

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -



- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

- قسم علوم الإعلام والاتصال.

علاقة استخدام الفيس بوك باللاوعي لدى المراهقين
دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية الشهيد بعجي
محمد - أولاددراج -

مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال

إشراف:

بوعزيز بوبكر

إعداد الطالبات:

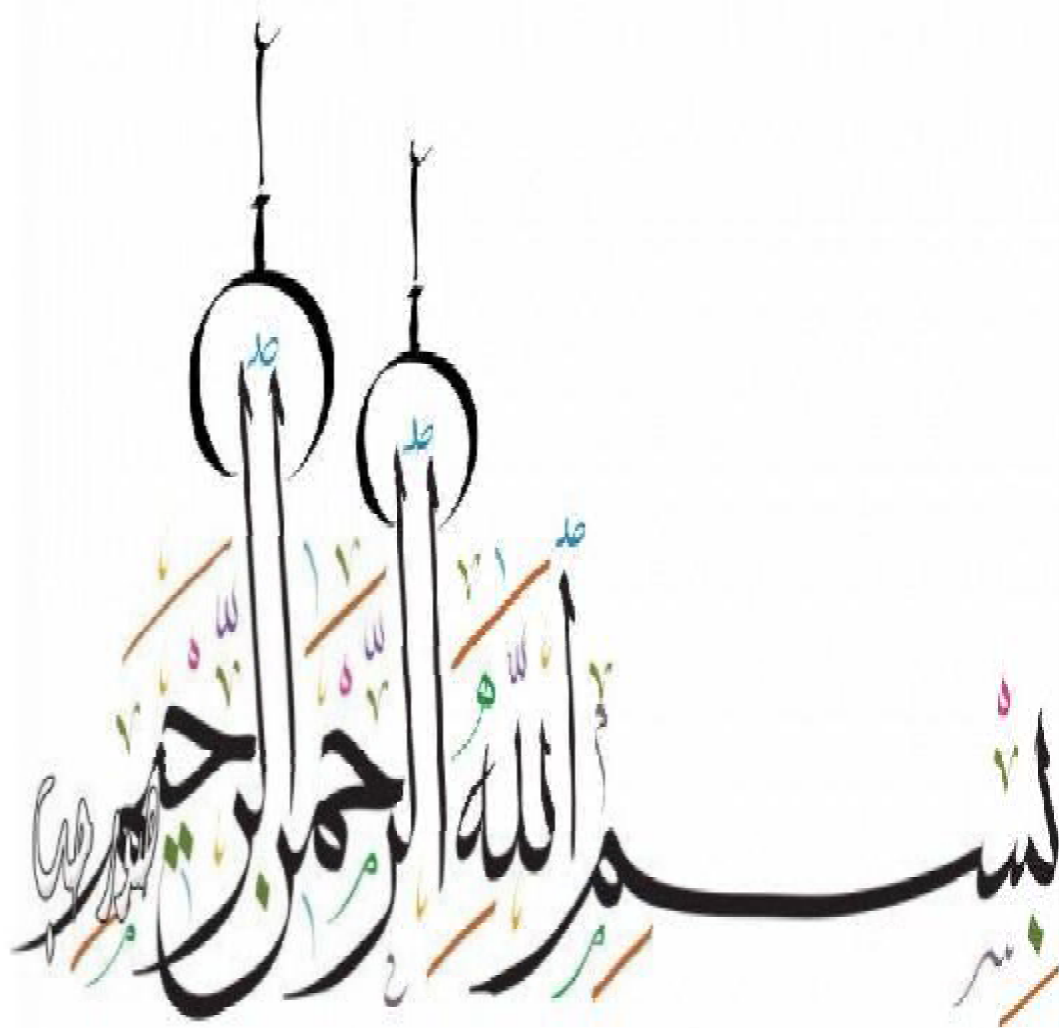
- هوشات رحاب

- قرساس أميرة

- بن لوناس بسمة

2020-2019

السنة الجامعية:



ءاد هلا:

هقوتو ه ء فوه نه ء ءل جوز ءلما كشي لك لبة لاوا
كشاا كه لا ه افخو ته له لا اذ زاج ذلا.

ي ء ي ب ي فو ل ء ن ي ء ل ء ء ا a
ر ي ب ء ل ء ل ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا a

هو ء ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا a
قو ل ء ا ا ا ا ا ا a ا ا ا ا a
ل ء ا a ه فو ء ي a a.

نه ل ء ا ا ا ا a ا a ا a ا a ا a ا a ا a
ي ي ا a . ق ه و ي ا a . ق ه و .

قريما

ن ا . برعوكش

زيرعا باخيخ الوقيج نجيذ ميلا صلوة چك اي لا ايقيبو له و"خوم روس
مقر لآا 88.

انديسن اسلمو عا ي لآا فخر لي له لس لوة لالونيه لجا و لله حمد لي له وحمد ه
نچا ا هو يي ا بن لسدلا عهه قه و ميچو ها ا حه دو....

ظفر مع لال ك زل ن ا ن جاتش ي ماضي لي له لله كشن ذن ا بولأ عدلا ا ف
لذو.

ماو لي ا حو نو ة قون مع لال ة ا حالي فقري لآا ا تاظ و خزن حو ا ا حولا
ح ه قما ل لجد يي ه لمانض قحمن نأ ب و ريكلا ا ا اومن ذل ا اكل ا ذت قاس ا
ة اسرك قو لمن يذ ك ل لآا جها و رحق ل و الله لاو كش ل لاي ه س حقا
ة ا حالي ف.

قوره او م لحن رط ا ا ل من مي ا ا ا ل ل م ا ع م سق ب ل ل ا ذت ذت سأل لي او
ل ل ل ل ا و.

كشا ل رذا و ي ا ل يجا ا رو تك ل ا "ر ك بو ي ي زمو و"

قاله ل ا ه م له تلي م عت ا هو عفاش ا ل ل ا ف م قمي ل ا م ن ل و م ل ي و ي ل ل ي ل ا .

عرت و ا ل ل ا ل ا ا ا ح ل و ا لا ه ي ا ل ل كشن ل ذ جونو (2019 . 2020) . ر ك شو
ح ي ع ن و ا ي ر ن م ل ل ا ا ق س ل ل ا ح ه ز ج ن ي ه ه ا ن ل ل ا .

لا م ا حالي ف .

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة التي تبنت نظرية الحتمية القيمية لعزي عبد الرحمان والاستخدامات والاشباعات إلى الكشف عن " علاقة استخدام الفيس بوك باللاوعي لدى المراهقين" وتطبيقها من خلال الدراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك لدى تلاميذ بلدية اولاددراج ولقد تمحورت أسئلة الدراسة كالآتي : السؤال الرئيسي:

ما علاقة استخدام الفيس بوك باللاوعي لدى المراهقين؟

وأسئلة الفرعية:

1- ما علاقة أنماط تعرض المراهقين للفيس بوك باللاوعي؟

2- ما الدافع من وراء استخدام المراهقين للفيس بوك باللاوعي؟

3- ماهي الاشباعات المحققة للفيس بوك لدى المراهقين وعلاقتها باللاوعي؟

وبما أن هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات مسحية فلقد اعتمدنا على أداة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين حيث تق تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور:

المحور الأول: علاقة أنماط تعرض المراهقين للفيس بوك باللاوعي.

المحور الثاني: ما الدافع من وراء استخدام المراهقين للفيس بوك باللاوعي.

المحور الثالث: الاشباعات المحققة للفيس بوك لدى المراهقين وعلاقتها باللاوعي.

ووزعت الاستمارة على عينة عشوائية تمثلت في 80 تلميذ وتلميذة بأولاددراج لموسم 2019 / 2020 .

حيث توصلت الدراسة بأن مستخدمي الفيس بوك من ذكور وإناث يستخدمون الفيس بوك باللاوعي ولا يوجد فرق كبير بينهما، وأن غالبية المستخدمين لموقع الفيس بوك هي الشريحة العمرية من 16- 18 سنة وهي أكثر فئة مقارنة بغيرها وأغلبيتهم في السنة الثالثة ثانوي، وأن أغلبية مستخدمي الفيس بوك باللاوعي حددت فترة استخدامهم من سنة إلى سنتين حسب الوقت المفضل لديهم، كما أن الخدمات المفضلة لدى المراهقين هي خدمة الدردشة، لمساهمة في عملية التفاعل والتواصل مع الأصدقاء عبر الفيس بوك وإقبالهم عليها بشكل مكثف عبر الوسيلة المناسبة ألا وهو الهاتف الذكي والمكان المفضل هو المنزل.

كما يساهم موقع الفيس بوك للمراهق اشباعات محققة كانت المتعة أثناء استخدامهم للفيس بوك باللاوعي، ويحقق لهم اشباعات ترفيهية وكان تقييمهم له جيد جدا.
الكلمات المفتاحية هي: علاقة، استخدام، الفيس بوك، اللاوعي، المراهقة.

Summary Of The Study:

This study, which adopted the theory of value determinism of Uzi Abd al-Rahman, uses and rumors, aims to reveal "the relationship of Facebook use to the subconscious among adolescents" "and its application through the study to a sample of Facebook users among students of the Municipality of Oladraj. The study questions centered as follows: The main question:

What is the relationship between Facebook and the subconscious of teenagers?

Sub-questions:

- 1- What is the relationship between teens' subconscious patterns of exposure to Facebook?
- 2- What is the reason behind the teenager's unconscious use of Facebook?
- 3- What are the achieved gratifications of Facebook for adolescents and their relationship to the subconscious?

Since this study belongs to survey studies, we relied on the questionnaire tool to collect information from the respondents, as it divided the questionnaire into three axes:

The first axis: the relationship between patterns of adolescents' exposure to Facebook with the unconscious.

The second pivot: What is the motive behind the teenager's unconscious use of Facebook.

The third axis: the achieved gratifications of Facebook for adolescents and their relationship to the unconscious.

The questionnaire was distributed among a random sample of 80 male and female students in the 2019-2020 season.

Where the study found that Facebook users, male and female, use the Facebook unconsciously and there is no significant

difference between them, and that the majority of Facebook users are the age group from 16-18 years, which is more a category compared to others and the majority of them in the third year of secondary, and that the majority of Facebook users in the subconscious. The period of their use was determined from one to two years according to their preferred time, and the preferred services for adolescents is the chat service, to contribute to the process of interacting and communicating with friends via Facebook and receiving them intensively through the appropriate means, which is the smartphone and the preferred place is the home.

The Facebook site also contributes to adolescents' fulfilling gratifications, while having fun using the subconscious Facebook, achieving recreational satisfaction for them, and their evaluation of it was very good.

Key words: relationship, use, Facebook, subconscious, adolescence.

فہرس

فهرس المحتويات:

الصفحة	الموضوع
	إهداء.....
	شكر و عرفان.....
	ملخص الدراسة بالعربية.....
	ملخص الدراسة بالانجليزية.....
	فهرس المحتويات.....
	فهرس الجداول.....
أ - ب	مقدمة.....
الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي للدراسة	
21-20	الإشكالية.....
21	أسباب اختيار الموضوع.....
21	أهمية الدراسة.....
22-21	أهداف الدراسة.....
22	منهج الدراسة.....
23-22	أداة الدراسة.....
24	مجتمع الدراسة والعينة.....
28-25	الدراسات السابقة.....
31-29	تحديد المفاهيم.....
41-32	المدخل النظري (نظرية الدراسة).....
الإطار التطبيقي	
59-43	تفريغ البيانات.....
61-60	نتائج الدراسة في ظل الأسئلة الفرعية.....
62-61	النتائج العامة للدراسة.....
63	التوصيات.....
64	الخاتمة.....
69-65	الملاحق.....

