

استخدام المراهقات للصفحات العاطفية بالفيس بوك والإشباع المتحققة منها

أ. د. محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال قسم الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة

د. عمرو نخلة

مدرس الإعلام وثقافة الأطفال قسم الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة

هدير محمد السعيد عزيز الدين

الملخص

المقدمة: لم يعد الفيسبوك الآن وقفا على التعارف على الأصدقاء وإنشاء صداقات جديدة وتبادل المعلومات والأخبار بين مستخدميه فقط بل ظهرت صفحات متخصصة تلبي احتياجات ورغبات الملايين من رواد تلك الصفحات من مختلف الأعمار فتتوزع الصفحات من فنية ورياضية وإخبارية وفي ظل هذا ظهرت الصفحات العاطفية على الفيسبوك.

المشكلة: يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي "ما دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية بالفيسبوك والإشباع المتحققة منها؟"، وينبثق من التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية، تتمثل في ما دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية بالفيسبوك؟، وما الصفحات العاطفية الأكثر إقبالا من قبل المراهقات عينة الدراسة؟، وما أشكال التفاعل المصاحب للرسائل العاطفية التي تنشرها الصفحات العاطفية؟، وما الإشباع المتحققة من الصفحات العاطفية بالفيسبوك؟

الأهمية: تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية دراسة الصفحات العاطفية لمعرفة تأثيرها على المراهقين.

الأهداف: تهدف الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدامات المراهقات للصفحات العاطفية والإشباع المتحققة منها من خلال التعرف على الإشباع المتحققة من الصفحات العاطفية على الفيسبوك.

الجمهور: يمثل مجتمع الدراسة في المراهقات اللاتي يستخدمن موقع الفيسبوك على شبكة الانترنت بالصف الأول الجامعي.

العينة: تعتمد عينة الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الإناث، بالصف الأول الجامعي، وذلك بمحافظة القاهرة والمنوفية.

الأدوات: تعتمد الدراسة على استمارة استبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية.

النتائج: أن صفحة إحتواء جاءت في المرتبة الأولى كأكثر الصفحات العاطفية التي تفضلها المراهقات التعرض لها بالفيسبوك بنسبة، وفي المرتبة الثانية جاءت صفحة Feelings، وتشير نتائج الاختبارات الإحصائية إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية على الفيسبوك وتحقيق إشباع الحاجات العاطفية لديهم.

Female Adolescents' use of Emotional Pages in the Facebook and their Achieved Gratification

Introduction: With the proliferation of emotional pages Facebook started many Adolescents attention being help in satisfying emotional emptiness they have become sitting long hours in order to recognize the many emotional messages .

Problem: The study aims to identify the motives of adolescents Uses and gratifications of emotional Pages on facebook.

Importance: The importance of studying emotional facebook pages comes from that the impact of adolescent emotional pages and the gratifications result from.

Objectives: The main objective of the study is to observe adolescents uses of emotional Pages on facebook and the gratifications result from.

Type& Methodology: This study is a descriptive one and based on survey methodology .

Society: The study is in adolescents who use Facebook on the Web.

Sample: The study depends on a sample of 400 of adolescents.

Tools: Questionnaire form.

Results: The page e7waa ranked first as the most emotional pages favored by adolescent exposure to Facebook, and secondly came the page Feelings, and got page Masha3r on the third place, In the fifth place came the page of the rules of love forty, while in the sixth place came Habibi page, while the page hug came in seventh place, and in eighth place came the page with love, and the page God make it my share ranked ninth, and in the last place came a page koly melkk, One of the most important reasons for the feeling of the girls 'sample of the study' happiness in their romantic relationship after using Facebook, came talk to the lover longer than before ranked first, followed by second place (see the comments published, came made me closer to the beloved in the third place.

الدراسات السابقة:

١. دراسة بينيت (٢٠١٧) Bennett, C. L. W بعنوان الفيسبوك والمراهقات: دراسة التغيرات في نمط الاستجابة لضغوط الأقران المدركة لتشكيل علاقات عاطفية عبر الارتباط عن طريق صفحات الفيسبوك^(١) هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام المراهقات للفيسبوك وتكوين العلاقات العاطفية وتكونت عينة الدراسة من ٤٢ مفردة وقد استخدمت الدراسة منهج المسح، واستخدمت استمارة الاستبيان الالكترونية كأداة لجمع البيانات وطبقت الاستمارة على عينة من المراهقات من سن (١٤-١٧) سنة، وقد توصلت أهم النتائج إلى وجود علاقة متبادلة بين استخدام الفيسبوك والمشاعر العاطفية التي ينظر إليها بشكل عام على أنها مخصصة للعلاقات الرومانسية، وجود شكل من أشكال العلاقة بين استخدام الفيسبوك، وضغط الزملاء المتصور، والرغبة في المشاركة بشكل رومانسي مع شخص آخر.

