتهم ودوافعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الدوافع الطقوسية وتمضية وقت الفراغ وإنما التعلم واكتساب المعرفة والتثقيف، وهو ما تم إيضاحه في الجدول التالي:

جدول رقم (8)

مقياس دوافع استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي

درجة الموافقة / دوافع الاستخدام	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
دوافع نفعية	1539	73.3	170	8.1	391	18.6	2.55	0.788	85
دوافع طقوسية	1046	69.8	146	9.7	308	20.5	2.49	0.813	83

يتضح من المقياس السابق أن دوافع استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي كانت أكثر نفعية حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.55 مقابل 2.49 للطقوسية.

واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة جيهان سعد عبده (2017) .[55] التي توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائيا بين درجة استخدام كبار السن للمواقع الاجتماعية والدوافع النفعية.

ـ عدد أصدقاء كبار السن على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (9)

عدد أصدقاء كبار السن على مواقع التواصل الاجتماعي

التكرار و النسبة / عدد الأصدقاء	ك	%
أقل من 100 صديق	120	40
من100- لأقل من 200صديق	66	22
من 200- لأقل من 300 صديق	57	19
من 300 – لأقل من 400 صديق	27	9
400 صديق فأكثر	30	10
الإجمالي	300	100

اتضح من نتائج الجدول السابق أن كبار السن حذرين في اختيار أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ عدد الأصدقاء أقل من 100 صديق لمعظم مفردات العينة والتي وصلت نسبتهم إلى 40%، كما بلغت نسبة كبار السن ذو الصداقات الافتراضية التي تعدت 400 صديق فأكثر 10% وهي نسبة ضئيلة نوعا مما يوضح أن كبار السن لديهم قلق وحذر شديد من إنشاء صداقات افتراضية عبر المواقع.

ـ أهم الأصدقاء التي يفضلون كبار السن عينة الدراسة التواصل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (10)
أهم الاصدقاء التي يفضلون كبار السن عينة الدراسة التواصل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

التكرار و النسبة / أهم الاصدقاء	ك	%
الأقارب والأسرة	271	90.3
زملاء العمل	217	72.3
أصدقاء الدراسة القدامى	212	70.7
أصدقاء لم أعرفهم مسبقا	200	66.7
أصدقاء من الحي الذي أسكن فيه	111	37.0
جملة من اجابوا	300	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم الأصدقاء الذين يفضلون كبار السن التواصل معهم كانوا من الأقارب والأسرة حيث وصلت نسبتهم 90.3%، بينما بلغت نسبة تكوين صداقات من أشخاص لا يعرفونهم 66.7% وهي نسبة أقل من السابقة ولكنها ليست ضئيلة بشكل كبير، مما يشير إلى وجود تخوف من كبار السن في إنشاء صداقات مع أشخاص خارج نطاق أسرتهم والذين يعرفونهم معرفة شخصية ولديهم قدرة على التواصل المباشر معهم في الواقع، ولكن هناك من يستطيع أن يتغلب على هذا التخوف وتكوين صداقات من أشخاص غرباء.

ـ البيانات التي يضعها كبار السن عينة الدراسة على صفحتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (11)
أهم البيانات التي يضعها كبار السن عينة الدراسة على صفحتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي

التكرار و النسبة / أهم البيانات	ك	%
التعليم	139	46.3
اسمك المشهور به (اسم الشهرة)	118	39.3
الوظيفة	116	38.7
اسمك الحقيقي	98	32.7
الحالة الاجتماعية	96	32.0
البريد الإلكتروني	90	30.0
لا أضع أي بيانات شخصية	83	27.7
رقم الهاتف	35	11.7
جملة من اجابوا	300	

أكثر البيانات التي تضمنها الصفحات الشخصية لكبار السن هي بيانات التعليم واسم الشهرة والوظيفة ، وجاء اسم الشهرة بنسبة أعلى من الاسم الحقيقي حيث بلغ 39.3% مقبل 32.7%، مما يؤكد على فكرة الحذر والرغبة في سرية البيانات وعدم اقتحام الحياة الخاصة ، كما كان رقم التليفون هو أقل البيانات التي يمكن وضعها في الصفحات الخاصة مما هو متوافق مع النتيجة السابقة، والتعليم هو من أكثر البيانات الموجودة على الصفحات الخاصة.

ـ رد فعل كبار السن عند التعرض لموقف غير مستحب على الفيس بوك

جدول رقم (12)

رد فعل كبار السن عند التعرض لموقف غير مستحب عبر مواقع التواصل الاجتماعي

التكرار والنسبة / مدى التعرض لموقف غير مستحب	ك	%
أتناقش مع الأخرين واستمع لوجهات النظر المختلفة	156	52
انسحب ولا اتفاعل	87	29
احتد وأدخل في مناقشات حادة مع الآخرين دون جدوى	57	19
الإجمالي	300	100

عند سؤال كبار السن عن ردود أفعالهم إذا تعرضوا لمواقف غير مستحبة على مواقع التواصل الاجتماعي أعرب 52% منهم أنهم سيتناقشون مع الأخرين ويستمعون لوجهة نظرهم، و29% فضلوا الانسحاب وعدم التفاعل ، و19% كان الدخول في المناقشات الحادة والخلافات خيارهم الأوحد. ويتضح من ذلك أن كبار السن عينة الدراسة لديهم ثقافة الحوار مع الآخرين وتقبل وجهة النظر الأخرى بشكل كبير عن الانطواء والعزلة أو الدخول في شجارات لا داعي منها.

ـ مدى مشاركة كبار السن في الأنشطة المدنية والتطوعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

تشير بيانات التحليل الإحصائي إلى أن معظم كبار السن عينة الدراسة غير مشاركين في أي أنشطة مدنية وتطوعية حيث بلغت نسبتهم 67%، مقابل 33% للمشاركين.

ـ أهم الأنشطة المدنية والتطوعية التي يشارك فها كبار السن على مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (13)

أهم الأنشطة المدنية والتطوعية التي يشارك فيها كبار السن على مواقع التواصل الاجتماعي.

التكرار و النسبة / أهم الانشطة	ك	%
مساعدة حالات انسانية	62	62.6
الانضمام إلى صفحات الجمعيات الأهلية	40	40.4
حضور المناقشات المختلفة والأنشطة التي تعلن عنها الجمعيات الأهلية على الفيس بوك.	40	40.4
شن حملات توعية وتغيير اجتماعي	31	31.3
التبرع بالوقت لصالح منظمة خيرية معينة	28	28.3
جملة من اجابوا	99	

ومن أكثر الأنشطة تطوعا من جانب عينة الدراسة هي مساعدة حالات إنسانية بنسبة 62.6%، يليها الانضمام لصفحات الجمعيات الأهلية وحضور المناقشات والأنشطة المختلفة التي تعلن على الفيس بنسبة 40.4%لكل منهما، يليها شن حملات توعية وتغيير اجتماعي بنسبة 31.3%، وكان التبرع بالوقت لصالح منظمة خيرية معينة من أقل الأنشطة تطوعا من جانب كبار السن عينة الدراسة.

ـ تقييم كبار السن عينة الدراسة للأنشطة التي من الممكن أن يقموا بها أثناء استخدامهم لمواقع التوصل الاجتماعي.

جدول رقم (14)

تقييم كبار السن عينة الدراسة للأنشطة التي من الممكن أن يقموا بها اثناء استخدامهم لمواقع التوصل الاجتماعي

درجة الموافقة / العبارة	أقوم بها دائما		أقوم بها أحيانا		لا أقوم بها على الاطلاق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
انتهي من كل أعمالي قبل الجلوس على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	216	72	39.0	13	45.0	15.0	2.57	0.74	85.7
أجري مناقشات عدة مع أصدقائي حول الأخبار والمعلومات التي أحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي	197	65.6	65.0	21.7	38.0	12.7	2.53	0.71	84.3
أركز بشدة في الدردشة التي أقوم بها على مواقع التواصل الاجتماعي	192	64	53.0	17.7	55.0	18.3	2.46	0.79	81.9
لا انتبه لأحاديث الأخرين من حولي وأنا على مواقع التواصل الاجتماعي	138	46	84.0	28	78.0	26.0	2.20	0.83	73.3
لا أتفاعل كثيرا على صفحات الأخرين	79	26.4	103.0	34.3	118.0	39.3	1.87	0.80	62.3
قد أقوم بأكثر من نشاط أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي (الحديث هاتفيا- تجهيز الطعام- مشاهدة التليفزيون- أعمال مكتبية)	80	26.6	68.0	22.7	152.0	50.7	1.76	0.85	58.7
قد لا أتحدث مع أصدقائي حول ما يرد في مواقع التواصل الاجتماعي	71	23.7	82.0	27.3	147.0	49.0	1.75	0.82	58.2
جملة من اجابوا	300								

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم كبار السن عينة الدراسة ينتهون من كل أعمالهم قبل الجلوس على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم حيث احتلت هذه العبارة المرتبة الأولى بوزن نسبي 85.7%، يليها إجراء مناقشات مع الأصدقاء حول الأخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 84.3%، يليها التركيز بشدة في الدردشة الإلكترونية بوزن نسبي 81.9%، يليها عدم الانتباه لمن حولهم وهم على مواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 73.3%- ثم عدم التفاعل على

صفحات الأخرين بوزن نسبي 62.3%، ثم القيام بأكثر من نشاط أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 58.7%، وأخيرا عدم التحدث مع الأصدقاء حول ما يرد في مواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 58.2%.

ويتضح من ذلك أن أكثر العبارات تأييدا هي المرتبطة بالتفرغ التام للجلوس على صفحات المواقع الاجتماعي كما كان نسبة من يفعل ذلك بشكل دائم أعلى من الذي لا يقوم بها على الإطلاق، مما يوضح استحواذ هذه المواقع على تركيز الجمهور لدرجة عدم القيام بأي نشاط جانبي معه.

أيضا العبارة المرتبطة بالتحدث مع الأصدقاء حول الأخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من المواقع ومشاركتهم في التحدث عنها في المرتبة الثانية، مما يوضح سرعة انتشار المعلومات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي فقد يكون كبار السن هم قادة الرأي لأصدقائهم ووسيلة لتدفق الاتصال على مرحلتين، ووصول المعلومات لأصدقائهم من خلالهم، وقد يكون ذلك خطرا في حالة عدم صحة المعلومات التي تهدف إلى تحقيق الفوضى وانتشار الاشاعات.

وارتبطت بها العبارة الثالثة الخاصة بشدة التركيز على الدردشة الإلكترونية وأيضا العبارة الرابعة المرتبطة بالانفصال عن الواقع الحقيقي وعدم التركيز على ما يدور حولهم من أحاديث الأخرين وهم على مواقع التواصل. وكانت العبارات المرتبطة بعدم التفاعل أقل مما يوضح الاستخدام النشط لكبار السن عينة الدراسة.

ـ تقييم كبار السن عينة الدراسة للاشباعات المتحققة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (15)
تقييم كبار السن عينة الدراسة للاشباعات المتحققة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

درجة الموافقة / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
تزيد من قدرتي على فهم الواقع من حولي	245	81.7	31	10.3	24	8.0	2.74	0.60	91.2
أناقش محتوى ما يقدم في مواقع التواصل الاجتماعي مع أسرتي وأصدقائي	233	77.7	36	12.0	31	10.3	2.67	0.65	89.1
تساعدني على حل مشاكي اليومية والشخصية	233	77.7	19	6.3	48	16.0	2.62	0.75	87.2
تشعرني بالألفة بالتواصل مع الأشخاص الذين يشاركوني اهتماماتي	224	74.6	35	11.7	41	13.7	2.61	0.72	87.0
تساعدني على تخفيف التوتر والقلق .	229	76.3	24	8.0	47	15.7	2.61	0.74	86.9
تزيد من شبكة علاقتي الاجتماعية	220	73.4	28	9.3	52	17.3	2.56	0.77	85.3
توفر لي الاسترخاء والراحة الذي ينتابني عند الشعور بالتعب	206	68.6	53	17.7	41	13.7	2.55	0.72	85.0

التعرف على المعلومات التي تفيدني في الرعاية الصحية الجسدية والنفسية	213	71.0	34	11.3	53	17.7	2.53	0.78	84.4
تساعدني على تقليل الفجوة بيني وبين الأبناء والأحفاد	211	70.3	29	9.7	60	20.0	2.50	0.81	83.4
تشعرني بالنشاط والحيوية عند استخدامها	203	67.7	36	12.0	61	20.3	2.47	0.81	82.4
تنسيني المشاكل التي أتعرض لها في حياتي اليومية	202	67.3	36	12.0	62	20.7	2.47	0.82	82.2
تساعدني على تقليل العزلة والتواجد أكثر مع الأخرين	200	66.7	34	11.3	66	22.0	2.45	0.83	81.6
تحقق لي المتعة والسعادة	189	63.0	35	11.7	76	25.3	2.38	0.86	79.2
تساعدني على زيادة ثقتي بنفسي وتنشيط قدراتي الذهنية	189	63.0	28	9.3	83	27.7	2.35	0.89	78.4
جملة من اجابوا	300								

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن زيادة القدرة على فهم الواقع هي من أولى دوافع كبار السن في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت في المركز الأول بوزن نسبي 91.2%، يليها في المركز الثاني مناقشة محتوى ما يقدم في مواقع التواصل الاجتماعي مع الأسرة بوزن نسبي 89.1%، يليها في المركز الثالث المساعدة على حل المشاكل اليومية والشخصية بوزن نسبي 87.2%، يليها في المركز الرابع الشعور بالألفة والتواصل مع الأشخاص الذي يشاركون كبار السن في الاهتمامات بوزن نسبي 87%، يليها تخفيف التوتر والقلق بنسبة 86.9%، يليها في المركز السادس زيادة شبكة العلاقات الاجتماعية بوزن نسبي 85.3%، يليها في المركز السابع توفير الراحة والاسترخاء بوزن نسبي 85%، يليها في المركز الثامن التعرف على المعلومات التي تفيد في الرعاية الصحية بوزن نسبي 84.4%، يليها في المركز التاسع المساعدة على تقليل الفجوة بين الأبناء والأحفاد بوزن نسبي 83.4%، وفي المركز العاشر الشعور بالنشاط والحيوية بوزن نسبي 82.4%، وفي المركز الحادي عشر نسيان المشاكل التي يتعرضون لها في حياتهم العملية بنسبة 82.2%، وفي المركز الثاني عشر تقليل العزلة بنسبة 81.6%، وفي المركز الثالث عشر تحقيق المتعة والسعادة بنسبة 79.2%، وفي المركز الأخير زيادة الثقة بالنفس وتنمية القدرات الذهنية بوزن نسبي 78.4%.

واتضح من ذلك أن الاشباعات الاجتماعية من فهم الواقع ، والحصول على المعلومات وإدارة النقاش مع الأخرين والتعامل مع المشكلات والألفة والتواصل مع الأشخاص تصدرت قائمة اشباعات الجمهور حيث جاءت في الصدارة ، وارتفعت نسبة المؤيدين لها عن المعارضين والمحايدين، مما يوضح أن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور لا يستهان به في تلبية الاشباعات الاجتماعية ، وربط كبار السن مع من حولهم بالرغم أنها تخلق واقع افتراضي يعيش فيه من يستخدمها وقد يكون له دور في تحقيق العزلة ، ولكن عند سؤال عينة الدراسة عن قيام وسائل التواصل الاجتماعي بتقليل العزلة فقد كانت نسب المؤيدين لهذا العبارة أكثر من المعارضين ، على الرغم من أنها كانت في مؤخرة الاشباعات التي تحققت لعينة الدراسة .

وهو ما أكده مقياس الاشباعات المتحققة من استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كان المتوسط الحسابي لاشباعات المحتوى الاجتماعية 2.64، والمتوسط الحسابي للاشباعات المحتوى التوجيهية 2.44، في حين أن المتوسط الحسابي للاشباعات العملية الشبه توجيهية 2.52، والاشباعات العملية شبة الاجتماعية 2.44.

جدول رقم (16)

مقياس الاشباعات المتحققة من استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي.

درجة الموافقة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
اشباعات محتوى اجتماعي،	1155	77	149	9.9	196	13.1	2.64	0.702	88
اشباعات عملية شبة توجيهي	840	70	149	12.4	211	17.6	2.52	0.776	84
اشباعات محتوى توجيهي	402	67	62	10.3	136	22.7	2.44	0.837	81.3
اشباعات عملية شبة اجتماعي	600	66.7	98	10.9	202	22.4	2.44	0.834	81.3

ـ قيام الأخرين بتشجيع كبار السن عينة الدراسة على التعامل مع صفحات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (17)

قيام الأخرين بتشجيع كبار السن عينة الدراسة على التعامل مع صفحات التواصل الاجتماعي

التكرار والنسبة / تشجيع الأخرين	ك	%
الأبناء	127	42.3
أنا اتخذت القرار بنفسي	75	25
الأصدقاء	65	21.7
الأحفاد	33	11
الإجمالي	300	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن كبار السن اتخذوا قرار التعامل مع صفحات التواصل الاجتماعي نتيجة تشجيع أبنائهم بنسبة كبيرة حيث وصلت إلى 42.3%، بينما كان اتخاذ القرار بإرادتهم بأنفسهم بنسبة 25%، وكان بتشجيع الأصدقاء بنسبة 21.7%، وأخيرا الأحفاد بنسبة 11%، ويتضح مما سبق أن قرار كبار السن في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة ناتج عن تشجيع من حولهم سواء الأسرة أو الأصدقاء أو الأحفاد وليس بشكل شخصي وبناء على إرادة مستقلة.

مما يوضح أن كبار السن قد يكون من المترددين في التعامل مع المستحدثات والأشياء الجديدة الغير معتادة عليهم ويحتاجون الدعم والضغط من حولهم.

ـ مدى توصية كبار السن الغير من نفس المرحلة العمرية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والأسباب

وعند سؤال عينة الدراسة عن مدى توصياتهم للغير باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فقد أعربت معظم مفردات العينة عن رغبتها بنسبة 94%،مقابل 6% لا يرغب

في ذلك مما يوضح إدراكهم للاشباعات التي تحققت لهم سواء على كانت اشباعات (عملية) اجتماعية وتوجيهية ، أو اشباعات المحتوى (شبه اجتماعية وشبه توجيهية) والعائد الذي حصلوا عليه نتيجة استخدام هذه المواقع، وكانت أسباب توصيتهم كما هي موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (18)

أسباب توصية كبار السن للغير من نفس المرحلة العمرية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

التكرار و النسبة	ك	%
القضاء على الوحدة والتواصل مع الأهل والأصدقاء	225	79.7
متابعة الأحداث اليومية في مصر والعالم	155	55
التسلية	150	53.2
تقدم خدمات مختلفة صحية واجتماعية	59	28.3
التعبير عن الرأي بحرية كاملة	40	14.1
تقليل الفجوة بين الكبار والشباب (التواصل مع الاجيال)	6	2.1
المشاركة في الإعمال الخيرية	5	1.8
التسوق	5	1.8
جملة من اجابوا	282	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن القضاء على الوحدة والتواصل مع الأهل والأصدقاء هي أولى الأسباب حيث جاءت بنسبة 79.7% يليه متابعة الأحداث اليومية في العالم بنسبة 55%، ، يليه التسلية بنسبة 53.2%، يليه تقديم الخدمات الصحية بنسبة 28.3%، يليه التعبير عن الرأي بحرية بنسبة 14%، ثم تقليل الفجوة بين الأجيال والمشاركة في الأعمال الخيرية والتسوق بنسب ضئيلة مقارنة بما سبق.

واتضح مما سبق أن كبار السن يجدون مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة هامة للتواصل مع الأقارب والأصدقاء وتكوين صداقات جديدة ، لذلك ينصحون غيرهم باستخدام هذه الوسائل وقد يرجع ذلك إلى نمط الحياة السريع وأعباء العمل والحياة التي يتكبلها الأفراد مما قد تعوقه على التواصل المباشر ، واستسهال ثقافة الواقع الافتراضي للتواصل ، والغريب أن كبار السن قد أدركوا هذا النمط الجديد بدليل أنهم وجدوا في مواقع التواصل الاجتماعي السبيل لمواكبة هذا النمط، كما كان اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي من أحد مصادر متابعة الأحداث المحلية والعالمية احتل نسبة كبيرة لا يستهان بها في القائمة، وهذا يعني أن كبار السن لديهم قدر من الثقة في مصداقية معلومات الإنترنت ، وتقبلهم له، وبالطبع التسلية كان لها نسبة كبيرة نظرا لطبيعة المنشورات المعروضة مختلفة المحتوى من أغاني ومقاطع أفلام ومسلسلات ومسرحيات، أو برامج، أو فيديوهات خاصة يقدمها رواد التواصل الاجتماعي ، إلا أن التسوق كان في مؤخرة القائمة مما يوضح أن فئة كبار السن لا تعتمد على هذه الوسائل في الشراء والبيع ويفضلون التعامل المباشر مع المحلات والتجار.

- **أسباب عدم توصية الأخرين باستخدام الفيس بوك**

جدول رقم (19)
أسباب عدم توصية الأخرين باستخدام الفيس بوك

التكرار و النسبة	ك	%
سرقة البيانات والصور	16	88.9
انتشار الشائعات	7	38.9
النصب والاحتيال	4	22.2
الاضرار بالصحة من كثرة المشاهدة	4	22.2
القضاء على تماسك الاسرة	2	11.1
تفرض العزلة	2	11.1
جملة من أجابوا	18	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن سرقة البيانات والصور كانت من أولى أسباب عدم التوصية حيث جاءت بنسبة 88.9% ممن لم يرجحوا استخدام هذه المواقع، يليها انتشار الشائعات بنسبة 38.9%، يليها الخوف من النصب والاحتيال والإضرار بالصحة من كثرة المشاهدة بنسبة 22.2 لكلا منهما، وأخيرا القضاء على العلاقات الأسرية والتفاعل ، وأنها تفرض العزلة على من يستخدمها بنسبة 11.1% لكلا منهما.

مما يوضح أن فقد الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي والاعتبارات الأمنية مازالت لدى بعض أفراد كبار السن حتى وإن كان عددهم قليل ولكن لا يزال هناك أزمة ثقة في هذه الوسائل، وعلى الرغم أن البعض وجد فيها طريق للتواصل مع الآخرين، إلا أن بعض الأفراد اعتبرتها أداة لفرض العزلة والقضاء على تماسك الأسرة حتى وإن كان نسبة هؤلاء الأفراد قليلة ولكن لابد أن تؤخذ هذه النتيجة في الاعتبار.

ـ أهم المقترحات التي تلبى احتياجات كبار السن بشكل أكثر حرفية بشأن تطوير مواقع التوصل الاجتماعي.

جدول رقم (20)
أهم المقترحات التي تلبى احتياجات كبار السن بشكل أكثر احترافيا بشأن تطوير مواقع التوصل الاجتماعي

التكرار والنسبة / أهم المقترحات	ك	%
تقديم قنوات إذاعية وتليفزيونية خاصة بكبار السن للتواصل ولتلبية احتياجاتهم (استفسارات –خدمات)	82	27.3
تشدد الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي	34	11.3
عمل مجموعات دردشة لكبار السن	31	10.3
انشاء صفحات خاصة لكبار السن ذوي الاجتياجات الخاصة .	13	4.3
انشاء مواقع تواصل اجتماعي خدمية (صحية – تأمينات – تسديد الرسوم في المصالح الحكومية)	4	1.3
جملة من أجابوا	300	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن من أهم المقترحات التي قدمها كبار السن بشأن تطوير مواقع التواصل الاجتماعي وتلبية احتياجاتهم هي تقديم قنوات إذاعية وتليفزيونية خاصة بهم، وقد جاء ذلك بنسبة 27.3%، وتشديد الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة

11.3%، وعمل مجموعات دردشة لكبار السن بنسبة 10.3%، وإنشاء صفحات خاصة لكبار السن من ذي الاحتياجات الخاصة بنسبة 4.3%، وإنشاء مواقع تواصل اجتماعي خدمية صحية بنسبة 1.3%.

واتضح من ذلك أن هناك اشباعات لم تتحقق لدى مفردات عينة الدراسة فلديهم احتياج لقنوات متخصصة تخاطبهم مثل قنوات الأطفال والأسرة وخلافه، فلا يزال هناك نقص شديد في البرامج الموجهة لكبار السن كما أنها ليست من البرامج التي تفضل القنوات الفضائية إنتاجها فنادرا ما تجدها ضمن خريطة برامجها ، ولذلك نحن في احتياج بالفعل لوجود قنوات تليفزيونية ومحطات إذاعية تهتم بشريحة كبار السن ومناقشة كل ما هو متعلق بها من أمور صحية واقتصادية واجتماعية .

أيضا أشارت عينة الدراسة لعدم وجود صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بشئون شريحة ذي الاحتياجات الخاصة من كبار السن ، مما يوضح ضرورة وضع هذا المطلب ضمن استراتيجية تطوير مواقع التواصل الاجتماعي التي تستهدف كبار السن خاصة وأن هناك اهتمام رئاسي في الفترة الحالية بذو القدرات الخاصة وأصحاب الهمم مما يتماشى مع أهداف التنمية المستدامة.

نتائج اختبارات فروض الدراسة:

الفرض الاول :

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائيا بين دوافع استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعى؛ والاشباعات المتحققة من هذا الاستخدام.

جدول رقم (21)

الارتباط الخطى بين دوافع استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة من هذا الاستخدام

دوافع الاستخدام / الاشباعات المتحققة من استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي	دوافع استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل ا لاجتماعي	
	دوافع نفعية	دوافع طقوسية
	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون
اشباعات محتوى اجتماعي	** 0.188	0.030
اشباعات محتوى توجيهي	* 0.144	0.103
اشباعات عملية شبة اجتماعية	0.014	** 0.163
اشباعات عملية شبة توجيهية	0.011	0.030

**** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99 %**

*** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.05 ودرجة ثقة 95%**

اتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائيا طردية ضعيفة بين الدوافع النفعية لاستخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعات المحتوى الاجتماعية المتحققة من هذا الاستخدام أي كلما زادت الدوافع النفعية كلما تحققت الاشباعات الاجتماعية التي يحصلون عليها بشبكة علاقاتهم الاجتماعية حيث بلغ قيمة معامل بيرسون 0.188 عند مستوى معنوية 0.01 ، وأيضا ثبت من التحليل الإحصائي أن هناك علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة احصائيا وإن كانت ضعيفة بين الدوافع النفعية

واشباعات المحتوى التوجهية، حيث بلغ قيمة معامل بيرسون 0.144 عند مستوى معنوية 0.05 بينما لم يثبت وجود علاقة دالة احصائيا ارتباطية بين دوافع استخدام كبار السن النفعية واشباعات العملية (الشبه اجتماعية والشبه توجهية).

كما اتضح أيضا وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة احصائيا ضعيفة بين الدوافع الطقوسية والاشباعات العملية شبة اجتماعية حيث بلغ قيمة معامل بيرسون 0.163 عند مستوى معنوية 0.01 ، أي كلما زادت الدوافع الطقوسية تحقق الاشباع شبه اجتماعي بشكل أعلى، بينما لم يكن هناك علاقية بين الدوافع الطقوسية وبقية الاشباعات.

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائيا بين معدل استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؛ والاشباعات المتحققة من هذا الاستخدام .

جدول رقم (22)

الارتباط الخطى بين معدل استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة من هذا الاستخدام

معدل الاستخدام / الاشباعات المتحققة من استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي	معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل ا لاجتماعي
	قيمة بيرسون
اشباعات محتوى اجتماعي	** 0.298
اشباعات محتوى توجيهي	0.002
اشباعات عملية شبة اجتماعي	0.060
اشباعات عملية شبة توجيهي	* 0.129

**** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99 %**

*** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.05 ودرجة ثقة 95 %**

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائيا وإن كانت ضعيفة بين معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة من هذا الاستخدام، وقد كان ذلك بالنسبة لاشباعات المحتوى الاجتماعية ، واشباعات العملية الشبة توجهية حيث بلغ قيمة معامل بيرسون 0.298 عند مستوى معنوية 0.01 لاشباعات المحتوى الاجتماعي، و0.129 عند مستوى معنوية 0.05 للاشباعات العملية شبه التوجهية، أي كلما زاد معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي كلما تحقق الاشباع الاجتماعي والشبه توجهي بشكل أعلى، بينما لم تثبت نتائج التحليل الاحصائي وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين معدل الاستخدام والاشباعات التوجهية والشبه اجتماعية.

الفرض الثالث :

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائيا بين معدل استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المشاركة المجتمعية لكبار السن على صفحات هذه المواقع.

جدول رقم (23)

الارتباط الخطى بين معدل استخدام كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المشاركة المجتمعية لكبار السن على هذه المواقع

معدل الاستخدام / مستوى المشاركة المجتمعية	معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل ا لاجتماعي
	قيمة بيرسون
مستوى المشاركة المجتمعية لكبار السن اثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	** 0.163

**** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99 %**

اتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة احصائيا وإن كانت ضعيفة بين معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المشاركة المجتمعية على هذه المواقع حيث بلغ قيمة معامل بيرسون 0.163 عند مستوى معنوية 0.01 أي كلما ارتفع معدل الاستخدام كلما ارتفع مستوى مشاركة عينة الدراسة للأنشطة التطوعية والمدنية على هذه المواقع، مما يوضح أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له أثر على بيئة الفرد ودوره الاجتماعي من مساعدات حالات إنسانية وشن حملات التوعية والمساهمة في الأعمال الخيرية وسهلت عليه التواصل مع الجمعيات والهيئات المعنية بذلك.

واتفقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة **David L. Hogeboom وآخرون (2010)** [56] في وجود تأثير لاستخدام الإنترنت على المشاركة المجتمعية لكبار السن فمستخدمي الإنترنت يكونوا أكثر حيوية وصحة من غير مستخدمي الإنترنت.

الفرض الرابع :

تتأثر قوة العلاقة الارتباطية بين المشاركة المجتمعية لكبار السن على مواقع التواصل الاجتماعي ؛ ومعدل استخدامهم لهذه المواقع بالمتغيرات التالية :

1- عدد الاصدقاء على الفيسبوك

2 - المتغيرات الديموجرافية

جدول رقم (24)

استبعاد تأثير متغيرات الوسيطة

المتغيرات الوسيطة		معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل ا لاجتماعي مستوى المشاركة المجتمعية لكبار السن اثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي		
		معامل ارتباط بيرسون قبل استبعاد المتغير الوسيط	معامل الارتباط الجزئي بعد ضبط المتغير الوسيط	مستوى المعنوية
عدد الاصدقاء على الفيس بوك		** 0.163	0.162 الارتباط هنا لم يكن له تأثير	0.01 دال احصائيا
الخصائص الديموجرافية	النوع		0.189 الارتباط اقل يعنى الارتباط اثر بالإيجاب	0.01 دال احصائيا
	المستوى التعليمي		0.164 الارتباط هنا لم يكن له تأثير	0.01 دال احصائيا
	الوظيفة		0.171 الارتباط اقل يعنى الارتباط اثر بالإيجاب	0.01 دال احصائيا
	الدخل الشهري		0.162 الارتباط هنا لم يكن له تأثير	0.01 دال احصائيا

تشير بيانات الجدول السابق أن عند استبعاد متغير عدد الأصدقاء على الفيس بوك لم يكن له تأثير على الارتباط، ونفس الشيء بالنسبة للمستوى التعليمي والدخل الشهري، بينما عند استبعاد متغير النوع تأثر الارتباط بالإيجاب وزاد معدل المشاركة المجتمعية حيث بلغ قيمة معامل بيرسون بعد ضبط المتغير الوسيط 0.189، وأيضا نفس الوضع مع الوظيفة حيث أثر استبعاد المتغير بالإيجاب فبلغت قيمة معامل بيرسون 0.171 عند مستوى معنوية 0.01 .

الفرض الخامس

توجد فروق ذات دلالة احصائيا بين معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع – المستوى التعليمي – الوظيفة – مستوى الدخل الشهري) .

(1) النوع .

جدول رقم (25)

الفروق في معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف النوع

المتغيرات	المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة ت	د.ح	مستوى المعنوية
معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي	ذكر	150	3.95	1.56	0.127	2.146	298	0.016 دال احصائيا
	انثى	150	4.38	1.55	0.126			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائيا بين كبار السن عينة الدراسة في معدل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف النوع وذلك عند مستوى معنوية 0.016، وقد كانت الإناث أكثر استخداما عن الذكور بمتوسط حسابي 4.38

(2) المستوى التعليمي .

جدول رقم (26)

الفروق في معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف فئات المستوى التعليمي

المتغيرات	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	درجة الحرية		قيمة ف	مستوى المعنوية
						بين المجموعات	داخل المجموعات		
معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي	1 - مؤهل متوسط	82	4.24	1.47	0.162	3	296	3.716	0.012 دال احصائيا
	2 - مؤهل فوق المتوسط	39	4.44	1.37	0.220				
	3 - جامعي	131	3.97	1.58	0.138				
	4 - دراسات عليا	48	4.77	1.32	0.191				

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائيا بين كبار السن في معدل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف المستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.012، ولمعرفة مصدر التباين تم إجراء اختبارات بأقل فرق معنوي كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (27)

دلالة الفروق بين المجموعات البحثية متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	القنة المقارنة	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
3 - جامعي	1 - مؤهل متوسط	0.27444	0.191غير دال احصائيا
	2 - مؤهل فوق المتوسط	0.46643	0.086غير دال احصائيا
	4 - دراسات عليا	*-0.80137	0.002 دال احصائيا

اتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين كبار السن ذو المؤهلات الجامعية وكبار السن ذو مؤهلات الدراسات العليا، فقد كان ذو مؤهلات الدراسات العليا أكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي عن الجامعي بمتوسط حسابي 4.77 عند مستوى معنوية .0.002

(3) الوظيفة.

جدول رقم (28)

الفروق في معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الفئات الوظيفة

المتغيرات	الوظيفة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	درجة الحرية بين المجموعات	درجة الحرية داخل المجموعات	قيمة ف	مستوى المعنوية
معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي	1 - قطاع حكومي	166	4.14	1.52	0.118	3	296	1.064	0.364 غير دال احصائيا
	2 - قطاع خاص	49	4.27	1.48	0.212				
	3 - اعمال حرة	33	4.15	1.58	0.276				
	4 - لا يعمل	52	4.56	1.42	0.197				

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي والوظيفة حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.364 أي أن لم يختلف معدل استخدم كبار السن عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف نوع الوظيفة التي كانوا يشغلونها .

(4) مستوى الدخل الشهري

جدول رقم (29)

الفروق في معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الفئات مستوى الدخل الشهري

المتغيرات	مستوى الدخل الشهري	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	درجة الحرية بين المجموعات	درجة الحرية داخل المجموعات	قيمة ف	مستوى المعنوية
معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي	1 - مستوى دخل منخفض	57	4.65	1.45	0.191	2	297	5.355	0.005 دال احصائيا
	2 - مستوى دخل متوسط	157	4.19	1.52	0.121				
	3 - مستوى دخل مرتفع	86	3.79	1.65	0.177				

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين معدل استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الدخل الشهري للعينة، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.005، ولمعرفة مصدر التباين تم إجراء اختبارات بأقل فرق معنوي كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (30)

دلالة الفروق بين المجموعات البحثية متغير مستوى الدخل الشهري

مستوى الدخل الشهري	القنة المقارنة	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
3 - مستوى دخل مرتفع	1 - مستوى دخل منخفض	0.85843 -*	0.01 دال احصائيا
	2 - مستوى دخل متوسط	0.40039	0.054غير دال احصائيا

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين مستوى الدخل الشهري المرتفع والمنخفض لصالح المنخفض عند مستوى معنوية 0.01 ومتوسط حسابي 4.65 .

مقترحات الدراسة

خلصت الدراسة إلى عدة مقترحات من أهمها:

1- الاهتمام بإنشاء صفحات إلكترونية خاصة لكبار السن من ذوي الاحتياجات الخاصة.
2- الاهتمام بإنشاء تطبيقات إلكترونية جديدة تُسهل من تعامل كبار السن مع الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.
3- إنشاء قنوات تليفزيونية ومحطات إذاعية تقدم مضمون متخصص لكبار السن في كافة المجالات.
4- الاهتمام بتقديم برامج تأهيلية تدريبية لكبار السن على كيفية استخدام الإنترنت والاستفادة من الخدمات المقدمة له، وقد تكون هذه البرامج داخل دور المسنين أو تقدم في التليفزيون ووسائل الإعلام التقليدية.
5- الاهتمام بالمشاركة المجتمعية لكبار السن وإطلاق مبادرات تطوعية أكثر وعقد أنشطة رياضية وفنية واجتماعية بشكل دوري والإعلان عنها في مواقع التواصل الاجتماعي.
6- عقد ندوات وورش عمل أون لاين مجانية أو بأسعار مخفضة لكبار السن وإتاحة الفرصة للمشاركة من جانبهم.

المراجع

(1) Mariusz Duplaga.-"The association between Internet use and health-related outcomes in older adults and the elderly: a cross-sectional study", pp 1-12, in: BMC Medical Informatics and Decision Making ,volume 21, Article number: 150 (2021)

(2) **Jordan Davidson** and **Christoph Schimmele** .- "Evolving Internet Use Among Canadian Seniors" in: Analytical Studies Branch Research Paper Series,2021

(3) سلام أحمد عبده وآخرون. – "دوافع استخدامات كبار السن للإنترنت"، ص 19- 43 في: المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، المجلد 8 العدد 27 يوليو 2020 .

(4) نهاد محمد حسن.- "التأثير الاجتماعي لعملية المتابعة الإخبارية لدى كبار السن عبر منصات الهاتف المحمول: دراسة ميدانية"، ص621-654 في: مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الازهر، ع 49، 2018 .

(5) جيهان سعد عبده .- علاقة كبار السن بمواقع التواصل الاجتماعي في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات، ص 477-516 في: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، مركز بحوث الرأي العام كلية الاعلام ، جامعة القاهرة، مج ،ع2 ، 2017م

(6) انجى كاظم مصطفى فهيم -. "تحليل نقدي للتراث العلمي في مجال استخدام كبار السن لتكنولوجيا الاتصال" ، ص193- 276 في : المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد 16 العدد، 3، 2017

(7) Chan Eang Teng, Tang Mui Joo.- "Analyzing the Usage of Social Media: A Study on Elderly in Malaysia", pp 737-743 in: World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Humanities and Social Sciences, Vol:11, No:3, 2017

(8) Erdem Öngün.- "Elderly People's Choice of Media and their Perceived State of Loneliness", pp 35 -47 in: Online Journal of Communication and Media Technologies, Volume: 6 – Issue: 1, January (2016)

(9) Van Deursen, et als .- "A nuanced understanding of Internet use and non-use amongst older adults ",pp: 171–187 in: European Journal of Communication, Vol. 30(2) , (2015)

(10) Hayat Boz. – "A review on internet use and quality of life of the elderly", pp182-191, in: Cypriot Journal of Educational science,10(3), (2015). https://www.researchgate.net/publication/283902258_A_review_on_internet_use_and_quality_of_life_of_the_elderly

(11) انجى كاظم مصطفى فهيم .- "آثار الضعف الإدراكي المعتدل على استخدام كبار السن لتكنولوجيا الاتصال (دراسة كيفية على مستخدمين الإنترنت)"، ص 317-336 في: المجلة العلمية للعلاقات العامة والإعلان، ع 2، 2015.

(12) غدير مجدى عبد الوهاب.- "محو الأمية الرقمية لكبار السن : دراسة لتصميم وإنشاء موقع إلكتروني تعليمي" ، ص 280- 288 في: مجلة المركز العربي للبحوث والدراسات، مج 2، ع 4 المركز العربي للبحوث والدراسات ، دمشق ..\2015

(13) Anja K. Leist.- "Social Media Use of Older Adults: A Mini-Review",pp:378-384 in: Gerontology, 59, 2013:.https://doi.org/10.1159/000346818

(14) **María A. Ramón-Jerónimo**. Et.als.- "Elderly Persons and Internet Use", pp:389-403, in: Social Science Computer Review, August31(4), (2013) DOI:10.1177/0894439312473421

Shelia R. Cotten ,et. als.- "Internet use and depression among older adults". Pp: 496–499, in: Computers in Human Behavior, 28 (2012).https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/health-jones-cotten-2012.pdf (15)

Bo Xie and **Ivan Watkins**, et.als.- "Understanding and Changing Older Adults' Perceptions and Learning of Social Media", pp:282-296, in: Educational Gerontology, April. 38(4), 2012 DOI:10.1080/03601277.2010.544580 (**16**)

Kathryn Zickuhr and Mary Madden.- "Older adults and internet use For the first time, half of adults ages 65 and older are online" in: Pew Research Center's Internet & American Life Project. JUNE 6, 2012 (17)

Bob Lee, et.als.-" Age differences in constraints encountered by seniors in their use of computers and the internet" ,pp: 1231-123, in: computers in Human Behavior, VOL(27),issue 3, May 2011. (18)

CHU, ADELINE PhD, RN; MASTEL-SMITH.- The Outcomes of Anxiety, Confidence, and Self-efficacy With Internet Health Information Retrieval in Older Adults , A Pilot Study, BETH PhD, in :Computers, Informatics, Nursing: **July 2010 - Volume 28 - Issue 4 - p 222-228**doi: 10.1097/NCN.0b013e3181e1e271 (19)

David L. Hogeboom , et.als.- "Internet Use and Social Networking Among Middle Aged and Older Adults", pp: 93-111, in: Educational Gerontology, 36:2, , (2010), DOI: 10.1080/03601270903058507 (20)

Galen Grimes, et.als.-" Older Adults' Knowledge of Internet Hazards", pp: 173-192, in: Educational Gerontology, March. 36(3), (2010) DOI:10.1080/03601270903183065 (21)

Galit Nimrod.Senior._ "online communities: a quantitative content analysis", pp: 382–392, in: Gerontologist;50, (2010) (22)

Eun -Shim Nahm, et.als.- "Effects of a Social Cognitive Theory Based Hip Fracture Prevention Website for Older Adults", pp: 371–379, in: Comput Inform Nurs, Nov-Dec; 28(6), 2010 . doi: 10.1097/NCN.0b013e3181f69d73 (23)

Gail E. Bond, et.als.- "The Effects of a Web-Based Intervention on Psychosocial Well-Being Among Adults Aged 60 and Older With Diabetes A Randomized Trial",p446-56 in: The Diabetes EDUCATOR, Volume 36, Number 3, May/June 2010 (24)

Mariusz Duplaga, Opcit, (2021) (25)

Jordan Davidson & **Christoph, Opcit, (**2021) (26)

Kathryn Zickuhr and Mary Madden, **, Opcit,** (2012). (27)

(28) اسلام أحمد عبده وآخرون، مرجع سابق، 2020

(29) نهاد محمد حسن، مرجع سابق، 2018م.

(30) جيهان سعد عبده ، مرجع سابق، 2017م .

(31) انجى كاظم مصطفى فهيم، مرجع سابق، 2017.

Chan Eang Teng, Tang Mui Joo, Op.cit, (2017). (32)

(33) سلام أحمد عبده، مرجع سابق، 2020

(34) . نهاد محمد حسن، مرجع سابق، 2018م.

(35) انجى كاظم مصطفى فهيم، مرجع سابق، 2017.

cit.. Hayat Boz.Op (36)

(37) غدير مجدى (2015) محو الأمية الرقمية لكبار السن : دراسة لتصميم وإنشاء موقع إلكتروني تعليمي مجلة المركز العربي للبحوث والدراسات مج 2، ع 4 المركز العربي للبحوث والدراسات ، دمشق .

(38) Erdem Öngün, Op.Cit.(2016)

(39) Anja K. LeistSocial , Op.cit. (2013).

(40) **Bo Xie**, et.als. Op.cit, (2012).

(41) **Bob Lee** , Op.cit, (2011).

(42) Anja K. Leist, Op.cit. (2013)

(**43**) CHU, ADELINE PhD, RN; MASTEL-SMITH.- The Outcomes of Anxiety, Confidence, and Self-efficacy With Internet Health Information Retrieval in Older Adults , A Pilot Study, BETH PhD, in :Computers, Informatics, Nursing: **July (2010) - Volume 28 - Issue 4 - p 222-228**doi: 10.1097/NCN.0b013e3181e1e271

(44) فرج الكامل.- بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها (القاهرة: دار النشر للجامعات،2001م) ص88.

(45) Warner J. SEVERIN & James W. TANKARD, Tr.- Communication Theories Origins, Methods and Uses in The Mass Media (New York. Longman,1992) p272

(46) حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد.- الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2002م) ص242.

(47) المرجع السابق ، ص 248- 249.

(48) المرجع السابق ، ص 248- 249.

(49) فرج الكامل ، مرجع سابق، ص 89- 90.

(50) Jennings BRYANT & Dolf ZILLMAN.- Media Effects Advances in Theory and Research (LEA, London.2002) p531

(51)Warner J. SEVERIN & James W. TANKARD, Tr.Op.Cit.p275.

(52) ibid,p.277

(53) محمد عبد الحميد.- البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب، 2000) ص 12

(54) أ.د.سهير صالح وكيل المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق – أ.د. وسام نصر وكيل الدراسات العليا بكلية الاعلام جامعة القاهرة، أ.د. الأميرة سماح عميد كلية الإعلام بجامعة سيناء.

(55) جيهان سعد عبده .- علاقة كبار السن بمواقع التواصل الاجتماعي في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات، ص 477-516 في: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، مركز بحوث الرأي العام كلية الاعلام ، جامعة القاهرة، مج ،ع2 ، 2017م

(56) David L. Hogeboom , et.als.- "Internet Use and Social Networking Among Middle Aged and Older Adults", pp: 93-111, in: Educational Gerontology, 36:2, , (2010), DOI: 10.1080/03601270903058507