

دوافع استخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي

نور هان سعيد محمد مصطفى

الباحثة بدرجة الماجستير - قسم الإعلام

كلية الآداب - جامعة المنصورة

ملخص البحث:

استهدفت الدراسة تحديد دوافع استخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي وقياس معدل اعتمادهن على شبكات التواصل الاجتماعي وقياس مستوى انتباههن أثناء الاستخدام، واعتمدت الباحثة على نظريتي الاستخدامات والاشباع والاعتماد على وسائل الاعلام.

واستخدمت الدراسة منهج المسح الاعلامي والاستبيان كأداة لجمع البيانات على عينة من المراهقات في مصر اللاتي يتراوح أعمارهن بين (١٨-٢١) عامًا.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن حوالي نسبة (٩٢.٥%) من المراهقات يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي وان نسبة (٦٥.٥%) من المراهقات يقضين أكثر من ٣ ساعات فأكثر على شبكات التواصل الاجتماعي، كما أن أكثر من (٥٠%) من المراهقات لديهن مستوى انتباه قوى أثناء استخدامهن



لشبكات التواصل الاجتماعي، وأن نسبة (٧٠.٧٥%) من المراهقات عينة الدراسة كانت لديهن دوافع قوية لاستخدام شبكات التواصل ونسبة (٧%) فقط كانت دوافعهن ضعيفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تقارب النسب بين المراهقات ذوات معدل الاعتماد المرتفع بنسبة (٤٧.٥%) وذوات معدل الاعتماد المتوسط بنسبة (٤٦.٥%) في حين انخفضت نسبة المراهقات ذوات معدل الاعتماد المنخفض الى (٦%) فقط.

الكلمات المفتاحية:

(المراهقات - شبكات التواصل الاجتماعي - نموذج الاستخدامات والاشباع)



Motives of Teenage Girls' Use of Social Media□

Abstract

Study title: Motives for teenage girls' use of social Media

The study aimed to identify the motives of teenage girls for using social media networks, measure their level of dependence on social media networks, and measure their level of attention during use. The researcher relied on the theories of uses and gratifications and media dependence.

The study used the media survey method and the questionnaire as a tool for data collection on a sample of teenage girls in Egypt aged between (18-21) years.

Among the most important results reached by the study is that about (92.5%) of teenage girls use social media networks daily, and that (65.5%) of teenage girls spend more than 3 hours or more on social media networks. , As well as more than (50%) of teenage girls have a strong level of attention while using social media networks, and that (70.75%) of teenage girls in the study sample had strong motives for using social media networks, and only (7%) had weak motives for using social media networks. The percentages were close between teenage girls with a high dependence rate of (47.5%) and those with a medium dependence rate of (46.5%), while the percentage of teenage girls with a low dependence rate decreased to only (6%).(

Keywords:

adolescent girls - social networking - uses and gratifications model_

مقدمة:

نظراً للانتشار الذي تتميز به شبكات التواصل الاجتماعي وانخراط المراهقات وراء مايبث على تلك الشبكات وتأثير ذلك على اتجاهاتهن تسعى الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي؛ ومايترتب عليه من تأثير على اتجاهاتهن بالإضافة إلى تحليل التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة مدى تأثيرها على اتجاهات المراهقات.

ويلاحظ أنه قد حدث تغير اجتماعي بسبب التطور التكنولوجي الذي حدث في السنوات الأخيرة وظهرت وسائل الإعلام الجديدة، وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين فهي وسيلة للتثقيف والمعرفة وتبادل الثقافات والمعلومات ومن ناحية أخرى سيطرت على أوقات مستخدميها فأصبح الشباب وبصفة خاصة المراهقات يقضين أغلب أوقاتهم وراء شاشات الموبايل التي ساهمت في انقطاع التواصل بينهن وبالتالي أصبحت سلاح لهدم العلاقات الاجتماعية.

كما تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم مصادر المعلومات التي تتيح لمستخدميها التعرض للعديد من المضامين المتنوعة، وأيضاً تعمل على جعل المستخدم مصدراً للمعلومات وصانع محتوى عبر منصاتها المختلفة، ومع مرور الوقت تحولت شبكات التواصل الاجتماعي إلى منصات تهدف إلى الربح من خلال امتلاك الفرد قناة أو صفحة تمثله ممكناً عمل على إفراز نوع جديد من المؤثرين يطلق عليهم " مؤثرين " وهم أشخاص عاديون من عموم الشعب بمختلف ثقافتهم يقومون بإنتاج مقاطع الفيديو التي يعبرون فيها عن أنفسهم ليس فقط من خلال العرض الذاتي ولكن من خلال العرض الشبكي الذي يصل إلى العديد من الأشخاص في أماكن وأوقات مختلفة.^١

فبحسب موقع (تيلكوم فيو) بشهر مارس ٢٠٢٣ م أن عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بلغ ٤٦.٢٥ مليون خلال الشهر، ما يمثل نحو ٤١.٤% من

إجمالي تعداد البلاد، وتشير المعلومات الحديثة إلى تصدر مصر قائمة أول عشر دول على مستوى القارة الأفريقية في خدمات المعلومات الرقمية والإنترنت.^٢

يتضح من خلال مسح الدراسات السابقة العربية والأجنبية تنوع وتعدد الموضوعات البحثية التي تناولتها حيث شملت أنماطاً ودوافع استخدامات الشباب المصري لشبكة الانترنت، دوافع تعرض الشباب للانترنت والاشباعات المتحققة منها.

كما يتضح من خلال مسح الدراسات السابقة أنه توجد علاقة دالة إحصائية بين السن، واستخدام الإنترنت بدافع التسلية، ودوافع إقامة صداقات مع أشخاص آخرين، فكلما زاد السن قل استخدام الإنترنت بدافع التسلية ودافع إقامة صداقات مع أشخاص آخرين وتوجد علاقة دالة إحصائية بين التعليم، واستخدام الإنترنت بدافع التسلية ودافع إقامة صداقات مع أشخاص آخرين، فكلما زاد المستوى التعليمي قل استخدام الإنترنت بدافع التسلية ودافع إقامة صداقات مع أشخاص آخرين.

مشكلة الدراسة :

شبكات التواصل الاجتماعي من اهم العناصر التي تعمل على اشارة وتحريك المراهقات نحو كل ما هو جديد فى الحياة، وفي وقتنا الحالي يعتبر هو الركيزة الأساسية، التي تؤثر على اتجاهات المراهقات حيث أصبحت هي المنفذ الذي يتمكن من خلاله المراهقات من التعبير عن آراءهن وتكوين صداقات واكتساب المعلومات وتبادل الآراء والخبرات المختلفة وتتمثل مشكلة الدراسة فى التعرف على دوافع المراهقات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي فى أطار متغيرات النموذج المتكامل للإعتماد على وسائل الإعلام ونموذج الاستخدام والاشباعات.

أهمية الدراسة:

تأتى اهمية موضوع هذه الدراسة من أهمية الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي وصفحاتها المختلفة من اشارة وجذب المراهقات وتشكيل



اتجاهاتهن وتستمد أيضاً أهميتها من طبيعة فئة المراهقات داخل المجتمع التي ستصبح بعد عدة سنوات المرأة تشكل نصف المجتمع وتتجلبب النصف الآخر.

حيث أصبحت شبكات التواصل الإجتماعي هي الوسائط التي تستخدمها المراهقات كوسيلة للتواصل الاجتماعي وبناء علاقات وتبادل الخبرات، وتعد هذه الدراسة محاولة للكشف عن دوافع استخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة :

تم الرجوع إلى العديد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة والتي ساهمت في التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة الحالية وصياغتها بشكل دقيق.