٢. دراسة غالية زكى ناجى حسن (٢٠١٦) بعنوان استخدام المراهقين للمواقع الالكترونية الرسمية والإشباع المتحققة منها^(٢) هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام المراهقين للمواقع الالكترونية الرسمية والإشباع المتحققة منها وتكونت عينة الدراسة من ٥٠ مفردة واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على استمارة تحليل مضمون واستمارة استبيان، وتوصلت النتائج أن متوسط عدد الساعات التي تستخدم فيها المواقع الالكترونية الرسمية يوميا بلغ ٧٠,٥٠%، بواقع أقل من ساعة يوميا، من العينة (مستخدمي المواقع) تستخدم أحيانا المواقع الحكومية، جاءت الأغراض التعليمية في المرتبة الأولى التي تناولتها المواقع الالكترونية الرسمية.

٣. دراسة منا انجناس وزلدا ميلستروم (٢٠١٦) Minna Ingnas & Zeld Mellstrom بعنوان اختلاف الثقافات وعلاقته باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي^(٣) هدفت الدراسة التعرف على كيف يستخدم المستهلكون من مختلف الثقافات صفحات الشركات على الفيسبوك وكذلك معرفة إذا كانت هذه الشركات تطوع هذه الصفحات لتلائم عملاءها بثقافتهم المتباينة وقد تم اختيار صفحة شركة ZARA على موقع فيسبوك كعينة تحليلية وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بالعينة، واستخدمت استمارة تحليل مضمون كأداة لجمع البيانات، وتوصلت أهم النتائج إلى: يغلب على تعليقات المستهلكين الهنود على منشورات صفحة شركة ZARA الطريقة الرسمية بينما يعلق المستهلكون الأمريكيون بلهجة عامية ويمكن إرجاع ذلك لاختلاف كلا الثقافتين في احترام الدين والسلطة، يظهر المستهلكون الأمريكيون قدرا من انخفاض الثقة في المعلومات التي تنشرها الصفحة بينما يظهر المستهلكون الهنود قدرا كبيرا من تقبل المعلومات الجديدة في الصفحة.

٤. دراسة إيفاسك (٢٠١٦) Evasiuk بعنوان أثر استخدام الفيسبوك (بين المراهقات) على العلاقات العاطفية^(٤) هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام الفيسبوك (بين المراهقات) على العلاقات العاطفية، والغرض من هذه التجارب تسليط الضوء على تأثير الفيسبوك على الرومانسية والعلاقات الاجتماعية بشكل خاص. وكان التركيز من خلال هذه الدراسات على مستوى السعادة وتكونت عينة الدراسة من ١٢٤ كندية وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، واستخدمت استمارة استبيان عبر الإنترنت، وتوصلت أهم النتائج إلى أن استخدام الفيسبوك يمكن أن يؤثر على العلاقات الرومانسية حاليا، أن بعض الأفراد يشعرون بالسعادة في العلاقة العاطفية بالفيسبوك وأن هذه المشاعر مرتبطة بشكل إيجابي بالرضا عن العلاقة، أكثر من ٦٠,٧% يعانون من الغيرة في العلاقة العاطفية بالفيسبوك، في حين أن أكثر من ٥٤,٣% لم يعانون من الغيرة على الفيسبوك.

٥. دراسة الشيماء محمد احمد حسن (٢٠١٥) بعنوان تعرض المراهقين للصفحات

لم يعد الفيسبوك الآن وقفا على التعارف على الأصدقاء وإنشاء صداقات جديدة وتبادل المعلومات والأخبار بين مستخدميه فقط بل ظهرت صفحات متخصصة تلبى احتياجات ورغبات الملايين من رواد تلك الصفحات من مختلف الأعمار فتتنوع الصفحات من فنية ورياضية وإخبارية وفي ظل هذا ظهرت الصفحات العاطفية على الفيسبوك، فقد أصبحت الصفحات العاطفية في تزايد مستمر كما تزايد الاهتمام الجماهيري بالمشاركة فيها والتفاعل مع مضمونها خاصة أن غالبية المراهقين يعانون من الفراغ العاطفي، وتهتم معظم تلك الصفحات بطرح العديد من المشاكل والأزمات التي يعاني منها المراهقين، والتي تكون بيئة مناسبة لقطاع كبير من مستخدمي الفيسبوك من طلاب مدارس والجامعيين، لما تقدمه من عرض للاضطرابات النفسية والأزمات والمشكلات العاطفية لتلك الفئة العمرية.

مشكلة الدراسة:

يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي "ما دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية بالفيسبوك والإشباع المتحققة منها؟"، وينبثق من التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية، تتمثل في:

١. ما دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية بالفيسبوك؟
٢. ما الصفحات العاطفية الأكثر إقبالا من قبل المراهقات عينة الدراسة؟
٣. ما أشكال التفاعل المصاحب للرسائل العاطفية التي تنشرها الصفحات العاطفية؟
٤. ما هي الأوقات التي يفضل المراهقات الدخول فيها إلى الصفحات العاطفية بالفيسبوك؟

عينة الدراسة:

تعتمد عينة الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الإناث، بالصف الأول الجامعي، بجامعة عين شمس، وجامعة المنوفية، وجامعة ٦ أكتوبر.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي الذي يعد أكثر المناهج ملائمة لأغراض الدراسة فهو منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة لتدعيمها والوقوف على واقعها بصورة موضوعية تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها والمقارنة فيما بينها.

أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة على استمارة استبيان وذلك لجمع بيانات الدراسة الميدانية يتم تطبيقها على المراهقين عينة الدراسة من خلال المقابلة، للتعرف على مدى استخدام المراهقات للصفحات العاطفية بالفيسبوك والإشباع المتحققة منها، ويعد الاستقصاء باستمارة الاستبيان احد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جمع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدم، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر الباحثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.

فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية على الفيسبوك وتحقيق إشباع الحاجات العاطفية لديهم.
٢. توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية على الفيسبوك وتحقيق إشباع الحاجات المرتبطة بالتوافق الشخصي.

حدود الدراسة:

- ⊃ الحدود الموضوعية: يتحدد موضوع الدراسة في التعرف على استخدام المراهقات للصفحات العاطفية بالفيسبوك والإشباع المتحققة منها.
- ⊃ الحدود الزمنية: تم تطبيق الدراسة في الفترة من ١/ ٢/ ٢٠١٨ إلى ١/ ٣/ ٢٠١٨.
- ⊃ الحدود المكانية: إجراء الدراسة الميدانية في الجامعات المصرية (جامعة عين

الإيجابية ومستوى توافقه النفسي، وجود علاقة موجبة بين اتجاهات الطلاب نحو العلاقات العاطفية والتوافق النفسي والتحصّل الأكاديمي.

١٠. دراسة عبدالكريم صالح (٢٠١٣) بعنوان استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي^(١١) هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة الشباب العربي بمواقع التواصل الاجتماعي والكشف عن طبيعة الدوافع وحجم التأثير الناتج والمتمثل في الإشباع المتحققة منها وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي باستخدام صحيفة استقصاء طبقت على عينة من الشباب العربي في عشر دول عربية (مصر- السعودية- اليمن) وتوصلت أهم النتائج إلي: الشبكات الاجتماعية على الانترنت جاءت في مقدمة المواقع والتطبيقات التي يستخدمها الشباب العربي، الأنشطة التي يقوم بها المبحوثين أثناء استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي هي مشاهدة مقاطع الفيديو أو إرسال تعليقات حولها أو رفعها.

الإطار النظري للدراسة:

⊠ الصفحات العاطفية: هي مجموعة من الصفحات على الفيسبوك والتي تهتم بنشر البوستات والصور العاطفية والفيديوهات الرومانسية.

⊠ الفيسبوك:

١. تعريف اصطلاحي: هو أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة

الانترنت وعنوانه www.Facebook.Com وقد تم تصميمه لكي يسمح لمستخدميه بالتفاعل مع أصدقائهم حيث يقوم كل منهم بعمل بروفايل خاص به وتحميل الصور والرسائل وهو الأكثر انتشاراً في المنطقة العربية حالياً، كما أنه تم تأسيس موقع الفيسبوك من قبل مارك عام ٢٠٠٤^(١١).

٢. تعريف إجرائي: يعتبر الفيسبوك إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم وتعدد أغراضه فقد يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو قيادة حملات توعية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة والدعاية والإعلان.

⊠ الفيسبوك والمراهقون: من أسباب إقبال المراهقين والشباب على الفيسبوك أنه أصبح هو سيد الموقف بالنسبة لمخاطبتهم والمحرك لهم حيث يتيح لهم التواصل مع بعضهم البعض عن طريق طرح وتبادل الأفكار والآراء والملفات المرئية والسّمعية وغيرها كما أنه يتمتع بدرجة عالية من الحرية وسهولة الاستخدام وانخفاض التكلفة وسهولة التفاعل وحرية الانضمام ومرونة التحرك.^(١٢)

ويخاطب موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك احتياجات المستخدمين من المراهقين وهو ما يفسر قضايتهم وقتاً طويلاً في استخدام ذلك الموقع ورغم إن الخصائص لغالبية مواقع التواصل الاجتماعي متشابهة إلا أن الثقافات التي تنبع من هذه المواقع وأهدافها متعددة ومتنوعة فمنذ بداية ظهور وانتشار الفيسبوك وهي تجذب الملايين من المراهقين الذين يعدون تلك الموقع أحد الأنشطة اليومية المهمة في حياتهم.^(١٣)

كما أن الإقبال على هذا الموقع والتعلق به، خلق ظاهرة جديدة وهي إدمان استعمال الفيسبوك، حيث أنه له آثار جديدة على حياة المراهق بحيث يفقد الصلة بالواقع المعاش ويؤثر على عمله وعلاقته بالمحيطين به، مما يؤدي إلى ما يسمى بالعزلة الاجتماعية Socially Isolating، كما يتيح لمستخدميه المجال للهروب من عالمهم إلى عالم الفيسبوك وأن يعيش حياة رغيدة دون منغصات في عالم مفبرك بالكامل، وهناك شبه إجماع إن من أكبر سلبيات الفيسبوك مضيعة الوقت Wasting، التأثير على الصحة، نقص في النشاط البدني، وخلق فراغ بين عالم الانترنت (العالم الافتراضي) والعالم الحقيقي.^(١٤)

⊠ الإشباع المتحققة من موقع الفيسبوك: يتم استخدام الفيسبوك ومواقع شبكات مماثلة حول العالم من قبل الملايين من الأشخاص، ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع، يبحث الجمهور بنشاط عن وسائل الإعلام بطريقة موجهة نحو الهدف تسمح لهم بذلك إرضاء مجموعة واسعة من الاحتياجات، بعبارة أخرى،