فهرس الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	43
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	44-43
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مستوى التعليمي	44
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفيس بوك يوميا	45
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام الفيس بوك	46-45
06	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوقت المفضل للاتصال بالفيس بوك	47-46
07	يمثل أفراد العينة حسب الأشخاص المفضلين للتواصل معهم	48-47
08	يمثل أفراد العينة حسب مدة التصفح في الجلسة الواحدة	48
09	يمثل توزيع أفراد العينة حسب أيام استخدام الفيس بوك	49
10	يمثل توزيع أفراد العينة حسب شدة الإقبال على الفيس بوك	50-49
11	يمثل توزيع أفراد العينة مكان استخدام الفيس بوك	50
12	يمثل توزيع أفراد العينة حسب جهاز تصفح الفيس بوك	51
13	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة أثناء التواصل بالفيس بوك	52
14	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدافع من وراء استخدام الفيس بوك	53
15	يمثل توزيع أفراد العينة حسب صفحة الفيس بوك	54-53
16	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نتيجة التفاعل مع مواضيع الفيس بوك	55-54
17	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في نشر المعلومات عبر الفيس بوك	55

56	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات إذا كانت إجاباتهم بدائما	18
57	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الشعور عند استخدام الفيس بوك	19
58-57	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الاشباعات التي يحققها الفيس بوك	20
59-58	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع الاشباعات إذا كانت إجاباتهم بدائما أو أحيانا	21
59	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تقييم الموقع الفيس بوك	22

مقدمة

مقدمة:

يعيش الإنسان اليوم في عصر التكنولوجيا والمعلومات والتواصل الاجتماعي، حيث نعيش في مجتمع المعلومات يعتمد على استثمار التكنولوجيات الحديثة في إنتاجها واستخدامها وتقديم الخدمات على نحو سريع وفعال، ويشكل التدفق المعلوماتي أساسا في التنوير والتطوير، ومن يملك المعلومة الصحيحة في الوقت المناسب فإنه يملك عناصر القوة والسيطرة في عالم متغير يعتمد على العلم في كل شيء بعيدا عن العشوائية والارتجالية، فالتكنولوجيا المعاصرة قد اختزلت الانعزال العقلي المعرفي والجغرافي للناس إلى الحد الأدنى، وساهمت في الإسراع بنشر الأفكار والأخبار لنقف عند كلمة "مارشال ماكلوهان" وتحقيق مايعرف بالقرية الكونية. ففي المستقبل غير البعيد نتوقع انه لن يوجد فرد او جماعة سيكون في استطاعتها الهروب من تلك التأثيرات التي سوف تتلاحق عليها من كل حذب وصوب.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أو مايعرف بالشبكات الاجتماعية تستخدم من قبل مستخدمي خدمة الانترنت، حيث سهلة التواصل بين الأفراد المجتمع دون التنقل والإبحار في هذا المجتمع الافتراضي، وأصبح هذا النوع من الاتصالات دور فعال ونقطة هامة في المجتمعات ومن أهم تلك المواقع "الفييس بوك" الذي يأتي في الصدارة وذلك لكثرة مستخدميه.

غير أن هذا التغير في التواصل أصبح يحدد العلاقات الاجتماعية وبصفة خاصة حياة المراهقين المدمنين على استخدامه، وهذا ماجعلنا نقوم بدراسة هذه الظاهرة ألا وهي علاقة استخدام الفييس باللاوعي لدى المراهقين خاصة بتلاميذ ثانوية الشهيد بعجي محمد بأولاددراج.

ومن هذا المنطلق نقسم الدراسة إلى خمسة فصول:

الفصل الأول: الإطار المنهجي والنظري للدراسة قمنا في الجانب المنهجي بتحديد الإشكالية الدراسة وتسائلاتها وأسبابها وأهميتها وأهدافها والمنهج والأداة المعتمد عليها. وكذا عرض جانب مفاهيم الدراسة وعرض الدراسات السابقة، وكان الإطار النظري الخاص بنظرية الحتمية القيمية ونظرية الاستخدامات والاشباعات التي تم

تمدم قم

استناد عليها في انطلاقنا في هذه الدراسة باعتبارها من أهم نظريات المستخدمة في دراسات الإعلام الجديد وتماشيا مع طبيعة الموضوع.

الفصل الثاني: تعرضنا فيه إلى ماهية الفيس بوك. قمنا بتعريفه، نشأته، خصائصه وحاجات إقبال المراهقين على الفيس بوك، آثار استخدام الفيس بوك، الإدمان على الفيس بوك، سلبياته وإيجابياته.

الفصل الثالث: تعرضنا فيه إلى اللاوعي. قمنا بتعريفه، معايير تحديد السلوك السوي وغير السوي للمراهق، أعراض وجود مشكلة نفسية لدى المراهق، الشعور بالوحدة النفسية للمراهق.

الفصل الرابع: تعرضنا فيه إلى المراهق والمرحلة الثانوية. قمنا فيه إلى تعريف المراهقة، تحديد فترة المراهقة، خصائص مرحلة المراهقة، حاجيات المراهقين، المراهقة والمرحلة الثانوية.

الفصل الخامس: تشمل الجانب التطبيقي للدراسة تحليل وتفسير نتائج إجابة المبحوثين لاستمارة البحث التي تضمنت ثلاث محاور: الأول حول علاقة أنماط تعرض المراهقين للفيس بوك باللاوعي. والمحور الثاني: الدافع من وراء استخدام المراهقين للفيس بوك باللاوعي. المحور الثالث: الإشباع المحققة للفيس بوك لدى المراهقين وعلاقتها باللاوعي. ثم توصلنا إلى خاتمة الدراسة.

لا يجهل اراط

الإطار المنهجي :

الإطار المنهجي للدراسة:

1. إشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. منهج الدراسة والأداة
7. مجتمع البحث وعينة الدراسة
8. الدراسات السابقة
9. تحديد المفاهيم
10. المدخل النظري (نظرية الدراسة)

الإشكالية:

يعتبر التطور التكنولوجي الهائل في جميع جوانب الحياة الثقافية والاجتماعية وحتى الفكرية، دليل على فتح آفاق وتطلعات مستقبلية جديدة، وذلك بتحول العالم إلى قرية صغيرة محدودة المعالم دون اعتبار للحواجز الزمنية والمكانية. وذلك بسبب الشبكات الاجتماعية وأبرزهم موقع الفيس بوك وذلك بإنشاء مواقع خاصة بهم هذه الأخيرة تربطهم مع أفراد آخرين لهم نفس الاهتمامات وهكذا أصبحت من أشهر مواقع الانترنت وأكثرها انتشارا على سطح الأرض لكي تمس كافة المجتمعات والفيس بوك نجح بشكل كبير في استقطاب الجماهير لكونه مس كل الفئات العمرية خاصة الفئة أكثر تعرضا لها هي فئة المراهقين التي فرضت نفسها وكونت سلوكيات خاصة بها وجعلت الفئات الأخرى تتأثر بها.

كما أن أهمية هذا الموقع تزداد أهميتها من تنوع استعمالاته خاصة أن فئة المراهقين يستخدمونه باللاوعي وهذا الأخير نقصد به فقدان القدرة على فهم واندفاع دون تبصر في العواقب أو البدائل المترتبة عليه.

إن سلوك المراهقين من خلال الفيس بوك في تزايد مستمر وملحوظ خاصة في الآونة الأخيرة هذا ما يبين أن العلاقة بين المراهقين والفيس بوك الذي يستخدمونه باللاوعي جد وطيدة لكون المراهقين فئة مواكبة للعصرنة والتطور فهي فئة لا يستهان بها حيث يعد المراهقون الأكثر عرضة للتحويلات والتغيرات المنتشرة عبر المواقع الاجتماعية، مما يجعل المراهقون يتأثرون بالمضامين التي تحملها سواء كانت ايجابية أم سلبية المؤثرة بشكل كبير على الجانب السلوكي والنفسي باعتبار أن المراهقين يتميزون بحب الاطلاع والظهور والتفتح والميول إلى ما هو أفضل وجديد لذا فهم أكثر عرضة للتجديد والتغير في سلوكهم من خلال الأفكار الجديدة المنتشرة عبر الفيس بوك التي تشغل وتسيطر بشكل مباشر وغير مباشر في نفسية المراهقين سواء كان هذا المراهق داخل الأسرة أو المجتمع.

ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي:

ما علاقة استخدام الفيس بوك باللاوعي لدى المراهقين؟

الإطار المنهجي للدراسة

وتتفرع عدة تساؤلات فرعية من التساؤل الرئيسي وفقا للإطار العام للدراسة وهي:

1. ما علاقة أنماط تعرض المراهقين للفييس بوك باللاوعي؟
2. ما الدافع من وراء استخدام المراهقين للفييس بوك باللاوعي؟
3. ماهي الاشباعات المحققة للفي سبوك لدى المراهقين وعلاقتها باللاوعي؟

2/ أسباب اختيار الموضوع:

تعتبر عملية اختيار موضوع الدراسة هي أول خطوة يخطها الباحث حيث يبين ويبرز الموضوع الذي أثار اهتمامنا وكظاهرة تحتاج الدراسة ومن السائد والمعروف بان كل موضوع يختاره الباحث أي كان نوعه فهو لابد له من أسباب معينة تدفع الباحث للتوجه إليه ومن بين الأسباب التي دفعت لنا إلى اختيار هذا الموضوع مايلي:

- إدراكنا للأهمية التي أصبح يمثلها موقع الفيس بوك في حياة المراهقين باللاوعي.
- معرفة فهم وتصرفات وميولات المراهقين من وراء استخدام الفيس بوك .
- معرفة الوقت الذي يقضيه المراهقين ومن هي فئة الأكثر استخداما للفييس بوك. هل هي فئة الذكور أم الإناث.
- معرفة الغاية التي يتوصل إليها المراهقين عند استخدامهم للفييس بوك.

3/ أهمية الدراسة:

يرجع اهتمامنا بموضوع أني والمتمثل في " علاقة استخدام الفيس بوك باللاوعي لدى المراهقين " خاصة من خلال الإعلام الجديد واهم تطبيقاته المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها الفيس بوك ،ومعرفة نتيجة استخدام المراهقين لهذا الموقع باللاوعي.

4/ أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أنماط وعادات وكذا الظروف الكامنة من وراء استخدام المراهقين للفييس بوك باللاوعي وكيفية تأثير الفيس بوك على المراهقين بالإضافة إلى عدة أهداف تسعى الدراسة إلى تحقيقها وتتمثل فيما يلي:

الإطار المنهجي للدراسة

- معرفة كيفية تأثير الفيس بوك باللاوعي لدى المراهقين.
- الاشباعات المحققة من وراء استخدام المراهقين للفيس بوك باللاوعي.

5/منهج الدراسة وأدواتها:

تفرض طبيعة دراستنا التي تسعى إلى معرفة "علاقة استخدام الفيس بوك باللاوعي لدى المراهقين".

وذلك بالاعتماد على منهج مناسب في كل مراحل البحث العلمي، ويختلف المنهج حسب المشكل المطروح والموضوع المعالج .

حيث يعرف بأنه:"مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من اجل الوصول إلى نتيجة"¹

وقد استندنا في دراستنا إلى **المنهج المسحي** الذي يجمع الحقائق حول الدراسة المراد بحثها واستبيان الصورة عن الظروف السائدة ويمكن أن نعرفه بأنه "التجميع المنظم للمعلومات من المبحوثين بهدف فهم أو التنبؤ بسلوك المجتمع محل الدراسة".

وهو أيضا " أداة يقوم من خلالها الباحث بدراسة المجتمع ككل للتعرف على خصائصه أو بدراسة عينة منه".

ويعرفه أيضا محمد عبد الحميد بأنه:" احد الأشكال الخاص بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويعتبر الشكل المعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب فيه الاتصال بمفرداته"²

6/أداة الاستبيان:

تعتبر أداة جمع البيانات الوسيلة التي يقوم من خلالها الباحث لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث ساهم بشكل كبير في تحليل الظاهرة ووصفها

¹احمد بن مرسلبي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،ط2، 2005 ،ص282

²محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ،عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة ،القاهرة ،ط1، 2000 ،ص158

الإطار المنهجي للدراسة

وتفسيرها في إطار الدراسة حيث لابد للباحث اختيار أكثر الأدوات ملائمة للدراسة لتحقيق والوصول إلى الأهداف التي يرغب الوصول إليها من خلال دراسته، لذلك تعد الأداة الأنسب لدراستنا هذه هي الاستبيان.