١- دراسته (Amanda Tucker & Derrick Wirtz 2021) كشفت عن تأثير الاستخدام الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي على الرفاهية الذاتية والسعادة وذلك من خلال التعرف على اثار عملية المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدام الشركات محل الدراسة فيسبوك تويتر انستجرام على أحداث تأثير إيجابي أو سلبي، ومدى تأثير ذلك على الرضا عن الحياة وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية حيث تكونت عينة الدراسة من عينة قوامها ٧٧ مفردة من أفراد أبدوا استعداد القيام بالمشاركة وتم استخدام أداة الاستبيان الالكتروني من خلال ارسالها يومياً لمدة ١٠ ايام عبر البريد الالكتروني للمبحوثين، وكان من أهم النتائج أن هناك نوعان من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وهم الاستخدام السلبي والايجابي اما عن الاستخدام السلبي لشبكات التواصل الاجتماعي هو التمرير وتصفح منشورات الآخرين دون التفاعل معها وأن الاستخدام الإيجابي لهذه الشبكات يكون من خلال التصفح بالتواصل الدائم مع صاحب المنشور، وجاءت نتائج الدراسة بنسبة ٦٧% للاستخدام السلبي لهذه الشبكات وأن الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر سلباً على الرفاهية الذاتية من خلال زيادة التأثير

السلبى وتقليل التأثير الإيجابى كما أكدت الدراسة على التأثير السلبى لشبكات التواصل الاجتماعى على الرضا عن الحياة وتقدير الذات وذلك لزيادة معدلات المقارنة الصاعدة مع المنشورات والصور التى تعكس نمط حياة إيجابى طوال الوقت عكس الواقع الفعلى الذى يعيشه المبحوثين.

٢- دراسة (Scully, M., Swords, L., & Nixon, E (2020) ، والتى سعت الى رصد التأثيرات الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعى على الفتيات المراهقات من حيث المساحة النفسية والعقلية من خلال التعرف على تأثير تصفح المنشورات الخاصة بالمظهر عبر الفيسبوك على الرضا الجسدى وصورة الجسد فى اطار عملية المقارنة الاجتماعية واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة على ٢١٠ من الفتيات من عمر ١٥ - ١٦ عام من خلال توزيع استمارة استجابة الالكترونية ومن اهم نتائج الدراسة يحدث عدم الرضا الجسدى لدى الفتيات نتيجة الوقت الذى يتم قضاءه فى المقارنات الاجتماعية والذي يزيد بزيادات ساعات التصفح لصور النساء عبر الفيسبوك وتلعب المقارنات الاجتماعية التصاعدية دوراً كبيراً فى أحداث تأثيرات سلبية على المراهقات حيث يعمل التعرض المستمر للصورة المثالية للنساء عبر منشورات الفيسبوك إلى تقييمات أقل لتقبل الذات وذلك لوجود ترددات بين مظهر هؤلاء النساء ومظهر بالإحباط وعدم الرضا.

٣- دراسة منال محمد بن حمد الناصر (٢٠١٩م) بعنوان: تأثير وسائل التواصل الاجتماعى على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بمدينة الرياض" وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعى فى العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى الطلبة، ومعرفة دوافع الاستخدام المتغيرات السورىة فى استخدام وسائى التواجد العينة البا وقال هنية عالية وتم تحدد أسعار الاسد العادات الجمع البيانات والمعلومات، وتوجهات الدراسة إلى كثرة استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي لدى الطلاب، فهناك نسبة من الطلاب حصول أكثر من خمس ساعات خلال الفترة المسائية، كما ظهرت النتائج أن هناك تداين في تأييد الأب و الأم و الأخوة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، امثال محمد بن حمد الناصر.

٤- دراسة هدير محمد (٢٠١٨)^٦ بعنوان: استخدام المراهقات للصفحات العاطفية بالفيسبوك والإشباع المتحققة منها، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدامات المراهقات للصفحات العاطفية والإشباع المتحققة منها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتمثلت عينة الدراسة العمدية في (٤٠٠) مفردة من الإناث بالصف الأول الجامعي في ٣ جامعات (عين شمس، المنوفية، أكتوبر)، وتم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات، ومن أهم النتائج جاءت أهم أسباب حرص المراهقات على المشاركة في الصفحات العاطفية على الفيسبوك (لأنها تعبر عن حالتها العاطفية في المرتبة الأولى، تليها توضيح وجهة النظر في الموضوع في المرتبة الثانية، تليها في المرتبة الثالثة لإفادة الآخرين.

٥- دراسة (2018) Peerayuth Charoensukmongkol^٧ حدثت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومن المراهقين الانخراط في المقارنة الاجتماعية وحسد وتأثير عملية المقارنة الاجتماعية والحسد الناتج على التعرض لشركات التواصل الاجتماعي على علاقة المراهقين بإبائهم وتم استخدام نظرية المقارنة الاجتماعية كإطار نظري للدراسة واعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني على عينة كرة الثلج قوامها ٢٥٠ مفردة من المراهقين الذين يتراوح أعمارهم بين ١٣ ل ١٩ عام وذلك باستخدام الآت الاستبانة الإلكترونية لجميع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة وجود علاقته إيجابية بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ لدى

المراهقين الذين قارنوا علاقاتهم مع أطفال والمراهقين من أقرانهم من الذي تميز العلاقة بأنها إيجابية من خلال عرضها بشكل يميل إلى السعادة عبر الصور المشهورة المنشورة على حساباتهم الشخصية كما اشرت النتائج إلى تأثير عملية المقاومة الاجتماعية الصاعدة على السلوكيات هؤلاء المراهقين مع آبائهم حيث عبر المراهقون عن أن الخلاف المستمر مع الآباء يكون في المقام الأول بغرض الحصول على أشياء جديدة للقدرة على التنافس مع أقرانهم.

٦- دراسة نجوى عبدالسلام (٢٠١٨)، عن أنماط ودوافع استخدامات الشباب المصري لشبكة الإنترنت، استهدفت الدراسة التعرف على الاستخدامات المختلفة لشبكة الإنترنت من الشباب المصري الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨-٣٥ عام، وهم يشكلون طلاب المرحلة الجامعية، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع وأنماط وكثافة استخدام الإنترنت، وعلاقة هذا الاستخدام بعدد من المتغيرات مثل: النوع والسن، والتعليم، والتخصص الدراسي، والحصول على دورات تدريبية في كيفية استخدام الإنترنت، وتوصلت الباحثة إلى عدة نتائج منها: توجد علاقة دالة إحصائية بين السن، واستخدام الإنترنت بدافع التسلية، ودوافع إقامة صداقات مع أشخاص آخرين، فكلما زاد السن قل استخدام الإنترنت بدافع التسلية ودافع إقامة صداقات مع أشخاص آخرين وتوجد علاقة دالة إحصائية بين التعليم، واستخدام الإنترنت بدافع التسلية ودافع إقامة صداقات مع أشخاص آخرين، فكلما زاد المستوى التعليمي قل استخدام الإنترنت بدافع التسلية ودافع إقامة صداقات مع أشخاص آخرين.

٧- دراسة أفنان طلعت (٢٠١٥)^٨ بعنوان "استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها علي علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية" استهدفت الدراسة التعرف علي أسباب إقبال الشباب علي استخدام الشبكات الاجتماعية

ومعرفة الإشباع التي تحققت نتيجة استخدامها ، كما اهتمت بمعرفة العلاقة بين استخدام هذه الشبكات وتبادل الخبرات المجتمعية ، وذلك من خلال نظرية التعلم الاجتماعي والاستخدامات والإشباع ونموذج الاتصال الأسري ونظرية الحضور الاجتماعي ، وقد طُبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة وقد انتهت إلي أن الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التواصل مع المعارف والأصدقاء و إشباع الدوافع الاجتماعية لهم وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن موقع الفيس بوك بالمركز الأول في الأهمية بنسبة ٩٤.٨% ودافع الحصول علي المعلومات في المركز الثاني بنسبة ٦٣.٣%.

٨- دراسة محمد فتحي توفيق الصائغ (٢٠١٥) ^٩ عن "استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب (YouTube) والإشباع المتحققة منها"، واهتمت الدراسة برصد وتحليل استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب ومدى اشباعه لحاجتهم ،وتحديد وتحليل دوافع استخدام الشباب المصري ، وكذلك معرفة ترتيب اليوتيوب بين شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى من حيث كثافة الاستخدام وتقييم تفاعل الشباب المصري معه ، وتعتبر من الدراسات الوصفية حيث اعتمدت على منهج المسح بالعينة ، حيث أجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها ٣٠٠ مبحوث من الشباب المصري بين ١٨ الى ٣٤ عام ، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى ارتفاع معدل تعرض الشباب المصري لموقع اليوتيوب لنسبة تصل الى (٩١.٣%) ، كما جاءت الإشباع العاطفية بالمرتبة الأولى من الإشباع المتحققة ويليها الإشباع الاجتماعية بالمرتبة الثانية.