الإسلامية على الفيسبوك وعلاقته بإكسابهم المعلومات الدينية^(٥) هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية الموجودة بالفيسبوك وعلاقته بإكسابهم المعلومات الدينية وتكونت عينة الدراسة من ٤٠٠ مفردة واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، معتمدة على استمارة استبيان واستمارة تحليل مضمون في جمع البيانات، وتوصلت أهم النتائج إلى أن المراهقين أفراد العينة يتعرضون للفيسبوك بمعدل مرتفع وذلك بنسبة ٦٣,٥%، أن الصفحات الدينية الإسلامية على الفيسبوك تأتي في مقدمة المصادر التي يحصل منها أفراد العينة على معلوماتهم الدينية وذلك بنسبة ٢٧,٢%، بينما يأتي التلفزيون في المرتبة الثانية وذلك بنسبة ٢١,١%.

٦. دراسة عبدالكريم زيانى وآخرين (٢٠١٥) Abdulkarim Ziani & Others بعنوان استخدامات الشباب الليبي والشباب البحريني للفيسبوك والإشباع المتحققة منها^(٦) هدفت الدراسة إلى التعرف على الاستخدامات والإشباع الناتجة عن استخدام الشباب الليبي والبحريني للفيسبوك وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، واستخدمت استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت أهم النتائج إلى أن التعرف على أصدقاء جدد، التسلية، التعبير بحرية عن الرأي يأتي في صدارة الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الليبي والبحريني للفيسبوك، يقوم الفيسبوك بسد حاجة الشباب الليبي والبحريني لإثبات الذات من خلال التعبير عن الآراء وخصوصاً السياسية.

٧. دراسة ريتشارد باسيليسكو وتشا كيونج (٢٠١٥) Richard Basilisco & Cha, Kyung بعنوان استخدامات الفلبينيين للفيسبوك والإشباع المتحققة منها وتأثير استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية والرضا^(٧) هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع المستخدمين الفلبينيين لاستخدام موقع الفيسبوك واثّر هذا الاستخدام على العلاقات الاجتماعية والرضا المعيشي وتكونت عينة الدراسة من ٢٤٣ مفردة وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، مستخدمة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات، وتوصلت أهم النتائج إلى: تعتبر دوافع استخدام الفلبينيين للفيسبوك هي البحث عن أصدقاء، البحث عن دعم اجتماعي، البحث عن التسلية، البحث عن المعلومات، البحث عن التأقلم، يوجد علاقة إيجابية بين توطيد العلاقات الاجتماعية واستخدام الفيسبوك حيث يتم توطيد العلاقات بالأسرة والأصدقاء عن طريق الفيسبوك.

٨. دراسة غادة جابر عبدالفتاح (٢٠١٤) بعنوان المشاهد العاطفية في الأفلام العربية وعلاقتها ببعض الأنماط السلوكية للمراهقين المعاقين ذهنياً^(٨) هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير المشاهد العاطفية التي يراها المعاق ذهنياً على سلوكه ومدى اندماجه عند مشاهدته تلك المشاهد وتكونت عينة الدراسة من ١٠٠ ولى أمر لأبناء بالمدرسة الفكرية ببناها وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الميداني واعتمدت على استمارة استبيان وتوصلت أهم النتائج إلى: جاءت رؤية المراهق ذوى الاحتياجات الخاصة للمشاهد العاطفية بمتوسط ٢,٠٣ أى أحياناً يشاهد المشاهد العاطفية، جاء تأثير المشاهد العاطفية على المراهق المعاق ذهنياً فأتضح أنها جاءت بمتوسط ٢,١١ أى أحياناً يتأثر المراهقين ذوى الاحتياجات الخاصة بالمشاهد العاطفية.

٩. دراسة رجاء عبدالله أحمد حمدانيل (٢٠١٤) بعنوان اتجاهات الطلاب نحو العلاقات العاطفية وعلاقتها بالتوافق النفسي والتحصّل الأكاديمي في ضوء بعض المتغيرات: دراسة ميدانية في بعض الجامعات السودانية^(٩) هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلاب نحو العلاقات العاطفية وعلاقتها بالتوافق النفسي والتحصّل الأكاديمي في ضوء بعض المتغيرات (النوع- الإقامة- التخصص الكليات) وتكونت عينة الدراسة من ٣٠٠ طالبا وطالبة، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، ولجمع البيانات استخدمت الدراسة مقياس اتجاهات الطلاب نحو العلاقات العاطفية بالإضافة إلى مقياس التوافق النفسي والمعدل التراكمي للطلاب، وتوصلت أهم النتائج إلى وجود السمة العامة للعلاقات العاطفية الطلابية

حاجاتهم مثل البحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم والتنمية، ومن هنا يختار الأفراد من مضامين وسائل الأعلام ما يتناسب مع رغباتهم وما يشبع حاجاتهم إلى الإعلام والتسلية والتعلم الاجتماعي.