الاستبيان:

تعتبر على إنها إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم أو دوافعهم أو معتقداتهم¹

وهي أيضا: "أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المبحوث الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث وذلك حسب أغراض البحث²

حيث تم تقسيم الاستمارة إلى 3 محاور:

المحور الأول: علاقة أنماط تعرض المراهقين للفيس بوك باللاوعي.

المحور الثاني: ما الدافع من وراء استخدام المراهقين للفيس بوك باللاوعي.

المحور الثالث: الاشباعات المحققة للفيس بوك لدى المراهقين وعلاقتها باللاوعي.

ووزعت الاستمارة على عينة عشوائية تمثلت في 80 تلميذ بأولاددرج لموسم 2020/2019

وقد حكمت من قبل الأستاذ "بوعزيز بوبكر".

¹جودت عزت عطوي : أساليب البحث العلمي. مفاهيمه وأدواته، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ط4، 2011، ص 99

²منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012، ص

16 مجتمع الدراسة والعينة:

تستوجب أبحاث ودراسات البحث العلمي انتقاء الدراسة كمجال لتطبيق وممارسة الدراسة عليه، حيث تكون هذه الدراسة قابلة للتحليل.

يعتبر مجتمع دراسة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، وهنا يتمثل في تلاميذ أولاددرج الإطار الخاص الذي اختيرت منه العينة التي بلغ عددها 80 مفردة تم اختيارها أواخر شهر نوفمبر.

وقد اعتمدنا على العينة العشوائية أو ماتسمى بالعينة الصدفية والتي تعرف عادة على أنها: " العينة التي تتكون من وحدات معينة اعتقادا أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل في هذه الحالة قد يختار الباحث مفردات محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع الأصلي، وهذه تعطي نتائج تكون اقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث يمسح المجتمع كله."¹

وتعرف العينة العشوائية أيضا: " هي تلك العينة التي يختار الباحث أفراد المجتمع عشوائية أي بالصدفة للبحث عن ظاهرة معينة، لذا فان هذه العينة لا تمثل المجتمع الأصلي بدقة ومن ثم يصعب تعميم نتائج البحث على المجتمع الأصلي كله ولكن لابد منها عندما يصادف الباحث مجتمع دراسة كبيرة الحجم."²

¹فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة:أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، ط1، 2002، ص 200

²إبراهيم بن عبد العزيز الدعيلي: مناهج وطرق البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010، ص 94

الدراسات السابقة:

تساهم مراجعة البحوث السابقة في تحقيق عدة أهداف، فالمعلومات التي نحصل عليها من الدراسات السابقة تساعدنا في تحديد أهمية المشكلة وفهم التناقض في مجال الدراسة وتجنب التكرار الغير المقصود، بالإضافة إلى استنتاج المنهج المناسب وبناء تصميم للبحث وتساعدنا في ربط النتائج بالدراسات السابقة، وفي اقتراح دراسات أخرى واعتمدنا لانجاز هذه الدراسة على العديد من الدراسات السابقة التي لها ارتباط بمتغيرات الدراسة بشكل أو بآخر.

1- دراسة حنان بنت شعشوع الشهري(2013):

"اثر استخدام شبكات التواصل الالكتروني على العلاقات الاجتماعية - الفيس بوك وتويتر - نموذجا"

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الايجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع من اجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمت الباحثة أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (150) طالبة في جامعة الملك عبد العزيز تم اختيارهم بطريقة قصدية.

تم التوصل إلى النتائج التالية:

- من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيس بوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عليها صراحة في المجتمع.
- استفادت الطالبات من الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانيا.
- لاستخدام موقعي الفيس بوك وتويتر العديد من الآثار الايجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، كما لهما آثار سلبية أهمها قلة التفاعل الأسري.
- توجد علاقة اعتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والايجابيات والسلبيات.

- توجد علاقة ارتباطية بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والايجابيات.

- توجد علاقة ارتباطية طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والايجابيات والسلبيات.

2- دراسة حسن عبد السلام محمد الشيخ (2011):

"إدمان الانترنت وعلاقته ببعض أشكال السلوك ألا توافقي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية".

هدفت الدراسة إلى الوقوف على تحديد العلاقة بين الإدمان على الانترنت والسلوك ألا توافقي لدى تلاميذ الثانوية، وتحديد العلاقة بين الإدمان على الانترنت والانعزال على الحياة الأسرية على عينة الدراسة وأيضاً تحديد العلاقة بين الإدمان والانطواء لدى العينة كما هدفت إلى التحقق من ما إذا كانت هناك علاقة بين هذا النوع من الإدمان وعدم تحمل المسؤولية لدى التلاميذ، قام الباحث بتطبيق مقياس الإدمان الانترنت كان أيضاً من إعداد الباحث على عينة من تلاميذ مدرسة احمد زويل الثانوية لبنين بدسوق حافظة كفر شيخ(مصر) قوامها(215) تلميذ المعيديين من الفرق الأول والثاني والثالث استعمل الباحث المنهج الوصفي التحليلي.

إذ توصل إلى النتائج التالية:

- توجد علاقة ارتباطية بين إدمان الانترنت والسلوك ألا توافقي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

- توجد علاقة ارتباطية بين إدمان الانترنت وانعزال الحياة الأسرية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

- توجد علاقة ارتباطية بين إدمان الانترنت والسلوك العدوانى لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

- توجد علاقة ارتباطية بين إدمان الانترنت وعدم تحمل المسؤولية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

الإطار المنهجي للدراسة

3- دراسة مسعودة هاتيات (2014):

"المشكلات النفسية والاجتماعية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي الانترنت - دراسة ميدانية بمدينة ورقلة -".

هدفت الدراسة إلى الكشف عن درجة انتشار المشكلات النفسية والاجتماعية (إدمان الانترنت، العزلة الاجتماعية، الاغتراب، الاكتئاب) لدى عينة من المراهقين المتمدرسين مستخدمي الانترنت بمدينة ورقلة قوامها (406) تلميذ وتلميذة، كما هدفت إلى التعرف على أن كانت توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة انتشار المشكلات النفسية والاجتماعية المحددة في الدراسة لدى عينة الدراسة تبعا لمتغير درجة استخدام الانترنت ومتغير الجنس ومتغير المرحلة التعليمية (متوسط، ثانوي)، تم تطبيق بطارية مكونة من أربعة مقاييس وهي:

- مقياس العزلة الاجتماعية من إعداد محمد سعد عبد الواحد مطاوع أبو الرياح (2006).

- قائمة الاكتئاب لارون بيك وستير (1993) ترجمة احمد محمد عبد الخالق (1996) وقام بتقنينها مولود عبد الفتاح (2008) بمدينة ورقلة.

- مقياس الإدمان على الانترنت إعداد يعقوب يونس خليل (2011).

- مقياس الاغتراب من إعداد يعقوب يونس خليل الاسطل (2011).

تم التوصل إلى مجموعة من النتائج هي:

- درجة انتشار المشكلات النفسية والاجتماعية كانت منخفضة، حيث سجلت نسبة (2.95%) لمشكلة الإدمان، و(0.37%) لمشكلة العزلة الاجتماعية، و(2.70%) لمشكلة الاغتراب، (7.63%) للاستجابة الاكتئابية.

- توجد فروق دالة إحصائية في انتشار مشكلة إدمان الانترنت لدى المراهقين المتمدرسين تبعا لمتغير درجة الاستخدام الانترنت،

- لا توجد فروق دالة إحصائية في انتشار المشكلات الأخرى (العزلة الاجتماعية، والاكتئاب والاغتراب).

الإطار المنهجي للدراسة

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في انتشار المشكلات الاجتماعية والنفسية بين مستخدمي الانترنت يعزى لمتغير الجنس ومتغير المرحلة التعليمية لدى عينة الدراسة.

4- دراسة سحب فتيحة(2011):

" اثر إدمان الانترنت على التحصيل الدراسي وظهور السلوك العدواني لدى المراهق المتمدرس "

هدفت الدراسة إلى إظهار مدى وجود فروق مابين المراهقين المدمنين على الانترنت في درجة سلوك العدواني ومستوى التحصيل الدراسي، كما هدفت إلى إبراز العلاقة بين إدمان المراهقين المتمدرسين وتدني مستوى تحصيلهم الدراسي من خلال معرفة مدى ارتباط السلوك العدواني المادي واللفظي لدى المراهقين المتمدرسين.

للتحقق من هذه الأهداف استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، تكونت عينة الدراسة من (880) مراهق متمدرس بالمرحلتين المتوسطة والثانوية (454 تلميذ و426 تلميذة) تتراوح أعمارهم مابين (14 و19)، ببعض متوسطات وثانويات بلدية حسين داي الجزائر العاصمة، اختيرت بطريقة عشوائية بسيطة طبق عليهم مقياسين(مقياس إدمان الانترنت من إعداد بشرى احمد ارنوط (2005) ومقياس السلوك العدواني والعدائي للمراهقين والشباب من إعداد أمل عبد السميع مليجي باظه (2003).

تم التوصل إلى النتائج التالية:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التحصيل الدراسي بين المراهقين المتمدرسين غير المدمنين على الانترنت لصالح المجموعة الثانية.
- وجود علاقة سالبة دالة إحصائيا بين درجة إدمان الانترنت ومستوى التحصيل الدراسي لدى المراهق المتمدرس المدمن والغير المدمن على الانترنت.
- وجود علاقة موجبة دالة إحصائيا بين مستوى التحصيل ودرجة السلوك العدواني المادي لدى عينة الدراسة.
- وجود علاقة سالبة دالة إحصائيا بين مستوى التحصيل الدراسي ودرجة السلوك العدواني اللفظي لدى عينة الدراسة.

تحديد المفاهيم:

علاقة:

يعرف احمد زكي بدوي العلاقة بأنها: "رابطة بين شيئين أو ظاهرتين بحيث يستلزم تغير احدهما تغير الأخرى"

ويعرفها مصطفى الخشاب كالتالي: "العلاقات هي الروابط والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو سلوك مقابل، والاستجابة شرط أساسي لتكون علاقة اجتماعية وفي الواقع الاجتماعي قد تكون العلاقات بين فرد وفرد أو بين فرد في المجموع. وقد تكون هناك علاقات متبادلة بين الظواهر والنظم وقد تكون العلاقات الخارجية بين جماعات وجماعات أخرى، ومعظم العلاقات التي تقوم في الحقل الاجتماعي سببية أو وظيفية ومن هنا تأتي أهمية دراسة العلاقات للوصول إلى القوانين الاجتماعية لان هذه القوانين كغيرها من القوانين العلمية عبارة عن تقرير العلاقات الضرورية الكامنة في طبائع الأشياء"¹

تعريف الإجرائي:

العلاقة تتم بين طرفين يحدث بينهما التفاعل مما يؤدي إلى وجود علاقة اجتماعية، ولا يمكن تصور أي جماعة أو مجتمع يخلو من العلاقات الاجتماعية بكل أنواعها.

الاستخدام:

لغة: خدم، استخدم. استخداما، اتخذه خادما طلب منه أن يخدمه طلب منه خادما.²

اصطلاحا: هو نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام، وعليه فالاستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديمغرافية والثقافية للأفراد فالعوامل الاقتصادية

¹ محمد برغوثي: أنماط العلاقات الاجتماعية بين التلاميذ والأساتذة وعلاقتها بالتوافق الاجتماعي لتلاميذ التعليم الثانوي، رسالة ماجستير، معهد علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، السنة الجامعية 1997/1996 ص 32

² ابن منظور: لسان العرب، م1، ط1، ط2، 2003، ط4، 2004، دار صادر للطباعة والنشر، ص 59

الإطار المنهجي للدراسة

والتكنولوجية. هي مصدر صيرورة الاستخدام ذلك أن العرض هو الذي يقف وراء الاستخدام.¹

ويعرفه يافيسفرونسو الكوكيا هو نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار.²

تعريف الإجرائي:

هو كل ما نستعمله من تقنيات الاتصال الحديثة كالأجهزة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيس بوك.

الفيس بوك:

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم.³

تعريف الإجرائي:

الفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي يسعى إليه المراهق من أجل تكوين صداقات

اللاوعي:

ويعرفها علماء النفس: " هو مجموعة العوامل والعمليات والدوافع التي تؤثر في سلوك الفرد وفي تفكيره ومشاعره دون أن يكون شاعرا بها أو بكيفية حدوثها وتأثيرها"⁴

تعريف الإجرائي:

هو فقدان القدرة على فهم واندفاع دون تبصر في العواقب والبدائل المترتبة عليها.

¹ حسين شفيق: نظريات، دار فكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع، 2004، ص186
² أبو أصعب صالح خليل: استراتيجيات الاتصال وتأثيراته، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص9
³ جبريل حسين العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم، رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص24
⁴ زلوف منيرة : مفاهيم أساسية في الشخصية ودورها في حياة المراهق، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2016، ص 17

الإطار المنهجي للدراسة

المراهقة:

هي فترة من العمر تقع بين البلوغ وسن الرشد تختلف بحسب الأفراد ولكنها تمتد عادة من سن الثانية عشر إلى العشرين، وتتميز بالقلق وبظهور الدوافع الجنسية وبالتوق إلى الاستقلال¹

ويمكن تعريفها أيضا: "تعتبر مرحلة المراهقة حياة جديدة بالنسبة للمراهق، حيث تزداد أهمية العلاقات الاجتماعية بالنسبة له وتتفاقم صراعاته وتتغير انفعالاته. تريد الباحثة في مجال الدراسات النفسية الاجتماعية بتعبير المراهقة المرحلة التي يحدث فيها الانتقال التدريجي نحو النضج الجسمي والجنسي والعقلي والنفسي والاجتماعي والحديث عن هذه الفترة المعقدة من التحول والنمو يدعونا إلى التعرض إلى المفاهيم الخاصة بكل نوع من النمو²

التعريف الإجرائي:

هي المرحلة الحساسة والمهمة من النمو وهذا نتيجة للتغيرات الفيزيولوجية والبيولوجية والنفسية والاجتماعية. التي يعيشها المراهق مع بداية البلوغ وحددنا فترة المراهقة في هذه الدراسة ما بين (15- 18) سنة لتلاميذ الثانوية (ذكور وإناث) في مجمل المستويات.

¹د.نايف القيسي: المعجم التربوي وعلم النفس، دار أسامة المشرق الثقافي، الأردن، ص355
²زلوف منيرة: مرجع سابق ص 202

المدخل النظري (نظرية الدراسة):

1/الخلفية المعرفية لنظرية الحتمية القيمية:

ظهرت النظرية الحتمية القيمية في الإعلام مع بداية الثمانينات من القرن الماضي حيث برزت مع الدراسات الأولى التي قام بها "عزي عبد الرحمان " منذ عودته إلى الجزائر عام 1985 والحافز الأول لميلاد النظرية هو الفترة التي قضاها "عزي عبد الرحمان" في أمريكا.

فالحقيقة إنما تلقاه عزي عبد الرحمان من علم في أمريكا آنذاك وقراءته المتأنية المعمقة في نظريات الاتصال الغربية والتوغل فيها وفهمها واستنباط الظاهرة الاتصالية منها، بالإضافة إلى المعاشية المباشرة والاحتكاك بالدارسين والمهنيين أصحاب هذه النظريات ماجعله يكتسب خزانا معرفيا متميزا رؤية واضحة صريحة حيث ادرك ايجابيات النظريات وسلبياتها واستجلى منها عدم قدرتها على التطابق مع المجتمع الذي ينتمي إليه عزي عبد الرحمان وهو المجتمع الإسلامي.

إن نظرية الحتمية القيمية تبرز قيمتها وقدرتها أثناء تطبيقها على المجتمع الإسلامي لكون أن صاحبها ولد في بيئة إسلامية مفعمة بالتعاليم الدينية وحفظ القرآن الكريم.

2/تسمية نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

لقد أطلق عليها عزي عبد الرحمان في بداية الأمر مسمى "الحتمية النظرية القيمية" ثم في كتابه الإعلام والقيم أطلق عليها نصير بوعلي مسمى "الحتمية القيمية في الإعلام" والمسمى الأول يعكس ماينبغي أم يكون عليه الواقع أي على المستوى الخيال المجرد في حين المسمى الثاني الذي أطلقه " نصير بوعلي" يعكس الواقع المجسد ويمكن إعطاء النظرية عدة مسميات:

***على مستوى النظم: الإعلام القيمي**

***على المستوى التأثير: الحتمية القيمية الإعلامية**

***على المستوى النماذج: نموذج عزي عبد الرحمان**

الإطار المنهجي للدراسة

3/مفاتيح فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

اقترح "نصير بو علي" في مقلته بعنوان " مفاتيح نظرية الحتمية القيمية في الإعلام" مقاربة بنوية قدم من خلالها ثلاث مفاتيح أساسية لفهم النظرية في إطار هذه المقاربة البنوية وهي:

أولاً: أسبقية النظرية ككل على الأجزاء:

بمعنى النظرية الكلية للموضوع حيث لا يمكن فهم النظرية إذا لم يكن هناك الإمام بمختلف دراسات عزي عبد الرحمان.

ثانياً: أسبقية العلاقة على الأجزاء أو القيمية المحددة لها:

بمعنى انه لا يمكن النظر للنظرية الحتمية القيمية الإعلامية كدراسات مستقلة ومنعزلة ومفعولة عن بعضها البعض، بل لابد من التغلغل في الدواخل واستجلاء الخيط الذي يعقد هذه الدراسات ألا وهي القيمة التي تمثل الحلقة الرئيسية في أبحاث عزي عبد الرحمان وتكون بذلك مركز ونواة النظرية.

ثالثاً: النظرية من زاوية سياقية:

والتي تعني فهم النظرية في إطار سياق عام يستدعي حضور العوامل الاجتماعية والثقافية والحضارية إضافة، لان بيئة عزي عبد الرحمان ودراسته في أمريكا وكل العوامل التي ساعدت على تشكيل أساس جيد للنظرية.

4/تعريف نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

يتكون مسمى الحتمية القيمية في الإعلام من:

1. الحتمية: ويقصد بها اعتبار متغير واحد على انه المحرك الأساسي في تفسير أو فهم الظاهرة.

2.القيمية: عرف عزي عبد الرحمان القيمة وهو يتحدث عن الثقافة والاتصال، حيث يقول الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى للقيم، والقيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدر القيم في أساس الدين فالإنسان لا يكون مصدر القيم وأنها أداة تتجسد فيها القيم.

5/فروض النظرية:

تنطلق النظرية من افتراض أساس يعتبر الإعلام رسالة واهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد ولذلك فان تأثير وسائل الإعلام يكون ايجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق اشد كان التأثير ايجابيا وبالمقابل يكون التأثير ايجابي، إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة اكبر كان التأثير سلبي.¹ ويعتبر مفهوم السالب والموجب من بين المفاهيم الجديدة التي قدمها عبد الرحمان عزي بالإضافة إلى الخيال الإعلام في مقابل الرأي العام والزمن الإعلامي والرأسمالي الرمزي. والوضع الخيال والمتعلق من استخدام العقل وفعل السمع والبصر والبنية القيمة.

نظرية الاستخدامات والاشباكات:

1/ مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباكات:

تهتم نظرية الاستخدامات والاشباكات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال الأربعينيات من القرن 25م. أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام.²

إذ صار الاهتمام منصبا على "رضا المستخدمين" وذلك بطرح تساؤل جديد هو: "ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟"³. من خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات والاشباكات على أنقاض السؤال القديم الذي كان سائدا قبل ذلك وهو "ماذا تفعل وسائل الإعلام بجمهورها؟"

يمكننا أن ندرك بان محور العملية الاتصالية حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية فمن خلال منظور الاستخدامات لاتعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري،

¹عزي عبد الرحمان: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، ص 112

²ميلفينديفلير وساندر ابولروكيتش: نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، دار الدولية للنشر والتوزيع، 1999، ص 311

³صالح خليل أبو صبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط2، دار الأهرام، الأردن، 2003، ص 50

الإطار المنهجي للدراسة

وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها. ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة¹

ويلخص كاتز وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية:

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

2. يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى انه تشبع حاجاته.

3. تتنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل: الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها.

4. الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

5. الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه لان الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

وتحقق نظرية الاستخدامات والاشباعات ثلاث أهداف رئيسية:²

1. محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.

2. شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والاشباعات المتحققة من هذا التعرض.

3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

2/ أصول نشأة النظرية:

¹حسن عماد مكاي، ليلي حسين سيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003، ص100

²مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباعات، ط5، دار الفجر، مصر، 2003، ص531

الإطار المنهجي للدراسة

خلال أربعينيات القرن العشرين الميلادي أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي، وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام. وكان ذلك تحولاً من رأي الجمهور على أنه عنصر سلبي إلى أنه عنصر فاعل في انتقاء الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام، وكان ذلك ردة فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام. وتركز نظرية الاستخدامات والشبكات على كيفية استجابة وسائل الإعلام لدوافع احتياجات الجمهور.

وقد بدأت أبحاث النظرية منذ عام 1944 في دراسة "هيرتا" و"هيرزج" التي استهدفت الكشف عن إشباع مستمع المسلسلات اليومية، وتوصلت إلانها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية.

وتعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار¹

واستمر الاهتمام بهذه النظرية عند الباحثين أمثال "لازار سفيلد" و"ولبرشرام" في القرن العشرين. ولكنها لم تكن مصممة لدراسة إشباع وسائل الإعلام للفرد بقدر ماهي استهداف للعلاقة بين متغيرات اجتماعية معينة واستخدام وسائل الاتصال، ومع تزايد الاهتمام بالشبكات التي تزود بها وسائل الإعلام جمهورها.

وأصبح واضحاً أن هذه الدراسات لم تستطع الوصول إلى تحديد الشبكات التي توضح عناصر هذه النظرية، ذلك أن أصحابها لم يحاولوا الكشف عن مدى الارتباط بين ما انتهوا إليه من شبكات وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي يتم إشباعها، إضافة إلى عجزهم في البحث عن العلاقة بين وظائف الاتصال الجماهيري المتنوعة التي تعود إلى تحديد البناء الكامل للشبكات ووسائل الاتصال.

وفي السبعينات الميلادية بدأ الباحثون يستهدفون عبر البحوث المنظمة بناء أسس النظرية لمدخل الاستخدام والإشباع، وذلك عبر طرح وصياغة الكثير من التساؤلات التي ظهرت في الدراسات التقليدية المقدمة في الأربعينيات من القرن نفسه وأدى ذلك بدوره إلى قيام عدد من البحوث التطبيقية في مجال الاستخدام

¹حازم الحمداني: الإعلام الحربي والعسكري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 45.46

الإطار المنهجي للدراسة

والإشباع وكانت كل دراسة تسعى إلى الإسهام في بلورة ما انتهت إليه الدراسات السابقة في هذا المجال¹

3/ فروض نظرية الاستخدامات والاشباع:

1- **افتراض الجمهور النشط:** ويرى بالمغربين أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية:

- **الانتقاء:** حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته

- **الاستغراق:** ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين

- **الإيجابية:** بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال

2- **الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام:**

لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وان تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام. وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الامبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام مثل: ارتباط هذا التعرض بالنوع والعمر والمهنة والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي²

3- **دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:**

وترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في:

حاجات معرفية: أي الحاجة إلى الخير والمعرفة بشكل عام

حاجات عاطفية: كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح.