٩- دراسة سعيد الغريب النجار (٢٠١٤) ^{١٠} عن "دوافع تعرض الشباب الجامعي البحريني للإنترنت والإشباع المتحققة " ، هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام طلاب الجامعات للإنترنت والإشباع المتحققة منه ، والتعرف على المواقع وأنواع المعلومات المفضلة لديهم ، واعتمدت

الدراسة على منهج المسح بالعينة فهي تعد من الدراسات الوصفية ، حيث أجريت على عينة عمدية قوامها (٣٠٠) طالب ، وتوصلت الدراسة إلى أن الاشباكات المتحققة للطلاب تمثلت في زيادة المعارف والمدارك العامة نتيجة استخدامهم للإنترنت ، كما أكدت على ارتفاع معدل تعرض الشباب البحريني للإنترنت.

واستفادت الباحثة من مراجعة الدراسات السابقة فيما يلي:

- وضع تصور عام للدراسة.
- تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها وعمل الإطار النظري.
- صياغة التساؤلات.
- تحديد المنهج والأدوات المناسبة، وتحديد الأساليب الإحصائية الملائمة للدراسة في التعامل مع النتائج وتفسيرها.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد الدراسة في بنائها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباكات ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام والتي تتمثل في التأكيد على أن وسائل الاعلام ليست هي التي تحدد للجمهور الرسائل الإعلامية التي يجب أن يتلقاها، بل أن الجمهور نفسه هو الذي يقوم بتحديد وسائل الاعلام التي يريد التعرض لها ويحدد ايضا طبيعة المضمون الذي يتعرض له داخل هذه الوسيلة وذلك بناء على ما يتوقعه من هذا المضمون ان يشبع حاجاته.

اولاً: نظرية الاستخدامات والإشباكات:.



تقوم نظرية الاستخدامات والاشباع على فرض أساسي مفاده أن للفرد دوراً إيجابياً في عملية الاتصال، بسبب وجود دوافع وحاجات تدفعه لاستخدام وسائل الاتصال لإشباعها، حيث يرى مدخل الاستخدامات والاشباع أن الفرد هو المسؤول عن اختيار وسيلة الاعلام التي تشبع احتياجاته، وعندما تحقق الوسيلة الاشباع^٣ المتوقعة، فإنه يستمر في استخدامها.^{١١}

كما ينظر بعض الباحثين الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نطاق جماهيري واسع كباعث جديد للاهتمام بنموذج الاستخدامات والاشباع الذي يهتم بالاحتياجات النفسية والاجتماعية للجمهور على أساس أن الجمهور نشط وفعال وانتقائي في استخدامه لوسائل الاتصال الجماهيري بهدف اشباع رغباته النفسية والاجتماعية فالجمهور وفق هذا النموذج مبادر في استخدام الوسيلة لتحقيق أهداف اتصالية من جهة واشباع حاجات ورغبات اجتماعية وثقافية تنجم عن هذا الاستخدام من جهة أخرى.^{١٢}

من أهداف نظرية الاستخدامات والاشباع:.

١- معرفة كيفية اختيار الجمهور للوسيلة الإعلامية التي تشبع حاجاته باعتبار أنه جمهوراً نشطاً، حيث كانت النظريات القديمة تعتمد على أن الجمهور يتلقى الرسائل الاعلامية كما هي حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عن أيسر طريقة لإشباع حاجاته، وبناءً على نظرية الاستخدامات والاشباع، أصبح جمهور وسائل الاتصال يدرك وذلك باعتباره نشطاً يختار التعرض للوسائل التي تلبي احتياجاته والمحتوى الذي يناسب توقعاته.

صنفت الاشباع الى: ١٣.

١- الاشباع التوجيهية: وتتمثل في حصول أفراد الجمهور على معلومات مفيدة وجديدة، وذلك باكتساب مهارة ما.

٢- الاشباكات الاجتماعية: هي علاقة الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية وزيادة الترابط والتواصل معهم، سواء أقارب أو أصدقاء، كالتحدث معهم ومشاركتهم المناسبات المختلفة.

٣- الاشباكات المتعلقة بالمحتوى: يقصد بها مدى اشباع الفرد بالمحتوى المستخدم داخل وسائل الاعلام.

٤- الاشباكات العملية: تتحقق عند اختيار الأفراد لوسيلة تواصل معينة، تنقسم الى:.

٥- اشباكات شبه توجيهية: هي مكمل للاشباكات التوجيهية، ولكنها تتمثل في المتعة وتجديد النشاط.

٦- اشباكات شبه اجتماعية: هي مكمل للاشباكات الاجتماعية، كاستخدام وسائل الاتصال لعدم الشعور بالوحدة والملل.

الاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشباكات:.

لا تزال هناك نظريًا وعمليًا تساؤلات يطرحها باحثو ندخل الاستخدامات والاشباكات، وهي دوافع استخدام الأفراد وسيلة معينة و الإشباكات المتحققة من التعرض، ومع استخدام الأدوات التقليدية في قياس الدوافع والاشباكات وظهور وسائل اتصال جديدة أصبح من الضروري تحديث النماذج النظرية للمدخل، بحيث تلتصق المفاهيم الجديدة التي فرضتها وسائل الاعلام الحديثة مثل التفاعلية والتفتت الجماهيرى واللا تزامنية حتى يكون هناك نظرية محدثة داخل علم الاعلام الجديد تواكب التطور في السياق الثقافي والاجتماعى والنفسى في المجتمع، ومن ثم يكون المدخل أكثر فائدة في القرن الواحد والعشرين.^{١٤}

بالإضافة إلى أن سمة البحث العلمى هي التراكم والتواصل، لذا فمن الصعب أن نجد توقفًا أو بداية مفاجئة لاتجاهات بحثية معينة، إلا أن القضايا المطروحة للبحث والدراسة في المجالات المختلفة عرضة للتطور بفعل عوامل عديدة.^{١٥}



ومن أسباب تطبيق النظرية على الدراسة الحالية:

إن مدخل الاستخدامات والاشباع من المداخل النظرية التي تتعامل مع الجمهور على أنه نشطاً وليس سلبيًا فهي تفسر دوافع استخدام الافراد لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة وللوسائل الإعلامية بصفة عامة حيث أن الفرد من خلالها يسعى إلى استخدام الوسائل الإعلامية بما يخدم ويشبع احتياجاته وذلك بشكل هادف وفعال.

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:.

بعد البحث في التراث العلمي المتعلق بموضوع الدراسة، وجدت الباحثة أن "نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام" مدخل دراسي يتوافق مع أهداف الدراسة؛ حيث تتكامل تلك النظرية مع الدراسة بتحديد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المعرفة لدى المراهقات، والتي تساعدن في تكوين رأيهن وزيادة وعيهم بمختلف الأمور، وقد تم اختيار تلك النظرية لتتكامل مع أهداف البحث في تناول الموضوع، إذ تحدد كيفية استخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي، ومقارنتها بالمعلومات المتزنة مسبقاً داخل ذاكرة المراهقة، لتكوين اتجاه ورؤية معينة عن موضوع البحث.^{١٦}

يقوم مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام على الفروض الآتية:.^{١٧}

١- تختلف درجة اعتماد الأفراد فيما بينهم على وسائل الإعلام؛ فالجمهور المهتم بقضية معينة يكون أكثر اعتماداً وتركيزاً على ما تقدمه وسائل الإعلام حول القضية نفسها عن غيره من الجماهير مثل الجمهور الرياضي، وكذلك يمكن أن يحدد الاختلاف في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام تبعاً للاختلافات في المتغيرات الديموغرافية للجمهور.

٢- إن درجة استقرار المجتمع تؤثر على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، كما يفترض المدخل أن طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور تؤثر على اختلاف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام .

٣- يقل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية، كلما توافرت لديهم مصادر بديلة تمكنهم من الحصول على المعلومات المطلوبة.

أبعاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام .:

ترتبط نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمجموعة من الأبعاد تتمحور حول الأهداف التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من وراء هذا الاعتماد، وتتحدد تلك الأبعاد فيما يأتي:^{١٨}

١- فهم الذات Self-Understanding: أي إدراك الذات، مثل التعلم، والحصول على الخبرات، وتشمل تقدير الذات، والقيم، والاتجاهات الخاصة بالفرد.^{١٩}

٢- الفهم الاجتماعي Social Understanding: أي معرفة العالم والمجتمع وإدراك الشخص دوره فيه.

٣- اتخاذ الفعل Orientation Action: أي كيفية التعامل مع المواقف الجديدة والصعبة.

٤- توجيه التفاعل Interaction Orientation: أي إدراك العلاقة بين عناصر المجتمع المختلفة ومدى التفاعل بينهم.^{٢٠}

٥- الترفيه الاجتماعي Social play: وهو مشاهدة فيلم أو قضاء وقت أمام التلفزيون مع العائلة أو الأصدقاء.^{٢١}

٦- الترفيه الانعزالي SolarCity Play: وهو الراحة أو الجلوس منفرداً، أو فعل شيء ما يمنع الفرد وحده.



الركائز التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام : يرتبط مفهوم تأثير أي وسيلة إعلامية (تتبع نظاما اجتماعيا ما) في أفراد المجتمع عموما، بمرتكزين رئيسيين قدمتهما نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام؛ هما:^{٢٢}

كلما تنوعت وظائف المعلومات لمصادر وسائل الإعلام من حيث العدد والتركيز، تنوعت درجات اعتماد الجمهور عليها في الحصول على المعلومات.^{٢٣}

وتهدف الدراسة الحالية الى:.

- ١- التعرف على كثافة استخدام المراهقات في مصر لشبكات التواصل الإجتماعي.
- ٢- التعرف على مستوى اعتماد المراهقات على شبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات.
- ٣- التعرف على مستوى إنتباه المراهقات في مصر اثناء استخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي.
- ٤- التعرف على مستوى إدراك المراهقات في مصر لمضمون شبكات التواصل الإجتماعي.
- ٥- التعرف على دوافع استخدام المراهقات في مصر لشبكات التواصل الإجتماعي.

تساؤلات الدراسة:.

- ١- ما كثافة استخدام المراهقات في مصر لشبكات التواصل الإجتماعي ؟
- ٢- ما مستوى إعتداد المراهقات في مصر على شبكات التواصل الإجتماعي؟

٣- ما مستوى إنتباه المراهقات فى مصر اثناء إستخدام شبكات التواصل الإجتماعى؟

٤- ما مستوى إدراك المراهقات فى مصر لواقعية مضمون شبكات التواصل الاجتماعى؟

٥- ما دوافع إستخدام المراهقات فى مصر لشبكات التواصل الإجتماعى ؟

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة تحديد الخطوات المنهجية التى اتبعتها فى إعداد هذه الدراسة حيث تتضمن: منهج الدراسة، وأسلوب اختيار العينة وجمع البيانات، والأساليب الإحصائية المستخدمة.

نوع الدراسة:

تنتمى الدراسة للدراسات الوصفية التى تستهدف البحث ومعرفة استخدامات المراهقات وتأثير ذلك الاستخدام، ومعرفة المكونات المعرفية والوجدانية والسلوكية لإتجاهاتهن نحو الحياة الزوجية.

ولدراسة هذا بشكل دقيق تم إستخدام منهج المسح الميدانى وذلك بإجراء استبيان رأى عينة من المراهقات فى مصر.

وقد تم إتباع الخطوات العلمية فى إستبيان الرأى الذى تم تطبيقه على عينة من المراهقات بدءاً بتحديد مجتمع البحث وعينة البحث وعينة الدراسة ثم تحديد البيانات المطلوب جمعها وتم تصميم نموذج لإستمارة الإستبيان واختبارها وتحكيمها، وتم تطبيقها على المراهقات فى مصر عينة الدراسة وتم جمع البيانات وتحليلها إحصائياً وتفسير النتائج وربطها بنتائج الدراسات السابقة.



منهج الدراسة :

تعتمد الدراسة على المنهجين التاليين ::

١- منهج المسح ويهدف إلى مسح وتحليل استخدامات ودوافع تعرض المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي والأشباع المتوقعة والأشباع المتحققه والمكونات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

أدوات جمع البيانات:

تعتمد الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث تطبق الدراسة الميدانية على عينة من المراهقات من مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في المراهقات اللاتي يتراوح اعمارهن بين (١٨-٢١) عام.

عينة الدراسة:

طبقت الدراسة الميدانية على عينة من المراهقات اللاتي يتراوح اعمارهن بين (١٨-٢١) عام، وتم تحديد عدد أفراد العينة ليشمل ٤٠٠ مفردة.

التعريفات الإجرائية:

المراهقات: يقسم بعض العلماء المراهقة إلى ثلاث مراحل كالتالي:

١- مرحلة المراهقة المبكرة ١٢، ١٣، ١٤ سنة وهي توازي مرحلة التعليم الإعدادي.

٢- مرحلة المراقبة الوسطى ١٥، ١٦، ١٧ سنة وهي توازي مرحلة التعليم الثانوي.

٣- مرحلة المراقبة المتأخرة ١٨، ١٩، ٢٠، ٢١ سنة وهي توازي مرحلة التعليم الجامعي.

وترجع أهمية مرحلة المراقبة إلى كونها مرحلة دقيقة فاصلة من الناحية الاجتماعية، إذ يتعلم فيها المراهق تحمل المسؤوليات الاجتماعية.^{٢٤}

وتعرف الباحثة المراهقات على أنهن الفتيات في مرحلة التعليم الجامعي فهي فترة بين (١٨-٢١) عام، وهي الفترة التي تنتقل فيها المراقبة الى مرحلة النضوج العقلي والفكري والجسدي وتكون قادرة على تحمل المسؤولية وإتخاذ قرارات مصيرية بشأن حياتها الخاصة.

شبكات التواصل الإجتماعي: هي شبكات إلكترونية ذات طابع تواصل اجتماعي مكونة واقعاً افتراضياً لجميع الفئات الاجتماعية خاصة الشباب محاكيا للواقع الطبيعي على الأرض بعد أن أصبح هذا الواقع المثال، مكونة تجمعات من البشر من مختلف الأعمار والأجناس من كافة دول العالم لهم اهتمامات ونشاطات مشتركة وتقوم بتبادل الآراء ووجهات النظر، الأمر الذي يكسبهم معرفة وإدراكا وفهما ووعياً اجتماعيا وثقافياً وسياسياً واقتصادياً.^{٢٥}

وتعرف الباحثة شبكات التواصل الإجتماعي: هي وسائل الإعلام والاتصال الجديدة فهي عبارة عن مواقع وصفحات تتصفحها المراهقات فهي منافذ العبور بين الحياة الواقعية والحياة الافتراضية التي تتيح عن طريق أدواتها التواصل بين مستخدميها ومشاركة الأفكار والمعتقدات والمشاعر وتسهم في تغيير البناء المعرفي والوجداني والسلوكي للفرد وخاصة المراهقات.



نتائج الدراسة

الاجابة على تساؤلات الدراسة..

اشارت اجابات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من المراهقات عينة الدراسة على اسئلة صحيفة الاستبيان واستجاباتهن لبنود المقاييس التي تضمنتها هذه الصحيفة لتجيب على تساؤلات الدراسة على النحو التالي:.

١- كثافة استخدام المراهقات لوسائل لشبكات التواصل الاجتماعي

• عدد أيام الاستخدام خلال الأسبوع

يوضح الجدول رقم (١) ارتفاع كثافة الاستخدام الاسبوعي للمراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي حيث سجل الاستخدام اليومي (٩٢.٥%) في حين انخفضت نسبة الاستخدام في (بعض أيام الاسبوع) إلى (٦.٨%) والى (٠.٨%) لمن تستخدمنا شبكات التواصل الاجتماعي (يومًا واحدًا فقط).

جدول رقم (١)

عدد الأيام التي يستخدم فيها المراهقات شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأسبوع

عدد أيام الاستخدام خلال الاسبوع	ك	%
يوم واحد فقط	٣	٠.٨%
بعض أيام الاسبوع	٢٧	٦.٨%
يوميًا	٣٧٠	٩٢.٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن نسبة كبيرة من المراهقات يقضين أيام كثيرة خلال الأسبوع في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مما يجعل شبكات التواصل الاجتماعي أداة قوية للتأثير عليهن وتوصيل المعلومات اليهن ويجعل استجاباتهن مع شبكات التواصل الاجتماعي كبيرة جدًا.

• مدة استخدام لشبكات التواصل الإجتماعي في كل مرة

اشارت نتائج الدراسة إلى أن (٦.٨%) من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي أقل من ساعة في كل مرة و(٢٧.٨%) يستخدمونها من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات وأن (٦٥.٥%) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي ثلاث ساعات فأكثر خلال اليوم وذلك وفقا كما هو موضح بالجدول التالي:.

جدول رقم (٢)

مدة استخدام لشبكات التواصل الإجتماعي في كل مرة

مدة الاستخدام في كل مرة	ك	%
أقل من ساعة	٢٧	٦.٨%
من ساعة – أقل من ٣ ساعات	١١١	٢٧.٨%
٣ ساعات فأكثر	٢٦٢	٦٥.٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن نسبة كبيرة من المراهقات يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في كل مرة (أكثر من ثلاث ساعات) وهذا يوضح أن شبكات التواصل الاجتماعي تشغل أغلب أوقات المراهقات، مما يجعلها لديها القدرة في التأثير على المراهقات.

• عدد مرات الاستخدام خلال اليوم :

• اشارت نتائج الدراسة إلى أن (٤%) من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي مرة واحدة فقط خلال اليوم و(٨٠.٥%) يستخدمونها مرتين و(٨٧.٥%) يستخدمونها أكثر من مرتين وذلك وفقاً كما هو موضح بالجدول التالي:.

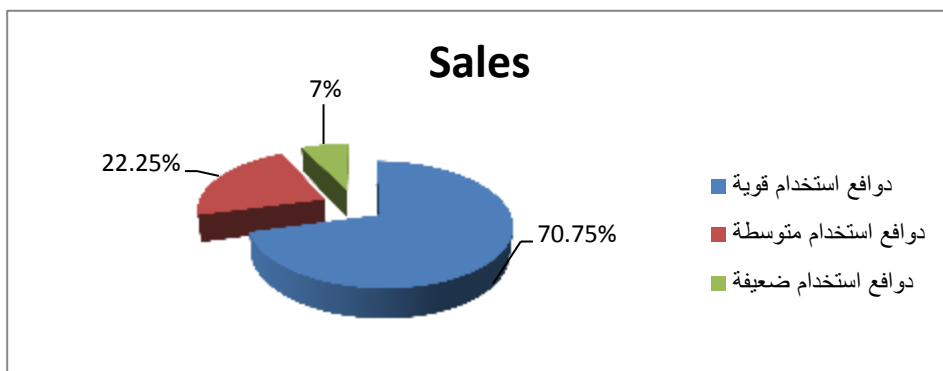
جدول رقم (٣)
عدد مرات الاستخدام خلال اليوم

عدد مرات الاستخدام خلال اليوم	ك	%
مرة واحدة	١٦	٤%
مرتان	٣٤	٨.٥%
أكثر من مرتين	٣٥٠	٨٧.٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن النسبة الكبرى من المراهقات يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من مرتين خلال اليوم، مما يعني أن نسبة كبيرة من المراهقات ليس لديهن تنظيم جيد للوقت وليس لديهن تعدد في النشاطات اليومية التي يقومن بها الأمر الذي يعكس مدى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للمراهقات ويعكس أيضاً الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير عليهن وتشكيل اتجاهاتهن وهذا ما تعكسه نتائج الجداول رقم (١،٢،٣).

شكل رقم (١)

مستوى قوة دوافع الاستخدام



جدول رقم (٤)

توزيع استجابات أفراد عينة الدراسة أمام كل عبارة من عبارات مقياس دوافع استخدام مراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		محايد		أوافق		دوافع الاستخدام
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٠.٠ %	٠.٥٠	٢.٧٠	٢٠.٠ %	٨	٢٦.٠ %	١٠	٧٢.٠ %	٢٨	أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأنها تساعدني في تعلم أشياء جديد.
٩٠.٣ %	٠.٥١	٢.٧١	٢٠.٨ %	١١	٢٣.٨ %	٩٥	٧٣.٥ %	٢٩	أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأنها تساعدني في التعرف على تطورات جيلي.
٩٢.٤ %	٠.٤٩	٢.٧٧	٣.٣ %	١٣	١٦.٣ %	٦٥	٨٠.٥ %	٣٢	أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لاكتساب بعض المهارات الجديدة.
٨٣.٨ %	٠.٦٤	٢.٥١	٨.٣ %	٣٣	٣٢.٣ %	١٢	٥٩.٥ %	٢٣	أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي من أجل التواصل والتفاعل مع الآخرين.
٩٤.١ %	٠.٤٢	٢.٨٢	١.٥ %	٦	١٤.٨ %	٥٩	٨٣.٨ %	٣٣	أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه.
٨٣.٣ %	٠.٦٧	٢.٥٠	٩.٨ %	٣٩	٣٠.٥ %	١٢	٥٩.٨ %	٢٣	أصفح شبكات التواصل الاجتماعي للإسترخاء والتفيس عن النفس.
٩١.٩ %	٠.٤٩	٢.٧٦	٢.٨ %	١١	١٨.٨ %	٧٥	٧٨.٥ %	٣١	أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لقضاء وقت فراغ.
٧٧.١ %	٠.٧٥	٢.٣١	١٧.٥ %	٧٠	٣٣.٨ %	١٣	٤٨.٨ %	١٩	أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق التواجد الافتراضي.
٧٥.٨ %	٠.٨١	٢.٢٨	٢٢.٨ %	٩١	٢٧.٠ %	١٠	٥٠.٣ %	٢٠	أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للهروب من الواقع.

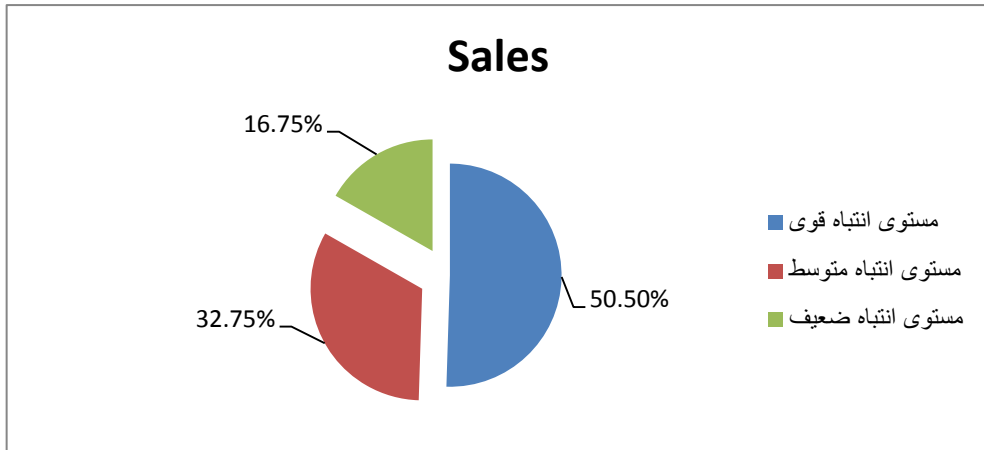
يتضح من نتائج الجدول رقم (٤) قوة تأثير الدوافع النفعية والطقوسية لاستخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي حيث سجلت سبع دوافع مستوى مرتفع مقابل دافعين فقط سجل مستوى متوسط.

وقد جاء ترتيب الدوافع التسعة على النحو التالي:

- الدافع الأول : يتمثل في (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه) بمتوسط (٢.٨٢) وانحراف معياري (٠.٤٢).
- الدافع الثاني : يتمثل في (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لإكتساب بعض المهارات الجديدة) بمتوسط (٢.٧٧) وانحراف معياري (٠.٤٩).
- الدافع الثالث: يتمثل في (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لقضاء وقت فراغ) بمتوسط (٢.٧٦) وانحراف معياري (٠.٤٩).
- الدافع الرابع : يتمثل في (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأنها تساعدني في التعرف على تطورات جيلي) بمتوسط (٢.٧١) وانحراف معياري (٠.٥١).
- الدافع الخامس: يتمثل في (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأنها تساعدني في تعلم أشياء جديد) بمتوسط (٢.٧٠) وانحراف معياري (٠.٥٠).
- الدافع السادس : يتمثل في (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي من أجل التواصل والتفاعل مع الآخرين) بمتوسط (٢.٥١) وانحراف معياري (٠.٦٤).
- الدافع السابع : يتمثل في (أتصفح شبكات التواصل الاجتماعي للاسترخاء والتنفيس عن النفس) بمتوسط (٢.٥٠) وانحراف معياري (٠.٦٧).
- الدافع الثامن : يتمثل في (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق التواجد الافتراضي) بمتوسط (٢.٣١) وانحراف معياري (٠.٧٥).
- الدافع التاسع : يتمثل في (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للهروب من الواقع) بمتوسط (٢.٢٨) وانحراف معياري (٠.٨١).

شكل رقم (٢)

نتائج مقياس مستوى الانتباه أثناء استخدام الشبكات التواصل الاجتماعي



يتضح من الشكل رقم (٢) أن نصف المبحوثات لديهن مستوى انتباه قوي عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث ارتفعت نسبتهن الى (٥٠.٥%) مقابل (٣٢.٧٥%) لذوي الانتباه المتوسط و (١٦.٧٥%) لذوي الانتباه الضعيف.

جدول رقم (٥)

توزيع استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات مقياس مستوى الانتباه أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	متوسط	لا أوافق		محايد		أوافق		مستوى الانتباه
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٥.٣ %	٠.٧٦	٢.٢٦	١٩.٣ %	٧٧	٣٥.٥ %	١٤٢	٤٥.٣ %	١٨١	أحرص على متابعة شبكات التواصل الاجتماعي خلال أوقات محددة في اليوم.
٧٥.٦ %	٠.٧٤	٢.٢٧	١٧.٥ %	٧٠	٣٨.٣ %	١٥٣	٤٤.٣ %	١٧٧	أحرص على متابعة محتوى شبكات التواصل الاجتماعي كاملاً في كل مرة.
٦٢.٠	٠.٨٢	١.٨٦	٤١.٨	١٦٧	٣٠.٥	١٢٢	٢٧.٨	١١١	أقوم بتأجيل أى شئ مطلوب



منى عند إستخدام شبكات التواصل الإجتماعى.		%		%		%		%
أحرص على التفاعل مع كل ما ينشر على شبكات التواصل الإجتماعى.	١٥٦	٣٩.٠ %	١٥٤	٣٨.٥ %	٩٠	٢٢.٥ %	٢.١٧	٠.٧٧ %
أركز فى كافة تفاصيل المحتوى المنشور على شبكات التواصل الإجتماعى.	١٨٣	٤٥.٨ %	١٦٤	٤١.٠ %	٥٣	١٣.٣ %	٢.٣٣	٠.٧٠ %
استخدم شبكات التواصل الإجتماعى وأنا أقوم بعمل آخر مثل الأكل والمذاكرة.	١٩٣	٤٨.٣ %	١٢٨	٣٢.٠ %	٧٩	١٩.٨ %	٢.٢٩	٠.٧٧ %
أتابع شبكات التواصل الإجتماعى فى وقت آخر إذا كنت مشغولاً.	٢٨٣	٧٠.٨ %	٨٩	٢٢.٣ %	٢٨	٧.٠ %	٢.٦٤	٠.٦١ %
أكتفى بقراءة عناوين الموضوعات المنشورة على شبكات التواصل الإجتماعى لأخذ فكرة عامة عن المضمون.	٢١٥	٥٣.٨ %	١٤٥	٣٦.٣ %	٤٠	١٠.٠ %	٢.٤٤	٠.٦٧ %
قد أنشغل ببعض الأحاديث الجانبية مع من حولى وأنا أتصفح شبكات التواصل الإجتماعى.	٢٤٧	٦١.٨ %	١١٢	٢٨.٠ %	٤١	١٠.٣ %	٢.٥٢	٠.٦٨ %
أقوم بالرد على الهاتف أثناء تصفح شبكات التواصل الإجتماعى.	٢٧٤	٦٨.٥ %	٩٨	٢٤.٥ %	٢٨	٧.٠ %	٢.٦٢	٠.٦١ %

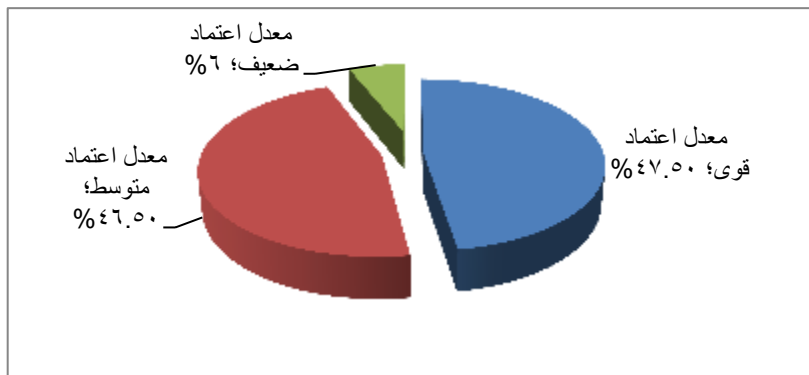
وفيما يتعلق بمحددات مستوى الانتباه المرتفع جاء الترتيب على النحو التالي:-

- في الترتيب الاول جاء (أركز فى كافة تفاصيل المحتوى المنشور على شبكات التواصل الإجتماعى) بمتوسط (٢.٣٣%) وانحراف معياري (٠.٧٠).
- في الترتيب الثاني جاء (أحرص على متابعة شبكات التواصل الإجتماعى خلال أوقات محددة فى اليوم) بمتوسط (٢.٢٦%) وانحراف معياري (٠.٧٦).

- في الترتيب الثالث جاء (أحرص على متابعة محتوى شبكات التواصل الإجتماعي كاملاً فى كل مرة) بمتوسط (٢٠.٢٧%) وانحراف معياري (٠.٧٤).
 - في الترتيب الرابع جاء (أحرص على التفاعل مع كل ما ينشر على شبكات التواصل الاجتماعي) بمتوسط (٢٠.١٧%) وانحراف معياري (٠.٧٧).
 - في الترتيب الخامس جاء (أقوم بتأجيل أى شئ مطلوب منى عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي) بمتوسط (١٠.٨٦%) وانحراف معياري (٠.٨٢).
- وفيما يتعلق بمحددات مستوى الانتباه المنخفض جاء الترتيب على النحو التالي:-
- في الترتيب الاول جاء (أتابع شبكات التواصل الإجتماعى فى وقت آخر إذا كنت مشغولاً) بمتوسط (٢٠.٦٤%) وانحراف معياري (٠.٦١).
 - في الترتيب الثاني جاء (أقوم بالرد على الهاتف أثناء تصفح شبكات التواصل الإجتماعى) بمتوسط (٢٠.٦٢%) وانحراف معياري (٠.٦١).
 - في الترتيب الثالث جاء (قد أنشغل ببعض الأحاديث الجانبية مع من حولي وأنا أتصفح شبكات التواصل الاجتماعي) بمتوسط (٢٠.٥٢%) وانحراف معياري (٠.٦٨).
 - في الترتيب الرابع جاء (أكتفى بقراء عناوين الموضوعات المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي لأخذ فكرة عامة عن المضمون) بمتوسط (٢٠.٤٤%) وانحراف معياري (٠.٦٧).
 - في الترتيب الخامس جاء (أستخدم شبكات التواصل الإجتماعى وأنا أقوم بعمل آخر مثل الأكل والمذاكرة) بمتوسط (٢٠.٢٩%) وانحراف معياري (٠.٧٧).

شكل رقم (٣)

نتائج مقياس معدلات اعتماد المراهقات على شبكات التواصل الاجتماعي



يوضح الشكل رقم (٣) أن نتائج مقياس معدل الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي خلصت إلى تقارب النسب بين المراهقات ذوات معدل الاعتماد المرتفع بنسبة (٤٧.٥ %) وذوات معدل الاعتماد المتوسط بنسبة (٤٦.٥ %) في حين انخفضت نسبة المراهقات ذوات معدل الاعتماد المنخفض إلى (٦%) فقط.

جدول رقم (٦)

توزيع استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات مقياس مستوى الاعتماد

على شبكات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	متوسط	لا أوافق		محايد		أوافق		مستوى الاعتماد
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٤.٨ %	٠.٥٩	٢.٥٥	٥.٠ %	٢٠	٣٥.٥ %	١٤٢	٥٩.٥ %	٢٣٨	أعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.
٧٧.٩ %	٠.٦٩	٢.٣٤	١٢.٨ %	٥١	٤٠.٨ %	١٦٣	٤٦.٥ %	١٨٦	أعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للمساعدة في حل المشكلات.

