

The motives for teenage girls' use of the Facebook website and the gratifications achieved from it:

A Survey Study of a sample of middle school students

Lecturer. Alyaa Qasim Thamer, PHD

E-Mail: Aliaamm8382@yahoo.com

Ministry of Higher Education and Scientific Research
Center/ Legal Department

DOI: [10.31973/aj.v2i139.1312](https://doi.org/10.31973/aj.v2i139.1312)

Abstract:

The problem of this paper arises in a major question: What are the motives for teenage girls' use of Facebook and the results achieved from it?

The aim of this paper is to study the patterns of teenage girls' use of the Facebook, and show their interests and some of their practices .in addition to revealing the motives of teenage girls to use Facebook, and to show what is the benefits that achieved from it. The researcher used the survey method for collecting data, analyzing, and interpreting it. The important results of this paper are:

- 1- Facebook contributes to influencing on the opinions and thoughts of teenage girls on various dimensions.
- 2- The use of Facebook leads to the promotion of social integration, by using them own more than one account, and hide their true identity using pseudonyms, allowing them to freely access and communicate with others. in order to avoid the harassment that they may be exposed to, as well as that This indicates negative uses for them by masking their identity.
- 3- The predominance of ritual motives over utilitarian motives, given the nature of adolescence, whose members tend to achieve entertainment, entertainment and the need to understand the opposite sex, in addition to the utilitarian needs of adolescent girls that focus on creating a social role for them and the pursuit of self-realization by acquiring skills and knowledge that enhance self-confidence Without interfering in their affairs and feeling independent.
- 4- Facebook achieved emotional and cognitive gratifications, as the gratifications achieved by adolescent girls varied between entertainment and entertainment that came in the forefront, gaining information and experiences, relieving psychological pressure, as well as raising the cultural level, forming relationships with the opposite sex, and feeling trust and freedom of expression

Keywords: motives, teenage girls', Facebook, achieved.

دوافع استخدام المراهقات لموقع فيس بوك والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية لعينة من طالبات المدارس الإعدادية

د. علياء قاسم ثامر

مركز وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

الدائرة القانونية (دكتوراه صحافة)

Aliaamm8382@yahoo.com

(مُلخَصُ البَحْث)

تبرز مشكلة البحث الحالي في تساؤل رئيس هو: ما دوافع استخدام المراهقات لموقع فيس بوك والإشباع المتحققة منها؟ ويهدف البحث إلى إبانة أنماط استخدام المراهقات لموقع فيس بوك، والتعريف باهتماماتهن وبعض ممارساتهن، فضلاً عن الكشف عن الدوافع التي تدعو المراهقات إلى استخدام موقع فيس بوك، وبيان الإشباع المتحققة منها. إذ استعانت الباحثة بالمنهج المسحي في جمع البيانات، وتحليلها، وتفسيرها، باعتماد أداة الاستبانة.

وخلص البحث إلى جملة من النتائج والاستنتاجات أهمها:

- ١- يسهم موقع فيس بوك في التأثير في آراء المراهقات وأفكارهن إزاء الموضوعات المختلفة، إذ تراوح مستوى ثقة معظم المراهقات بالمعلومات الواردة في موقع فيس بوك بين متوسطة وعالية.
- ٢- يؤدي استخدام المراهقات لموقع فيس بوك إلى تعزيز الاندماج الاجتماعي، إذ إن معظمهن يمتلكن أكثر من حساب، ويخفين هويتهم الحقيقية باستخدام أسماء مستعارة، بما يتيح لهن الولوج بقدر من الحرية، والتواصل مع الآخرين، تلافياً للمضايقات التي يمكن يتعرضن لها، فضلاً عن أن ذلك يشير إلى الاستخدامات السلبية لهن عبر إخفاء هويتهم.
- ٣- غلبة الدوافع الطقوسية على الدوافع النفعية؛ نظراً لطبيعة مرحلة المراهقة التي يميل أفرادها إلى تحقيق التسلية والترفيه والحاجة إلى فهم النوع الاجتماعي الآخر، علاوة على حاجات المراهقات النفعية التي تنصب في خلق دور اجتماعي لهن، والسعي إلى تحقيق الذات عبر اكتساب المهارات والمعارف التي تعزز الثقة بالنفس دون التدخل في شؤونهن والذي من شأنه يعزز الشعور بالاستقلالية.

٤- حقق موقع فيس بوك إشباعات وجدانية ومعرفية، إذ تنوعت الإشباعات المتحققة للمراهقات ما بين التسلية والترفيه التي جاءت في مقدمتها، واكتساب المعلومات والخبرات، وتخفيف الضغوط النفسية، فضلاً عن رفع المستوى الثقافي، وتكوين علاقات مع النوع الاجتماعي الآخر، والشعور بالثقة وحرية التعبير عن الرأي.

الكلمات المفتاحية (دوافع؛ المراهقات؛ موقع فيس بوك، الإشباعات)

مقدمة

لا شك، أن من أعظم ما أفرزته التكنولوجيا الحديثة، هي شبكة المعلومات العالمية وما رافقها من ظهور تطبيقات متنوعة عبر التدرج الزمني، تجسدت بمواقع التواصل الاجتماعي التي باتت استخدامها جزءاً من حياتنا اليومية؛ لا سيما موقع فيس بوك الذي لم يقتصر استخدامه على التعارف وتكوين العلاقات الانسانية، وإنما أصبح مصدراً أساسياً للمعلومات والمعرفة لمستخدميه.

فالبحث الحالي، يُعنى بمعرفة دوافع استخدام المراهقات لأحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي والأوسع انتشاراً وهو موقع فيس بوك والإشباعات المتحققة من ذلك، فضلاً عن أن البحث يتناول فئة مهمة في المجتمع هي المراهقات اللواتي تتراوح أعمارهن من (١٥-١٧) سنة في ظل قل الدراسات الإعلامية التي تُعنى بدراسة هذه الفئة العمرية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث:

تشير البحوث والدراسات السابقة إلى الاستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي ومنها موقع فيس بوك من المراهقين، على الرغم من أنها عنيت بالمرحلة المتأخرة للمراهقة التي تمثلت بطلبة الجامعات، وما نجم عنها من تقارب في الرؤى والنتائج، وتباعد. وهذا التقارب بشأن الموضوع والتباعد، من شأنه أن يخلق غموضاً بشأن الدوافع التي تدعو المراهقات اللواتي تتراوح أعمارهن من (١٥-١٧) سنة إلى استخدام موقع فيس بوك والإشباعات المتحققة الناجمة عن هذا الاستخدام، ويمكن صياغة المشكلة في تساؤل رئيس هو:

- ما دوافع استخدام المراهقات لموقع فيس بوك والإشباعات المتحققة منها؟

ثانياً: أهمية البحث:

١. قلة الدراسات الإعلامية التي عنيت بفئة المراهقات في العراق، واقتصارها على مرحلة الطفولة أو مرحلة الشباب.

٢. أهمية المرحلة العمرية التي تخضع للبحث وهي المراهقة، متجسدة في الإناث فقط، اللواتي تتراوح أعمارهن من (١٥-١٧) سنة، والتي تقع بين المراهقة المبكرة والمراهقة المتأخرة، وما تشهده هذه المرحلة من تغييرات فسيولوجية ونفسية.

٣. أهمية البيانات والمعلومات التي سيسفر عنها البحث، في فهم سلوك المراهقات.