يوضح كاتز وبلمر Katz & Blumler أن مدخل الاستخدامات والإشباع مشتقا أساسا من العوامل الاجتماعية والنفسية لاحتياجات الجمهور التي تؤدي إلى تشكيل توقعاته حول قدرة وسائل الإعلام والمصادر الأخرى في تلبية احتياجاته.^(١٩)

١. الافتراضات التي يقوم عليها مدخل الاستخدامات والإشباع:^(٢٠)

- الجمهور النشط فأعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف محددة تشبع احتياجاتهم.
 - استخدام وسائل الإعلام لإشباع الاحتياجات، حيث يقوم الجمهور باستخدام وسائل الإعلام المختلفة لإشباع احتياجاته وتحقيق أهداف محددة.
 - العوامل الاجتماعية والسيكولوجية، حيث تؤثر العوامل الاجتماعية والسيكولوجية كالفروق الفردية والظروف الاجتماعية، والمويل الفردية في سلوك الجمهور الاتصالي.
 - المنافسة بين وسائل الإعلام لتلبية احتياجات الجمهور، حيث تتنافس وسائل الإعلام لجذب انتباه الجمهور وإشباع احتياجاته.
٢. أهداف مدخل الاستخدامات والإشباع:^(٢١)
- السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
 - شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
 - الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.
 - الكشف عن الإشباع المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من خلال استخدامه لوسائل الإعلام.
 - الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الإعلام والإشباع الناتجة عن ذلك.
 - معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في استخدام وسائل الإعلام وإشباعاتها.

يكون للناس دور مهم في تقرير كيفية استخدام وسائل الإعلام المحددة ولماذا؟ بعد تحديد الهدف، يتخذ الشخص قرارا بناء على الاستخدام السابق لوسائل الإعلام بقصد تلبية احتياجات معينة والتي يمكن أن تشمل أشياء مثل الترفيه، والبحث عن المعلومات، والقتل، وأكثر من ذلك، ويشير روبين (١٩٩٤) إلى أن الهدف العام من نظرية الاستخدامات والإشباع هو شرح ماهية استخدام الشخص لوسائل الإعلام وتحفيزهم على الانخراط في وسيط واحد آخر لتلبية الاحتياجات.^(١٥)

عندما يتعلق الأمر بالإنترنت، قد يكون الدافع لاستخدام موقع معين على الإنترنت هو الحصول على معلومات أو محتوى يرتبط مباشرة بهذا الموقع حيث تسمح مواقع الشبكات الاجتماعية للمستخدمين بعرض معلومات عن أنفسهم وبدورهم، ومعرفة معلومات عن المستخدمين الآخرين وقد وجد أن الأهداف الرئيسية لطلاب الجامعات الذين شملهم الاستطلاع لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية كانت البقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى والبقاء على اتصال مع الأصدقاء الحاليين.^(١٦)

تأثير الفيسبوك على العلاقات الرومانسية: تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الرومانسية، فقد أظهرت نتائج البحوث الحديثة أن الفيسبوك يمكن أن يضر بالعلاقات الرومانسية بسبب الغيرة المتزايدة، ومراقبة الشركاء، فالغيرة داخل العلاقات الرومانسية تنبع من التهديدات الحقيقية أو المتصورة من طرف ثالث، ومن ضمن الحالات التي تؤدي إلى الغيرة في العلاقات الرومانسية على الفيسبوك ان الشريك يكشف عن اهتمام شخص آخر، وجود تفاعل مع شريك سابق، أو الحصول على الاهتمام من فرد خارج العلاقة.^(١٧)

ووفقا (Mod 2010)، يمكن أن تتأثر ديناميكيات علاقة الشخص بالإنترنت بالنشاطات النشطة مثل تغيير حالة العلاقة على الفيسبوك والتي اعتبرها بعض المشاركين خطوة إلى الأمام في العلاقة وأسفرت عن مشاعر السعادة نتيجة للتأكيد واليقين في العلاقة مع الشريك، بينما المشاركون الذين قرروا ترك حالة علاقتهم فارغة ذكروا مناقشة هذا القرار مع شركائهم وأن السبب الرئيسي في تركه فارغا هو الخصوصية.^(١٨)

مدخل الاستخدامات والإشباع: يمثل مدخل الاستخدامات والإشباع محاولة لتفسير طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام كمصدر هام وحيوي لإشباع حاجاتهم ومتطلباتهم، ووفقا لهذا المدخل الذي ينظر إلى الجمهور على أساس انه نشط وليس سلبيا يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام وليس العكس، أي أن الأفراد هم الذين يتحكمون في تعرضهم لوسائل الإعلام، فيقوم هذا المنهج على مبدأ أساسي هو أن الأفراد يستخدمون وسائل الأعلام لحل مشاكلهم وإشباع

نتائج الدراسة:

أهم أسباب حرص المراهقات عينة الدراسة المشاركة في الصفحات العاطفية على الفيسبوك:

جدول (١) أهم أسباب حرص المراهقات عينة الدراسة المشاركة في الصفحات العاطفية على الفيسبوك وفقا لنوع الجامعة