٢٢٣	٥٥.٨ %	١٤٣	٣٥.٨ %	٣٤	٨.٥ %	٢.٤٧	٠.٦٥	٨٢.٤ %	اعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لتشكيل الوعي بالأبعاد المختلفة في الحياة.
٢٧٨	٦٩.٥ %	١٠٧	٢٦.٨ %	١٥	٣.٨ %	٢.٦٦	٠.٥٥	٨٨.٦ %	اعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للتفاعل مع الآخرين.
١٦٤	٤١.٠ %	١٤٤	٣٦.٠ %	٩٢	٢٣.٠ %	٢.١٨	٠.٧٨	٧٢.٧ %	اعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي للمساعدة في اتخاذ القرار.
٢٤٩	٦٢.٣ %	١٣٧	٣٤.٣ %	١٤	٣.٥ %	٢.٥٩	٠.٥٦	٨٦.٣ %	اعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي للتعرف على أنماط حياة الشعوب.
٢٨١	٧٠.٣ %	١١٢	٢٨.٠ %	٧	١.٨ %	٢.٦٩	٠.٥٠	٨٩.٥ %	اعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي للتعرف على الثقافات الجديدة.
٢٨٣	٧٠.٨ %	١٠٧	٢٦.٨ %	١٠	٢.٥ %	٢.٦٨	٠.٥٢	٨٩.٤ %	اعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي للتوعية بالأحداث الجديدة.

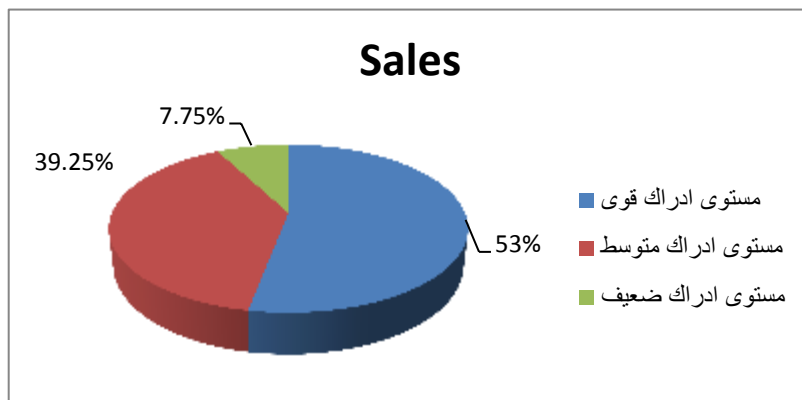
وفيما يتعلق بعبارات مستوى الاعتماد جاءت النتائج على النحو التالي:.

- جاء في الترتيب الاول (أعتمد على شبكات التواصل الإجتماعى للتعرف على الثقافات الجديدة) بمتوسط (٢.٦٩) وانحراف معياري (٠.٥٠).
- جاء في الترتيب الثاني (أعتمد على شبكات التواصل الإجتماعى للتوعية بالأحداث الجديدة) بمتوسط (٢.٦٨) وانحراف معياري (٠.٥٢).
- جاء في الترتيب الثالث (أعتمد على شبكات التواصل الإجتماعى كوسيلة للتفاعل مع الآخرين) بمتوسط (٢.٦٦) وانحراف معياري (٠.٥٥).
- جاء في الترتيب الرابع (أعتمد على شبكات التواصل الإجتماعى للتعرف على أنماط حياة الشعوب) بمتوسط (٢.٥٩) وانحراف معياري (٠.٥٦).

- جاء في الترتيب الخامس (أعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات) بمتوسط (٢.٥٥) وانحراف معياري (٠.٥٩).
- جاء في الترتيب السادس (أعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لتشكيل الوعي بالأبعاد المختلفة في الحياة) بمتوسط (٢.٤٧) وانحراف معياري (٠.٦٥).
- جاء في الترتيب السابع (أعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للمساعدة في حل المشكلات) بمتوسط (٢.٣٤) وانحراف معياري (٠.٦٩).
- جاء في الترتيب الثامن (أعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي للمساعدة في إتخاذ القرار) بمتوسط (٢.١٨) وانحراف معياري (٠.٧٨).

شكل رقم (٤)

نتائج مقياس مستوى ادراك واقعية مضمون شبكات التواصل الاجتماعي



وفقاً للشكل رقم (٤) أوضحت نتائج مقياس مستوى ادراك واقعية مضمون شبكات التواصل الاجتماعي أن غالبية المبحوثات يعتقدن بواقعية المضمون حيث ارتفعت نسبتهن إلى (٥٣%) وبلغت نسبة المراهقات التي لديهن مستوى ادراك متوسط لواقعية المضمون (٣٩.٢٥%) مقابل (٧.٧٥%) لذوي الإدراك المنخفض.

جدول رقم (٧)

توزيع استجابات المراهقات عينة الدراسة أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى إدراك واقعية المضمون في شبكات التواصل الاجتماعي

إدراك واقعية المضمون	أوافق		محايد		لا أوافق		متوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
تعكس شبكات التواصل الاجتماعي مشكلات واقعية يعاني منها الأشخاص من نفس عمرى.	٢٧٠	٦٧.٥ %	١١٤	٢٨.٥ %	١٦	٤.٠ %	٢.٦٤	٠.٥٦	٨٧.٨ %
يتصرف مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي مع المواقف بطريقة يمكن إتباعها فى الواقع.	١٩١	٤٧.٨ %	١٦٥	٤١.٣ %	٤٤	١١.٠ %	٢.٣٧	٠.٦٧	٧٨.٩ %
أعتقد أن المحتوى الذى تعرضه شبكات التواصل الاجتماعي هام.	١٦٤	٤١.٠ %	٢٢٠	٥٥.٠ %	١٦	٤.٠ %	٢.٣٧	٠.٥٦	٧٩.٠ %
تتنقل شبكات التواصل الاجتماعي أحداث حقيقية ومرتبطة بالواقع.	٢٠٢	٥٠.٥ %	١٧٩	٤٤.٨ %	١٩	٤.٨ %	٢.٤٦	٠.٥٩	٨١.٩ %
أتعرف من خلال شبكات التواصل الاجتماعي على أشكال الحياة فى المجتمعات المختلفة.	٢٧٥	٦٨.٨ %	١١٨	٢٩.٥ %	٧	١.٨ %	٢.٦٧	٠.٥١	٨٩.٠ %
أتعلم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حلول مناسبة لبعض المشكلات التى أتعرض لها أنا أو أحد أصدقائى.	٢٠٨	٥٢.٠ %	١٦٠	٤٠.٠ %	٣٢	٨.٠ %	٢.٤٤	٠.٦٤	٨١.٣ %
عادة ما أربط بين الأحداث والمواقف التى تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي وما أتعرض له من مواقف فى حياتى.	٢٠٧	٥١.٨ %	١٥٨	٣٩.٥ %	٣٥	٨.٨ %	٢.٤٣	٠.٦٥	٨١.٠ %



٧٩.٧ %	٠.٦٨	٢.٣٩	١١.٥ %	٤٦	٣٨.٠ %	١٥٢	٥٠.٥ %	٢٠٢	أشعر بالحزن عند تعرض أحد الشخصيات المؤثرة على شبكات التواصل الاجتماعي لأزمات أو مشكلات.
٧٧.٨ %	٠.٧٣	٢.٣٣	١٥.٥ %	٦٢	٣٥.٨ %	١٤٣	٤٨.٨ %	١٩٥	أحدثت مع أصدقائي عن الشخصيات المؤثرة على شبكات التواصل الاجتماعي وكأن ما يشاركونه عن حياتهم حقيقي وواقعي.

وفيما يتعلق بعبارات مستوى إدراك واقعية مضمون شبكات التواصل الاجتماعي جاءت النتائج على النحو التالي:.

- جاء في الترتيب الأول: (أعرف من خلال شبكات التواصل الاجتماعي على أشكال الحياة في المجتمعات المختلفة) بمتوسط (٢.٦٧) وانحراف معياري (٠.٥١).
- جاء في الترتيب الثاني: (تعكس شبكات التواصل الاجتماعي مشكلات واقعية يعاني منها الأشخاص من نفس عمري) بمتوسط (٢.٦٤) وانحراف معياري (٠.٥٦).
- جاء في الترتيب الثالث: (أعتقد أن المحتوى الذي تعرضه شبكات التواصل الاجتماعي هام) بمتوسط (٢.٣٧) وانحراف معياري (٠.٥٦).
- جاء في الترتيب الرابع: (تنقل شبكات التواصل الاجتماعي أحداث حقيقة ومرتبطة بالواقع) بمتوسط (٢.٤٦) وانحراف معياري (٠.٥٩).