¹حازم الحمداني: مرجع نفسه ص 47

²عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، ط5، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003، ص551

الإطار المنهجي للدراسة

حاجات اجتماعية: تحقيق الذات والحاجة إلى الترفيه، يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر أما عن الدوافع فيقسمها روبن إلى :

- **الدوافع الوظيفية (النفعية):** تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجاته من المعلومات والمعرفة.

- **الدوافع الطقوسية:** وتستهدف تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء والهروب من الروتين اليومي أو المشكلات¹

4/ توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

يرى (كاتز) أن التوقعات هي "الإشباع" التي يبحث عنها وبذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل والمضامين. ويرى (شرام) في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب فعلى سبيل المثال: الشخص الميال للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات والمرأة التي لديها نزعة تحرر وتمرد على القيم تجد راحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج التي تتبنى مثل هذا التوجه وهكذا.

5- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

يشير (ستيفن وندال) إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط. ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام وعلى سبيل المثال: تحديد ما إذا كان الاستخدام أولويا أو ثانويا

6- اشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:

ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الاشباعات:

أ- **اشباعات المحتوى:** وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي نوعين اشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات. واشباعات

¹وليام ريفرز وآخرون: الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، تر: أحمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2001، ص 31

الإطار المنهجي للدراسة

اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب - اشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة وهي نوعين: اشباعات شبه توجيهية وتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة. واشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة¹

¹فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه نظرياته. وسائله، ط5، دار الفجر، القاهرة، 2003، ص25

الإطار المنهجي للدراسة

4/نقد نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

يبدو مما سبق أن هذه النظرية تقع على النقيض من النظريات التي تقدر تأثير وسائل الاتصال ولأجل ذلك تلقت مجموعة من الانتقادات أكثرها شهرة هي التي أوردها (ماكويل 1979).

- تعتبر مقارنة نفسية حدية ومبالغ فيها فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى تعتمد بإفراط على دقاتر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم وبين تطوعية (المستخدم) التفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان.
- نفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له.
- تواجه فلسفة "الاستخدامات والاشباعات" باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون الاتصال¹

¹فضيل دليو: المرجع سابق ص131

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي :

الإطار التطبيقي للدراسة:

1- تفريغ وتحليل وتفسير البيانات

2- نتائج الدراسة

3- التوصيات

1- تفريغ البيانات:

المحور الأول:البيانات الشخصية:

جدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة%
ذكر	39	48.25
أنثى	41	51.75
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس وجدنا أن أعلى نسبة من مستخدمي الفيس بوك باللاوعي هم الإناث وذلك من نسبة 51.75% ، بينما جاءت نسبة الذكور المستخدمين للفيس بوك باللاوعي بنسبة قريبة من الإناث وذلك بنسبة 48.25%.

ولعل ذلك راجع إلى إقبال الإناث بكثرة على الفيس بوك باللاوعي وذلك للترفيه ومعرفة أمور الطبخ والمواضات.بينما تمضية الوقت من قبل الذكور من خلال الفيس بوك باللاوعي في ملء وقت الفراغ ومعرفة آخر الأخبار الرياضية وغيرها، إضافة إلى ذلك أننا قمنا بتوزيع الاستمارات بشكل عشوائي وأنا لم نراعي التوزيع المتساوي بين الإناث والذكور.

الجدول رقم 02:يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة%
16-15	10	12.5
18-16	70	87.5
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن أن الأغلبية من مستخدمي الفيس بوك باللاوعي تتراوح أعمارهم بين(16-18) سنة بنسبة 87.5%،بينما جاءت الفئة التي تتراوح أعمارها بين (15-16) سنة بنسبة 12.5%.

الإطار التطبيقي

تفريغ و تفسير البيانات

وقد يرجع ذلك إلى أن المراهقين المنتمين إلى الفئة (16-18) سنة هي الفئة الغالبة في ثانوية الشهيد بعجي محمد ببلدية اولاددراج باعتبار أن تلاميذ الثانوية تتراوح أعمارهم بين 16-18 سنة إضافة إلى أنها الفئة الأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية. 15-16 فهي تدل على قلة من هذه الفئة في الثانوية بالإضافة إلى أن التوزيع كان بطريقة عشوائية ولم نراعي فيه اختيار الفئات القصدية.

الجدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
22.5	18	أولى
27.5	22	ثانية
50	40	ثالثة
100	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 03 والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى التعليمي أن أغلبية أفراد العينة يدرسون في سنة ثالثة ثانوي وذلك بنسبة 40% وجاءت بعدها بنسبة 22% الفئة التي تدرس في سنة ثانية ثانوي تليها بنسبة 18% الفئة التي تدرس في الأولى ثانوي. وقد يرجع ذلك إلى كون أن الفئة التي تدرس في الثالثة ثانوي الأكثر استخداما للفييس بوك باللاوعي وذلك من خلال تبادل المعلومات ومراجعة الدروس كونهم مقبلين على شهادة البكالوريا، وينطبق ذلك على الفئة التي تدرس في الثانية ثانوي ولكن بأقل درجة، بينما الفئة التي تدرس في الأولى ثانوي فهي أقل نسبة لانتشار التعليم وزيادة ارتفاع المستوى التعليمي في بلدية اولاددراج بالإضافة إلى أن التوزيع كان بصفة عشوائية حيث لم نراعي الاختيار القصدية لأفراد العينة أي الفئات.

المحور الثاني: علاقة أنماط تعرض المراهقين للفيس بوك باللاوعي:

جدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفيس بوك في الحياة اليومية:

النسبة %	التكرار	استخدام الفيس بوك في الحياة اليومية
57.5%	46	غالبا
36.25%	29	أحيانا
6.25%	05	نادرا
100	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 04 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفيس بوك باللاوعي في الحياة اليومية، يبين لنا أن أغلبية العينة يستخدمون الفيس بوك باللاوعي غالبا في حياتهم اليومية بنسبة 57.5%، بينما جاءت الفئة التي تستخدم الفيس بوك باللاوعي أحيانا بنسبة 36.25%، وأخيرا جاءت الفئة التي تستخدم الفيس بوك باللاوعي نادرا بنسبة 6.25%.

وقد يرجع ذلك إلى رواج هذا الموقع والإقبال عليه لتمضية الوقت والبحث وغيرها. حيث يمضي المراهقين أغلب أوقاتهم عبر هذا الموقع (الفيس بوك) بينما أفراد الفئة الذي يستخدمون الفيس بوك باللاوعي أحيانا يمضون أوقاتهم في الدراسة والرياضة والأمور المنزلية فهم يستخدمون الفيس بوك باللاوعي أثناء وقت الفراغ، بينما أنه من النادر أن نجد من لا يملك موقع الفيس بوك.

ومنه نستنتج أن استخدام الفيس بوك باللاوعي في الحياة اليومية غالبا من قبل المراهقين راجع إلى مواكبة التطور التكنولوجي والاهتمام به.

جدول رقم 05: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام الفيس بوك:

النسبة %	التكرار	مدة الاستخدام
15	12	أقل من سنة
67.5	54	من سنة إلى سنتين
17.5	14	أكثر من سنتين
100	80	المجموع

الإطار التطبيقي

تفريغ و تفسير البيانات

نلاحظ من خلال الجدول رقم 05 الذي يمثل توزيع أفراد العينة وفق مدة استخدام الفيس بوك باللاوعي، أن أغلبية أفراد العينة استخدموا الفيس بوك باللاوعي من سنة إلى سنتين بنسبة 67.5%، بينما جاءت الفئة التي استخدمت الفيس بوك باللاوعي أكثر من سنتين بنسبة 17.5%، وجاءت الفئة التي استخدمت الفيس بوك باللاوعي اقل من سنة بنسبة 15%.

وقد يفسر ذلك من خلال شهرة هذا الموقع وتطور خدماته منذ إنشائه (الفيس بوك 2004) بالإضافة إلى سهولة التسجيل فيها وسهولة التواصل من خلالها بالأصدقاء وأفراد العائلة وغيرهم، بينما باقي أفراد العينة قد يرجع قصر مدة استخدامهم لها لقلة الوعي بخدماتها إضافة إلى الانشغال بأمر أخرى.

ومنه نستنتج أن استخدام الفيس بوك باللاوعي لم يكن وليد الساعة من قبل المراهقين وأنه متداول منذ فترة طويلة.

الجدول رقم 06: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوقت المفضل للاتصال بالفيس بوك:

النسبة %	التكرار	الوقت المفضل للاتصال بالفيس بوك
0	0	صباحا
8.75	7	ظهرا
20	16	مساء
27.5	22	ليلا
43.75	35	حسب الظروف
100	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوقت المفضل للاتصال بالفيس بوك باللاوعي، حيث نلاحظ أن النسبة الأكبر كانت حسب الظروف بنسبة 43.75% تليها بنسبة 27.5% بينما جاءت مساء وظهرا وصباحا بنسبة 20% و 8.75% و 0% بالترتيب.

وقد يفسر ذلك بأنها لا يوجد وقت مفضل لدى المراهقين (التلاميذ) للاتصال فيه بالفيس بوك حيث يكون اتصالهم بالفيس بوك باللاوعي حسب الظروف الخاصة

بهم، فمنهم من لديه ظروف متعلقة بالدراسة وغيرها من الظروف. بينما يستخدم أفراد العينة الفيس بوك مساءً وليلاً بنسب متقاربة وذلك لكونهم ينهون الدراسة في هذا الوقت إضافة إلى تواجدهم في وقت الفراغ، بينما يقل الاتصال بالفيس بوك ظهراً وذلك للانشغال بالدراسة والتواجد في الثانوية بينما ينعدم الاتصال بالفيس بوك صباحاً.

ومنه نستنتج أن وقت استخدام الفيس بوك باللاوعي غير محدود لدى المراهقين وإنما يكون حسب تفرغهم له.

الجدول رقم 07: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص المفضلين للجلوس معهم أثناء التواصل بالفيس بوك:

الأشخاص المفضلين	التكرار	النسبة %
الأصدقاء	38	47.5
الإخوة	07	8.75
الوالدين	06	7.5
لا احد	29	36.25
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 07 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص المفضلين للجلوس معهم أثناء الاتصال بالفيس بوك، أن أعلى نسبة جاءت للأصدقاء بنسبة 47.5% ثم تليها لأحد بنسبة 36.25% ثم جاءت الإخوة والوالدين بنسبة 8.75% و 7.5% بالترتيب.

وقد يرجع ذلك الى كون الفيس بوك الغرض الرئيسي منه هو الاتصال بالغير حيث يعتبر فضاء خصبا يتمكن من خلاله المراهقين الاتصال بأصدقائهم وذلك من اجل الدردشة واللعب ومناقشة الأحداث اليومية، بينما يرجع انه لا يوجد احد مفضل للجلوس معه أثناء التواصل بالفيس بوك الى انشغال هذه الفئة بالبحث ومشاهدة الفيديوهات والبحث عن أصدقاء جدد، بينما يأتي في الأخير الأشخاص المفضلين للجلوس معهم هم الإخوة والوالدين وهذا راجع الى تواجد أغلبية أفراد العينة مع الإخوة والوالدين في المنزل أي الاتصال المباشر بهم، فيكون الاتصال بهم من الأبناء الذين يكونون نصف داخلي في الثانوية مثل بعض التلاميذ ماكثين عند بيت أجدادهم أو خالاتهم أي بعيدين عنهم.

ومنه نستنتج أن الأصدقاء يسهلون عملية التواصل من خلال خلق أسلوب حوار لذا فهم الأشخاص المفضلين لدى المراهقين للجلوس معهم اثناء التواصل بالفيس بوك.

الجدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة تصفح الفيس بوك في الجلسة الواحدة:

المدة	التكرار	النسبة%
أقل من ساعة	15	18.75
من ساعة الى ساعتين	30	37.5
أكثر من ساعتين	35	43.75
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 08 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة تصفح الفيس بوك باللاوعي في الجلسة الواحدة أن أغلبية المراهقين يستخدمون الفيس بوك باللاوعي أكثر من ساعتين في الجلسة الواحدة بنسبة 43.75%، تليها الذين يستخدمون الفيس بوك باللاوعي من ساعة إلى ساعتين بنسبة 37.5% ثم 18.75% بالنسبة الذين يستخدمون الفيس بوك باللاوعي أقل من ساعة.

ويمكن تفسير ذلك من خلال أن استخدام الفيس بوك باللاوعي أكثر من ساعتين يكون بالنسبة للمراهقين الذين استخدموا الفيس بوك باللاوعي أقل من سنة ومن سنة إلى سنتين يكون فضولهم أكبر للتعرف واكتشاف خدمات الفيس بوك، بينما يستخدمونه أقل من ساعة يمكن أن يكون للمسجلين فيها أكثر من سنتين حيث أنهم تعودوا على خدماته وأصبحت روتينية بالنسبة لهم.

ومنه نستنتج أن التواصل بالفيس بوك باللاوعي يعتبر عالما فسيحا لا يمكن الخروج منه بطريقة سهلة فهو يستهوي ويجذب كل مستخدم لذا فان مرور الوقت لا يعد في الحسبان ومنه قضاء ساعات طويلة.

الجدول رقم 09: يمثل توزيع أفراد العينة حسب أيام استخدام الفيس بوك:

الأيام	التكرار	النسبة %
في بداية الأسبوع	0	0
بشكل يومي	46	57.5
في نهاية الأسبوع	03	3.75
حسب الظروف	31	38.75
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب أيام استخدام الفيس بوك باللاوعي الذي يبين أن المراهقين الذين يستخدمون الفيس بوك باللاوعي بشكل يومي أعلى نسبة وذلك بنسبة 57.5% تليها حسب الظروف 38.75% وأخيرا في نهاية الأسبوع بنسبة 3.75%.

وقد يرجع ذلك إلى أن الفيس بوك أصبحت جزءا من حياة المراهقين (التلاميذ) فأصبحوا يستخدمونها باللاوعي بشكل يومي في كافة المجالات الدردشة والتعليق والبحث... الخ، إضافة إلى مناقشة الأحداث اليومية المتغيرة باستمرار وذلك حسب الظروف الخاصة بهم، ويرجع عدم اختيار أفراد العينة للخيارات في بداية الأسبوع إلى استخدامهم بشكل يومي للفيس بوك باللاوعي حيث أنهم لا يفضلون أياما على غيرها.

ومنه نستنتج أن المراهقين جعلوا من الفيس بوك نشاطا أساسيا في حياتهم اليومية وذلك من خلال التحمس والتطلع ومواكبة الأحداث اليومية.

الجدول رقم 10: يمثل توزيع أفراد العينة حسب شدة الإقبال على الفيس بوك:

شدة الإقبال	التكرار	النسبة %
ضعيف	08	10
متوسط	27	33.75
مكثف	45	56.25
المجموع	80	100

الإطار التطبيقي

تفريغ و تفسير البيانات

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 الذي يمثل أفراد العينة حسب شدة الإقبال على الفيس بوك نلاحظ أن أعلى نسبة من المراهقين يستخدمون الفيس بوك بشكل مكثف بنسبة 56.25% تليها بشكل متوسط بنسبة 33.75% وأخيرا بشكل ضعيف بنسبة 10%.

ويرجع ذلك أن المراهقين يستخدمون الفيس بوك يوميا وبالرجوع إلى جدول رقم (09) حيث وجدنا المراهقين يستخدمون الفيس بوك باللاوعي بشكل يومي أي بشكل مكثف، أما بشكل متوسط فيكون حسب الظروف الخاصة بالمراهقين أما بشكل ضعيف فيكون استخدامهم للفيس بوك باللاوعي في أيام وأوقات دون أخرى مثل بداية الأسبوع أو نهاية الأسبوع مثلا.

ومنه نستنتج أن الإقبال على الفيس بوك أصبح بمثابة الهاجس الطاعي على تفكير المراهقين وأنه أمر ضروري بالنسبة إليهم في الحياة اليومية.

جدول رقم 11: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان استخدام الفيس بوك:

المكان	التكرار	النسبة%
المنزل	65	81.25
مقهى الانترنت	10	12.5
الثانوية	05	6.25
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان استخدام الفيس بوك باللاوعي أن أعلى نسبة كانت في المنزل ب 81.25% تليها مقهى الانترنت بنسبة 12.5% وأخيرا الثانوية بنسبة 6.25%.

ويمكن تفسير ذلك بكثرة الاشتراكات في خدمة الانترنت في الجزائر التي أدت إلى توفيرها في النازل على غرار "موبليس" و"جيزي" و"اوريدو" حيث أصبح بإمكان المراهقين (التلاميذ) استخدام الفيس بوك باللاوعي في المنزل والثانوية دون مقهى الانترنت .

ومنه نستنتج أن كل شخص يتصفح الفيس بوك باللاوعي حسب المكان المتواجد فيه خاصة في المنزل.

الجدول رقم 12: يمثل توزيع أفراد العينة حسب جهاز تصفح الفيس بوك:

النسبة %	التكرار	الجهاز
12.5	10	الحاسوب المنزلي
37.5	30	حاسوب محمول
42.5	34	هاتف ذكي
7.5	06	لوحة الكترونية
100	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب جهاز الاتصال بالفيس بوك باللاوعي حيث نجد أن أعلى نسبة حازها هاتف ذكي ب 42.5% يليه حاسوب محمول بنسبة قريبة 37.5% ثم الحاسوب المنزلي ب 12.5% وأخيرا اللوحة الالكترونية ب 7.5%.

وقد يرجع ذلك إلى أن المراهقين بأغلبية يمتلك حاسوب محمول وذلك لاستخدامه في المكالمات بالإضافة إلى توفره بأسعار معقولة أي يمكن اقتناؤه فأصبح يستخدم أيضا في تصفح الفيس بوك باللاوعي حيث أنه يمكن حمله واستخدامه في أي مكان على عكس المنزلي، إضافة إلى استخدام الهاتف الذكي الذي أصبح متوفر لدى أغلبية التلاميذ والذي من خلاله يمكن الاتصال بالفيس بوك بسهولة وحمله وخفة وزنه.

ومنه نستنتج أن كل الوسائل المذكورة تسمح للمراهقين بالتواصل بالفيس بوك باللاوعي وذلك لتطورها وسهولة استعمالها في عملية التصفح.

المحور الثالث: الدافع من وراء استخدام المراهقين للفيس بوك باللاوعي:

الجدول رقم 13: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة أثناء عملية استخدام للفيس بوك:

الخدمات	التكرار	النسبة%
الألعاب	09	11.25
الدرشة	40	50
التعليق	15	18.75
مشاهدة الفيديوهات	16	20
المجموع	80	100

تفريغ و تفسير البيانات

الإطار التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة أثناء عملية استخدامك للفيس بوك باللاوعي أن أعلى نسبة كانت 50% لخدمة الدردشة، تليها مشاهدة الفيديوهات والتعليق والألعاب بنسبة 20% و 18.75% و 11.25% بالترتيب.

وقد يرجع ذلك إلى استخدام الفيس بوك باللاوعي من قبل المراهقين من أجل الدردشة وبالرجوع إلى الجدول رقم 07 الذي يمثل الأشخاص المفضلين لاتصال بهم من خلال الفيس بوك نجد أن نسبة كانت الأصدقاء، حيث يستخدم الفيس بوك للدردشة ومناقشة الأحداث اليومية في الثانوية مثلا، إضافة إلى مشاهدة الفيديوهات والتعليق وإبداء الملاحظات حول الصور وغيرها والألعاب التي تكون بنسبة قليلة وذلك لتوفر الأجهزة بها مثل "PlayStation" وتوفر الألعاب في الهواتف الذكية.

ومنه نستنتج من خلال ذلك أن الشباب أثناء فترة التواصل بالفيس بوك باللاوعي يحققون اشباعا معينة منها التواصل منها الدردشة..... الخ.

الجدول رقم 14: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدافع من وراء استخدام الفيس بوك:

الدافع	التكرار	النسبة %
لأنها مجانية	12	15
التفاعل السريع مع الأصدقاء	38	47.5
شهرة المواقع الاجتماعية	09	11.25
كثرة الإقبال عليها	05	6.25
ملء وقت الفراغ	16	20
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدافع وراء استخدام الفيس بوك باللاوعي، نلاحظ أن أعلى نسبة كانت للتفاعل السريع مع الأصدقاء بـ 47.5% تليها ملء وقت الفراغ بنسبة 20% ثم تأتي لأنها مجانية وشهرة المواقع وكثرة الإقبال عليها بنسبة 15% و 6.25% بالترتيب.

وقد يرجع ذلك إلى أن أغلبية المراهقين يستخدمون الفيس بوك باللاوعي للتفاعل السريع مع الأصدقاء، وذلك من خلال الدردشة والتعليق على الصور وتبادل المعارف والمعلومات ومعرفة المستجدات مع الأصدقاء من أجل ملء وقت الفراغ إضافة إلى كونها مجانية وشهرتها وكثرة الإقبال عليها.

ومنه نستنتج أن المراهقين يستخدمون الفيس بوك باللاوعي من أجل التفاعل مع أصدقائهم باعتبارها فضاء خصبا لذلك.

الجدول رقم 15: يمثل توزيع أفراد العينة حسب صفحة الفيس بوك:

الصفحة	التكرار	النسبة %
شخصية	26	32.5
متاحة لأفراد العائلة	06	7.5
للأصدقاء	32	40
للجميع	16	20
المجموع	80	100

الإطار التطبيقي

تفريغ و تفسير البيانات

نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب صفحة الفيس بوك نجد أن أعلى نسبة كانت للأصدقاء بـ40% تليها شخصية بـ32.5 ثم متاحة للجميع ولأفراد العائلة بـ20% و7.5% بالترتيب.

ويمكن تفسير ذلك إلى أن المراهقين يقومون بالتفاعل مع الأصدقاء وذلك من خلال تبادل المعلومات والملاحظات ونشر الصور ليراها الأصدقاء ويعلق عليها إضافة إلى الحصول على الدروس بكل سهولة، لكن أكثرية المراهقين يحبون أن تكون صفحاتهم شخصية لا يطلع عليها إلا من يسمحون له بذلك، وقد تكون متاحة للجميع وهذه فئة قليلة من المراهقين وذلك للتعرف على أصدقاء جدد ونشر مايتعلق بالجميع مثلا، وأما إتاحتها لأفراد العائلة أغلبية المراهقين يعيشون مع عائلاتهم في المنزل أي يمكن الاتصال المباشر معهم.

ومنه نستنتج أن الشباب يفتحون الصفحات على الفيس بوك باللاوعي بغرض التواصل مع الأصدقاء ولكونهم يجدون راحة معهم أكثر من غيرهم.

الجدول رقم16:يمثل توزيع أفراد العينة حسب نتيجة التفاعل مع مواضيع الفيس بوك:

النتيجة	التكرار	النسبة%
ايجابية	26	32.5
سلبية	05	6.25
معا	49	61.25
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب نتيجة التفاعل مع الفيس بوك باللاوعي نجد أن أعلى نسبة كانت ايجابية وسلبية معا بـ61.25% تليها ايجابية بنسبة 32.5% وأخيرا سلبية بـ6.25%.