الترتيب	الدالة	قيمة كا ^٢ (chi ²)	الإجمالي		عين شمس		٦ أكتوبر		الجامعة		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢	غير دالة	٠,١٥٥٩	٣٣,١	١٢٤	٣٢,٦	٤٥	٣٤,٥	٤٠	٣٢,٢	٣٩	لتوضيح وجهة النظر في الموضوع
٤	غير دالة	٠,٠٣٤٨	١٢,٠	٤٥	١٢,٣	١٧	١٢,١	١٤	١١,٦	١٤	لتقديم بعض التجارب التي مرت بها
٥	غير دالة	٠,٠٣٤٩	٨,٣	٣١	٨,٠	١١	٨,٦	١٠	٨,٣	١٠	تعودت على الحوار وإبداء الرأي في هذه الصفحات
١	غير دالة	٠,٤٠٦٨	٣٥,٧	١٣٤	٣٤,٨	٤٨	٣٤,٥	٤٠	٣٨,٠	٤٦	لأنها تعبر عن حالتها العاطفية
٣	غير دالة	٢,٣٠٣٣	١٤,٧	٥٥	١٨,١	٢٥	١٣,٨	١٦	١١,٦	١٤	لإفادة الآخرين
			٣٧٥		١٣٨		١١٦		١٢١		جملة من سئلا

"لتقديم بعض التجارب التي مرت بها"، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٢,٠% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الخامس "تعودت على الحوار وإبداء الرأي في هذه الصفحات"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٨,٣% من إجمالي عينة الدراسة. توصلت دراسة اماندا لنهري (٢٠١٠) إلى أن ٩٣% من المراهقين يتفاعلون مع مواقع التواصل الاجتماعي ويشاركون فيها بأرائهم من خلال التعليقات ومشاركة الفيديوهات، ترى الباحثة أن المراهقات يفضلن المشاركة في الصفحات العاطفية على الفيسبوك لأنها تعبر عن حالتهم العاطفية في الترتيب

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب حرص المراهقات عينة الدراسة بالمشاركة في الصفحات العاطفية على الفيسبوك وفقا لنوع الجامعة، حيث جاء في الترتيب الأول من هذه الأسباب "لأنها تعبر عن حالتها العاطفية"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٥,٧% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني "لتوضيح وجهة النظر في الموضوع"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣,١% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث أيضا "لإفادة الآخرين"، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٤,٧% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الرابع

الأول، كما جاء التعود على الحوار وإبداء الرأي في هذه الصفحات في الترتيب الأخير.

٢ أكثر الصفحات العاطفية التي تفضلها المراهقات عينة الدراسة التعرض لها بالفيديو:

جدول (٢) أكثر الصفحات العاطفية التي تفضلها المراهقات التعرض لها بالفيديو وفقا لنوع الجامعة

الترتيب	الدالة	قيمة كا ^٢ (chi ²)	الإجمالي		المنوفية		عين شمس		٦ أكتوبر		الجامعة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤	غير دالة	٠,٠٠١٠	١٧,٣	٦٥	١٧,٤	٢٤	١٧,٢	٢٠	١٧,٤	٢١	صفحة
١	غير دالة	٠,٠٤٠٤	٦١,٣	٢٢٠	٦٠,٩	٨٤	٦٢,١	٧٢	٦١,٢	٧٤	بجك أوي
٥	دالة*	٨,٣٤٢١	١٣,٦	٥١	١٨,٨	٢٦	١٤,٧	١٧	٦,٦	٨	إحتواء
١٠	غير دالة	٢,٣٧٢٤	٢,٧	١٠	٤,٣	٦	١,٧	٢	١,٧	٢	قواعد العشق الأربعة
٨	غير دالة	٢,٦١٦٢	١٠,٩	٤١	١٠,١	١٤	١٤,٧	١٧	٨,٣	١٠	كلي ملك
٦	غير دالة	٢,٠٧٣٧	١٢,٣	٤٦	١٣,٨	١٩	٨,٦	١٠	١٤,٠	١٧	بعشك
٧	غير دالة	١,٤٣٧٠	١١,٧	٤٤	١٠,٩	١٥	١٤,٧	١٧	٩,٩	١٢	مجلة حبيبتى
٣	غير دالة	٥,٠٤٣٥	١٨,٤	٦٩	٢٣,٩	٣٣	١٧,٢	٢٠	١٣,٢	١٦	عناق
٩	غير دالة	٢,٧٢٤٩	٦,٧	٢٥	٦,٥	٩	٩,٥	١١	٤,١	٥	مشاعر
٢	غير دالة	١,٠٤٥٤	٤٥,٣	١٧٠	٤٨,٦	٦٧	٤٢,٢	٤٩	٤٤,٦	٥٤	ربى اجعله من نصيبي
			٣٧٥		١٣٨		١١٦		١٢١		Feelings
											جملة من سلوا

صفحة "مجلة حبيبتى"، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٢,٣% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السابع أيضا "عناق"، حيث جاءت بنسبة بلغت ١١,٧% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثامن صفحة "بعشك"، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٠,٩% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب التاسع أيضا "ربى اجعله من نصيبي"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦,٧% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب العاشر صفحة "كلي ملك"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢,٧% من إجمالي عينة الدراسة، ترى الباحثة أن صفحة "إحتواء" قد جاءت في الترتيب الأول، في حين جاءت صفحة "كلي ملك" في الترتيب الأخير.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر الصفحات العاطفية التي يفضلها المراهقات عينة الدراسة التعرض لها بالفيديو وفقا لنوع الجامعة، حيث جاء في الترتيب الأول من هذه الصفحات "إحتواء"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦١,٣% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني صفحة Feelings، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٥,٣% من إجمالي عينة الدراسة، جاء في الترتيب الثالث أيضا "مشاعر"، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٨,٤% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الرابع صفحة "بجك أوي"، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٧,٣% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الخامس صفحة "قواعد العشق الأربعة"، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٣,٦% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السادس

٢ أشكال مشاركة المراهقات عينة الدراسة أثناء متابعتهم للصفحات العاطفية على الفيديو.