- جاء في الترتيب الخامس: (أتعلم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حلول مناسبة لبعض المشكلات التي أتعرض لها أنا أو أحد أصدقائي) بمتوسط (٢.٤٤) وانحراف معياري (٠.٦٤).
- جاء في الترتيب السادس: (عادة ما أربط بين الأحداث والمواقف التي تنتشر على شبكات التواصل الاجتماعي وما أتعرض له من مواقف فى حياتي) بمتوسط (٢.٤٣) وانحراف معياري (٠.٦٥).
- جاء في الترتيب السابع: (أشعر بالحزن عند تعرض أحد الشخصيات المؤثرة على شبكات التواصل الاجتماعي لأزمات أو مشكلات) بمتوسط (٢.٣٩) وانحراف معياري (٠.٦٨).
- جاء في الترتيب الثامن: (يتصرف مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي مع المواقف بطريقة يمكن إتباعها فى الواقع) بمتوسط (٢.٣٧) وانحراف معياري (٠.٦٧).
- جاء في الترتيب التاسع: (أتحدث مع أصدقائي عن الشخصيات المؤثرة على شبكات التواصل الاجتماعي وكأن ما يشاركونه عن حياتهم حقيقى وواقعى) بمتوسط (٢.٣٣) وانحراف معياري (٠.٧٣).

خاتمة البحث

استهدفت الدراسة تحديد دوافع استخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي وقياس معدل اعتمادهن على شبكات التواصل الاجتماعي وقياس مستوى انتباههن أثناء الاستخدام، واعتمدت الباحثة على نظريتي الاستخدامات والاشباع والاعتماد على وسائل الاعلام، وتنتمي الدراسة للدراسات الوصفية التى تستهدف توصيف وتحليل استخدامات ودوافع تعرض المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي والمكونات المعرفية والوجدانية والسلوكية.



تعتمد الدراسة على منهج المسح الاعلامي والاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث تطبق الدراسة على عينة من المراهقات في مصر اللاتي يتراوح اعمارهن بين (١٨-٢١) عام.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن حوالى نسبة (٩٢.٥%) من المراهقات يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي وأن نسبة (٦٥.٥%) من المراهقات يقضين أكثر من ٣ ساعات فأكثر على شبكات التواصل الاجتماعي، كما أن أكثر من (٥٠%) من المراهقات لديهن مستوى انتباه قوى اثناء استخدامهن لشبكات التواصل الاجتماعي، وأن نسبة (٧٠.٧٥%) من المراهقات عينة الدراسة كان لديهن دوافع قوية لاستخدام شبكات التواصل ونسبة (٧%) فقط كانت دوافعهن ضعيفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تقارب النسب بين المراهقات ذوات معدل الاعتماد المرتفع بنسبة (٤٧.٥%) وذوات معدل الاعتماد المتوسط بنسبة (٤٦.٥%) في حين انخفضت نسبة المراهقات ذوات معدل الاعتماد المنخفض الى (٦%) فقط، وأن غالبية المبحوثات يعتقدن بواقعية المضمون حيث ارتفعت نسبتهن إلى (٥٣%) وبلغت نسبة المراهقات التي لديهن مستوى ادراك متوسط لواقعية المضمون (٣٩.٢٥%) مقابل (٧.٧٥%) لذوي الادراك المنخفض، كما تستخدم المراهقات شبكات التواصل الاجتماعي لأسباب متنوعة تشمل البقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة ومشاركة المعلومات والخبرات واكتساب بعض المهارات الجديدة والبحث عن الترفيه والتسلية والتعبير عن الذات، كما تختلف التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية لوسائل التواصل الاجتماعي على الفتيات المراهقات وفقاً لخصائصهن الفردية وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهن ومستوى اعتمادهن عليها ومدى انتباههن اثناء الاستخدام.

المراجع:

- ¹ Grant, W., J., & Welbourne, D., J. (2015). Science communication on YouTube: Factors that affect, channel and video popularity, **Public Understanding of Science**, Vol, 25, PP. 708.
- ^٢ موقع تيليكوم فيو، منصة قطاع الاتصالات والتكنولوجيا، بتاريخ ٢٠٢٤/١/١
<https://www.telecomreviewarabia.com/articles/reports-coverage/2864-egypt>
- ³ Wirtz, D., Tucker, A., Briggs, C., & Schoemann, A. M (2021). How and Why Social Media Affect Subjective Well-Being: Multi-Site Use and Social Comparison as Predictors of Change Across Time, **Journal of Happiness Studies**, vol, 22(4), PP. 1673-1691.
- ⁴ Scully, M., Swords, L., & Nixon, E. (2020) **Social comparisons on social media**: online appearance- related activity and body dissatisfaction in adolescent girls, Irish Journal of Psychological Medicine, vol,37, PP. 1-12
- ⁵ Kone G. Cuarteros & Ayla G. Lopez, "Exploring the Effects of Social Media on Interpersonal cation arouing Family Members, **Canadian Journal of Family and Youth**. (2020), Vol.12, No 1.
- ^٦ هدير محمد السعيد استخدام المراهقات للصفحات العاطفية بالفيسبوك والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٨.

⁷ Charoensukmongkol, P. (2018). The Impact of Social Media on Social Comparison and Envy in Teenagers: The Moderating Role of the Parent Comparing Children and In-group Competition among Friends, **Journal of Child and Family Studies**, Vol,27(1), PP. 69-79.

^٨ أفنان طلعت عبد المنعم استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها علي علاقتهم في تبادل الخبرات التجمعية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الآداب ، ٢٠١٥ .

^٩ محمد فتحي توفيق الصائغ "استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب (YouTube) والاشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الاعلام – قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥ .

^{١٠} سعيد الغريب النجار "دوافع تعرض الشباب الجامعي البحريني للإنترنت والاشباعات المتحققة ، المؤتمر العلمي التاسع، جامعة القاهرة كلية الاعلام – ج ٤ ، مايو ٢٠٠٤ .

^{١١} مرفت الطرابيش وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة ، دار النهضة العربية، ٢٠٠٦، ص ٢٣١ .

¹² (Leung ,louis (2013) “**generational Differences in content generation in social media : the roles of the gratification sought and of narcissism, computers in human behavior, vol29, No3, pp(993-994) www.wikipedia.org**

^{١٣} همت حسن، دراسات في نظرية الاعلام، دار مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط٢، ص٣٠٢، ٢٠١٠ .

^{١٤} هيدى سامح السيد جاد، "استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية المصرية الخاصة وتأثيرها على أداء ومعدلات مشاهدة القنوات الحكومية" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٨، ص ٨٧ .

^{١٥} بسيوني إبراهيم حمادة، "الاتجاهات العلمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري" **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الثالث، العدد ٣، يوليو/سبتمبر ٢٠٠٢، ص ٣١٣.

^{١٦} حسن مكاي، وليلى حسين، (٢٠٠٤)، "الاتصال ونظرياته المعاصرة" **القاهرة: الدار المصرية اللبنانية**.

¹⁷ James, Watson. (2008). **Media communication: An introduction to theory and process**. 3 edition. USA: Palgrave Macmillan, pp.77-80.

¹⁸ Defleur. M. L. & Ball - Rokeach. S. (1989). "**Theories of mass communication**". 5th ed. White Plains. NY: Longman. UK. p422.

¹⁹

^{٢٠} جيهان يسري، مصادر معلومات الجمهور المصري عن أحداث انتفاضة الأقصى، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الثاني، العدد الثاني، أبريل - يونيه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، ٢٠٠١، ص ٠٢.

²¹ Defleur. M, L. & Ball = Rokeach. S. (1989), OP.cit , p88.

²³ Melvin L. D. Sandra J. B- R. (1982). "**Theories of mass communication**". 4th edition. New York. long man UK pp.240-242.

^{٢٤} حامد عبد السلام زهران، علم نفس النمو، الطفولة والمراهقة، ط ٥، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠١، ص

^{٢٥} حمدي أحمد، "مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي: دراسة في سوسيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر"، **مجلة كلية الآداب بقنا**، العدد ٤٠، جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب، ٢٠١٣، ص ٢١٨.