ويرجع ذلك إلى أن أغلبية المراهقين يرون أن المواضيع التي تعرض في الفيس بوك لها ايجابياتها وسلبياتها معا كونها لا تخضع للرقابة، بالإضافة إلى أنها وسيلة كمختلف الوسائل الأخرى له ايجابيات وسلبياته، فيما يرى البعض الآخر بنسبة أقل أنه ليس له سلبيات بل هي ايجابية فقط لتوفير المعلومات والتواصل بسهولة مع الغير وتمكن من البحث والتعرف على أصدقاء ومجتمعات جديدة.

الإطار التطبيقي

تفريغ و تفسير البيانات

فيما ترى فئة قليلة أن هذه المواضيع سلبية كونها مجهولة المصدر في أغلبية الأحيان.

ومنه نستنتج أن الفيس بوك عجينة في يد المراهقين يشكلها كيفما يشاء ايجابيا أو سلبيا.

الجدول رقم 17: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في نشر المعلومات عبر الفيس بوك:

المشاركة في نشر المعلومات	التكرار	النسبة %
أحيانا	39	48.75
نادرا	25	31.25
دائما	16	20
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في نشر المعلومات عبر الفيس بوك أن أكبر نسبة كانت أحيانا بـ 48.75% تليها نادرا بـ 31.25% ثم دائما بـ 20%.

وقد يرجع ذلك إلى أن أغلب المراهقين يساهمون في نشر المعلومات من حين إلى آخر وليس دائما وذلك للإلهاء ببعض الأمور الأخرى مثل التعليقات ومشاهدة الفيديوهات والصور إضافة إلى نشر المعلومات، إضافة إلى ذلك فإن بعض المبحوثين يقومون بنشر المعلومات نادرا لانشغالهم بالدراسة والألعاب والتواصل مع الأصدقاء فنادرا ما يقومون بنشر المعلومات، فيما أن فئة أخرى تقوم بنشر المعلومات دائما وهي فئة قليلة سواء كانت معلومات تتعلق بمعلومات دينية أو ثقافية أو اقتصادية أو تخص دراستهم.

نستنتج من خلال ذلك أن المراهقين ليس هدفهم الرئيسي هو نشر المعلومات فقط وإنما ينشغلون بأمور أخرى أثناء استخدامهم للفيس بوك باللاوعي مثل التعليقات والألعاب.... الخ.

الجدول رقم 18: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المعلومات إذا كانت إجاباتهم

بدائما في نشر المعلومات:

نوع المعلومات	التكرار	النسبة %
ثقافية	29	36.25
علمية	19	23.75
أدبية	13	16.25
رياضية	19	23.75
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات إذا كانت الإجابة بدائما نجد أن المعلومات المنشورة عبر الفيس بوك تكون ثقافية بأعلى نسبة ب 36.25% تليها المعلومات الرياضية والعلمية ب 23.75% بالتساوي، ثم المواضيع الأدبية ب 16%.

وقد يرجع ذلك الى أن استخدام الفيس بوك باللاوعي في نشر المعلومات يكون من أجل تبادل الثقافات وتنمية لثقافة لديهم لذا يقومون بنشر المعلومات الثقافية، إضافة

الى نشر المعلومات الرياضية من خلال التعرف على أخبار الأندية الرياضية ومشاهير الرياضة، إضافة الى نشر المعلومات الأدبية والسياسية مثلا بأقل درجة لأنها لا تحظى باهتمام كبير بالنسبة إليهم.

ومنه نستنتج أن الفيس بوك باللاوعي يساهم في نشر المعلومات من خلال مواضيعه لتتقيد المراهقين لذلك فهم يساهمون في الاطلاع على ثقافات غيرهم ونشر ثقافتهم حول مختلف الجوانب.

الإطار التطبيقي

تفريغ و تفسير البيانات

المحور الرابع: الإشباعات المحققة للفييس بوك لدى المراهقين وعلاقتها باللاوعي:

الجدول رقم 19: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الشعور عند استخدام موقع الفييس بوك:

الشعور عند الاستخدام	التكرار	النسبة %
الراحة النفسية	20	25
المتعة	51	63.75
القلق	9	11.25
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الشعور عند استخدام موقع الفييس بوك باللاوعي. يبين لنا أغلبية العينة يشعرون بالمتعة عند استخدام الفييس بوك باللاوعي وذلك بنسبة 63.75% ثم تليها الراحة النفسية بنسبة 25% وأخيرا القلق بنسبة 11.25%.

ومن هذا التصنيف نجد أن المتعة هي أهم إشباع لدى نفسية المراهق أثناء تصفحه للفييس بوك باللاوعي وأن الراحة النفسية هي مايلي المتعة بالنسبة لعامل القلق قد يكون مرده إلى بعض المواد التي قد تظهر على بعض الصفحات التي يكون المراهق غير متوقع حدوثها.

الجدول رقم 20: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مستوى تحقيق الفييس بوك لدى المراهقين:

تحقيق الإشباع	التكرار	النسبة %
دائما	60	75
أحيانا	15	18.75
أبدا	05	6.25
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مستوى تحقيق اشباعات الفييس بوك باللاوعي لدى المراهقين. نجد أن التلاميذ (المراهقين) كان إشباعهم في اختيارهم دائما بنسبة 75% ثم تليها أحيانا بنسبة 18.75%

الإطار التطبيقي

تفريغ و تفسير البيانات

وأخيرا جاءت أبدا بنسبة 6.25%. وهنا يرجع بسبب اشباع الفيس بوك لرغبات المراهق بنسبة 75% مرده أن للمراهق خبرة في استعمال موقع الفيس بوك باللاوعي وبالتالي وجوده سهولة في إيجاد كل مايريده المراهق في فيس بوك.

الجدول رقم 21: يمثل توزيع أفراد العينة من خلال اشباعات المحققة من استخدام المراهق للفيس بوك:

اشباعات المحققة	التكرار	النسبة%
اشباعات اجتماعية	15	18.75
اشباعات رياضية	11	13.75
اشباعات ترفيهية	29	36.25
اشباعات علمية	18	22.5
اشباعات نفسية	07	8.75
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 الذي يمثل توزيع أفراد العينة من خلال الاشباعات المحققة من استخدام الفيس بوك باللاوعي. يبين لنا أن أغلبية العينة مايلمسا اشباعاتهم في الترفيه بنسبة 36.25% ثم جاءت اشباعات علمية بنسبة 22.5% ثم تليها اشباعات اجتماعية بنسبة 18.75% ثم اشباعات رياضية بنسبة 13.75% ثم اشباعات نفسية بنسبة 8.75%.

وقد يرجع ذلك أن المراهقين يحققون اشباعاتهم من خلال اشباعات ترفيهية وذلك لوجود الإثارة هي التي تثيرهم وتحفزهم لتصفح موقع الفيس بوك، كذلك وجود الغرابة والطرافة... الخ. أما الاشباعات العلمية كان أهم ماتم الإجماع عليه من طرف تلاميذ ثانوية الشهيد بعجي محمد وهو استغلالهم للمعلومات والمعارف. أما الاشباعات الاجتماعية من خلال معرفة أحوال الناس. أما الاشباعات الرياضية كما نعرف أهم إشباع للمراهق في إشباع رياضي هي ممارسة كرة القدم من خلال الاطلاع على موقع أو الصفحات ومتابعة المقابلات وكذلك توجد رياضات أخرى مثل الفنون القتالية وركوب الخيل.. الخ، والاطلاع على مختلف تقنيات ممارسة رياضات أخرى. أما الاشباعات النفسية يجدون المتعة أثناء تصفحهم للفيس بوك والراحة النفسية كذلك وهذا ما أكد عليه المراهقين في جدول رقم 19 ان المتعة هي العنصر الأول في إقبال النفس.

الإطار التطبيقي

تفريغ و تفسير البيانات

ومنه نستنتج أن المراهق يحقق اشباعا من خلال اشباعا ترفيحية جاءت كأحد أهم مايفضلونه في مختلف الاشباعا المحققة.

الجدول رقم 22: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تقييم المراهق لموقع الفيس بوك:

التقييم	التكرار	النسبة%
جيد جدا	57	71.25
متوسط	20	25
ضعيف	03	3.75
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 22 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب تقييم المراهقين لموقع الفيس بوك باللاوعي. وجاء تقييم الذي اختاره مجمل تلاميذ محصور على ثلاث اختيارات جيد جدا أو متوسط أو ضعيف، والتلاميذ أكدوا غالبيتهم أن الفيس جيد بنسبة 71.25% من خلال تبادل المعلومات والصور والدرشة... الخ وجاء بعد ذلك تقييم متوسط بنسبة 25% وأخيرا جاء ضعيف بنسبة 3.75.

نتائج الدراسة في الأسئلة الفرعية:

توصلت الدراسة الميدانية التي أجريناها على تلاميذ الشهيد بعجي محمد ببلدية أولاددراج، بالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتفريغها توصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي:

المحور الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة:

تبين لنا عدد أفراد العينة من ذكور وإناث بنسبة 48.25% و 51.75% على التوالي. وأن أغلبهم في سنة الثالثة ثانوي بنسبة 50%.

المحور الثاني: علاقة أنماط تعرض المراهقين للفيس بوك باللاوعي:

- فقد تبين أن معظم أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك في حياتهم اليومية باللاوعي غالبا بنسبة 57.5%. وأن مدة استخدامهم له كانت من سنة إلى سنتين وقدرت بنسبة 67.5%.

- وتشير النتائج أن أغلبية المراهقين يتصفحون الفيس بوك باللاوعي حسب الظروف المواتية لهم بنسبة 43.75% وأن الأشخاص المفضلين للجلوس معهم أثناء التواصل بالفيس بوك هم الأصدقاء حيث قدرت نسبتهم ب 47.5% كما أن أكثر من ساعتين هي المدة المستخدمة لتصفح الفيس بوك في الجلسة الواحدة بنسبة 43.75%.

- وبينت أن أغلبية المراهقين يتصفحون الفيس بوك باللاوعي بشكل يومي بنسبة 57.5%، حيث كان إقبالهم على الفيس بوك بشكل مكثف بنسبة 56.25% وأن المنزل هو المكان المفضل لهم بنسبة 81.25% باستخدام هاتف ذكي بنسبة 42.5%.

المحور الثالث: الدافع من وراء استخدام المراهقين للفيس بوك باللاوعي:

- يفضل 50% من المراهقين خدمة الدردشة أثناء تواصلهم بالفيس بوك وان أكثر المراهقين يستخدمون الفيس بوك من أجل التفاعل السريع مع الأصدقاء بنسبة 47.5% من أجل تبادل المعلومات بينهم.

- كشفت الدراسة أن صفحة المراهقين في الفيس بوك متاحة للأصدقاء بنسبة 40%.

- كما بينت هذه الدراسة أن أغلبية المراهقين كانت نتيجة تفاعلهم مع مواضيع الفيس بوك سلبية وإيجابية معا بنسبة 61.25%.

- وتوصلت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يشاركون في نشر المعلومات عبر الفيس بوك أحيانا بنسبة 48.75%.

- أما بالنسبة لأفراد العينة الذين يساهمون في نشر المعلومات دائما فكانت المعلومات ثقافية هي المفضلة لديهم بنسبة 36.25%.

المحور الرابع: الإشباع المحققة للفيس بوك لدى المراهقين وعلاقتها باللاوعي:

- جاءت الإشباعات من حيث الشعور أثناء استخدام المراهق للفيس بوك باللاوعي أن المتعة هي أولى الأشياء للمراهق بنسبة 63.75% وباقي الرغبات بعيدة كل البعد عن حاجاته.

- حقق الفيس بوك من حيث مجمل الإشباعات وكميتها بنسبة للمراهق درجة دائما بنسبة 75% أي أن رضا المراهق عليه ممتاز وبنسبة عالية فهو أكثر من جيد جدا.

- جاءت الإشباعات الاجتماعية بنسبة 18.75% وإشباعات رياضية بنسبة 13.75% وإشباعات ترفيهية بنسبة 36.25% وإشباعات علمية بنسبة 22.5% وإشباعات نفسية بنسبة 8.75%.

وكان الإشباع الترفيهي أهم ما يجوز على اهتمامهم ثم الإشباع العلمي تلاه الإشباع اجتماعي ثم الإشباع الرياضي ثم إشباع نفسي . وهنا الفيس بوك يقدم نمطا خاصا للمراهقين الذين يستعملونه باللاوعي. ألا وهو أولوية إشباع ترفيهي.

- جاء تقييم النهائي للمراهقين على موقع الفيس بوك جيد جدا بنسبة 71.25%، وأنه يقدم خدمة لابئس وتمس كافة جوانب الحياة لدى المراهق.

النتائج العامة للدراسة:

1- **النتائج الديمغرافية:** بينت الدراسة بأن مستخدمي الفيس بوك باللاوعي من الذكور بنسبة 48.25% والإناث بنسبة 51.75% وهذا راجع أن كليهما يستخدم الفيس بوك ولا يوجد فرق كبير بينهما حيث أن لكل منهما احتياجات لاستخدامه.

وأن غالبية مستخدمي الفيس بوك باللاوعي في الثانوية هي الشريحة العمرية من 16-18 سنة وهي أكثر فئة مقارنة بغيرها وأغلبيتهم في السنة الثالثة ثانوي.

2- أن أغلبية مستخدمي الفيس بوك باللاوعي حددت فترة استخدامهم من سنة إلى سنتين وبشكل يومي وأكثر من ساعتين حسب الوقت المفضل لديهم وهذا ما ساهم لديهم في عملية التفاعل والتواصل مع الأصدقاء عبر الفيس بوك باللاوعي بحيث يكون إقبالهم عليه بشكل مكثف عبر الوسيلة المناسبة وهو الهاتف الذكي. لأن المكان المفضل لديهم للتواصل هو المنزل.

3- الاختلاف في مواضيع الفيس بوك جعل المراهق مراهق واعي ومدرك لما يدور حوله من مواضيع. كما أن الخدمات المفضلة للمراهقين هي خدمة الدردشة من خلال الفيس بوك باللاوعي، وذلك لتمكنهم من خلال التفاعل السريع مع الأصدقاء وذلك من أجل تبادل المعلومات والمساهمة في نشر المعلومات أحيانا، وذلك حسب نتيجة تفاعلهم معا.

4- توصلنا في دراستنا إلى أن الاشباعات المحققة كانت المتعة أثناء استخدامهم للفيس بوك باللاوعي. ودائما حول التحقيق الفيس بوك.

- كانت إجابة المراهقين اشباعات ترفيهية، علمية، اجتماعية، رياضية، نفسية. جاءت في مجموعها الاشباعات الترفيهية أهم ما يحققه المراهق على الفيس بوك، وتقييمه للموقع كان جيد جدا.

التوصيات:

من خلال ما توصلت إليه الدراسة من نتائج في نظريتي الدراسة يمكن التقدم بمجموعة من التوصيات والمقترحات:

1- الالتزام بقوانين محددة ومراعاة عدة جوانب في استخدام الفيس بوك لدى المراهقين.

2- توعية المراهقين على الجوانب السلبية للفيس بوك لتفادي الانحرافات المختلفة وتفادي الإدمان على هذا الموقع بما يؤثر سلبا على المراهق من الجانب الجسدي والنفسي.

3- زيادة الدراسات في مجال الفيس بوك وتأثيراته المختلفة على المراهقين والمجتمع للتعرف على انعكاساته خاصة السلبية منها لتفاديها.

4- توفير مجالات اكبر للمراهقين لترفيه عن النفس مثل المركبات الرياضية وإقامة المسابقات الثقافية لإخراجه من العزلة الافتراضية التي يخلقها الفيس بوك.

5- محاولة وضع قوانين لمراقبة مضامين الفيس بوك وإقامة مراكز متخصصة في هذا المجال لحماية المراهق والمجتمع.

خاتمة:

لقد أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير علاقات الناس فأصبح الفرد يستغني عن اللقاءات المباشرة ويرى في وسائل أخرى بديل له من شأنه أن يختزل الوقت المخصص للأشخاص الواقعيين في حياته.

من خلال دراستنا حاولنا التعرف على علاقة استخدام الفيس باللاوعي لدى المراهقين، حيث اعتبر موقع الفيس بوك حديث عام وخاص، حيث يعتبرها الأغلبية أنها مظهر من مظاهر التحضر والتقدم كونها شكل من أشكال التكنولوجيا وتطور المجتمعات أيضا. فهي تحمل العديد من القضايا التي تحتاج إلى البحث فيها ولها العديد من التطبيقات والخدمات التي توفر لأفراد كل متطلبات الممارسة الاتصالية داخل المجتمع وخارجه.

كما أن موقع الفيس بوك أصبح يمثل الحيز المكاني للتعارف وإنشاء الصداقات والتعلم والتثقيف والتسلية وكذلك حرية التعبير والإبداع الفكري، كما يمكن اعتبارها مختبر لعمليات التعارف والتواصل البشري، وقد تمكن هذا الموقع من بلوغ كل الفئات العمرية على اختلافها من صغار وكبار خاصة الفئة الأهم وهي فئة المراهقين التي تمثل شريان حياة المجتمعات الإنسانية وثروتها التي لاتقدر بثمن وسعت للتأثير عليها سواء سلبا أو إيجابا. حيث تتميز بقدر عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، ففي السابق كانت مساهمة جمهور الانترنت محصورة في دائرة رجع الصدى للمحتوى أما الآن فتنتمثل مشاركته في هذا المحتوى من خلال نشره والتعليق عليه بكل حرية الرأي.

وهذا ما يميز موقع الفيس بوك على غيره من الوسائل الأخرى وهنا تكمن أهميته وضرورة التعرف عليه ومعرفة كل ما يتعلق به

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال

علاقة استخدام الفيس بوك باللاوعي لدى المراهقين

دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية الشهيد بعجي محمد - اولاددراج -

من إعداد الطالبة:

- هوشات رحاب

- قرساس اميرة

- بلوناس بسمة

إشراف الأستاذ: بوعزيز بوبكر

الاستمارة:

نحن في صدد التحضير لدراسة ميدانية تخصص اتصال بعنوان "علاقة استخدام الفيس بوك باللاوعي لدى المراهقين" لذلك نضع بين أيديكم هذه الاستمارة والتي تتكون من مجموعة من الأسئلة ونطلب منكم التعاون معنا بالإجابة عليها بكل موضوعية وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة ونحيطكم علما أن هذه الإجابات هي لغرض البحث العلمي فقط وهي تتسم بالسرية التامة.

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس: ذكر أنثى

2- السن: 16-15 18-16

3- المستوى: أولى ثانية ثالثة

المحور الثاني: علاقة أنماط تعرض المراهقين للفييس بوك باللاداعي :

4- هل تستخدم الفييس بوك في حياتك اليومية؟

غالبا أحيانا نادرا

5- منذ متى وأنت تستخدم الفييس بوك؟

اقل من سنة من سنة إلى سنتين أكثر من سنتين

6- ماهو الوقت المفضل لديك للاتصال بالفييس بوك؟

صباحا ظهرا مساء ليلا حسب الظروف

7- من هم الأشخاص المفضلين للجلوس معك أثناء تواصلك بالفييس بوك؟

الأصدقاء الوالدة الوالد لا احد

8- كم تستغرق عند تصفحك للفييس بوك في الجلسة الواحدة؟

اقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين

9- تصفحك للفييس بوك يكون:

في بداية الأسبوع بشكل يومي في نهاية الأسبوع الظروف

10- إقبالك على الفييس بوك بشكل:

ضعيف متوسط مكثف

11- هل تتصفح الفييس بوك في :

المنزل مقهى الانترنت الثانوية

12- هل تتصفح الفييس بوك من خلال:

- حاسوب محمول هاتف ذكي لوحة الكترونية
حاسوب المنزلي

المحور الثالث: الدافع من وراء استخدام المراهقين للفييس بوك باللاوعي:

13- ماهي الخدمات المفضلة لديك أثناء عملية استخدامك للفييس بوك؟

- الألعاب الدردشة التعليق مشاهدة الفيديوهات

14- ماهو الدافع من وراء استخدامك للفييس بوك؟

- لأنها مجانية التفاعل السريع مع الأصدقاء شهرة
مواقع الفييس بوك كثرة الإقبال عليها

15- هل صفحتك على الفييس بوك تكون:

- شخصية متاحة لأفراد العائلة للأصدقاء للجميع

16- ماهي نتيجة تفاعلك حول مختلف المواضيع التي تتعرض إليها من خلال الفييس بوك؟

- ايجابية سلبية معا

17- هل استخدامك للفييس بوك يجعلك تشارك في نشر المعلومات:

- أحيانا نادرا دائما

18- إذا كانت إجابتك بدائما مانو هذه المعلومات:

- ثقافية علمية أدبية رياضية

المحور الرابع: الاشباعات المحققة للفييس بوك لدى المراهقين وعلاقتها باللاوعي:

19- بماذا تشعر عند استخدامك لموقع الفييس بوك؟

- الراحة النفسية المتعة القلق

20- هل يحقق لك موقع الفييس بوك اشباعات:

- دائما أحيانا أبدا

21- إذا كانت إجابتك بـ "دائماً" أو "أحياناً" فما هي هذه الاشباعات المحققة من استخدامك للفيس بوك؟

- اشباعات اجتماعية اشباعات سياسية اشباعات رياضية
 اشباعات ترفيهية اشباعات علمية اشباعات نفسية

22- ماهو تقييمك لموقع الفيس بوك؟

- جيد جداً متوسط ضعيف

قائمة المراجع:

قائمة الكتب:

- 1- إبراهيم بن عبد العزيز الدعيلي: **مناهج وطرق البحث العلمي**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010.
- 2- أبو أصعب صالح خليل: **استراتيجيات الاتصال وتأثيراته**، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- 3- أحمد بن مرسل: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2005.
- 4- جبريل حسين العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري: **الشبكات الاجتماعية والقيم، رؤية تحليلية**، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2005
- 5- جودت عزت عطوي: **أساليب البحث العلمي. مفاهيمه وأدواته**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ط4، 2011.
- 6- حازم الحمداني: **الإعلام الحربي والعسكري**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 7- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين سيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط5، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003.
- 8- حسين شفيق: **نظريات**، دار فكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع، 2004.
- 9- زلوف منيرة: **مفاهيم أساسية في الشخصية ودورها في حياة المراهق**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2016.
- 10- محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، ط1، 2000
- 11- مرزوق عبد الحكم العادلي: **الإعلانات الصحفية**، دراسة في الاستخدامات والاشباع، ط5، دار الفجر، مصر، 2003.
- 12- منال هلال المزاهرة: **نظريات الاتصال**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012.

- 13- ميليفينديفلير و ساندرابولروكيتش: نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، دار الدولية للنشر والتوزيع، 1999
- 14- صالح خليل أبو صبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط2، دار الأهرام، الأردن، 2003.
- 15- عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر إعلامي متميز) ط5، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003.
- 16- عزي عبد الرحمان: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز
- 17- فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، ط1، 2002
- 18- فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، ط5، دار الفجر، القاهرة، 2003.
- 19- وليام ريفرز وآخرون: الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، تر: أحمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2001.

قائمة المعاجم والقواميس:

- 20- ابن منظور: لسان العرب، م1، ط1، ط2، 2003، ط4، 2004، دار صادر للطباعة والنشر.
- 21- د. نايف القيسي: المعجم التربوي وعلم النفس، دار أسامة المشرق الثقافي، الأردن.

قائمة المذكرات:

- 22- محمد برغوتي: أنماط العلاقات الاجتماعية بين التلاميذ والأساتذة وعلاقتها بالتوافق الاجتماعي لتلاميذ التعليم الثانوي، رسالة ماجستير، معهد علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، السنة الجامعية 1996/1997.