جدول (٣) أشكال مشاركة المراهقات عينة الدراسة أثناء متابعتهم للصفحات العاطفية على الفيديو وفقا لنوع الجامعة

الترتيب	الدالة	قيمة كا ^٢ (chi ²)	الإجمالي		المنوفية		عين شمس		٦ أكتوبر		الجامعة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠,٤٨٤٣	٧٠,١	٢٦٣	٧١,٠	٩٨	٧١,٦	٨٣	٦٧,٨	٨٢	أشكال المشاركة
٦	غير دالة	٠,٢٩٢٥	٣,٥	١٣	٢,٩	٤	٣,٤	٤	٤,١	٥	إبداء إعجابى Like
٥	غير دالة	٠,١٠١٤	١٣,١	٤٩	١٣,٠	١٨	١٣,٨	١٦	١٢,٤	١٥	إحرص على إبداء الرأي وكتابة تعليقات
٤	غير دالة	٠,٨٦٦٢	١٦,٥	٦٢	١٥,٩	٢٢	١٤,٧	١٧	١٩,٠	٢٣	أقوم بالنشر على صفحتي
٢	غير دالة	٠,٤٠٢٢	٣٤,٤	١٢٩	٣٢,٦	٤٥	٣٤,٥	٤٠	٣٦,٤	٤٤	أقوم بالإرسال لأصدقائي على الفيديو
٣	غير دالة	٠,٤٥٤٦	٢٦,١	٩٨	٢٧,٥	٣٨	٢٦,٧	٣١	٢٤,٠	٢٩	أقوم بحفظ بعض البوستات والصور
			٣٧٥		١٣٨		١١٦		١٢١		اكتفى بالاطلاع فقط
											جملة من سلوا

أو إرسال تعليقات حولها أو رفعها، وترى الباحثة أن غالبية المراهقات عينة الدراسة يقومون بالإعجاب بالبوستات والصور العاطفية التي تنشر بالصفحات العاطفية بالفيديو حيث قد جاءت في الترتيب الأول، في حين جاء إبداء الرأي وكتابة التعليقات في المرتبة الأخيرة.

٣ أكثر الفترات التي تفضلها المراهقات عينة الدراسة للتعرض للصفحات العاطفية بالفيديو.

جدول (٤) أكثر الفترات التي تفضلها المراهقات للتعرض للصفحات العاطفية بالفيديو وفقا لنوع الجامعة

النوع	٦ أكتوبر		عين شمس		المنوفية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الفتيات	١١	٩,١	٦	٥,٢	١١	٨,٠	٢٨	٧,٥
صباحية	١٩	١٥,٧	١٧	١٤,٧	٢٣	١٦,٧	٥٩	١٥,٧
ظهيرة	٩	٧,٤	١٢	١٠,٣	١٦	١١,٦	٣٧	٩,٩
مسائية	٦٧	٥٥,٤	٥٨	٥٠,٠	٦٣	٤٥,٧	١٨٨	٥٠,١
سهرة	١٥	١٢,٤	٢٣	١٩,٨	٢٥	١٨,١	٦٣	١٦,٨
الفجر	١٢١	١٠٠	١١٦	١٠٠	١٣٨	١٠٠	٣٧٥	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٦,٠٠٩ درجة الحرية = ٨ معامل التوافق = ٠,١٢٥ مستوى الدلالة = غير دالة

حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يفضلون الفترة (الصباحية) لنصف الصفحة العاطفية بالفيديو من إجمالي مفردات عينة الدراسة

- Social Science, Lulea University of Technology, Lulea, Sweden.
4. Evasiuk, A. (2016). The Impact Of Facebook Use On Romantic Relationships Offline, MA Thesis, University of Lethbridge, Alberta.
٥. الشيماء محمد احمد حسن: تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية على الفيسبوك وعلاقته بإكسابهم المعلومات الدينية، رسالة ماجستير غير منشورة، (عين شمس، جامعة عين شمس معهد الدراسات العليا للطفولة قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٥).
6. Ziani, Abdulkarim& Mohamed Qudah& Abdalaziz Al Daihani. (2015). "Uses and gratifications realized for the Libyan and Bahraini youth through Facebook: A Field study". **Master**, Bahrain University, Bahrain.
7. Basilisco. Richard& Cha, Kyung Jin. (2015). "Uses and gratification motivation for using Facebook and the impact of Facebook usage on social capital and life satisfaction among Filipion users", **Master**, Keimyung University, Daegu, Korea.
٨. غادة جابر عبدالفتاح: المشاهد العاطفية في الأفلام العربية وعلاقتها ببعض الأنماط السلوكية للمراهقين المعاقين ذهنياً، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس معهد الدراسات العليا للطفولة قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٤).
٩. رجا عبدالله أحمد حمدانيل: اتجاهات الطلاب نحو العلاقات العاطفية وعلاقتها بالتوافق النفسي والتحصيل الأكاديمي في ضوء بعض المتغيرات: دراسة ميدانية في بعض الجامعات السودانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الجزيرة، كلية العلوم التربوية قسم علم النفس التربوي، ٢٠١٤).
١٠. عبدالكريم صالح: استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٣).
١١. محمد على البيسوني: دولة الـ Facebook، القاهرة، دار الشروق، ٢٠٠٩.
12. Susan C. Herring& Sanja Kapidzic. "Teen, gender, and self-presentation in social media", scientific article, international encyclopedia of social and behavioral science, 2nd edition. Oxford: Elsevier, (2015).
13. Danah M. Boyd, Nicole B. Ellison, (2007): "Social network sites: Definition, History and Scholarship", In **Journal of computer-Mediated communication**, Vol 13, No 1.
14. Schwartz, M, (2010): "The usage of facebook as it relates to narcissism, self- esteem and loneliness", **Doctor Dissertation**, Department of Psychology, Pace university, USA.
15. Richard Basilisco& Cha Kyung Jin. (2015), "Uses and gratification motivation for using facebook and the impact of facebook usage on social capital and life satisfaction", **International Journal of software engineering and its application**, Vol. 9, No. 4.
16. Catalina L. Toma and Jeffrey T. Hancock. (2013), "Self- Affirmation underlies Facebook use", **Personality and social Psychology Bulletin**, Vol. 39, No3.
17. Strickland, A. (2015). Exploring the Effects of Social Media Use on the Mental Health of Young Adults, **MA Thesis**, University of Central Florida: Orlando, Florida.
18. Evasiuk, A. (2016). The Impact Of Facebook Use On Romantic Relationships Offline, **MA Thesis**, University of Lethbridge, Alberta.