٤. أهمية موقع فيس بوك، لما يحظى به من متابعة واسعة من مئات الملايين، وما يتضمنه من أطروحات وأفكار، يمكن أن تلبي حاجات المستخدمين، فضلاً عن إتاحة الفرصة لهم للتعبير عن آرائهم وأفكارهم.

ثالثاً: أهداف البحث:

١. إبانة أنماط استخدام المراهقات لموقع فيس بوك وطبيعة الاستخدام.

٢. التعريف باهتمامات المراهقات في موقع فيس بوك، وبعض ممارساتهن.

٣. الكشف عن دوافع استخدام المراهقات لموقع فيس بوك والإشباع المتحققة منها.

رابعاً: فرض البحث:

- توجد علاقة ارتباطية دالة بين دوافع استخدام المراهقات لموقع فيس بوك والإشباع المتحققة منها.

خامساً: مجالات البحث:

أ. المجال المكاني: ويتحدد بمحافظة بغداد.

ب. المجال الزمني: ويمتد للمدة من ١/١٠-١/١٢/٢٠١٩.

ت. المجال البشري: ويتحدد بالمراهقات في مرحلة الإعدادية اللواتي تتراوح أعمارهن من ١٥-١٧ سنة.

سادساً: نوع البحث ومنهجه:

ينتمي البحث الحالي إلى البحوث الوصفية، التي تعتمد المنهج المسحي في الحصول على المعلومات التي يتطلبها البحث؛ لتحقيق أهدافه، عبر تحليل النتائج وتفسيرها، وصولاً للاستنتاجات.

سابعاً: مجتمع البحث وعينته:

يتحدد مجتمع البحث في المراهقات اللواتي تتراوح أعمارهم من (١٥-١٧) سنة في مرحلة الإعدادية، واختيرت عينة عشوائية بسيطة قوامها (٤٥٠) طالبة في محافظة بغداد، وزعت بالتساوي بواقع (١٥٠) مفردة على ثلاث مناطق ذات مستويات معيشية متفاوتة (عالي، متوسط، منخفض).

ثامناً: أدوات البحث:

اعتمد البحث في جمع بياناته على الاستبانة، التي انطوت على أسئلة مغلقة، وأخرى مفتوحة، على وفق أهداف البحث، فضلاً عن أداة المقابلة مع عدد من المراهقات، سبقت توزيع الاستبانة.

تاسعاً: البحوث والدراسات السابقة:

تتوافر العديد من البحوث والدراسات السابقة بشأن الاستخدامات والإشباع المتحققة من استخدام الإنترنت وتطبيقاته، إلا أن الباحثة عمدت إلى عرض الأقرب إلى موضوع البحث ومتغيراته، وهي كالاتي:

- بحث ريهان محمد احمد عمران (عمران، ٢٠١٩):

هدف البحث إلى التعرف على استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باكتسابهم بعض مهارات التواصل، باعتماد المنهج المسحي بشقيه الميداني والتحليلي، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مبحوث من الطلبة بجامعتي عين شمس واكاديمية الشروق في المرحلة العمرية ١٨ سنة. وخلص البحث إلى نتائج أهمها: أن التعليق والمشاركة هي أهم فئات التواصل التفاعلي بين المستخدمين، فضلاً عن ثبوت صحة فرض البحث بوجود علاقة ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة لهم.

- بحث هدير محمد السعيد (السعيد، ٢٠١٨):

هدف البحث إلى التعرف على استخدام المراهقات الصفحات العاطفية بموقع فيس بوك والإشباع المتحققة منها، واعتمد البحث المنهج المسحي لعينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من الإناث في المرحلة الجامعية الأولى بجامعات (عين شمس، والمنوفية، و٦ أكتوبر) باستعمال الاستبانة. وخلص البحث إلى وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية على موقع فيس بوك وتحقيق الإشباع العاطفية لديهم.

- بحث سمر فاروق غندر (غندر، ٢٠١٦):

هدف البحث إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منه، إذ اعتمد المنهج المسحي عن طريق الاستبانة التي طبقت على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من طلبة الجامعات الذكور والإناث. وتوصل البحث إلى نتائج أهمها: تصدر استخدام موقع فيس بوك من الشباب الجامعي على حساب مواقع التواصل الأخرى، وان دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، تتمثل بدافع ملء الفراغ والتخلص من الملل والوحدة التي تصدرت الدوافع الطقوسية، والتواصل مع الآخرين ومتابعة كل جديد في مقدمة الدوافع النفعية، فيما جاء

"إعطاء الجراحة في تناول القضايا المختلفة والتعبير عن الرأي بوضوح" و "المساعدة على المشاركة في الأحداث الجارية في المجتمع" في مقدمة الإشباعات المتحققة للشباب الجامعي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

عاشراً: التعريف بالمفاهيم والمصطلحات:

الاستخدام: ويقصد به دخول المراهقات إلى موقع فيس بوك من أجل تحقيق هدف معين.
المراهقة: تُعرف منظمة الصحة العالمية مرحلة المراهقة بأنها مدة نمو الإنسان ونمائه التي تعقب مرحلة الطفولة، وتسبق مرحلة البلوغ في عمر يتراوح بين ١٠ - ١٩ سنة، وهي تمثل واحدة من التحولات الحاسمة في عمر الطفل، وتتميز بسرعة هائلة في وتيرة نموه وتغييره، إذ لا تسبقها في ذلك سوى مرحلة الرضاعة (منظمة الصحة العالمية، ٢٠١٩). ويعنى البحث بفئة المراهقات اللواتي تتراوح أعمارهم من (١٥-١٧) سنة.

أحد عشر: إجراءات الصدق والثبات

الصدق: استندت الباحثة إلى الصدق الظاهري للاستبانة، عن طريق عرضها على عدد من الخبراء؛ لتقييمها وتصويبها على النحو الذي يتوافق مع مشكلة البحث وأهدافه^(١).
الثبات: اعتمدت طريقة الاختبار - وإعادة الاختبار، إذ جرى الاختبار على (١٠%) من أفراد العينة والبالغ عددهم (٤١) طالبة بالتقريب من مجموع المراهقات اللواتي يمتلكن حساب على موقع فيس بوك والبالغ عددهن (٤٠٥)، وبإعادة الاختبار بعد (١٤) يوماً على الاختبار الأول، ومقارنة النتائج على وفق معادلة ثبات الاستقرار وإعادة الاختبار، تبين أن درجة ثبات الاستبانة هو (٨٧,٨٠)، وهي درجة ذات دلالة احصائية عالية.

اثنا عشر: النظرية الموجهة للبحث:

ينبثق الإطار النظري للبحث في إجراءاتها المنهجية من مدخل الاستخدامات والإشباع، الذي يعد البحث فيه من المقاربات المصنفة في ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في أواخر ستينات القرن العشرين.
 وترتكز النظرية على دراسة أسباب استخدام الفئات الاجتماعية المختلفة وسائل الإعلام والاتصال، والتعرض لها في محاولة للربط بين هذه الأسباب والعائد المتحقق للفرد، لا سيما أن إقبال الناس على وسائل الإعلام والاتصال، يُمكن تفسيره في ضوء استخدامهم من جهة، والإشباع والعائد من جهة أخرى (جودة، ٢٠١٦، صفحة ٨٤). فالنظرية تسعى إلى معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، انطلاقاً من أن الجمهور نشط يعمل على اختيار الوسائل والمحتويات التي تشبع غاياته، وإيضاح الدوافع التي تقود الجمهور إلى التعرض إلى الوسيلة الإعلامية وما ينجم عنه، فضلاً عن أن المدخل يتضمن السعي إلى معرفة الإشباع المتحققة من التعرض للوسيلة، لإدراك عملية الاتصال (مكاوي و السيد، ٢٠١٠،

الصفحات ٢٤٣-٢٤٤). ما يعني أن مدخل الاستخدامات والإشباع، يشير إلى احتجاب دور الوسيلة في التحكم بما يتعرض له الفرد، انطلاقاً من قدرة الفرد على اختيار الوسيلة التي تدفعه لإشباع غاياته.

إذ لم يعد الجمهور مجرد متلق يتعرض للرسالة ويتأثر بها، وإنما بات طرفاً فاعلاً ونشطاً، فهو يقوم بدوره بمجرد اشتراكه في العملية الاتصالية، إذ يشكل مظهر للذات الاجتماعية، وطرف يسهم في الحركة العملية وديمومتها، عبر استمراره في عملية التعرض أو الانسحاب منها، بناءً على الممارسة التي يقوم بها العضو؛ لأنه طرف في العملية الإعلامية (الحמיד، ١٩٩٧، صفحة ١١١).

ويتضح ذلك في الفروض الخمسة التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع

على وفق ما جاء به كارتر وزملاءه وهي على النحو الآتي (علي، ٢٠١٠، صفحة ١١١):

١. أن أفراد الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال؛ لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

٢. أن استخدام وسائل الاتصال يُعبر على الحاجات التي يدركها الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، مع مراعاة أن الحاجات تتنوع باختلاف الأفراد.

٣. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار محتوى الرسائل التي تُشبع حاجاته.

٤. يستطيع أفراد الجمهور تحديد حاجاتهم ودوافعهم دائماً، ثم يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

٥. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة عبر استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس عن طريق محتوى الرسائل فقط (مكاوي و السيد، ٢٠١٠، صفحة ٢٤١).

وتهدف النظرية على وفق الانموذجات التي قدمها كل من كارتر، وويندال، وروزنجرين، وماكويل وغيرهم إلى تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة؛ لإشباع حاجاتهم، وفهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنواع التعرض المختلفة (العبد و العبد، ٢٠١٦، صفحة ٣٠٠).

ويذهب الباحثون مذاهب شتى في إيضاح مفهوم الدافع الذي ترجع أصوله إلى علم النفس الذي يوليه أهمية كبيرة؛ ذلك أنه يقف خلف كل سلوك، وعن طريقه يمكن فهم سلوك الأفراد وتفسيره، إذ يُعرف الدافع بأنه " طاقة داخل الإنسان تدفعه للقيام بسلوك معين ونشاط ما: حركياً أو فكرياً أو انفعالياً؛ لتحقيق هدف يشبع به حاجة موجودة لديه" (كامل، ٢٠١١،

صفحة ١٢٤)

وتختلف دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام على وفق عوامل عديدة، منها: العوامل الديموغرافية، والاصول النفسية، ونوع الوسيلة، ونوع المحتوى، فضلاً عن الاتجاه نحو الوسيلة، ومعدل التعرض للوسيلة وكيفية التعرض لها (القليبي، ١٩٩٨، صفحة ١٨٥) وأبرزت الدراسات الإعلامية فئتين لدوافع التعرض لوسائل الاتصال هي (العبد و العبد، ٢٠١٦، صفحة ٣٠٦):

١. دوافع نفعية: وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، ومراقبة البيئة التي ترتبط باعتماد محتويات معينة، مثل نشرات الاخبار وبرامج المعلومات.

٢. دوافع طقوسية: هي التي تعمل على إشباع رغبات الفرد في مجال الترفيه عبر قضاء الوقت بالاسترخاء والصدقات والتسلية، والهروب من المشكلات، وتنعكس في البرامج الترفيهية والمسلية.

وبذلك تسعى النظرية إلى معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال، وربطها بمنظور التحليل الوظيفي، إذ يمكن أن يكون الفرد هو وحدة التحليل، وتكون علاقاته بمحيطه الاجتماعي هي البناء، وملاحظة سلوك الأفراد عند استخدامهم وسائل الاتصال هي النشاطات (جمال، ٢٠١١، صفحة ٨٣).

فالمدخل ينظر إلى الأفراد بوصفهم مدفوعين بمؤثرات نفسية، واجتماعية، وثقافية لاستخدام وسائل الإعلام؛ لتحقيق نتائج خاصة بهم يطلق عليها الإشباعات (جودة، ٢٠١٦، صفحة ٨٧). والتي يشار إليها بأنها النتائج التي يحصل عليها الأفراد نتيجة استخدام وسائل الاتصال والمحتوى المقدم بها، والظرف الاجتماعي الذي تم فيه الاتصال (الملك، ٢٠٠٧، صفحة ١٠١).

وتتبع الإشباعات المتحققة عبر استخدام وسائل الاتصال من ثلاثة مصادر رئيسة هي (العبد و العبد، ٢٠١٦، صفحة ٣١١):

أ. محتوى أو مضمون الوسيلة: ويتضح عبر تفضيلات الأفراد لبرامج أو مضامين محددة أو عبر التعرض المخطط والمقصود لبرامج معينة.

ب. التعرض للوسيلة: أن التعرض لبعض وسائل الاتصال في حد ذاته، يمكن أن يشبع احتياجات معينة مثل الترفيه، والاسترخاء، والهروب من الواقع.

ج. السياق أو الإطار الاجتماعي أو البيئة الاجتماعية المحيطة باستخدام الوسيلة: ويرتبط ذلك بوجود الأفراد الآخرين أو غيابهم أثناء التعرض للوسيلة مثل أفراد الاسرة أو

الاصدقاء، ويكون دور الوسيلة هو الإحلال محل هؤلاء الأفراد أو إكمال أدوارهم.

وَصُنِفَت إشباعات الجمهور إلى نوعين هما (كامل، ٢٠١١، الصفحات ١٢٩-١٣٠):

١. إشباعات المحتوى: وهي الإشباعات الناجمة عن التعرض لمحتوى وسائل الاعلام، وهي نوعان هما:

أ- إشباعات توجيهية: ويقصد بها الإشباعات الناتجة عن الحصول على المعلومات، ومراقبة البيئة، وتأكيد الذات والتي عادة ما ترتبط بكثرة التعرض لوسائل الاعلام والاعتماد عليها.

ب- إشباعات اجتماعية: وهي الإشباعات الناجمة عن الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته الاجتماعية، وتحصيل العلم، ورفع المستوى الثقافي.

٢. إشباعات عملية الاتصال: وتعنى بالإشباعات الناجمة عن عملية الاتصال نفسها، واختيار وسائل اتصالية معينة، وهي نوعان هما:

أ. إشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق عبر التوحيد مع شخصيات معينة، والتخلص من الملل، وعدم الشعور بالوحدة.

ب- إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق عبر تخفيف الاحساس بالتوتر، والشعور بالتسلية، وحرية الاختيار (الملك، ٢٠٠٧، صفحة ١٠٦).

وعلى الرغم من الانتقادات التي وجهت إلى مدخل الاستخدامات والإشباعات، إلا أنه يشكل مرحلة بحثية مهمة؛ لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور ضمن إطار اجتماعي في ظل مساهمات المدخل في تحديد العوامل المؤثرة في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور؛ فضلاً عن انه يتيح للباحثين القيام بتحديد قائمة متنوعة من دوافع تعرض الجمهور للمواد الإعلامية التي تختلف على وفق خصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة (العبد و العبد، ٢٠١٦، صفحة ٣١٦).

المبحث الثاني: الإطار الميداني للبحث

- عرض بيانات الجداول وتفسيرها:-

من المؤلف، أن البحوث والنتائج الإعلامية التي عنيت بالبحث في الاستخدامات لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها، اختصت بالجمهور، إذ عمدت الباحثة إلى الاستعانة بأداة الاستبانة وتوزيعها على عينة قوامها (٤٥٠) طالبة في مرحلة المراهقة في العاصمة بغداد اللواتي تتراوح أعمارهن من (١٥-١٧) سنة لملئها، وما لحقها من عملية تفرغ البيانات لاستبانات المراهقات اللواتي يمتلكن حساب على موقع فيس بوك فقط، والبالغ عددهن (٤٥٥) من مجموع العينة، وتصنيف البيانات وتحليلها للوصول إلى نتائج واستنتاجات علمية دقيقة تصلح للتعميم، ويتجسد ذلك على وفق ما جاء في الجداول أدناه:

جدول (١) امتلاك المراهقات حساب في موقع فيس بوك

ت	امتلاك حساب	المجموع	
		ك	%
١-	نعم	٤٠٥	٩٠%
٢-	لا	٤٥	١٠%
	المجموع	٤٥٠	١٠٠%

يظهر الجدول (١)، أن غالبية المراهقات أفراد العينة والبالغة نسبتهم (٩٠%) يمتلكن حساب في موقع فيس بوك، فيما بلغ نسبة اللواتي لا يمتلكن حساب (١٠%)، مما يؤشر مواكبة المراهقات للتكنولوجيا الحديثة، و لا سيما مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها موقع فيس بوك، وإمكانية الإفادة منها في تلبية حاجات نفسية واجتماعية ومعرفية.

جدول (٢) معرفة الأهل بامتلاك حساب في موقع فيس بوك

ت	معرفة الأهل بوجود الحساب	المجموع	
		ك	%
١-	نعم	٣٦٠	٨٨,٨%
٢-	لا	٤٥	١١,١%
	المجموع	٤٠٥	١٠٠%

يتضح من تفاصيل الجدول (٢)، تأكيد (٨٨,٨%) من المراهقات عينة البحث، معرفة الأهل بوجود حساب لهن على موقع فيس بوك، فيما اشار (١١,١%) منهن بعدم معرفة الأهل بذلك، وهذا من شأنه إعطاء شرعية للمراهقات، تمكنهن من التمتع بالمزايا التي يوفرها موقع فيس بوك من جانب الانفتاح على الآخر والتواصل مع الأصدقاء وغيرها.

جدول (٣) مستوى استخدام المراهقات موقع فيس بوك

ت	مستوى الاستخدام	المجموع	
		ك	ن%
١-	أحياناً	١٣٥	٣٣,٣%
٢-	دائماً	١٨٩	٤٦,٦%
٣-	نادراً	٦٣	١٥,٣%
	المجموع	٤٠٥	١٠٠%

يوضح الجدول (٣)، أن مستوى استخدام المراهقات عينة البحث لموقع فيس بوك، جاء على نحو دائم بواقع (٤٦,٦%)، وأحياناً بالمرتبة الثانية بواقع (٣٣,٣%)، فيما جاء بالمرتبة

الأخيرة مستوى الاستخدام نادراً بواقع (٣,١٠%)، ما يعني وجود رغبة من المراهقات في التواصل مع الأصدقاء، والتعبير عن الذات عبر حرية التعبير عبر المنشورات الخاصة بهن، فضلاً عن الرغبة في الاطلاع والمتابعة.

جدول (٤) معدل استخدام المراهقات موقع فيس بوك يومياً

ت	معدل الاستخدام	المجموع	
		ك	%
١-	أقل من ساعة	٣٠	٧,٤%
٢-	١-٢ ساعة	٦٦	١٦,٢%
٣-	٢-٣ ساعات	١٤٤	٣٧,٧%
٤-	٣-٤ ساعات	١٦٥	٤٠,٧%
	المجموع	٤٠٥	١٠٠%

يبين الجدول (٤)، أن أكثر من ثلث المراهقات يستخدمن موقع فيس بوك من ٣-٤ ساعات، إذ جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (٧,٤٠%)، ثم بالمرتبة الثانية فئة من ٢-٣ ساعات بواقع (٣٧,٧%)، فيما جاءت فئة من ١-٢ ساعة بالمرتبة الثالثة بواقع (١٦,٢%)، وجاءت الفئة أقل من ساعة أخيرة بواقع (٧,٤%)، ويتضح من ذلك أن معظم أفراد العينة يستخدمن موقع فيس بوك بوقت لا يتجاوز الأربع ساعات، ويشير ذلك إلى الاستخدام الأمثل لفيس بوك من المراهقات؛ لتحقيق إشباعتهن دون هدر الوقت، فضلاً عن أن ذلك لا يحقق العزلة الاجتماعية.

جدول (٥) طبيعة استخدام المراهقات موقع فيس بوك

ت	طبيعة الاستخدام	المجموع	
		ك	%
١-	تصفح	٤٠٢	٤٠,٩٧%
	محادثة	٣٠٣	٣٠,٨%
٢-	تعليق	١٤٠	١٤,٢%
٣-	نشر	٧٩	٨,٠٥%
٤-	مشاركة المنشورات	٥٧	٥,٨١%
	المجموع	٩٨١	١٠٠%

تبين معطيات الجدول (٥)، أن معظم المراهقات وبالغية نسبتهن (٤٠,٩٧%) من حجم العينة، يقضين وقتهن بالتصفح في فيس بوك، ثم بالمرتبة الثانية المحادثة بواقع (٣٠,٨%)،

يليه بالمرتبة الثالثة كتابة التعليقات بواقع (١٤,٢%)، يتبعه بالمرتبة الرابعة النشر بنسبة (٨,٠٥%)، فيما جاء مشاركة المنشورات بالمرتبة الأخيرة بواقع (٥,٨١%) من حجم العينة، ويظهر أن المراهقات يستخدمن فيس بوك باتجاه التطلع، وزيادة المعرفة والاستمتاع أكثر من التعبير عن الآراء ووجهات النظر.

جدول (٦) الصفحات التي يميل المراهقات إلى متابعتها في موقع فيس بوك

ت	الصفحات	المجموع	
		ك	%
١-	عراقية	٤٠٣	٤٦,٤٢%
٢-	عربية	٤٠٢	٤٦,٣١%
٣-	أجنبية	٦٣	٧,٢٥%
	المجموع	٨٦٨	١٠٠%

يشير الجدول (٦)، إلى أن المراهقات يميلن إلى متابعة الصفحات العراقية بالمرتبة الأولى بواقع (٤٦,٤٢%)، يليها الصفحات العربية بالمرتبة الثانية بواقع (٤٦,٣١%)، ثم الأجنبية بالمرتبة الأخيرة بواقع (٧,٢٥%)، ما يعني أن طبيعة اهتمامات المراهقات تجاوزت المحلية إلى العربية، لما في هذه الصفحات من مضامين تخاطب عقولهن أو وجدانهن.

جدول (٧) نوع الصفحات الحاصلة على اعجاب المراهقات

ت	نوع الصفحة	المجموع	
		ك	%
١-	تسوق	٤٠٤	١٦,١٢%
٢-	صحة وجمال	٤٠٠	١٥,٩٦%
٣-	فنية	٣٩٢	١٥,٦%
٤-	اجتماعية	٣٦٩	١٤,٧٤%
٥-	ثقافية	٢٥١	١٠,٠١%
٦-	سياحة وسفر	٢٠٣	٨,١٠%
٧-	خدمية حكومية	١٧١	٦,٨٢%
٨-	رياضية	١٠٧	٤,٢٧%
٩-	اخبارية	٩٨	٣,٩١%
١٠-	علمية	٤٦	١,٨٣%
١١-	سياسية	٤٢	١,٦٧%
١٢-	دينية	٢٢	٠,٨٧%
	المجموع	٢٥٠٥	١٠٠%

تسجل نتائج الجدول (٧)، تعدد نوع الصفحات التي تحظى باهتمام المراهقات، مع مراعاة تصدر صفحات التسوق اهتمامهن بواقع (١٦,١٢%)، يليها بالمرتبة الثانية صفحات الصحة والجمال بواقع (١٥,٩٦%)، ثم على نحو متقارب بالمرتبة الثالثة الصفحات الفنية بواقع (١٥,٦%)، تتبعها الصفحات الاجتماعية بالمرتبة الرابعة بواقع (١٤,٧٤%)، ثم الصفحات الثقافية خامسة بواقع (١٠,٠١%)، وصفحات السياحة والسفر سادسة بواقع (٨,١٠%)، تليها صفحات الخدمات الحكومية سابعة بواقع (٦,٨٢%)، ثم الصفحات الرياضية ثامنة بواقع (٤,٢٧%)، يتبعها على نحو متقارب الصفحات الإخبارية بالمرتبة التاسعة بواقع (٣,٩١%)، ثم الصفحات العلمية عاشرة بواقع (١,٨٣%)، والصفحات السياسية بالمرتبة قبل الأخيرة بواقع (١,٦٧%)، تليها بالمرتبة الأخيرة الصفحات الدينية بواقع (٠,٨٧%). ويلاحظ أن تصدر صفحات التسوق، والصحة والجمال، والفنية؛ يعود إلى طبيعة المرحلة العمرية التي يغلب عليها الاهتمام بالجوانب الترفيهية والبحث عن النشاطات التي تنطوي على التسلية والترفيه، إلا أن ذلك لا يعني عدم اهتمام المراهقات بالصفحات الأخرى التي يظهر تعدد اهتمام المراهقات بها وتنوعها على وفق اهتمامتهن التي تتقرب وتتباعد طبقاً لميولهن الفكرية وحاجاتهن النفسية.

جدول (٨) مستوى رغبة المراهقات باستخدام موقع فيس بوك اثناء العام الدراسي

ت	مستوى الرغبة	المجموع	
		ك	%
١-	متوسطة	٩٠	٢٢,٢%
٢-	كبيرة	١٩٨	٤٨,٨%
٣-	عادية	١١٧	٢٨,٨%
	المجموع	٤٠٥	١٠٠%

يوضح الجدول (٨)، أن أكثر من ثلث المراهقات لديهن رغبة كبيرة في استخدام فيس بوك خلال العام الدراسي، إذ جاءت بواقع (٤٨,٨%)، في حين جاءت بالمرتبة الثانية ذوات الرغبة العادية بواقع (٢٨,٨%)، فيما جاءت بالمرتبة الأخيرة ذوات الرغبة المتوسطة بواقع (٢٨,٨%).

جدول (٩) الانعكاس السلبي لموقع فيس بوك على التحصيل الدراسي

ت	انعكاس فيس بوك	المجموع	
		ك	%
١-	نعم	٦٣	١٥,٥%
٢-	لا	٣٤٢	٨٤,٤%
	المجموع	٤٠٥	١٠٠%

يوضح الجدول (٩)، أن معظم المراهقات عينة البحث، وباللغة نسبتهن المئوية (٨٤,٤%) اتفقن على أن موقع فيس بوك لا ينعكس سلبياً على تحصيلهن الدراسي، فيما شكلت نسبة اللواتي ينعكس سلبياً على تحصيلهن (١٥,٥%)، وتؤثر هذه النتيجة إلى الطابع الإيجابي لفيس بوك؛ لعدم استخدامه في استهلاك الوقت على حساب التحصيل الدراسي من جهة، وإمكانية الاستفادة منه في اكتساب معارف لهن وتعزيز مداركهن في فهم متطلبات الحياة بجوانبها المختلفة من جهة أخرى، وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج الجدول (٨) الذي يشير إلى ارتفاع مستوى الرغبة العادية والمتوسطة في استخدام فيس بوك خلال العام الدراسي.

جدول (١٠)

شدة التوافق مع أن معظم المراهقات لديهن أكثر من صفحة في موقع فيس بوك

ت	شدة التوافق	المجموع	
		ك	%
١-	اتفق	١٨٠	٤٤,٤%
٢-	اتفق إلى حد ما	١٠٨	٢٦,٦%
٣-	محايد	٥٣	١٣,٣%
٤-	لا اتفق	٢٧	٦,٦%
٥-	لا اتفق تماماً	٣٦	٨,٨%
	المجموع	٤٠٥	١٠٠%

بدا في الجدول (١٠)، أن مستوى توافق الطالبات عينة البحث مع (ان غالبية المراهقات لديهن أكثر من صفحة على فيس بوك)، جاء ترتيباً على النحو الآتي: أتفق بواقع (٤٤,٤%)، ثم أتفق تماماً بواقع (٢٦,٦%)، ومحايد بواقع (١٣,٣%)، يليها لا أتفق تماماً بواقع (٨,٨%)، ثم لا أتفق بواقع (٦,٦%).

جدول (١١) شدة التوافق مع أن معظم المراهقات يخفين هويتهم في موقع فيس بوك

ت	شدة التوافق	المجموع	
		ك	%
١-	أتفق	٢٥٢	٦٢,٢%
٢-	أتفق إلى حد ما	٨١	٢٠%
٣-	محايد	٥٤	٢٠%
٤-	لا اتفق	٩	٢,٢%
٥-	لا اتفق تماماً	٩	٢,٢%
	المجموع	٤٠٥	١٠٠%

تشير بيانات الجدول (١١)، إلى أن مستوى توافق المراهقات مع (أن معظم المراهقات يخفين هويتهم على فيس بوك) جاءت ترتيباً على النحو الآتي: أتفق بواقع (٦٢,٢%)، ثم فنّتي أتفق تماماً ومحايد بواقع (٢٠%)، تليها فنّتي لا أتفق ولا أتفق تماماً أخيرة بواقع (٢,٢%). ويظهر أن إخفاء المراهقات هويتهم في فيس بوك، يأتي بهدف الحصول على مساحة أوسع من الحرية في التعبير الآراء والاتجاهات بإزاء الموضوعات والقضايا المختلفة، و لا سيما في ظل البيئة الاجتماعية التي يراعي الكثير منها التحفظ من الظهور، مع الأخذ بالنظر إمكانية وجود مضايقات يتعرضن لها، فضلا عن أن ذلك ممكن أن يؤثر إلى الاستخدامات السلبية لهن عبر إخفاء هويتهم.

جدول (١٢) الفائدة من استخدام موقع فيس بوك

ت	الفائدة	المجموع	
		ك	%
١-	نعم	١٣٥	٣٣,٣%
٢-	لا	٨١	٢٠%
٣-	أحياناً	١٨٩	٤٦,٦%
	المجموع	٤٠٥	١٠٠%

كشفت نتائج الجدول (١٢)، أن معظم المراهقات والبالغة نسبتهم (٤٦,٦%)، أعربن عن أن موقع فيس بوك يحقق فائدة بالنسبة لهن (أحياناً)، وان (٣٣,٣%) يحقق لهن فائدة، فيما أشار (٢٠%) من المراهقات عينة البحث إلى أن فيس بوك لا يحقق فائدة لهن.

جدول (١٣) حجم الفائدة التي يحققها استخدام موقع فيس بوك للمراهقات

ت	حجم الفائدة	المجموع	
		ك	%
١-	كبيرة	٨٠	٢٤,٦%
٢-	متوسطة	٢١٣	٦٥,٧%
٣-	قليلة	٣١	٩,٥%
	المجموع*	٣٢٤	١٠٠%

استبعد ٨١ مراهقة لأن فيس بوك لا يحقق فائدة لهن على وفق ما جاء في الجدول (١٣). *

يبين الجدول (١٣)، أن أكثر من ثلثي المراهقات عينة البحث، يحقق الفيس بوك فائدة متوسطة لهن بواقع (٦٥,٧%)، يتبعها بالمرتبة الثانية فئة كبيرة بواقع (٢٤%)، وفي المرتبة الأخيرة فئة قليلة بواقع (٩,٥%).

جدول (١٤) مستوى ثقة المراهقات بالمعلومات الواردة في موقع فيس بوك

المجموع		مستوى الثقة	ت
%	ك		
٢٢,٢%	٩٠	عالي	١-
٦٨,٨%	١٧٩	متوسط	٢-
٨,٨%	٣٦	منخفض	٣-
١٠٠%	٤٠٥	المجموع	

بدا من بيانات الجدول (١٤)، أن مستوى ثقة المراهقات في المعلومات الواردة في موقع فيس بوك كان متوسط بالمرتبة الأولى بواقع (٦٨,٨%)، يليه بالمرتبة الثانية عالي بواقع (٢٢,٢%)، ومنخفض بالمرتبة الأخيرة بواقع (٨,٨%)، وتؤشر هذه النتيجة إلى تبني أو تكوين الآراء والاتجاهات بإزاء الموضوعات المختلفة في ضوء المعلومات والأفكار المطروحة.

جدول (١٥) حالة المراهقات عند استخدام موقع فيس بوك

المجموع		الحالة	ت
%	ك		
٢٢,٢%	٩٠	العزلة	١-
٧٧,٧%	٣١٥	الاندماج الاجتماعي	٢-
١٠٠%	٤٠٥	المجموع	

تؤكد بيانات الجدول (١٥)، أن (٧٧,٧%) من المراهقات عينة البحث، اتفقن على أن فيس بوك، يحقق الاندماج الاجتماعي، فيما أظهر الأخريات والبالغة نسبتهن (٢٢,٢%)، أنه يحقق العزلة لديهن، مما يؤشر إلى أن موقع فيس بوك يلبي حاجة المراهقات في الانتماء للجماعة، ليكون كائناً اجتماعياً عبر تواصله مع الأصدقاء، والوصول إلى المواقع والصفحات التي تعزز ذلك، على وفق رغبتهن في الحصول على الاستقلال والشعور بالقدرة على اتخاذ القرار.

جدول (١٦) دوافع استخدام المراهقات موقع فيس بوك

المجموع		دوافع الاستخدام	دوافع نفسية
%	ك		
١٣,٢٣%	٣٦٢	الحصول على المعارف والخبرات	
١١,٣٦%	٣١١	التثقيف	
٦,٧٢%	١٨٤	تعزيز الشخصية والتعبير عن الرأي	
٥,٣٣%	١٤٦	الاطلاع على آخر المستجدات وفهم البيئة المحيطة	

التسوق	١٤٤	٥,٢٦%
التعلم	١١٢	٤,٠٩%
فهم الذات	٥١	١,٨٦%
المجموع	١٣١٠	٤٧,٨٥%
الحاجة إلى التسلية والترفيه	٤٠٣	١٤,٧٣%
الحاجة إلى فهم النوع الاجتماعي الآخر	٣١١	١١,٣٦%
التخلص من الضغوط النفسية	٢٩١	١٠,٦٣%
الحاجة إلى تقوية الصلة بالأصدقاء	١٧٤	٦,٣٥%
الشعور بالحرية في اختيار المحتوى دون تدخل الآخرين	١٣٧	٥%
الهروب من المسؤولية	٥٩	٢,١٥%
المشاركة في معالجة المشكلات والقضايا المطروحة	٥١	١,٨٦%
المجموع	١٤٢٦	٥٢,٠٨%
إجمالي الدوافع	٢٧٣٦	١٠٠%

تؤشر بيانات الجدول (١٦) إلى تنوع دوافع استخدام المراهقات موقع فيس بوك، مع ملاحظة تصدر الدوافع الطقوسية على الدوافع النفعية بواقع (٥٢,٠٨%) من إجمالي الدوافع، فيما تصدرت الدوافع الطقوسية الحاجة إلى التسلية والترفيه بواقع (١٤,٧٣%)، يليه بالمرتبة الثانية دافع الحاجة إلى فهم النوع الاجتماعي الآخر بواقع (١١,٣٦%)، ثم دافع التخلص من الضغوط النفسية بالمرتبة الثالثة بواقع (١٠,٦٣%)، يتبعه دافع الحاجة إلى تقوية الصلة بالأصدقاء بالمرتبة الرابعة بواقع (٦,٣٥%)، ثم دافع الشعور بالحرية في اختيار المحتوى دون تدخل الآخرين بالمرتبة الخامسة بواقع (٥%)، فيما حل دافع الهروب من المسؤولية بالمرتبة السادسة بواقع (٢,١٥%)، ثم دافع المشاركة في معالجة المشكلات والقضايا المطروحة بالمرتبة الأخيرة بواقع (١,٨٦%).

أما الدوافع النفعية، فقد تصدرها دافع الحصول على المعارف والخبرات بواقع (١٣,٢٣%)، وجاء بالمرتبة الثانية دافع التنقيف بواقع (١١,٣٦%)، فيما حل بالمرتبة الثالثة دافع تعزيز الشخصية والتعبير عن الرأي بواقع (٦,٧٢%)، يتبعه دافع الاطلاع على آخر المستجدات وفهم البيئة المحيطة بالمرتبة الرابعة بواقع (٥,٣٣%)، في حين احتل المرتبة الخامسة دافع التسوق بواقع (٥,٢٦%)، ثم دافع التعلم بالمرتبة السادسة بواقع (٤,٠٩%)، وجاء دافع فهم الذات بالمرتبة الأخيرة بواقع (١,٨٦%).

وبدا أن النتائج تصب في اتجاه الدوافع الطقوسية، نظراً لطبيعة مرحلة المراهقة التي يميل أفرادها إلى تحقيق التسلية والترفيه عن طريق الاستمتاع بالموسيقى والغناء والاهتمام بالأزياء ومعرفة النصائح التي تختص بالبشرة والجمال، فضلاً عن الرغبة في إيجاد صداقات

جديدة دون تدخل الآخرين، وتكوين علاقات مع النوع الاجتماعي الآخر، علاوة على حاجات المراهقات النفسية التي تنصب في خلق دور اجتماعي لهن يتناسب مع المرحلة العمرية والسعي إلى تحقيق الذات عبر اكتسابهن المهارات والمعارف التي تعزز الثقة بالنفس دون تدخل الآخرين والذي من شأنه يدعم الشعور بالاستقلالية.

ويلاحظ أن جميع الدوافع المذكورة ذات طابع إيجابي، يمكن عن طريقها تلبية الحاجات النفسية والعاطفية والمعرفية للمراهقات على النحو الذي يُمكن من تحقيق الثبات الانفعالي والسلوكي.

جدول (١٧) الإشباعات المتحققة من استخدام المراهقات موقع فيس بوك

المجموع		الإشباعات المتحققة	
%	ك		
١٢,٦١%	٣٣٤	اكتساب المعلومات والخبرات	إشباعات المحتوى (معرفية)
١١,٠٦%	٢٩٣	رفع المستوى الثقافي	
٧,٨١%	٢٠٧	الشعور بالثقة وحرية التعبير عن الرأي	
٥,٣٢%	١٤١	معرفة مجريات الاحداث وفهم البيئة المحيطة	
٤,٩٨%	١٣٢	الحصول على السلع المطلوبة	
٣,٧٠%	٩٨	تحصيل العلم	
٢,٣٤%	٦٢	معرفة القدرات الذاتية ونقاط الضعف	
٤٧,٨٢%	١٢٦٧	المجموع	
١٤,٨٤%	٣٩٣	تحقق التسلية والترفيه	إشباعات عملية الاتصال (عاطفية)
١١,٢٩%	٢٩٩	تحقيق الضغوط النفسية	
٩,٦٦%	٢٥٦	تكوين علاقات مع النوع الاجتماعي الآخر	
٧,٤٧%	١٩٨	الاطلاع على اخبار الاصدقاء ونشاطاتهم	
٥,٧٤%	١٤٥	الحرية في اختيار المحتوى دون تدخل الآخرين	
١,٧٧%	٤٧	الشعور بالأهمية الاجتماعي في المشاركة في ايجاد الحلول	
١,٦٢%	٤٣	حصول اللامبالاة والقاء اللوم على الآخرين وايجاد الحجج	
٥٢,٣٩%	١٣٨١	المجموع	
١٠٠%	٢٦٤٨	إجمالي الإشباعات	

يشير الجدول (١٧)، إلى تعدد الإشباعات المتحققة من استخدام المراهقات موقع فيس بوك، إذ تصدرت إشباعات عملية الاتصال (الوجدانية) على حساب إشباعات المحتوى (المعرفية) بواقع (٥٢,٣٩%) من إجمالي الإشباعات، في حين تصدر الإشباعات الوجدانية، إشباع التسلية والترفيه بواقع (١٤,٨٤%)، يليه بالمرتبة الثانية تخفيف الضغوط النفسية بواقع (١١,٢٩%)، وإشباع تكوين علاقات مع النوع الاجتماعي الآخر بالمرتبة الثالثة

بواقع (٩,٦٦%)، وحل إشباع الاطلاع على اخبار الأصدقاء ونشاطاتهم بالمرتبة الرابعة بواقع (٧,٤٧%)، فيما شغل إشباع الحرية في اختيار المحتوى دون تدخل الآخرين المرتبة الخامسة بواقع (٥,٧٤%)، ثم بالمرتبة السادسة الشعور بالأهمية الاجتماعي في المشاركة في إيجاد الحلول (١,٧٧%)، وإشباع حصول اللامبالاة والقاء اللوم على الآخرين وإيجاد الحجج بالمرتبة الأخيرة بواقع (١,٦٢%).

وتصدر إشباعات المحتوى (المعرفية)، إشباع اكتساب المعلومات والخبرات (١٢,٦١%)، ثم إشباع رفع المستوى الثقافي بالمرتبة الثانية بواقع (١١,٠٦%)، فيما حل بالمرتبة الثالثة إشباع الشعور بالثقة وحرية التعبير عن الرأي بواقع (٧,٨١%)، وعلى نحو متقارب جاء إشباع معرفة مجريات الأحداث وفهم البيئة المحيط بالمرتبة الرابعة بواقع (٥,٣٢%)، وإشباع الحصول على السلع المطلوبة بالمرتبة الخامسة بواقع (٤,٩٨%)، فيما شغل إشباع تحصيل العلم المرتبة السادسة بواقع (٣,٧٠%)، ومعرفة القدرات الذاتية ونقاط الضعف بالمرتبة الأخيرة بواقع (٢,٣٤%).

ويُلاحظ تنوع الإشباعات المتحققة عند المراهقات الناجمة عن استخدام موقع فيس بوك، والتي تراوحت ما بين الإشباعات الوجدانية، والإشباعات المعرفية التي من شأنها تحقيق الاندماج الاجتماعي والاندماج الشخصي على النحو الذي يساهم في تعزيز الذات؛ ويأتي ذلك نتيجة عدم الاستقرار النفسي والعاطفي والفكري للمراهقات الناجم عن التغيرات الفسيولوجية والجسمية والعقلية التي تشهدها هذه المرحلة، ورغبة المراهقات في الحصول على ما يشبع حاجاتها على وفق التغييرات الحاصلة في ظل خطورة هذه المرحلة التي يصعب استيعابها من الآخرين.

- اختبار فرض البحث:-

- توجد علاقة ارتباطية دالة بين دوافع استخدام المراهقات لموقع فيس بوك والإشباعات المتحققة منها.

جدول (١٨) العلاقة بين دوافع الاستخدام والإشباعات المتحققة

مستوى المعنوية	معامل الارتباط	الدوافع	الإشباعات
0.000	++0.991	دوافع نفعية	إشباعات المحتوى (معرفية)
0.000	++0.992	دوافع طقوسية	إشباعات عملية الاتصال (عاطفية)
0.000	++0.989	إجمالي دوافع	إجمالي الإشباعات

تشير البيانات الاحصائية في الجدول (١٨) إلى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين دوافع استخدام المراهقات لموقع فيس بوك و الإشباعات المتحققة، إذ تبين وجود علاقة طردية قوية بين الدوافع النفعية وإشباعات المحتوى من جهة، والدوافع الطقوسية وإشباعات

عملية الاتصال من جهة أخرى، إذ إن جميع القيم دالة عند مستوى معنوية (0.000) ومعامل ارتباط (0.991^{++})، (0.992^{++}) ما يعني أن موقع فيس بوك يحقق إشباعات متنوعة للمراهقات على النحو الذي يتوافق مع دوافع الاستخدام. الأمر الذي يؤشر ثبوت صحة فرض البحث، بوجود علاقة ارتباطية دالة بين دوافع استخدام المراهقات لموقع فيس بوك والإشباعات المتحققة منها.

النتائج والاستنتاجات:

- ١- مواكبة المراهقات للتقانات الحديثة في مجال الانترنت، قدر تعلق الأمر بمواقع التواصل الاجتماعي لاسيما موقع فيس بوك؛ نتيجة لارتفاع نسبة امتلاك المراهقات لصفحات في موقع فيس بوك، وعدم وجود تحفظ من عوائلهم، في ظل الاستخدام اليومي.
- ٢- لا يؤثر الاستخدام لموقع فيس بوك في التحصيل الدراسي للمراهقات، إذ إن رغبتهم في الاستخدام ليست كبيرة في العام الدراسي.
- ٣- انخفاض تفاعلية المراهقات مع محتوى موقع فيس بوك، إذ كان استخدامهن باتجاه التطلع أكثر من التعبير عن الآراء ووجهات النظر، وعلى الرغم من تنوع استخداماتهن إلا أن أغلب استخدامهن ينحصر بالتصفح.
- ٤- يسهم موقع فيس بوك في التأثير في آراء المراهقات وأفكارهن إزاء الموضوعات المختلفة، إذ إن معظم المراهقات تراوح مستوى ثقتهن بالمعلومات الواردة في فيس بوك بين متوسطة وعالية.
- ٥- يؤدي استخدام المراهقات لموقع فيس بوك إلى تعزيز الاندماج الاجتماعي، إذ إن معظمهن يمتلكن أكثر من حساب، ويخفين هويتهم الحقيقية باستخدام أسماء مستعارة، على النحو الذي يتيح لهن الولوج بحرية، والتواصل مع الآخرين، تلافياً للمضايقات التي يمكن يتعرضن لها، فضلاً عن أن ذلك يشير إلى الاستخدامات السلبية لهن عبر إخفاء هويتهم.
- ٦- غلبة الدوافع الطقوسية على الدوافع النفعية، نظراً لطبيعة مرحلة المراهقة التي يميل أفرادها إلى تحقيق التسلية والترفيه عن طريق الاستمتاع بالموسيقى، والغناء، والاهتمام بالأزياء، ومعرفة النصائح التي تختص بالبشرة والجمال، فضلاً عن الرغبة في إيجاد صداقات جديدة دون تدخل الآخرين، وتكوين علاقات مع النوع الاجتماعي الآخر، علاوة على حاجات المراهقات النفعية التي تنصب في خلق دور اجتماعي لهن، يتناسب مع المرحلة العمرية والسعي إلى تحقيق الذات عبر اكتساب المهارات والمعارف التي تعزز الثقة بالنفس والشعور بالاستقلالية.

- ٧- حقق موقع فيس بوك إشباعاً عاطفياً ومعرفياً، وإشباعاً تعنى بالاندماج الاجتماعي والاندماج الشخصي لدى المراهقات، إذ تنوعت الإشباعات المتحققة للمراهقات ما بين التسلية والترفيه التي جاءت في مقدمتها، واكتساب المعلومات والخبرات، وتخفيف الضغوط النفسية، فضلاً عن رفع المستوى الثقافي، وتكوين علاقات مع النوع الاجتماعي الآخر، والشعور بالثقة وحرية التعبير عن الرأي.
- ٨- صحة فرض البحث، بوجود علاقة ارتباطية دالة بين دوافع استخدام المراهقات لموقع فيس بوك والإشباعات المتحققة منها.

المراجع

- ريهام محمد أحمد عمران. (٢٠١٩). استخدام المراهقين لواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باكتسابهم بعض مهارات التواصل الاجتماعي، أطروحة دكتوراه. جامعة عين شمس، : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الاطفال.
- هدير محمد السعيد. (٢٠١٨). استخدام المراهقات للصفحات العاطفية بالفيس بوك والإشباعات المتحققة منه، أطروحة ماجستير. جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الاطفال.
- سمر فاروق غندر. (٢٠١٦). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها. مجلة كلية التربية النوعية، العدد ٣.
- منظمة الصحة العالمية. (٢٠١٩). تم الاسترداد من منظمة الصحة العالمية: http://www.who.int/topics/adolescent_health/ar
- عاطف عدلي العبد، و نهى عاطف العبد. (٢٠١٦). تأليف نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- داليا عبد الهادي جودة. (٢٠١٦). دوافع استخدام الجمهور المصري للمواقع الصحية على شبكة الانترنت والإشباعات المتحققة منها. جامعة القاهرة: كلية الإعلام،.
- حسن عماد مكاوي، و ليلي حسين السيد. (٢٠١٠). تأليف الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- محمد عبد الحميد. (١٩٩٧). تأليف دراسة الجمهور في بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد كامل سيد كامل. (٢٠١١). دور برامج الفتاوى بالفصائيات العربية في تلبية احتياجات عينة من المراهقين المصريين، رسالة ماجستير. جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الاطفال.
- إبراهيم سمير علي. (٢٠١٠). استخدامات الشباب المصري للدونات الإلكترونية، رسالة ماجستير. جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام.
- سوزان القليني. (١٩٩٨). تأليف الاتصال ووسائله ونظرياته. القاهرة: دار النهضة العربية.
- عاطف عدلي العبد، و نهى عاطف العبد. (٢٠١٦). تأليف نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- هه زار محمد جمال. (٢٠١١). علاقة ذوي الاحتياجات الخاصة العراقيين بالفصائيات والإشباعات المتحققة" رسالة ماجستير. معهد البحوث والدراسات العربية: قسم البحوث والدراسات الإعلامية.

هشام عبد الملك. (٢٠٠٧). دور إذاعة فلسطين في تلبية الاحتياجات الإعلامية للفلسطينيين المقيمين في مصر، رسالة ماجستير. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

(١) أسماء الخبراء المحكمون، وهم كل من:

- أ.م.د. ازهار صبيح غنتاب، كلية الإعلام، جامعة بغداد

- أ.م.د. علاء مصطفى، كلية الإعلام، جامعة بغداد

- أ.م.د. قاسم شعيب عباس، كلية العلوم السياسية، جامعة لنهرين.

References:

Atef Adly Al-Abed, and Nahaa Atef Al-Abed. (2016). Authoring Arab media theories and applications. Cairo: Dar Alfikr Alearabi.

Dalia Abdel Hadi Judeh. (2016). The Egyptian public's motives for using health websites on the Internet and the benefits achieved from them, Cairo University: Faculty of Media.

Hadeer Mohammed Al-Saeed. (2018). Adolescent girls' use of emotional pages on Facebook and verified gratifications, MA thesis. Ain Shams University: Institute of Postgraduate Childhood Studies, Department of Media and Children's Culture.

hah zar, Muhammad Jamal. (2011). The relationship of the Iraqi people with special needs to the satellite channels and the benefits achieved, MA Thesis. Institute for Arab Research and Studies: Department of Research and Media Studies.

Hassan Imad Makkawi, and Layla Hussein Al-Sayed. (2010). The authorship of communication and its contemporary theories. Cairo: aldaar almisriat allubnaniati.

Hisham Abdul Malik. (2007). The role of Palestine Radio in meeting the media needs of the Palestinians residing in Egypt, MA thesis. Cairo University: Faculty of Media.

Ibrahim Samir Ali. (2010). The Uses of Egyptian Youth for Blogging, MA Thesis. Ain Shams University: Faculty of Arts, Department of Communication and Media Sciences.

Mohamed Kamel Syed Kamel. (2011). The Role of Religious programs on Arab Satellite Channels in Meeting the Needs of a Sample of Egyptian Adolescents, MA Thesis. Ain Shams University: Institute of Postgraduate Childhood Studies, Department of Media and Children's Culture.

Mohammad. Abdulhammed, (1997), Author of an audience study in media research, Cairo: Alam Alkutub.

Reham Mohammed Ahmed Omran. (2019). Adolescents' use of social media and its relationship to providing them with some social communication skills, PhD thesis. Ain Shams University: Institute of Postgraduate Childhood Studies, Department of Media and Children's Culture.

Samar Farouk Ghandar. (2016). University youth use of social networking sites and the reports verified from them. Journal of the Faculty of Specific Education, Issue 3.

Suzan. Alqulaini, (1998), Communication authorship, methods, and theories, Cairo: Dar Alnahdha Alarabia.

World Health Organization. (2019). Retrieved from the World Health Organization: http://www.who.int/topics/adolescent_health/ar/