٧,٥%، بينما بلغت نسبة من يفضلون (فترة الظهيرة) في تصفح الصفحة العاطفية بالفيسبوك من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٥,٧%، وبلغت نسبة من يفضلون (الفترة المسائية) في تصفح الصفحة العاطفية بالفيسبوك من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٩,٩%، وجاءت نسبة من يفضلون (فترة السهرة) في تصفح الصفحة العاطفية بالفيسبوك من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥,١%، وبلغت نسبة من يفضلون (فترة الفجر) في تصفح الصفحة العاطفية بالفيسبوك من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٦,٨%، ترى الباحثة أن المراهقات عينة الدراسة يفضلون فترة السهرة للدخول على الصفحات العاطفية بالفيسبوك حيث يقومون بإرسال الرسائل والصور العاطفية إلى الشريك حيث وصلت النسبة إلى ٥,١% أي نصف عينة الدراسة، في حين حظيت الفترة الصباحية بأقل نسبة وهي ٧,٥%.

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية على الفيسبوك وتحقيق إشباع الحاجات العاطفية لديهم. جدول (٥) معامل ارتباط سبيرمان Spearman بين دوافع استخدام المراهقات عينة الدراسة للصفحات العاطفية وتحقيق إشباع الحاجات العاطفية لديهم

المتغير	دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية		
	العدد	قيمة سبيرمان	الدلالة
الحاجات العاطفية لديهم	٣٧٥	**٠,٣٩٣٥	دالة**

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط سبيرمان أتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين دوافع استخدام المراهقات عينة الدراسة للصفحات العاطفية على الفيسبوك، وإشباع الحاجات العاطفية لديهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان **٠,٣٩٣٥ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠١، وبالتالي فقد ثبت عدم صحة الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية على الفيسبوك وتحقيق إشباع الحاجات العاطفية لديهم.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية على الفيسبوك وتحقيق إشباع الحاجات المرتبطة بالتوافق الشخصي.

جدول (٦) معامل ارتباط سبيرمان Spearman بين دوافع استخدام المراهقات عينة الدراسة للصفحات العاطفية وتحقيق إشباع الحاجات المرتبطة بالتوافق الشخصي

المتغير	دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية		
	العدد	قيمة سبيرمان	الدلالة
الحاجات المرتبطة بالتوافق الشخصي	٣٧٥	**٠,٣٩٦٥	دالة**

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط سبيرمان أتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين دوافع استخدام المراهقات عينة الدراسة للصفحات العاطفية على الفيسبوك، وإشباع الحاجات المرتبطة بتوافق الشخصي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان **٠,٣٩٦٥ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠١، وبالتالي فقد ثبت صحة الفرض والذي ينص على أنه: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع استخدام المراهقات للصفحات العاطفية على الفيسبوك وتحقيق إشباع الحاجات المرتبطة بالتوافق الشخصي.

المراجع:

1. Bennett, C. L. W. (2017). Facebook and Teenagers: Investigating Changes of Perceived Peer Pressures for Romantic Relationship Involvement Based on Facebook Attachment, **PhD Thesis**, Walden University.
٢. عالية زكي ناجي حسن: استخدام المراهقين للمواقع الإلكترونية الرسمية والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، (عين شمس، جامعة عين شمس معهد الدراسات العليا للطفولة قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٦).
3. Minna Ingness& Zeld Mellström. (2016). "Communication on social media, cultural differences in communication on Facebook pages", **Master**, Department of Business, Administration, Technology and

19. McQuail, Denis (2005). *McQuail Mass Communication theory*. London: Sage Publication. p. 424.
20. Jennings Braynt, Susab Thompson. (2001). **Fundamentals of Media Effects**. Boston: McGraw Hill. p. 130- 131.
٢١. سهير عبدالحليم: علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦).