

إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" من طلبة الجامعات

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وإن هذه الرسالة ككل، أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

DECLARATION

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

Student's name:

اسم الطالب: إسلام جميل الطهراوي

Signature:

التوقيع: إسلام الطهراوي

Date:

التاريخ: 2015/1/28م



الجامعة الإسلامية - غزة
شؤون البحث العلمي والدراسات العليا
كلية التربية
قسم الصحة النفسية المجتمعية

الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" من طلبة الجامعات

إعداد الطالبة

إسلام جميل الطهراوي

إشراف

أ.د سناء ابراهيم أبودقة

قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على الماجستير في الصحة النفسية

1436هـ - 2014م






نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة شئون البحث العلمي و الدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحثة/ اسلام جميل حسن الطهراوي لنيل درجة الماجستير في كلية التربية/ قسم الصحة النفسية المجتمعية وموضوعها:

الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"
من طلبة الجامعات

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم الأربعاء 08 ربيع الآخر 1436هـ، الموافق 28/01/2015م الساعة العاشرة صباحاً بمبنى الحديدان، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

مشرفاً ورئيساً

أ.د. سناء إبراهيم أبو دفة

مناقشاً داخلياً

أ.د سمير رمضان قوته

مناقشاً خارجياً

أ.د. عايدة شعبان صالح

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحثة درجة الماجستير في كلية التربية/قسم الصحة النفسية المجتمعية.

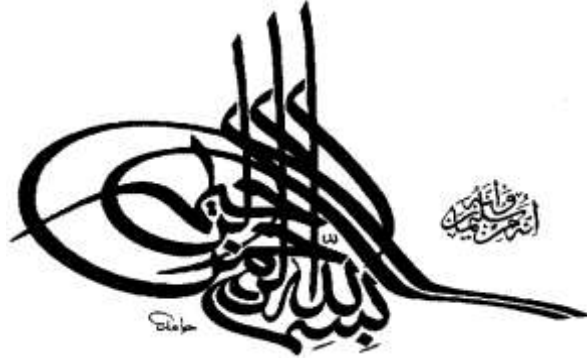
واللجنة إذ تمنحها هذه الدرجة فإنها توصيها بتقوى الله ولزوم طاعته وأن تسخر علمها في خدمة دينها ووطنها.

والله ولي التوفيق ،،،

مساعد نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. فؤاد علي العاجز





﴿ فليَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ * الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ
وَأَمَّنَّهُمْ مِنْ خَوْفٍ ﴾

صدق الله العلي العظيم

(سورة قريش: 3-4)

الإهداء

إلى منارة العلم، النبي الأمي، سيد الخلق... محمد صلى الله عليه و سلم

إلى من رباني على حب العلم والعطاء ويضئ لي درب النجاح والدي الغالي

إلى من غمرتني بحبها وحنانها..... والدتي الحبيبة

إلى من ساندني وشاركني العناء في مشوار دراستي..... زوجي الغالي

إلى زهور حياتي علا والبراء ومهند وعبد الرحمن

إلى من يجري حبهم في عروقي و ينبض فؤادي بذكرهم أخواتي و أخواني

إلى من نهلت من فكرهم وكانوا منارة لي في مسيرة العلم والنجاح أساتذتي الكرام

إلى من ساندوني وتحملوا انشغالي وتقصيري..... زملائي وزميلاتي

إلى من سرنا سوياً ونحن نشق الطريق معاً نحو النجاح..... صديقاتي الحبيبات

إليهم جميعاً أهدي ثمرة جهدي المتواضع سائله الله عزو جل أن ينفعنا بما علمنا وأن يعلمنا ما ينفعنا

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على المبعوث رحمةً للعالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم ومن تبع هداة بإحسان إلى يوم الدين وبعد،،،

يقول الحق سبحانه و تعالى : ﴿وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ﴾ (الضحى :11)، فإن الحمد و الشكر لله عزو جل الذي وفقني لإنجاز هذا العمل المتواضع، و أتمنى من المولى سبحانه و تعالى أن يتم نعمته على و أن أوصل مسيرتي التعليمية .

وانطلاقاً من هدي رسول الله - صلى الله عليه وسلم - : "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" واعترافاً لكل ذي فضل بفضلته يشرفني أن أقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذة الدكتورة سناء أبو دقة حفظها الله ورعاها لتفضلها بقبول الإشراف على هذه الرسالة، وفي متابعتها لرسالتني منذ كانت فكرة حتى إتمامها ، وخرجها بهذا الشكل الذي بين أيديكم، وأتقدم بجزيل الشكر والتقدير لكل من أعانني على إتمام هذه الرسالة وأخص بالذكر والدي الحبيب الدكتور جميل الطهراوي لما قدمه لي من نصح وإرشاد خلال دراستي وحتى إنجاز هذه الرسالة.

وكذلك أتقدم بالشكر والامتنان للأستاذة الذين قاموا بتحكيم أداة الدراسة والذي كان لهم دور كبير في إخراجها بالشكل الجيد، كما أتقدم بالشكر للأستاذ ربحي جمعة لما قدمه لي من تدقيق لغوي للرسالة.

كما أسجل عظيم شكري وامتناني لوالدتي وإخواني و أخواتي، ولزوجي الغالي الذي دعمني منذ بداية دراستي، و لأبنائي الأحباب الذين تحملوا انشغالي عنهم بالدراسة.

كما أتقدم بالشكر لجميع زميلاتي وزملائي في عمادة شؤون الطلبة، وأخيراً لا يسعني إلا أن أشكر كل من ساهم ولو بجهد ضئيل، وأسأل الله العلي العظيم أن أكون قد وفقت في هذه الدراسة ، فما كان من توفيق فمن الله، وما كان من خطأ أو زلل أو نسيان فمن نفسي ومن الشيطان.

الباحثة

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى إشباع الحاجات النفسية لدى مستخدمي شبكة الفيس بوك من طلبة الجامعات، والكشف عن دلالة الفروق بين متوسطات إشباع الحاجات النفسية تبعاً لمتغيرات الدراسة (الجنس - الجامعة - الكلية - ساعات الاستخدام - عدد الأصدقاء - المعدل التراكمي - الاسم على الفيس بوك - نوع الصفحة).

ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة استبانة لقياس إشباع الحاجات النفسية وقد تكونت من (90) فقرة موزعة على الحاجات النفسية وعددها تسعة وهي الحاجة إلى (التعبير عن الذات، التسلية والترفيه، تحقيق الذات، التذوق الجمالي، الأمن النفسي، المعرفة والثقافة، الانتماء والمحبة، التقدير والمكانة الاجتماعية، الإنجاز).

وتم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين: صدق المحكمين وصدق الاتساق الداخلي، كما تم التأكد من ثباتها بطريقتين: طريقة التجزئة النصفية، ومعامل ألفا كرونباخ، وتكونت عينة الدراسة من (546) طالباً وطالبة من الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر وجامعة الأقصى بنسبة (0.05) من المجتمع الأصلي حيث تم اختيارها بالطريقة العشوائية، ولتحليل البيانات ومعالجتها إحصائياً تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية (SPSS)، بإجراء المعالجات الإحصائية التالية: اختبار (ت) لعينتين مستقلتين، تحليل التباين الأحادي، اختبار شيفيه.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

1. أن درجة إشباع الحاجات النفسية لدى الطلبة من خلال استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك جاءت بوزن نسبي (77.53%).
2. أن إشباع الحاجة للمعرفة والثقافة كانت بوزن نسبي بلغ 83.87%، وجاءت في المرتبة الأولى، ويليهما في المرتبة الثانية درجة إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي بوزن نسبي بلغ 81.14%، وفي المرتبة الثالثة كانت درجة إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة بوزن نسبي 79.55%، وفي المرتبة الرابعة درجة إشباع التعبير عن الذات بوزن نسبي بلغ 78.5%، وفي المرتبة الخامسة درجة إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات بوزن نسبي بلغ 78.16%، ويليهما في المرتبة السادسة درجة إشباع الحاجة للتقدير والمكانة الاجتماعية وبوزن نسبي 76.64%، وجاءت في المرتبة السابعة إشباع الحاجة للإنجاز بوزن نسبي 74.57%، وفي المرتبة الثامنة

درجة إشباع الحاجة للتسلية والترفيه بوزن نسبي 73.57%، وأخيراً كان درجة إشباع الحاجة للأمن النفسي 71.9 بوزن نسبي.

3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى للمتغيرات التالية (الجنس، المعدل التراكمي، عدد ساعات تصفح شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك، اسم الحساب الشخصي على الفيس بوك، عدد الأصدقاء)

4. توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى إلى متغير الكلية لصالح الكليات الإنسانية .

5. توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى إلى متغير الجامعة لصالح طلاب جامعة الأقصى .

6. توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى إلى متغير نوع الصفحة لصالح الطلبة الذين يمتلكون صفحات شخصية و عامة معاً.

Abstract

The study aims at recognizing the satisfaction of psychological needs of universities' students who use Facebook and the significance of differences between the means of satisfaction of psychological needs based on the variables of the study: sex, university, college, number of hours, number of friends, accumulative average, username and type of page.

In order to achieve the objectives, the researcher uses descriptive analytical approach. The researcher uses a survey to measure the satisfaction of psychological needs. The survey consists of 92 items; 9 of them are related to psychological needs. They are: need for self-expression, entertainment, self-actualization, artistic taste, psychological security, knowledge and culture, belonging and love, esteem and achievement.

In order to test the validity of the survey, two ways have been used: trustees validity and content validity. The reliability of it has been tested in two ways: Split-Half and Cronbach's Alpha. The sample of the study consists of 546 students from IUG, Al Azhar University and Al Aqsa University; the percentage is 0.53 out of the original population. It was randomly selected. SPSS has been used to analyze the data statistically and to conduct the following tests: T-Test, one way ANOVA and Scheff'e Test.

Conclusions:

1. The degree of satisfaction of psychological needs of students through using Facebook is 77.53%.
2. Satisfying the needs of culture and knowledge has a relative weight of 83.87% and occupies the first place. Then the need to satisfy the artistic taste occupies the second place with relative weight of 81.41%. The third place is occupied by satisfying the need to love and belonging with a relative weight of 79.55%. The fourth place is for self-expression with relative weight of 78.5% and then the need to self-actualization with a relative weight of 78.16%. The sixth place is for esteem with relative weight of 76.64%. In the seventh place comes the need for achievement with relative weight of 74.57%. In the eighth place comes the need to entertainment with relative weight of 73.57% and finally we find the need for safety with a relative weight of 71.9%.
3. There are no significant differences, $p\text{-value} < 0.05$, in the degree of satisfying the psychological needs of universities students who use Facebook that are attributed to the following variables: sex, accumulative average, frequency of using Facebook, number of friends, username and number of friends.
4. There are significant differences, $p\text{-value} < 0.05$, in the degree of satisfying the psychological needs of universities students who use Facebook that are attributed to the variable of faculties for Humanities faculty.
5. There are significant differences, $p\text{-value} < 0.05$, in the degree of satisfying the psychological needs of universities students who use Facebook that are attributed to the variable of university for Alaqsa university students.
6. There are significant differences, $p\text{-value} < 0.05$, in the degrees of satisfying the psychological needs of universities students who use Facebook that are attributed to the variable of Page type for the students who have personal and public page.

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	آية قرآنية
ب	الإهداء
ج	شكر وتقدير
د	ملخص الدراسة
و	ABSTRACT
ز	قائمة المحتويات
ي	قائمة الجداول
ل	قائمة الأشكال
م	قائمة الملاحق
8-1	الفصل الأول الإطار العام للدراسة
2	مقدمة الدراسة
5	مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
5	أهداف الدراسة
6	أهمية الدراسة
6	متغيرات الدراسة
7	مصطلحات الدراسة
8	حدود الدراسة
51-9	الفصل الثاني الإطار النظري
10	المبحث الأول: الحاجات النفسية
11	تمهيد
11	الحاجة النفسية
12	مفهوم الحاجة النفسية وعلاقتها بالدافع
13	الفروق الفردية والعلاقات بين الحاجات النفسية
14	تدرج الحاجات النفسية وخصائصها
15	دور الحاجات النفسية في السلوك وأهميتها

رقم الصفحة	الموضوع
16	أهمية إشباع الحاجات النفسية ودورها في التوازن النفسي والسيولوجي
17	نظريات علم النفس التي تناولت الحاجات النفسية
25	الحاجات النفسية من وجهة نظر الإسلام
30	الحاجات النفسية موضوع الدراسة لدى الشباب
38	المبحث الثاني: شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك
39	تمهيد
39	أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي
44	ثانياً: شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك
73-52	الفصل الثالث الدراسات السابقة
53	أولاً: الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الحاجات النفسية
61	تعقيب على الدراسات التي تناولت الحاجات النفسية
62	ثانياً: الدراسات التي تناولت موضوع شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك
70	تعقيب على الدراسات التي تناولت الفيس بوك
71	أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة
72	أوجه التميز للدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
85-74	الفصل الرابع إجراءات الدراسة
75	أولاً: منهج الدراسة
76	ثانياً: مجتمع الدراسة
76	ثالثاً: عينة الدراسة
78	رابعاً: أداة الدراسة
84	خامساً: الأساليب الإحصائية
85	سادساً: إجراءات الدراسة
119-86	الفصل الخامس نتائج الدراسة وتفسيرها
87	تمهيد
87	أولاً: تساؤلات الدراسة
95	ثانياً: فرضيات الدراسة
116	نتائج الدراسة

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
118	توصيات الدراسة
119	مقترحات الدراسة
120	المراجع
129	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	الجدول	م
76	عدد أفراد مجتمع الدراسة	1.
77	الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة حسب نوع الجنس	2.
77	الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة حسب الجامعة	3.
77	الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة حسب الكلية	4.
77	الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة حسب المعدل التراكمي	5.
81	معاملات الارتباط بين فقرات أبعاد مقياس الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات والدرجة الكلية لكل بعد على حدة	6.
84	لثبات بطريقة ألفا كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية لمقياس إشباع الحاجات النفسية	7.
88	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لأبعاد مقياس إشباع الحاجات النفسية لمستخدمي شبكة الفيس بوك من طلبة الجامعات	8.
93	سنوات استخدام الطلبة لشبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك	9.
93	الساعات اليومية التي يقضيها الطلبة في تصفح شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك	10.
93	عدد أصدقاء الطلبة على شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك	11.
94	طبيعة الاسم الشخصي على شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك	12.
94	أداة تصفح شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك	13.
95	نتائج اختبار ت لعينتين مستقلتين لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لنوع الجنس	14.
97	نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجامعة	15.
99	نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في درجات الحاجات النفسية المشبعة تعزى لمتغير الجامعة	16.
100	نتائج اختبار ت لعينتين مستقلتين لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير	17.

رقم الصفحة	الجدول	م
	الكلية (علمية، إنسانية)	
102	نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير المعدل التراكمي	.18
103	اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات تعزى لمتغير المعدل التراكمي	.19
104	نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكة الفيس بوك	.20
106	نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك	.21
107	نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير نوع الصفحة	.22
110	اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في الحاجات النفسية المشبعة تعزى لمتغير نوع الصفحة	.23
111	نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير اسم الحساب الشخصي على الفيس بوك	.24
113	نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في بعد إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة تعزى للاسم على الفيس بوك	.25
114	نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد الاصدقاء	.26
115	نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في بعدي (إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات، إشباع الحاجة للتقدير و المكانة الاجتماعية) تعزى لمتغير عدد الأصدقاء	.27

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	الجدول	م
20	مدرج ماسلو للحاجات النفسية	(1)
48	تدرج زيادة مستخدمي الفيس بوك	(2)
49	توزيع المستخدمين حسن النوع والعمر	(3)

قائمة الملحق

رقم الصفحة	الملحق	م
130	قائمة بأسماء المحكمين	(1)
131	استبانة الحاجات النفسية للتحكيم	(2)
137	الاستبانة في صورتها النهائية	(3)
143	خطاب تسهيل مهمة الباحثة لجامعة الأقصى	(4)
144	خطاب تسهيل مهمة الباحثة لجامعة الأزهر	(5)

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

- مقدمة الدراسة.
- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.
- أهداف الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- مصطلحات الدراسة.
- حدود الدراسة.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة الدراسة:

في ظل ثورة التكنولوجيا التي يشهدها العالم تطورت أنظمة الاتصالات بشكل هائل، بحيث أصبح العالم قرية صغيرة بانتشار شبكة الانترنت في أرجاء المعمورة كافة، مما مهد التواصل السريع بين الثقافات، وبدأت ملامح الحياة البشرية تتغير تغيراً جوهرياً ملموساً، ومع تطور وسائل الاتصال الحديثة والمعاصرة. على سبيل التمثيل لا الحصر، حلت الرسائل الإلكترونية مكان الرسائل الخطية، وزاحمت "غرف الدردشة" الإلكترونية الجلسات والمجالس العائلية والاجتماعية، ولم يعد السفر شرطاً لرؤية الأصدقاء أو سماع أصواتهم أو للبيع والشراء أو الدراسة فكل ذلك ممكن من خلال الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي التي بدأت في الظهور منذ العام 1997، وما لبثت أن حظيت باهتمام كبير.

ويعرف موقع "Wikipedia" الموسوعة الحرة الشبكات الاجتماعية بأنها مواقع تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وتكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين، ومن أشهر شبكات التواصل الاجتماعي شبكة Facebook وهي عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة بها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم (Wikipedia.org).

وفي الآونة الأخيرة أصبح Facebook من أشهر وسائل التواصل الاجتماعية، بل تعدى ذلك ليصبح وسيلة تواصل اجتماعية حقيقية بحيث يزداد عدد المشتركين في هذه الشبكة يوماً ليصبح من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، وبلغ عدد مستخدمي الفيس بوك في العالم العربي 32 مليون مستخدم في أغسطس 2011 حسب تقرير لكلية دبي للإدارة الحكومية. (كلية دبي للإدارة الحكومية، 2011)

وتشير الإحصاءات إلى أنه في فلسطين وحدها بلغ عدد المستخدمين لهذه الشبكة مليون وتسعة وثلاثين وهو عدد كبير مقارنة بعدد السكان.

ومن حيث تصنيف العضويات يشكل الذكور 61% والإناث 39% وتتشكل الأعمار من كلا الجنسين ما بين 13-29 سنة.

وفي استطلاع للرأي العام أجراه مركز شؤون المرأة في غزة بفلسطين، تبين منه أن 84% من الباحثين لديهم حساب في إحدى شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة الذكور 52% أما نسبة الإناث فكانت 48%. واحتل موقع الفيس بوك المرتبة الأولى في الاستخدام بنسبة 81.2%، شملت

الدراسة الاستكشافية ما يقارب 180 مشاركاً من مختلف فئات المجتمع من الذكور والإناث وتضمنت جهات مختلفة مثل القطاع الخاص والمنظمات الأهلية والمنظمات الحقوقية والنسوية، والنقابات المهنية، وفئة الموظفين والطلاب والأكاديميين (مركز شؤون المرأة، 2011).

وهذا يفسر لنا حرص فئة الشباب على ارتياد هذه الشبكة لما تتيحه لهم من فرصة التعارف على الآخرين والتواصل معهم كما تتيح لهم استعادة التواصل مع صداقاتهم السابقة في مراحل عمرهم الزمنية وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد علاقاتهم الاجتماعية وتمكنهم من تبادل الآراء والأفكار، فبسبب وجود Facebook أصبح الإنسان قادراً على التواصل مع الأهل، والأصدقاء والمجتمع دون حواجز أو موانع، كذلك فهو يعمل على توفير الألعاب والتسلية، بالإضافة إلى المزيد من الخدمات الأخرى.

وتمثل المرحلة الجامعية من أهم المراحل الانتقالية في حياة الشباب، حيث تتيح لهم الشبكات الاجتماعية الجديدة العديد من الفرص للتواصل والتفاعل الاجتماعي مع الأقران وتكوين الصداقات مع الآخرين وتحقيق علاقات اجتماعية ناجحة تحقق حاجاتهم النفسية والاجتماعية (السيد، 2013:301).

وقد يشبع الشباب احتياجاتهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ففي مرحلة الشباب تأخذ حاجاتهم الفسيولوجية والنفسية والذهنية والعاطفية والاجتماعية مضموناً جديداً يستدعي إشباعات من نوع آخر تختلف عن مراحل حياته السابقة (أبو ليلة، 1995:327).

ويؤكد محمد (2004:116) أن الحاجات (Psychological Need) هي الافتقار إلى شيء ما أو نقص فيه، وإذا أوجد ذلك الشيء تحقق معه الإشباع والرضا والارتقاء للكائن الحي، وقد صنف ماسلوا (Maslo) الحاجات النفسية هرمياً حسب أهميتها وضرورتها إلى الحياة إلى قسمين، وهما: الحاجات الفسيولوجية وتشمل (الطعام والماء والسلامة) والحاجات الارتقائية وتشمل (الحاجات الأمنية - حاجات تتعلق بالانتماء والحب - حاجات اجتماعية - حاجات متصلة بالإنجاز - حاجات تتعلق بالمعرفة - حاجات تتعلق بالمعرفة الجمالية - حاجات تتعلق بتحقيق الذات) (محمد، 2004:116).

ولكل مرحلة عمرية عدد من الاحتياجات النفسية الاجتماعية التي يسعى الفرد إلى إشباعها مما يساعد على تحقيق قدر مناسب من التوافق النفسي والاجتماعي للفرد، فإذا لم تشبع هذه الاحتياجات بقدر المستطاع أو أخفق في إشباعها قد يصبح مستهدفاً لعدد من الاضطرابات النفسية، وسوء التوافق فيصبح بحالة من السلبية واللامبالاة والعيش بلا هدف (عيد، 1987:89).

ويولي علماء النفس موضوع الحاجات الجسمية والنفسية اهتماماً كبيراً، لأن مطلب الفرد وحاجاته النفسية لها دور أساسي في تحقيق حالة نفسية مستقرة، يشعر من خلالها بالأمن والطمأنينة، والتوازن بين

قوى نفسه الداخلية أو بين مصالحة الفردية ومصالح الجماعة، وهذه المطالب أكثر ما تكون إباحا في فترة الفتوة والشباب بسبب تميزها بالحيوية وقلة الخبرة فالحاجة إلى النجاح والتقدير والسكن النفسي والانتماء وغير ذلك تكون واضحة وقوية في تلك المرحلة (شوكت، 2000:533).

وتؤكد دراسه دوابه (2012:187) أهمية إشباع الحاجات النفسية لدى الطلبة حيث توصلت إلى وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين التطرف والحاجات الاقتصادية مما يشير إلى ضرورة إشباع الحاجات النفسية لدى الفرد من أجل تحقيق الشعور بالرضا عن ذاته ومجتمعه ومن أهم الحاجات الإنسانية لدى الشباب تحقيق الذات وعدم إشباع الحاجة إلى الإنجاز يعتبر سبب قوي لتكوين اتجاهات منطرفة.

ومن الدراسات التي تناولت موضوع شبكات التواصل الاجتماعي والحاجات النفسية للشباب دراسة (العتيبي، 2008)، التي تؤكد انتشار استخدام شبكة الفيس بوك بين طلاب الجامعات، وأن من يمتلكون منهم حسابا مفعلا على موقع الفيس بوك يقضون وقتاً من ساعة إلى خمس ساعات يومياً وأنهم يستخدمون الفيس بوك كموقع للاتصال والتواصل وأن من آثار الفيس بوك الإيجابية رفع المستوى الثقافي وزيادة التحصيل العلمي وصقل المواهب وتقوية الترابط الاجتماعي، وإيجاد مساحة من حرية التعبير عن الرأي ومن الآثار السلبية انحلال وتفكك العادات والتقاليد الاجتماعية وإضاعة الوقت وتفكك العلاقات الأسرية.

كما تناولت دراسة (القرني، 2013: 1230) آثار شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب، وأظهرت النتائج أن أكثر أهداف استخدام شبكات التواصل هو التسلية، وفيما يتعلق بالآثار الإيجابية للشبكات الاجتماعية كشفت النتائج أن الدعوة إلى الاسلام حظيت بالنسبة الكبرى ضمن الآثار الدينية، وأن أكثر أهداف استخدام شبكات التواصل هو التسلية والتواصل مع الأهل والأصدقاء والمشاركة الثقافية.

ومن خلال عمل الباحثة في الجامعة الإسلامية، ومعايشتها لشريحة مهمة من شرائح المجتمع، وهم فئة الشباب متمثلة بطلاب وطالبات الجامعة، لاحظت شغف الطلبة واهتمامهم بمتابعة شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك، وكما تشير الإحصاءات فإن هناك اقبال متزايد من الطلبة على استخدام هذه الشبكة، ومما ساهم في ازدياد هذه الظاهرة مع توفير الجامعة لخدمات الانترنت اللاسلكية مما سهل على الطلبة ارتياد هذه الشبكة بشكل دائم في أروقة الجامعة وحرمها، كما أن اقتناء الطلبة للهواتف الذكية ساهم في سهولة تصفح الانترنت وخاصة شبكة الفيس بوك.

وتحاول هذه الدراسة التعرف على دور استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك في إشباع الحاجات النفسية لطلبة الجامعات.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تتمثل مشكلة الدراسة من خلال السؤال الآتي:

ما مستوى الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات؟

ويتفرع من السؤال الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما الحاجات النفسية الأكثر إشباعاً لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات؟

2. ماهي عادات وأنماط الطلبة في استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك؟

3. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير (الجنس - الجامعة - الكلية - المعدل التراكمي)؟

4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير (ساعات الاستخدام اليومي - عدد الأصدقاء - الاسم الشخصي - نوع الصفحة - ساعات التصفح)؟

أهداف الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى:

1. معرفة الحاجات النفسية الأكثر اشباعاً (الحاجة إلى التعبير عن الذات - الحاجة للتسلية والترفيه - الحاجة للانتماء والمحبة - الحاجة للتقدير والمكانة الاجتماعية - الحاجة إلى تحقيق الذات - الحاجة إلى الإنجاز - الحاجة إلى المعرفة والثقافة - الحاجة إلى التدوق الجمالي) لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات.

2. الكشف عن دلالة الفروق في الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تبعاً لمتغيرات الدراسة (الجنس، الجامعة، الكلية، المعدل التراكمي).

3. الكشف عن دلالة الفروق في الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تبعاً لمتغيرات الدراسة (ساعات الاستخدام اليومي - عدد الأصدقاء - الاسم الشخصي - نوع الصفحة).

أهمية الدراسة:

وتتبع أهمية هذه الدراسة من محاولتها إثراء الدراسات التي أجريت في مجال الشبكات الاجتماعية، والتي تعدُّ قليلةً على حد علم الباحثة خاصة في المجتمع الفلسطيني والمتعلقة بالجوانب النفسية، وذلك نظراً لحدائثة هذه الشبكات، وإقبال الشباب عليها فأصبحت واقعاً مفروضاً، كما تتبع أهمية الدراسة من أهمية الشريحة موضوع الدراسة، وهم طلبة الجامعات ومن أهمية موضوع الحاجات النفسية وأهمية العمل على إشباعها من أجل تحقيق الاتزان والصحة النفسية لهذه الفئة.

الأهمية النظرية:

1. تتبع أهمية الدراسة من أهمية إشباع الحاجات النفسية لطلبة الجامعات، ومن أهمية شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك باعتباره من أهم شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً، وللحدائثة النسبية للدراسات النفسية في هذا المجال.
2. الكشف عن درجة الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات الفلسطينية.
3. أن تفيد هذه الدراسة في فتح المجال أمام البحوث والدراسات التي تهتم بفئة الشباب وحاجاتهم النفسية.
4. تتبع أهمية الدراسة من أهمية ظاهرة الإقبال الشديد من المراهقين والشباب على استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك.

الأهمية التطبيقية:

1. تساهم الدراسة في التعرف على أهم الحاجات النفسية التي يسعى الطلبة لإشباعها من خلال شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك، ومستوى الإشباع النفسي لهذه الحاجات.
2. محاولة التعرف على البرامج والأنشطة التي تشبع الحاجات النفسية لطلاب الجامعة والتي قد تكون بديلاً عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
3. تصميم برامج تعمل على إشباع الحاجات النفسية لطلبة الجامعات.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: وهو استخدام الطلبة لشبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك.

المتغير الوسيط: (الجنس، الجامعة، الكلية، المعدل التراكمي، ساعات الاستخدام اليومي ، عدد الأصدقاء ، الاسم الشخصي ، نوع الصفحة).

المتغير التابع: وتتمثل في درجة الحاجات النفسية المشبعة لدى الطلبة من مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك.

مصطلحات الدراسة:

شملت الدراسة على العديد من المصطلحات من أهمها:

1. الحاجات النفسية Psychological needs

تعرف بأنها حالة من النقص والعوز والافتقار واختلال التوازن تقترن بنوع من التوتر والضييق لا يلبث أن يزول متى قضيت الحاجة وزال النقص سواء كان مادياً أو معنوياً (راجع، 1999:80).

وعرفها (زهران، 1980) بأنها " افتقار إلى شيء ضروري أو نوع من النقص أو العوز المقترن بالتوتر، الذي يزول متى أشبعت هذه الحالة وزال النقص" (زهران، 1980:125).

وتعرف الباحثة الحاجات النفسية إجرائياً بأنها:

حالة من الشعور بالنقص و التوتر و اختلال التوازن تزول عند اشباعها ،واشباعها يعد ضروري للنمو النفسي والاجتماعي .

2. الإشباع

ويعني الآثار التي تحدث للمستخدم بعد تعرضه للوسيلة، فإذا كانت الدوافع قبل الاستخدام فإن الإشباع يحدث بعده (سعود، 2014:207).

وتعرف الباحثة إشباع الحاجات النفسية إجرائياً بأنه:

هو الدرجة التي يحصل عليها المستجيبون على مقياس إشباع الحاجات النفسية المعد خصيصاً لهذه الدراسة، الذي يتضمن (الحاجة إلى التعبير عن الذات ، الحاجة إلى التسلية والترفيه ، الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية ، الحاجة إلى تحقيق الذات، الحاجة إلى الانتماء والمحبة ، الحاجة إلى الإنجاز، الحاجة إلى تحقيق الذات ، الحاجة إلى الثقافة والمعرفة ، الحاجة إلى الأمن النفسي، الحاجة إلى التنوع الجمالي).

3. الشبكات الاجتماعية Social network

هي مواقع على شبكة الانترنت، تحقق التواصل بين المستخدمين وتتيح لهم نشر الأفكار والصور والفيديو وتبادل الرسائل والردشة، وينظم فيها المستخدمون إلى مجموعات بحسب اهتمامهم وتفضيلاته.

4. شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

شبكة تواصل اجتماعي تتيح للمستخدمين خدمات تسهل تواصلهم الاجتماعي من خلال عدة وسائل مثل الدردشة وتبادل الآراء والأفكار والصور والفيديوهات بحيث يمتلك المستخدم صفحة تسمى profil وذلك من أجل التعارف وبناء الصداقات والاتصال بالآخرين والتفاعل معهم.

حدود الدراسة:

الحد المكاني:

طبقت هذه الدراسة في كل من: الجامعة الإسلامية، وجامعة الأقصى، وجامعة الأزهر بغزة.

الحد الزمني:

طبقت هذه الدراسة في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2014/2013.

الحد البشري:

تم تطبيق الدراسة على عينة من طلبة المستوى الثالث في برنامج البكالوريوس في الجامعات (الإسلامية، الأقصى، الأزهر) ممن يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك.

الفصل الثاني

الإطار النظري

المبحث الأول: الحاجات النفسية Psychological Need

المبحث الثاني: شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك Facebooke

المبحث الأول

الحاجات النفسية

- تمهيد.
- الحاجة النفسية.
- مفهوم الحاجات النفسية وعلاقتها بالدافع.
- الفروق الفردية والعلاقات بين الحاجات النفسية.
- تدرج الحاجات النفسية وخصائصها .
- دور الحاجات النفسية في السلوك و أهميتها.
- أهمية اشباع الحاجات النفسية و دورها في التوازن النفسي و الفسيولوجي.
- نظريات تناولت موضوع الحاجات النفسية نظرية (Moray- Maslow).
- الحاجات النفسية في الإسلام.
- الحاجات النفسية موضوع الدراسة لدى الشباب.

المبحث الأول الحاجات النفسية

تمهيد:

إن للحاجات النفسية أهمية كبيرة في حياة الإنسان ، فالحاجة هي نقطة بداية أي سلوك إنساني موجه، والإنسان دائماً يسعى ويطمح لإشباع حاجاته سواء بشكل شعوري أو غير شعوري، " فإذا كانت الدوافع والحاجات الفسيولوجية ضرورية للمحافظة على بقاء الفرد ونوعه، فإن الحاجات السيكلوجية ضرورية لسعادة الفرد وطمأنينته، وإحباطها يؤدي إلى كثير من اضطرابات الشخصية (راجع، 1999:112).

و تتعدد الحاجات النفسية وتختلف من مجتمع لآخر ومن شخص لآخر كما تختلف في حياة الفرد نفسه من مرحلة ارتقائية إلى أخرى، وتكمن أهمية إشباع الحاجات النفسية في ضرورتها لصحة الإنسان النفسية وتحقيق نموه النفسي ، وتكامل شخصيته، وعدم إشباعها يعيق نموه النفسي ومروره للمراحل الارتقائية الأخرى بسلام ،وقد يصبح فريسة للاضطرابات.

و حتى يشبع الفرد حاجاته فلا بد أن ترتبط هذه الحاجات بأهداف أو موضوعات توجد في البيئة التي تعيش فيها وبرغبات يشعر بها نحو هذه الموضوعات والأهداف، كما وتتعدد وسائل إشباع الحاجات النفسية من حولنا، وفي هذا الفصل سنتناول الباحثة مفهوم الحاجات النفسية، وأهم النظريات النفسية التي تناولتها، والحاجات النفسية في الإسلام ، وأهم الحاجات النفسية لدى الطلبة الجامعيين.

الحاجة النفسية:

الحاجة لغة: الحاجة والحائجة أي المأربة معروفة وقوله تعالى ﴿وَلْيَبْلُغُوا عَلَيْهَا حَاجَةً فِي صُدُورِكُمْ﴾ (غافر: 80)، (حوج) بمعنى الاضطرار إلى الشيء (ابن منظور، 2003:277).

الحاجة النفسية اصطلاحاً :

هي حالة من النقص أو الافتقار أو الاضطراب الجسمي أو النفسي إن لم تلق إشباعاً أثارت لدى الفرد نوعاً من التوتر والضيق والقلق، لا يلبث أن يزول متى ما أشبعت الحاجة (زكار، 2002:180).

ومن أوائل التعريفات للحاجة ما أورده English & English إن الحاجة تعني نقص شيء ما بحيث لو كان موجوداً لأعان على تحقيق ما فيه صالح الفرد، أو تيسر سلوكه المألوف، أو هي توتر يتولد في الفرد نتيجة نوع من النقص، إما داخلي أو خارجي ويرادف ذلك مصطلح حافز أو هي دافع غير مشبع (مبروك، 2011:60).

وعرفها (Deci&Ryan): بأنها: مطالب نفسية فطرية وأساسية للوصول إلى السعادة والتكامل والنمو النفسي وهي تتمثل في الحاجة إلى الاستقلال والحاجة إلى الكفاءة والحاجة إلى الانتماء (Deci&Ryan:2000,229).

وعرفها السيد وآخرون (1990: 424) بأنها الشعور بنقص شيء معين، إذا ما وجد تحقق الإشباع وبأنها شعور الكائن الحي بالافتقار لشيء معين، وقد تكون الحاجة فسيولوجية داخلية مثل الحاجة إلى الطعام والماء أو سيكولوجية اجتماعية مثل الحاجة إلى الانتماء، الإنجاز، والسيطرة.

و يتفق معه زهران (1999:125) فيعرف الحاجة النفسية بأنها افتقار إلى شيء ضروري للحياة أو نوع من النقص والعوز المقترن بالتوتر الذي يزول متى اشبعت هذه الحاجة وزال النقص. و يعرفها مورفي بأنها " الشعور بنقص شيء معين إذا ما وجد تحقق الإشباع " (سليمان، 1990:420).

وبشير راجح (1999:80) أن الحاجة حالة من النقص والعوز والافتقار واختلال التوازن تقترن بنوع من التوتر والضيق لا يلبث أن يزول متى قضيت الحاجة وزال النقص سواء كان مادياً أو معنوياً.

ويتفق معه مختار (2000:160) في أن الحاجة نزعة نحو هدف معين يسبب الحصول عليه رضا في النفس أو هي الشعور بالاحتياج أو العوز إلى شيء ما، بحيث يدفع هذا الشعور الكائن الحي إلى الحصول على ما يفتقد إليه.

أما "موراي" فعرف الحاجة بأنها " مركب فرضي في المخ يمثل قوة تعمل على تنظيم ادراكنا وعملياتنا المعرفية لإشباع حاجاتنا " (كالفين هول، 1978:231).

وعرف د. عبدالعزيز بن محمد النغمشي (2007) الحاجات بأنها: حاجات جسمية ونفسية تجعل الفرد يحس بضرورة إشباعها، وسد مطالبها، وعندما يحول حائل بين الحاجة وبين الإشباع يقع الاضطراب النفسي أو الجسمي أو كلاهما، فالجوع يشير إلى الحاجة للطعام، والإرهاق يشير إلى الحاجة للنوم، والخوف إلى الحاجة إلى الأمان، والشعور بالوحدة إلى الحاجة للرفقة وهكذا، ومن يمنع شيئاً من هذه الحاجات يقع له الاضطراب، فمنع النوم يؤدي إلى انهيار الجسم، وفقد الأمان يؤدي إلى القلق والخوف، وفقد الرفقة يؤدي إلى الاغتراب والوحشة، وتلك تمثل اضطرابات جسمية أو نفسية.

مفهوم الحاجة النفسية وعلاقتها بالدافع:

بدأ مفهوم الحاجة النفسية مرتبطاً بمفهوم الدافع في الظهور في العشرينات من القرن الماضي، فالدافع يعرف بأنه حالة من الاستثارة ناجم عن حاجة عضلية أو جسمية عامة كالحاجة للطعام والماء

والهواء، وحالة الاستثارة هذه تدفع بالفرد إلى أن يسلك سلوكاً ما يرضى أو يشبع الحاجة، ونظراً للصلة الوثيقة بين الحاجة والدوافع فقد استخدمهما علماء النفس بمعنى واحد، وتأكيداً للتمييز بينهما فإن مفهوم الحاجة يستخدم للدلالة على الحالة الفيزيولوجية الناجمة عن الحرمان، وبينما يستخدم مفهوم الدافع للدلالة على الحالة السيكولوجية الناجمة عن الحاجة، والتي تدفع الفرد للسلوك باتجاه إشباع الحاجة وبذلك يمكن أن نستخلص أن الدافع يمثل الجانب السيكولوجي للحاجة (أبو حويج، 2004:123).

و ترى الدسوقي (2011: 438) إن الدافع سواء فطرياً أو مكتسباً تستثيره الحاجة المتعلقة به، ومعنى ذلك أن الدافع موجود دائماً وكامن حتى تحركه وتثيره الحاجة المرتبطة به، كما أن الحاجة هي مطلب الفرد للبقاء أو النمو أو الإنتاجية أو التقبل الاجتماعي، وتنشأ تلك الحاجة في حالة شعور الفرد بعدم التوازن البيولوجي أو النفسي في موقف ما، وهذا ما يؤكد أن الدوافع محصلة لعدد من الحاجات المرتبطة به، وتكثر هذه الحاجات أو تقل أو تنتوع أو تقتصر حسب ما يتعرض له الفرد من ظروف بيئية وثقافية واجتماعية واقتصادية.

و أكد الفرماوي (2010: 17) أن الحاجة تمثل هدفاً لدى الإنسان، إذا وصل إليه يتحقق للإنسان التوازن، فالحاجة بهذا المعنى تمثل مظهراً للدافع وتدل على نوعه وعن طريق إلحاحها على الإنسان يمكن تحديد مدى شدة الدافع أو ضعفه.

و يطلق على الحاجة التي تستثير الدافع وتوجهه بالحاجات الدافعة وهي تلك الحاجات التي تدفع الكائن الحي إلى السلوك بطاقة دافعية ذات مصادر بيولوجية أو معرفية أو وجدانية أو اجتماعية وهذه المصادر تمثل مجالات الدافعية بصفة عامة وبالتالي تنتمي إليها صور الحاجات وأنواعها، مثل الحاجة إلى الطعام التي تشبع دافع الجوع والحاجة إلى المعرفة والتي تشبع الدافع المعرفي والحاجة إلى التقدير والتي تشبع دافع تأكيد الذات (حمدي، 2010:18).

الفروق الفردية والعلاقات بين الحاجات النفسية:

تختلف الحاجات النفسية حسب شدة أهميتها، بل تختلف باختلاف الزمن، والمكان، والثقافة، وباختلاف الطبيعة الاجتماعية، وهذا ليس بغريب، فالحاجة الواحدة تمر بمراحل متعددة: إشباع، كمن، فتوتر، فإلحاح فإشباع من جديد وهكذا، والمدة التي تستغرقها هذه الدورة قد تطول وقد تقصر، كما أن الحاجات تتغير، حيث إن الفرد قد يكتسب حاجات جديدة نتيجة اختلاطه بأفراد جدد كأن يكتسب مثلهم العليا أو نتيجة تأثره بمجتمعه (مختار، 2000:161).

و رغم أن الحاجات نفسها غالباً ما تكون عامة في المجتمع البشري أي يشترك فيها جميع الناس، فإن الأسلوب الذي تشبع به يختلف لحد كبير من فرد لآخر، مثال ذلك تفضيل الطعام واختيار شريك

الحياة واختيار المهنة، كما تختلف الأهمية النسبية للحاجات من شخص لآخر، والاختلاف في شدة الحاجة يعتمد على خبرات التعلم السابقة، ودرجة الحرمان للحاجات إذ إنها تعمل دائماً في علاقات متبادلة مع الحاجات الأخرى (رضوان، 1994:32).

تدرج الحاجات النفسية وخصائصها:

تتدرج الحاجات لدى (ماسلو) بشكل هرمي ذي مستويات، وتتضمن هذه الحاجات قسمين هامين هما الحاجات الأساسية (السيولوجية) ، والحاجات النفسية (الأمن، الحب والانتماء وتقدير الذات، وتحقيق الذات) وتأخذ الصفة الاجتماعية والتي سماها ماسلو بالحاجات النفسية والاجتماعية (السرسي، عبد المقصود، 2000:155).

وعلى الرغم من أهمية جميع الحاجات فمن الممكن تدرجها بحسب الضرر الناتج عن عدم إشباعها، فنضع الحاجات العضوية أولاً، ثم الحاجات غير العضوية، لأن الحرمان من الحاجات العضوية يؤدي الإنسان أذى بليغاً - نفسياً وجسماً - وقد يؤدي إلى الموت، أما الحرمان من الحاجات غير العضوية فيعوق النمو النفسي ولا يؤدي إلى الموت إلا إذا صاحبها حرمان لحاجة عضوية أو أكثر وهذا يجعل الشخص يبحث عن إشباع الحاجات جسمية أولاً، فإذا أشبعها تهيأ لإشباع حاجاته النفسية (صديق، 2007:386).

و الحاجات النفسية الثانوية تختلف من فرد لآخر بشكل أكبر من الحاجات الفسيولوجية ، وهناك بعض الخصائص التي تميز الحاجات الثانوية ومنها:

1. تتأثر بشكل كبير بما يمر به الفرد من خبرة.
2. تتنوع من شخص لآخر من حيث النمط والكثافة.
3. تتغير داخل الفرد ذاته.
4. لا تعمل بشكل منفرد وإنما ضمن الجماعة.
5. هي مشاعر غامضة ليست ملموسة كالحاجات الفسيولوجية.
6. لها تأثير على السلوك بشكل عام.

و الحاجات الفسيولوجية رغم أنها صنفت كقسمين، إلا أنها في حقيقة الأمر لا تتفصل عن بعضها البعض فالحاجات الفسيولوجية للجسم تؤثر على الحاجات النفسية والعكس صحيح ، وهذا ما يطلق عليه المفهوم الكلي (القطان، فهمي، 1971:181).

ومما سبق يتضح تعدد تعريفات الحاجة النفسية، واختلاف وجهات نظر العلماء والباحثين إلا أنهم اتفقوا على أن الحاجة:

- تشكل نقصاً وشعور بالحرمان.
- عبارة عن رغبة تلح لإشباعها.
- عدم اشباعها يؤدي إلى توتر.

فالحاجة هي النقطة التي ينطلق منها السلوك ويتوجه، حيث إن الافتقار إلى شيء ما يؤدي إلى حالة من عدم التوازن داخل الإنسان، مما يدفع الإنسان للبحث عن وسيلة لإشباع الحاجة والتخلص من التوتر وإعادة الاتزان ، سواء كانت حاجة فسيولوجية أو نفسية.

كما أن الحاجات النفسية تختلف من مرحلة لأخرى في حياة الفرد، وتختلف من مكان لآخر ومن زمان لآخر وتتأثر بالظروف المحيطة به.

دور الحاجات النفسية في السلوك وأهميتها:

إن الحاجات النفسية تعتبر محركاً للسلوك، وتقدم لنا الكثير من التفسيرات لما يمر به الفرد من سلوك والحاجات النفسية لا تقتصر على مجتمع بذاته، فهي تتميز بأنها عالمية من خلال تواجدها في جميع البيئات والمجتمعات الإنسانية دون استثناء ، وتكتسب الحاجات النفسية خصائصها من ثقافة البيئة التي يعيشها الفرد، فأهمية الحاجات النفسية تختلف من مجتمع لآخر فمثلاً المجتمعات الغربية تركز على تنمية الحاجة للاستقلال لدى أبنائها، وفي المقابل المجتمعات الشرقية تنمي الحاجة للانتماء عند أبنائها وقد يصل الاختلاف في الحاجات النفسية للمجتمع الواحد أو البيئة الواحدة ، ويرجع هذا الاختلاف لطبيعة ودور الفرد في البيئة التي يعيشها، فحاجات الذكور تختلف عن حاجات الإناث، والاختلاف قد يرجع أيضاً إلى المستوى التعليمي والاجتماعي لأفراد البيئة الواحدة (الوطيان، 2005:4).

ويرى القطناني (2011: 24) أن للحاجات النفسية دوراً هاماً في السلوك الذي يقوم به الفرد، فالفرد الذي يستطيع تحقيق حاجاته النفسية بشكل جيد ومناسب، والذي يحصل على دعم وتعزيز من مجتمعه، فإن سلوكه يكون سليماً ويتميز بالراحة النفسية والقدرة على البذل والعطاء، ويكون عضواً فاعلاً في مجتمعه، في المقابل نجد أن الحاجات النفسية لها أيضاً دور عكسي في حالة عدم الإشباع ، فالفرد غير المشبع لرغباته وحاجاته يتسم بالتوتر والقلق ، وهذا ما يدل على الدور الهام والحيوي للحاجات النفسية في سلوك الفرد.

و في ذلك يقول مختار (2000:163) إن الحاجة تدفع الإنسان وتوجهه إلى ممارسة النشاط الذي يتم عن طريق الإشباع، عندها يُقبل الفرد على الحياة بنوع من الاستقرار والهدوء ، لأن الحاجة المشبعة تزيل ما ينشأ من ألم وتوتر، ولهذا نلاحظ مدى سرعة حركة الإنسان ونشاطه لإعادة حالة الاتزان وإزالة ما يشعر به من ألم وتوتر، فيعود إلى حالته الطبيعية، كما تساعد الحاجات الإنسان على إحداث النمو السليم حين يمارس عدداً من الأنشطة التي تهدف إلى إشباع تلك الحاجات ، بشرط أن يتم إشباع الحاجة بشكل مباشر وبأسلوب سوي وسليم ، وتساعد الحاجات في التعرف على ما لدى الفرد من قدرات وامكانيات وطاقات من خلال ما يشبعه منها وفق هذه الامكانيات فضلاً عن ادراكه للإمكانيات البيئية التي تحيط به ، والتي يستمد منها ما يشبع هذه الحاجات ، ومن هذا المنطلق فهي تسهم في مدى استبصار الفرد لذاته وإدراكه لواقعه، كما أنها تعمل على المحافظة على الكيان البيولوجي للإنسان بما يمكنه من الاستمرار في الحياة والمحافظة على وجوده العضوي ، كما تسهم الحاجات النفسية والاجتماعية اسهاما كبيرا في بناء وتشكيل الشخصية الإنسانية ونموها بشكل سوي وسليم.

أهمية إشباع الحاجات النفسية ودورها في التوازن النفسي والفيولوجي:

تلعب الحاجات بقسميها البيولوجي والسيكولوجي دوراً هاماً في الجانب النمائي للفرد من خلال مراحل نموه المختلفة، فالحاجات البيولوجية كالحاجة إلى الطعام والحاجة إلى الماء والحاجة إلى النوم والحاجة إلى الراحة يجب اشباعها لتحقيق حالة الهيمو ستازي (Homeosta) (تحقيق حالة الاتزان الفيولوجي للفرد) وإن عدم إشباعها يهدد حياة الفرد بالهلاك.

أما الحاجات السيكولوجية (النفسية) فهي تمثل الاحتياجات النفسية كافة للفرد ولولا تحقيق هذه الحاجات تحدث حالات من الاضطراب الانفعالي في شخصية الفرد، فإشباع الحاجات النفسية للفرد يحقق له التوافق النفسي، ومن ثم توافقه مع الآخرين ،ومن ثم يتمتع بحالة من الصحة النفسية (Mental hygiene) (عبد الرحيم: 1986 ، 306).

إذا كانت الحاجات الفيولوجية ضرورية للمحافظة على بقاء الفرد ونوعه ، فالحاجات النفسية ضرورية لسعادة الفرد وطمأنينته، فإحباطها يؤدي إلى كثير من اضطرابات الشخصية ، وهي حاجات تنشأ في أحضان الأسرة وتختلف في الشدة من فرد إلى آخر، لكنها يغلب أن تشبع بين الناس جميعاً على اختلاف حضاراتهم الراشدين منهم والصغار (رضوان، 1994:20).

إن من أهم الشروط التي تحقق التكيف أن تكون البيئة التي يعيش فيها الإنسان من النوع الذي يساعد على إشباع حاجاته المختلفة، أما إذا لم يتمكن الفرد من إشباع هذه الحاجات في البيئة ، فإنه يتعرض لكثير من عوامل الإعاقة والإحباط التي تؤدي عادة إلى نوع من الاختلال في التوازن أو عدم

الملائمة، فإشباع الحاجات لدى الإنسان هو شرط أساسي من شروط حصول الفرد على التكيف الذي يحقق له الاستقرار النفسي (زكار، 2002:188).

ويرى راجح (1999:96) أن الإنسان إذا حرم من إشباع حاجاته النفسية فكثيراً ما يتراجع ، فيسرف في إشباع حاجاته الفسيولوجية، فالمحروم من العطف والتقدير قد يأخذ في الأكل بشراهة أو يسرف في ملذاته الجنسية ، ومن ناحية أخرى يصعب على الجائع أو المحروم أن يتطلب التقدير الاجتماعي أو يحاول الإفصاح عنه.

ويؤكد بدر (2007:189) أن إشباع الحاجة مطلب ضروري لاستمرار النمو وللصحة النفسية ولتكمال الشخصية ولكن دون تعارض مع رغبات الفرد وأهدافه فحسب مرحلة النمو التي يمر بها الفرد تتكامل حاجات الفرد مع مطالب نموه.

ويتضح مما سبق مدى الدور الكبير الذي تلعبه الحاجات النفسية في توجيه السلوك ، وأنه عندما يشبع الفرد هذه الحاجات يزول التوتر الناتج عن الحاجة وبالتالي يحقق الراحة النفسية ، و أن عدم اشباع الفرد لحاجاته النفسية يجعل الفرد في حالة تتسم بالتوتر والقلق ، وهذا ما يدل على دور الحاجات النفسية في سلوك الفرد.

نظريات علم النفس التي تناولت الحاجات النفسية:

تعتبر الحاجات النفسية من أولويات واهتمامات الباحثين والعلماء نظراً لأهميتها، ولقد بدأ الاهتمام بالحاجات النفسية من أوائل القرن العشرين على يد العالم "ماكدوجال" ثم "موراي" من بعده، ولكن الاهتمام الأكبر بهذا المصطلح برز من بعد نظرية "ماسلو" حول هرمية الحاجات حيث انصبت جهود الباحثين والعلماء على دراسة الحاجات النفسية انطلاقاً من الإطار الذي حدده "ماسلو" لتلك الحاجات أو من منطلقات أخرى (المفدي، سليمان، 2002:3).

و بهذا ستعرض الباحثة النظريات النفسية من خلال:

أولاً: نظرية أبراهام ماسلو (Maslow)

أبراهام ماسلو عالم أمريكي تميزت اهتماماته ودراساته البحثية باتجاه الأفكار السلوكية، ثم وضع جل اهتماماته بالاتجاه الإنساني ودراسة الشخصية، ووضع نظريته التي تركزت حول الحاجات الانسانية عام 1943 (المياحي 2010:165).

ولقد وهب "ماسلو" ما يقرب من عشرين عاماً من حياته ليثبت أن إمكانيات الإنسان وحاجاته العليا هي التي تدفعه للسلوك الهادف نحو تحقيق الذات (رضوان، 1994:28).

و تعتمد نظريته التي نشرها عام (1968) على تمييزه بين نوعين رئيسيين من الحاجات الأساسية، كالجوع والعطش والجنس ، وحاجات ثانوية (فوقية) ما وراء الحاجات وهي من طبيعة روحية أو فوق طبيعية، كالحق والخير والجمال والنظام والوحدة (الوقفي، 1998:600).

أنماط الحاجات لدى ماسلو (Maslow)

1. الحاجات الأساسية (الفيولوجية) Physiological Needs

وهي الحاجات التي ترمي إلى حفظ النفس وبقاء النوع فالطعام والشراب والهواء والدفء وتجنب الألم والراحة والنوم... إلخ كلها حاجات فيولوجية تهدف إلى حفظ الحياة والبقاء وهي تستمر مدى الحياة (حجازي، 2009: 37).

2. الحاجات النمائية Developmental Needs

و هي الحاجات العليا التي لا يمكن أن تظهر إلا بعد أن يتم اشباع الحاجات الأساسية الحرمانية، وتشمل الحاجات النمائية الحاجة لتحقيق الذات والمعرفة والفهم والحاجات الاجتماعية. وضع (ماسلو) مدرج الحاجات في عام (1943) وقسمها حسب اسبقيتها وإلحاحها إلى خمسة مستويات من الحاجات وهي كالآتي:

1. الحاجات الجسمية الفسيولوجية : Physiological needs

وهي الحاجات الأساسية للإنسان متمثلة في الحاجة للطعام والحاجة للماء والحاجة للجنس (الفرماوي، 2010:19).

2. حاجات السلامة: Safety needs

وتتضمن الأمن والحماية والثبات والبناء والقانون والنظام والتحرر من الخوف والفوضى.

3. حاجات الانتماء والحب Belonging and Love needs

هي توجه الفرد نحو العلاقات العاطفية مع الناس وإحساس الفرد بالمكانة في الأسرة والجامعة.

4. الحاجة للتقدير والاحترام Esteem needs

وهي تتمثل في شعور الفرد بالعلاقات المشبعة مع الآخرين، والاحساس بالتقبل مع تجنب الرفض.

5. الحاجة إلى تحقيق الذات Self-actualization needs

و ترتبط هذه الحاجة بالتحصيل والإنجاز، والقدرة على التعبير عن الذات وأن يكون الفرد منتجاً (عامر، 1986: 184).

وفي عام (1970) أضاف ماسلو (Maslow) بعدين إضافيين لنموذجه الداخلي وهما:

حاجات المعرفة والفهم Cognitive needs

وهي حاجات تظهر في الرغبة المستمرة في الفهم والمعرفة، والرغبة في الكشف ومعرفة حقائق الأمور وحب الاستطلاع، وتكون هذه الحاجات عند بعض الأفراد أكثر من البعض الآخر، حيث إنها تأخذ صورة أعمق في بعض مظاهر السلوك لدى بعض الأفراد (الدهري، 2004: 185).

الحاجات الجمالية Aesthetic needs

يدل هذا النوع من الحاجات على الرغبة الصادقة في القيم الجمالية، كما تتجلى عند الأفراد في الاقبال على النظام والترتيب والاتساق والكمال وتجنب الأوضاع القبيحة كالفوضى (الدهري، 2004: 185).

وقد أطلق (Maslow) مسمى الحاجات الحرمانية على الحاجات الأساسية الأربعة الأولى بينما الحاجات المتبقية أطلق عليها مسمى الحاجات النمائية (حويج، 2002: 127).

و بالرغم التدرج في هذا النظام الهرمي للحاجات، إلا أنها لا تتفصل عن بعضها البعض فالفرد في حاجة للماء والهواء، كما أنه في حاجة إلى تحقيق الذات وفي حاجة أيضاً إلى الاحترام والتقبل بالنسبة للآخرين، ولكن هذا التقسيم هو تقسيم لا يقصد به أن الإنسان يمكن أن يستغنى تماماً عن أي منها، لكنه لا يستطيع تحقيق إحداها بالقدر الكافي، ولكنه في حاجة إلى تلك الحاجات، وهو أشد حاجة بالطبع للهواء والماء والطعام ثم بعد ذلك تأتي الحاجات الأخرى، فهناك حاجات الفرد لتحقيقها لأن حياته تتعلق تماماً بتحقيقها، وأشياء أخرى لا يتوقف وجوده الجسمي على وجودها، بل وجوده المعنوي والنفسي وكلاهما مكمل للآخر (عامر، 1986: 184).

إن الحاجات الإنسانية وفق نظرية (Maslow) قد تم ترتيبها على شكل تسلسل هرمي وفق تغلب أو هيمنة إحداها على الأخرى فالحاجات الموجودة في المستويات الدنيا يجب أن يتم إشباعها بما فيه الكفاية قبل أن تظهر حاجة في المرتبة الأعلى لتسيطر على سلوك الفرد، وقد وضع (Maslow) بأن كل مستوى من الحاجات يمكن أن يشبع جزئياً ويسمح المجال للمجموعة التي تليه من الحاجات أن تهيمن عليه (العبيدي، 2011: 203).

كما يرى أن الحاجات الأدنى في النظام الهرمي تتكون في وقت أبكر من العملية الارتقائية وتتطلب الإشباع قبل إشباع حاجات المستوى الأعلى فحاجات السلامة أقوى وأكثر ضغطاً وأبكر في الظهور وأكثر حيوية من حاجات الانتماء، والحاجة إلى الطعام أقوى من كلا الاثنين (كفاي، 2010: 407).

و بموجب هرم (Maslow) فإذا تم إرضاء الحاجات الفسيولوجية وحاجات الأمان بصورة عادلة فإن حاجات الحب والانتماء _ الحاجات الاجتماعية وحاجات الترابط_ ستظهر كحاجة مهيمنة ومسيطرة في هيكل حاجات الفرد ، وبما أن الانسان مخلوق اجتماعي فإنه يسعى بالحاجة إلى الانتماء والقبول من الجماعة، وبصورة تلقائية نجد أن سلوكه يتجه نحو البحث عن الصداقة والرفقة، وفي حالة كون حاجات الحب والانتماء هي المسيطرة فإن الشخص سيسعى إلى إيجاد علاقات ذات معنى مع الآخرين ففي الوقت الذي يشبع فيه الفرد حاجاته إلى الانتماء، فإنه سيبحث عن أشياء أخرى أكثر من كونه عضواً في جماعة لذلك فإنه سيسعى إلى تحقيق الاحترام والهبة لذاته والاعتراف به كعضو في الجماعة من قبل الآخرين (العبيدي، 2011: 204).

فلابد للإنسان أن يروى الحاجات الأساسية التي يعد أهمها الحاجات الفسيولوجية إذا أراد الاستمرار في العيش ، فإذا كان جائعاً فإن أغلب فاعلياته تكون مدفوعة بحافز الحصول على الطعام ، وهذا يعني أنه لا يستطيع القيام بتلبية حاجات تقع في مرتبة أعلى في الهرم، أما الحاجات النفسية التي تضم حاجات مثل الانتماء والقبول من الآخرين ومحبة الآخرين فيعد اشباعها ضرورياً وإلا أدى الأمر بالفرد إلى القلق والتوتر، مما يجعله يندفع إلى سلوك عشوائي يائس وفي أحيان سلوك عصابي أو غير اجتماعي(الوقفي، 1998: 600).



شكل رقم (1) سلم ماسلو للحاجات

واستندت نظرية ماسلو (Maslow) على عدة مسلمات أساسية وهي:

1. تنظيم حاجات الإنسان في شكل هرمي متدرج يبدأ بالحاجات الفسيولوجية ثم حاجات الأمن ثم حاجات الانتماء ثم حاجات تقدير الذات ثم حاجات تحقيق الذات ثم حاجات الفهم والمعرفة.
2. يتطلع الفرد دائماً للحصول على أشياء مختلفة ومن ثم لا تشبع الحاجات كاملة فما أن تشبع حاجة إلا و خفت أهميتها و تبرز حاجة أخرى ، وهي عملية مستمرة لا تنتهي أبداً والهدف منها جعل الفرد دائماً في حالة تعبئة مستمرة من الطاقة.
3. تتوقف الحاجة بعد إشباعها عن دفع السلوك، ويتحرك سلوك الفرد عندئذ بتأثير حاجات أخرى لم تشبع.
4. تتداخل الحاجات فيما بينها، فما دامت الحاجة لا تختفى عندما تبرز حاجة أخرى فإن ذلك يعني أن الحاجات لا تشبع إلا جزئياً (سليمان، 2011: 443).

وترى الباحثة بأن نظرية (Maslow) وفتت في عرض الحاجات النفسية اللازمة لارتقاء الفرد وتطوره وفق تسلسل محدد، و في تفسير الحاجات النفسية وطبيعة ظهورها ، إلا أنها في تفسير الحاجات النفسية قد غفلت ما يحيط بالفرد أو الجماعة من ظروف ثقافية واجتماعية ودينية وسياسية ووطنية والتي من الممكن أن تدفع بالفرد لتحقيق الحاجات العليا في الهرم وإهمال الحاجات الأساسية ، وخير مثال أن الإنسان المسلم يعمل جاهداً لإرضاء الخالق عز وجل، ويعتبر هذا أهم مضمار في حياته ليحقق ذاته ويقول الخالق عز وجل ﴿ قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴾ (الأنعام: 162) ويقول في آية أخرى: ﴿ خَتَامُهُ مِسْكٌ وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ ﴾ (المطففين: 26) فالمسلم يسعى لتحقيق ذاته طالباً رضا الله، وفي هذا سمو ورفي قد لا يدركه غير المسلم، إذ إنه لا يحصر تحقيق ذاته بأهداف مادية أو متعة قد تزول في لحظات، وكذلك مثال الشعب الفلسطيني وما يعانيه من حصار وجوع وحرمان ، إلا أنه اتخذها جميعاً وسائل لتحقيق الذات وتقدير الآخرين لها وتحصيل مكاسب معنوية لذواتهم ، وكذلك الأسرى الأبطال الذين يفتقدون للحاجات الفسيولوجية والأمنية ولكنهم حققوا ذواتهم وحصلوا على احترام وتعاطف الآخرين لهم.

ثانياً: نظرية هنري موراي (Murray 1893_1988):

يعد (Murray) من بين رواد النظريات الأوائل الذين درسوا الحاجات النفسية دراسة مستفيضة وهو يرى بأنه لا اختلاف بين الدافع والحاجة فكلاهما وجهان لعملة واحدة (المياحي: 2010: 192).

وبذلك عرف (Murray) الحاجة بأنها " تركيب لتوجيه قوة معينة في المخ وهذه القوة تنظم الإدراك والتفهم والتعقل والنزوع، بحيث تحول الموقف القائم غير المشبع في اتجاه معين وقد تكون ضعيفة أو قوية مؤقتة أو مستمرة.

كما يقرر (Murray) أنه يمكن الاستدلال على وجود الحاجة:

1. أثر السلوك أو نتيجته النهائية.
2. النمط أو الأسلوب الخاص للسلوك المتضمن.
3. الانتباه الانتقائي والاستجابة لنوع خاص من موضوعات التنبيه.
4. التعبير عن انفعال أو وجدان خاص
5. التعبير عن الإشباع أو الضيق حين لا يتحقق ذلك التأثير (لندزي، هول، 1978:231).

وكان توجه (موراي) إلى أن سلوك الفرد تتحكم فيه عدد كبير من الحاجات النفسية، ولعل قائمته التي وضعها عام 1988 للحاجات النفسية من أشهر القوائم للحاجات النفسية التي اعتمدت عليها كثير من البحوث، وقد ذكر فيها (موراي) عشرين حاجة ظاهرة وحاجات كامنة، ويرى أنه يمكن اكتشاف وإضافة حاجات جديدة لتلك القائمة (المفدي، جمعة، 2002: 4).

أنماط الحاجات لدى موراي (Murray) :

1. **حشوية المنشأ:** وهي مرتبطة بالإشباع الجسمية الأولية مثل الحاجة للهواء والماء والطعام ويعد اشباعها أمراً ضرورياً لحياة الإنسان وتجنب الهلاك والضرر مثل الهواء والماء والطعام.
2. **حاجات نفسية المنشأ:** ويرتبط توترها بانفعالات مصاحبة معينة، وهذه الحاجات منشقة من الحاجات الأولية ولكنها معقدة، مثل الحاجة إلى لوم الذات والإنجاز والانتماء والدافعية والاستعراض (موسى، الدسوقي، 2011:438).

واستطاع (Murray) أن يميز بين أنماط مختلفة من الحاجات وهي:

*حاجات أولية وحاجات ثانوية:

والحاجات الأولية تشمل على سبيل المثال لا الحصر الجوع والتنفس والعطش والإخراج والجنس والحاجات الثانوية أو الحاجات النفسية وهي مستقلة عن العمليات العضوية المباشرة وتشمل الحاجة إلى الكسب والتحصيل والسيطرة والإنجاز والخضوع والتعاطف مع الآخرين.

والجدير بالذكر أنه يوجد علاقة تبادلية بين الحاجات، ولا تعمل بصورة منعزلة عن بعضها البعض وهذا التفاعل يعطى أحيانا أولويات لحاجة عن الأخرى، وفي المواقف التي تستثار فيها أكثر من حاجة في نفس الوقت، فإن الحاجة الأولية كالألم والجوع والعطش هي التي تترجم عادة من حيث الإشباع ولو بصورة بسيطة لعدم القدرة على تأجيلها (هول لندي، 1978:235).

الحاجات النفسية لدى موراي (Murray):

1. **التحقير:** هي الخضوع في سلبية لقوة خارجية، تقبل الإيذاء والتأنيب، النقد، العقاب.
2. **الإنجاز:** تحقيق شيء صعب، التحكم في الأفكار وتناولها أو تنظيمها وأداء ذلك بأكبر قدر ممكن من السرعة والاستقلالية، والتغلب على العقبات وتحقيق مستوى مرتفع، التفوق على الذات و منافسة الآخرين والتفوق عليهم.
3. **الانتماء:** الاقتراب والاستمتاع بالتعاون أو التبادل مع حليف آخر والحصول على الاعجاب والحب
4. **العدوان:** التغلب على المعارضة بالقوة، القتال، التأثر لإيذاء آخر ومعارضه الآخر بقوة أو معاقبته.
5. **الاستقلال الذاتي:** الحصول على الحرية والتخلص من المعوقات والانطلاق من الحصار ومقاومة التقييد والحرية في التصرف.
6. **المضادة:** السيطرة على الفشل أو مواجهته بالنضال وإزالة آثار الازلال بالعمل المستمر
7. **الدافعية:** الدفاع عن الذات في مواجهة الاهانة والنقد والتأنيب وإخفاء أو تبرير الاساءة
8. **الانقياد:** الإذعان في حماسه والإعجاب بحليف والاقتراء والانصياع للعادة.
9. **السيطرة:** تحكم المرء في بيئته البشرية، التأثير في سلوك الآخرين أو توجيههم بالإيحاء.
10. **العرض:** إحداث انطباع وأن يكون المرء مرئياً ومسموعاً، وأن يثير إعجابهم ، أو يبهتهم.
11. **تجنب الأذى:** تجنب الألم والأذى الجسماني والمرض والموت والموقف الخطر.
12. **العطف على الآخر:** التعاطف مع شخص عاجز وارضاء حاجاته أو أي موضوع ضعيف .
13. **النظام:** وضع الأشياء في نظام لتحقيق النظافة والترتيب والتنظيم.
14. **اللعب:** العمل بقصد اللهو وحب الضحك والتكيت والبحث عن المتعة ومشاركة الألعاب.
15. **النبيذ:** أن يعزل الفرد نفسه عن الموضوع المشحون سلبيا أو عدم الاكتراث بموضوع وصدده

16. الإحساسية: البحث عن الانطباعات الحسية والاستمتاع بها.
17. الجنس: إقامة وتنمية العلاقات الشهوية
18. العطف من الآخر: أن يحصل المرء على العون والدعم والحماية والحب والنصح والتسامح والمواساة.
19. الفهم: توجيه الأسئلة أو الاجابة عنها والتأمل والصياغة والتحليل والتعميم. (كالفين هول، 1978:232).

وتتصف الحاجات النفسية بعدد كبير من الخصائص منها:

1. بعض الحاجات يتم كبه أو كبته بسبب صعوبة إشباعه في وقت ما بعينه كالدافع الجنسي.
2. بعض الحاجات تركز على هدف واحد محدد، مثل التعاطف مع صديق، وبعضها متشعب يمكن إشباعه بأكثر من طريقه مثل إشباع الحاجة للطعام أثناء المجاعات.
3. يمكن أن يتحقق من إشباعها شعوراً عاماً بالمتعة والسرور، وليس مجرد تحقيق هدف بعينه، وخاصة تلك التي ترتبط بميل أو هوية معينة.
4. تتبادل الحاجات مواضعها بالنسبة لبعضها البعض، فبعض الحاجات الأساسية قد تصبح ثانوية من وقت لآخر، فمثلاً عند التحدي لتحقيق هدف صعب أو مطلب تصبح السيطرة حاجة ثانوية بالنسبة للإنجاز.
5. قد تتعارض بعض الحاجات مع بعضها البعض فالتعاطف يتعارض مع السيطرة و العدوان والاستقلال الذاتي يتعارض مع الخضوع (عبد الرحمن، 1998:348)

ويشير موراي (Murray) أن الحاجات لا تعمل كل منها في عزلة تامة عن الأخرى وأن لطبيعة هذا التفاعل أو التأثير المتبادل أهمية نظرية فائقة ووافق (Murray) على حقيقة أنه يوجد تدرج معين للحاجات تأخذ فيه نزعات معينة أسبقية أخرى ويستخدم مفهوم أولوية القوة **prepotency** للدلالة على الحاجات التي تصبح سائدة في إلحاح كبير إذا لم تشبع، وهكذا ففي المواقف التي تستثار فيها حاجتان أو أكثر في نفس الوقت وتتطلبان استجابات متناقضة فإن الحاجة ذات الأولوية كالألم والجوع والعطش هي التي تترجم عادة إلى عمل لأنه لا يمكن تأجيلها ومن الضروري تحقيق حد أدنى من الإشباع لمثل تلك الحاجات قبل أن تتمكن الحاجات الأخرى من العمل (كالفين هول، 1978:235).

الحاجات النفسية من وجهة نظر الإسلام:

إن الذي أرسل محمداً - صلى الله عليه وسلم - برسالة الإسلام هو الله خالق الناس أجمعين، العليم بما يصلح لهم، وما يوافق ما فطرهم عليه، وما أودعه في تلك الفطرة من استعدادات وطاقات وحاجات، ولا تستقيم تلك الفطرة إذا لم تشبعها، أو إذا أفرطت فيها، كما لا تستقيم إذا وجّهت بما يتصادم معها.

فالتأمل في تعاليم الدين الإسلامي الذي جاء به محمد - صلى الله عليه وسلم - من عند الله - عز وجل - يلحظ التوازن بين مختلف جوانب الحياة الإنسانية؛ بين مطالب الجسد المادية من أكل وشرب وزواج وحقوق، وبين مطالبه الروحية من عبادة الله وتركيزه للأخلاق، وبين مطالبه الفكرية والعقلية من حبّ للعلم والإطلاع والاكتشاف، فقد وازن الإسلام بين هذه المطالب كلها في اتساق لا طغيان فيه لجانب على جانب؛ بل أكد على ذلك بالنهي عن الغلو والإفراط، كما نهى عن التفريط والإهمال، وأمر بالتوسط والاعتدال في جميع الأحوال، ولم تأت الشريعة إلا بتنظيم تحقيق تلك المطالب، وبيان حدودها التي لا تتصادم مع فطرة الإنسان ووظيفته التي خلّق من أجلها، ألا وهي عبادة الله وعمارة الأرض بالنافع والصالح، فأباحت الشريعة كل شيء فيه منفعة للإنسان، ونهت عن كل شيء فيه مفسدة ومضرة على حياة الإنسان أو عقله أو ماله أو جسده (شبكة الألوكة، 2010).

و حفظ الإسلام كرامة الفرد وضمن له الحاجات الأساسية من مأكل ومشرب وملبس ومسكن وطب وتعليم وأمن، فالإسلام منذ أربعة عشر قرناً نبه إلى أهمية الحاجات للإنسان، ومن أهم الحاجات التي أشار إليها القرآن أو السنة الحاجة إلى الأمن والطمأنينة.

قال تعالى: ﴿ وَصَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ ءَامِنَةً مُّطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِّنْ كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ ﴾ (النحل: 112).

وكذلك نبه القرآن الكريم للحاجة إلى الحب أي حب الآخرين حسب درجات علاقاتهم به قال تعالى: ﴿ وَالَّذِينَ تَبَوَّءُوا الدَّارَ وَالْإِيمَانَ مِن قَبْلِهِمْ يُحِبُّونَ مَنْ هَاجَرَ إِلَيْهِمْ ﴾ (الحشر: 9).

وكان المهاجرون أحوج ما يكونون إلى هذه المحبة، فقد تركوا بلادهم وأموالهم وأهلهم، وأقبلوا على ديار جديدة، وبيئة غريبة، وقد ضمن لهم المنهج الإسلامي هذه المحبة، حيث أمد الأنصار - رضي الله عنهم - إخوانهم المهاجرين بما يحتاجون إليه من محبة وقبول وتأييد ومؤازرة.

ونظرة الإسلام إلى الحاجات أوسع وأدق مما ذكره علماء النفس سواء من حيث المنطلق أو من حيث الحاجة ذاتها أو من حيث طريقة إشباعها، فالإسلام ينظر إلى تكوين الإنسان على أنه يشتمل على

الجسد والروح معاً: ﴿إِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي خَالِقٌ بَشَرًا مِّن طِينٍ، فَإِذَا سَوَّيْتُهُ وَنَفَخْتُ فِيهِ مِن رُّوحِي فَقَعُوا لَهُ سَاجِدِينَ﴾ (ص:70-71).

فالإنسان قبضة من طين الأرض تتمثل في حقيقة الجسد: العضلات والأعضاء والأحشاء والأكسجين والحديد... إلخ وهو نفخة من روح تتمثل في الجانب الروحي للإنسان: في الوعي والإدراك والعقل والإرادة والعاطفة وفي الخير والبر والإحاء.

و نبه الإسلام للحاجة إلى الانتماء: وهي من الحاجات المذكورة في علم النفس، لكن الإسلام أسسها بطريقة مختلفة. فالإنسان يحتاج إلى الجماعة أو الحزب وينفر من العزلة والوحدة. وقد أسس الإسلام هذه الحاجة على مبادئ مرنة وواسعة يمكن أن تسع الناس جميعاً ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ﴾ (الأنبياء:102).

فلم يجعل الانتماء على أساس الأرض أو اللون أو الجنس، وإنما جعله على أساس العقيدة والفكر، وعلى أساس الوحدة النفسية والقلبية المبنية على وحدة الشعور والولاء والتوجه. قال تعالى: ﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ﴾ (الحجرات:10).

وقال سبحانه: ﴿وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُم بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا﴾ (آل عمران:103).

و من المعروف أن لكل مرحلة من مراحل النمو حاجات ومتطلبات مادية ونفسية لا بد من تلبيةها وإشعار من هم في هذه المرحلة باهتمام المجتمع بها، والشباب مرحلة من هذه المراحل، لها متطلباتها، وحاجاتها، وغالباً ما تنشأ الأزمات والمشكلات التي يعاني منها الشباب بسبب عدم تلبية تلك الحاجات.

ويشير القرآن الكريم إشارات لطيفة مجملة إلى مجموعتين أساسيتين من الحاجة منبهاً إلى تلبيةها، قال تعالى يمن على قريش بتلبية هذه الحاجات، رامزاً لها بالطعام من جهة وبالآمن والاطمئنان من جهة أخرى، ومرشداً إياهم بمناسبة تلبية هذه الحاجات لعبادة ربهم (عز وجل).

﴿فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ لَّذِي أَطْعَمَهُم مِّن جُوعٍ وَآمَنَهُم مِّنْ خَوْفٍ﴾ (قريش:4)

وقال سبحانه: ﴿وَلَنبَلِّغَنَّكُمْ أَشْيَاءَ مِّنْ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ وَبَشِّرِ- الصَّابِرِينَ﴾ (البقرة:155)

وقال سبحانه: مبيناً أن العذاب قد يكون بصورة عدم تلبية هذه الحاجات: ﴿وَصَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ آمِنَةً مُطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِّنْ كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ﴾ (النحل: 112-113) (الألوكة: 2007).

وعلى هذا الأساس الأنف الذكر قامت الحاجات منبعثة من هذا التكوين الفريد، فالحاجات إما أن تنطلق من الروح، أو من الجسد، أو منهما جميعاً ولا فصل بينهما فهو تكوين ممتزج مترابط، ولتمييز هذا الأساس جدت حاجات لم ينتبه لها علماء النفس، واختلفت حاجات (الانغميشي، 2007: 463).

والرسول المصطفى عليه الصلاة والسلام يوضح لنا بجلاء أهمية الحاجات الإنسانية من الحب والأمن الجسمي والأمن الروحي والاقتصادي حيث يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: (من أصبح منكم معافي في جسده، آمناً في سره عنده قوت يومه فكأنما حيزت له الدنيا) (منصور، الشربيني، الفقي، 2002: 317).

وقد حث القرآن الكريم على تطوير الإنسان في جوانب سيكولوجية الشخصية كافة، فهو السبيل المستقيم لتكامل الشخصية في حاجات تحقيق العبودية لله تعالى، وهو (الجانب الروحي) وفي إشباع حاجاته المادية نحو الحاجات الفسيولوجية، والاجتماعية، والعقلية.

قال تعالى: ﴿صَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا عَبْدًا مَمْلُوكًا لَا يَقْدِرُ عَلَى شَيْءٍ وَمَنْ رَزَقْنَاهُ مِنَّا رِزْقًا حَسَنًا فَهُوَ يُنْفِقُ مِنْهُ سِرًّا وَجَهْرًا هَلْ يَسْتَوُونَ الْحَمْدُ لِلَّهِ بَلْ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْلَمُونَ وَصَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا رَجُلَيْنِ أَحَدُهُمَا أَبْكَمُ لَا يَقْدِرُ عَلَى شَيْءٍ وَهُوَ كَلٌّ عَلَى مَوْلَاهُ أَيْتَمًا يُوَجِّهُهُ لَا يَأْتِ بِخَيْرٍ هَلْ يَسْتَوِي هُوَ وَمَنْ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَهُوَ عَلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ﴾ (النحل 75-76).

ويتبين من الآيتين الكريمتين أن الإسلام حدد علاقات الإنسان بخالقه، والإنسان بالإنسان وبمجتمعه، كما حدد علاقات الإنسان بالأرض وبالعالم، فالإنسان كائن بيولوجي له حاجات حياتيه، وكيان اجتماعي له حاجات اجتماعية وكيان عقلي له حاجات عقلية (أبومرق، 2003: 136).

ولم ينكر الإسلام حاجات الإنسان أو يضعها في إطار السوء مهما كانت ولكنه نظمها ضمن أطر تلبية شرعية، فلا ضرر ولا ضرار وإذا كانت الحاجة أم الاختراع فهي أم الإيمان فالحاجة المادية إذا ما وعاهها الانسان استغرق في التفكير والملاحظة والتدقيق حتى يتيسر له أسلوب علمي يلبي بواسطته حاجاته المادية، أما في سبيل حاجاته الروحية فيظل باحثاً مفتشاً متحيراً حتى يهتدي إلى كفاية الإيمان الصحيح وهذه هي النفس البشرية وهي تتجاذبها هذه الحاجات والرغبات تكتسب صفاتها ومظاهر الضعف والقوة فيها وتتنازع في أعماقها نوازع الخير والشر والحب والكره والإيمان والضلال (صباح، 1996: 158).

ويضيف صباح (1996:157) أن الإنسان الذي يحقق حاجاته بطريقة مقبولة من المجتمع والشريعة يحس بالسكينة والوداعة والاطمئنان والاكتفاء ، أما الذي يحقق هذه الحاجات بطريقة ملتوية، ومستتكرة اجتماعياً ودينياً فهو في خوف واضطراب وقلق.

أهم الحاجات النفسية التي يعمل الإسلام على تحقيقها:

1. **الحاجة إلى الحب :** وهي من الحاجات النفسية التي تستمر مع الإنسان منذ طفولته، فالطفل يحتاج إلى حب المحيطين به، وعندما يكبر يحتاج إلى حب الآخرين في صورة علاقات طيبة يكونها معهم، ومن يفقد الحب ولا يشبع هذه الحاجة في الصغر يتعرض لاختلالات نفسية في الكبر.

2. **الحاجة إلى الأمن:** ويشعر الفرد بالأمن داخل الجماعة ويتحقق الاستقرار الجسدي والاقتصادي والروحي.

3. **الحاجة إلى الحرية:** وهي نعمة وهبها الله تعالى للإنسان وقد ذكر الصحابي الجليل الفاروق لأحد الولاة "متى استعبدتم الناس وقد ولدتهم أمهاتهم أحرارا ، وتمثل هذه الحاجة في حاجة الفرد إلى الاستقلال في سلوكه وتصرفاته في إطار الشريعة ، وتنفيذ أوامر الله والامتناع عن المحرمات والالتزام بإقامة حدود الله سبحانه وتعالى.

4. **الحاجة إلى التقدير:** وتشير هذه الحاجة إلى أن الفرد يحتاج إلى أن يكون موضع تقدير الجماعة المحيطة به، وأن يكون مرغوباً فيه اجتماعياً.

5. **الحاجة إلى التعبير عن الذات:** فالإنسان يسعى دائماً إلى أن يعبر عن نفسه وأن يكون له صوت ورأي مسموع وسط جماعته.

6. **الحاجة إلى الانتماء (التألف مع الجماعة):** فالإنسان اجتماعي بطبعه ويحتاج دائماً إلى الانتماء إلى جماعات اجتماعية يتوحد بها، ويشعر أنه جزء لا يتجزأ منها، وأولى هذه الجماعات التي أولاهها الإسلام اهتماماً بالغاً الجماعة الأسرية، ثم تأتي بعدها جماعة المسجد وجماعة المدرسة وجماعة الأصدقاء (منصور، 2002:320).

مبادئ الإسلام وضوابط إشباع الحاجات الإنسانية:

إشباع الحاجات النفسية من وجهة نظر الإسلام لا ينمى الشخصية السوية ولا يحقق الصحة النفسية والتوافق النفسي إلا إذا تم في ضوء المبادئ الآتية:

1. الإشباع المشروع للحاجات

فقد خلق الله تعالى الإنسان، وسخر له ما في الأرض وأحل له الطيبات قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَاءَهُ تَعْبُدُونَ﴾ (البقرة: 172).

قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا﴾ (المائدة: 87).

وحدث الرسول عليه الصلاة والسلام الصحابة على إشباع حاجاتهم ، لأن الحرمان منها ليس من الإسلام في شيء فلم يقر عليه الصلاة والسلام رغبة عثمان ابن مظعون في التبتل أي تحريم النساء والطيب وكل ما يتلذذ به، ورفض القضاء على الحاجة الجنسية بالخصاء، وأنكر على الرجال الذين عقدوا العزم على قيام الليل، وصيام الدهر واعتزال النساء، فقال لهم: "أنتم الذين قلتم كذا وكذا ؟ أما والله إني لأخشاكم لله وأتقاكم له لكني أصوم وأفطر، وأصلي وأرقد، وأتزوج النساء فمن رغب عن سنتي فليس مني" (محمد، مرسي، 1986:112).

2. إشباع الحاجات وسيلة لا غاية

فالإنسان يشبع حاجاته ليحمي حياة سلالته، وينمي شخصيته ويبني مجتمعه أي إنه يشبع ليعيش يعبد الله ويحمده ويعمر الأرض وهذا يجعله يسيطر على حاجاته ويخضعها لإرادته فيشبع منها ما يفيد وبقم ما يضره ولا ينفعه أما إذا جعل الإنسان إشباع الحاجات غاية لا وسيلة أصبح يعيش ليشبعها فتسيطر عليه وتتعدم إرادته في اختيارها وتضعف حريته في كيفية إشباعها، فقد يشبعها من حرام ويظلم نفسه ويؤذي غيره ويضطرب توافقه النفسي قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُلْهِكُمْ أَمْوَالُكُمْ وَلَا أَوْلَادُكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْخَاسِرُونَ﴾ (المنافقون: 9) (منصور، 2002:322).

3. إشباع الحاجات الصحية وقمع الحاجات غير الصحية

الحاجات الصحية وهي التي يساعد إشباعها على نمو الانسان وارتقائه نفسياً واجتماعياً والحاجات غير الصحية يؤدي إشباعها إلى إيذاء النفس والجسم وإفساد العلاقات الاجتماعية وهدم القيم ، مثل الخمر والمخدرات والتدخين وغيرها مما يسبب الإدمان أو الاعتياد النفسي السيء.

4. إشباع الحاجات الصحية بالحلال وعدم اشباعها بالحرام

فالإنسان يتعلم إشباع حاجاته ويكتسب السلوك الذي يحقق له الإشباع ، فإذا كان السلوك مشروعاً كان الإشباع حسناً والعمل صالحاً للدين والدنيا ومفيداً للفرد والمجتمع ويؤجر عليه صاحبه، أما إذا كان السلوك غير مشروع كان الإشباع سيئاً والعمل فسقاً وفجوراً ، فيه ظلم للفرد وفساد للمجتمع ،

تعدى على حدود الله، و قد لا يبسر للإنسان إشباع بعض حاجاته الصحية بالحلال لنقص في إمكاناته المادية، فإذا كان مسيطراً عليها أمكنه ضبطها وقمعها أو أجل اشباعها وسما بها حتى تتوفر لديه إمكانية الإشباع الحلال وذلك أزرى قال تعالى ﴿وَلَيْسَتَعْفِيفِ الَّذِينَ لَا يَجِدُونَ نِكَاحًا حَتَّى يُغْنِيَهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ﴾ (النور آية 33) (منصور، 2002:323).

5. عدم الإفراط في إشباع الحاجات

لأن الإفراط في الإشباع مثل الحرمان يؤدي للإنسان نفسياً وجسماً واجتماعياً، فالنهم من الطعام يؤدي إلى التخمة والأمراض والبلادة والكسل، والإسراف في الراحة يعوق النشاط والإنجاز، وكثرة النشاط تؤدي إلى الاجهاد والتعب والضعف (محمد، مرسى، 1986:114)

و الإفراط في إشباع الحاجات مثل الحرمان من إشباعها وليس من الصحة النفسية في شيء، لأن التوافق النفسي يتم على أساس إشباع هذه الحاجات بقدر مناسب دون إفراط أو تقريط ويقول تعالى ﴿وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا﴾ (الاسراء آية 29).

6. لا يستطيع الإنسان إشباع جميع حاجاته في الحياة

فليس كل ما يتمناه المرء يدركه إما لقصور الإمكانيات المادية والمعنوية، فيرضى بما تيسر له من نجاح أو لضيق الوقت فيشبع ما يسمح به وقته ويؤجل الأخرى، أو لتعارض حاجاته فيشبع بعضها ويترك البعض الآخر (منصور، 2002:325).

و بهذا تجد الباحثة أن ما ورد في القرآن الكريم وفي السنة النبوية من حاجات الإنسان يفوق ما ذكرته جميع النظريات، فالإسلام يتفوق عليها جميعاً في وضعه أسس الحاجات النفسية ومفاهيمها، والتطلع لإشباع حاجات الإنسان المادية والروحية، كما اهتم بالإنسان وأوضح له ضوابط إشباع الحاجات النفسية.

واعتمدت الباحثة في دراستها نظرية (Maslow) كإطار نظري لبحثها وذلك لاعتبارها أهم النظريات التي فسرت الحاجات النفسية ولأنها تنظر نظرة ديناميكية كلية للحاجات .

الحاجات النفسية موضوع الدراسة لدى الشباب:

يختلف شباب اليوم اختلافاً شاسعاً عن شباب الأمس، فالظروف والمتغيرات العالمية وثورة التكنولوجيا لها أثر كبير في ذلك، فعلى سبيل المثال ارتفاع مستوى المعيشة وقدرة الشاب على اقتناء أجهزة الحاسوب المتنقل وأجهزة الهاتف الذكية وتطور الخدمات التكنولوجية والإنترنت والزحف الاعلامي عبر القنوات الفضائية، كل تلك المتغيرات جعلت اختلافاً متبايناً في حاجات الشباب من زمن لآخر،

فأصبح الشباب يعيش عبر عوالم افتراضية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مثل الفيس بوك والواتس آب والتويتر، وبذلك تضاعفت وسائل اللهو والمرح ووسائل الاتصال الاجتماعية، ولكن ما الحاجات النفسية التي يشبعها الشباب - خاصة طلبة الجامعات- من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وموقع الفيس بوك على وجه الخصوص؟ ومن خلال اطلاع الباحثة على الأدبيات والتعرف على أهم الحاجات النفسية التي يحتاج الشباب لإشباعها، سنتناول الباحثة الحاجات الآتية :

1. الحاجة للانتماء والمحبة :

بمجرد أن تشبع الحاجات الفسيولوجية وحاجات الأمان سواء بدرجة كبيرة أو صغيرة تأتي حاجات الانتماء والحب في المقدمة كدافع للسلوك، ولهذا يصبح لدى الفرد رغبة قوية لتكوين علاقات ألفة مع الآخرين، وينتابه شعورٌ مؤلمٌ بدرجة قوية من الإحساس بالوحدة ينتج من افتقاد الأصدقاء، والحبيب (عبد الرحمن، 1998:437).

و يؤكد المنسي، الطواب (2002:152) أن الحاجة للانتماء والحب تظهر بوضوح في جماعات الأقران والشلل في حياة الشباب، كما تظهر في الحياة الأسرية بالنسبة للراشدين وفي الجماعات والنادي المتعددة التي ننتمي إليها بالمجتمع.

و يؤكد موراي (Murray) أن الانتماء هو الاقتراب والاستمتاع بالتعاون مع الآخرين ويتم حين التقاء الشبيه بالشبيه بحيث يكسب كل طرف منهما عاطفة الآخر ويعمل على اسعاده والإخلاص له (عبد الرحمن، 1998:344).

ويؤكد حجازي (2009:38) أن الإنسان كائن اجتماعي، وحياة الفرد بصورة عامة لا تنفك عن الجماعة فهو يمارس إشباع هذه الحاجة عن طريق اندماجه في حب الجماعة أو الأسرة أو الرفاق، وتتسع دائرة الانتماء في الرشد ليتضح حب الوطن والأهل والأصدقاء والناس جميعاً، وعدم إشباع هذه الحاجة يشعر الفرد بالغرابة الدائمة والتشتت وعدم الشعور بوجود حماية مما يؤدي لظهور العديد من المشكلات والاضطرابات الشخصية.

ومتى أرضيت هذه الحاجة وشعر الفرد بالانتماء إلى جماعة معينة زاد ولاؤه لها، وشعر بأنه جزء منها على أن ارضاءها يتوقف على تقبل الجماعة للفرد وعلى تقبل الفرد للجماعة لأنها ترضى حاجاته ومطالبه، فإن أبطت هذه الحاجة شعر الفرد بالعزلة والوحشة والاغتراب (رضوان، 1994:21).

و للجماعة التي ينتمي اليها الشاب وتشبع له احتياجاته تأثير في بناء شخصيته وفي تكوين قيمه واتجاهاته وميوله، فإذا كانت الجماعة صالحة، صلح الفرد والمجتمع وإذا كانت فاسدة فسد الفرد

والمجتمع وقد أشار الرسول صلى الله عليه وسلم إلى هذا التأثير في قوله "الخليل على دين خليله فلينظر كل منكم إلى من يخال" (محمد، مرسى، 11:1986).

كما يؤكد ماسلو (Maslow) على أن العجز الشائع لعدم إشباع الحاجة للانتماء والحب في أي مجتمع يعد مسؤولاً بدرجة كبيرة عما يحدث من تصادم بين الجماعات (عبد الرحمن، 437:1998).

ويقول العيد (2007) إن لدافع الانتماء خاصة لدى الشباب من القوة ما جعل بعض علماء النفس يطلق عليه الجوع الاجتماعي، ويتطور انتماء الفرد حسب نموه فمن المنزل إلى المدرسة إلى جماعة الأصدقاء، ويمكن استغلال هذا الجوع الاجتماعي في ربط الشاب بصحبة صالحة ذات سلوك سليم واتجاه قويم. والحرص على إبقاء هذا الرابط ولو اختلفت أشكاله بحيث يشعر الشاب به.

والحاجة إلى الانتماء هي بذاتها التي تدفع بعض الأفراد إلى الانتماء إلى العصابات أو الجماعات المنحرفة، إذا لم تتوفر له الجماعة السوية أو لم يتوافق معها، ذلك أن الانتماء لا بد منه لتوفير الاطمئنان النفسي وإشباع كثير من الحاجات النفسية الأخرى.

2. الحاجة إلى الأمن النفسي:

وقد وضع ماسلو (Maslow) الحاجة للأمن في المرتبة الثانية في هرمه الشهير للحاجات وهي تلي الحاجات الفسيولوجية الأساسية وقد عرف الأمن النفسي بأنه "شعور الفرد بأنه محبوب ومتقبل من الآخرين، له مكانة بينهم يدرك أن بيئته صديقة ودودة، غير محبطة ويشعر فيها بندرة الخطر والتهديد والقلق (داوني، ديراني، 51:1983).

ويؤكد الحفني (70:1994) أهمية البعد الاجتماعي في الأمن النفسي للفرد، فهو يرى أن أمن الفرد ينبع من شعوره بأنه يستطيع الإبقاء على علاقات مشبعة ومتزنة مع الناس ذوي الأهمية الانفعالية في حياته (الحفني، 70:1994).

ويرى زهران (86:2003) أن الأمن النفسي مركب من اطمئنان الذات والثقة في الذات والتأكد من الانتماء إلى جماعة آمنة

ويرى حمزة (130:2001) أن الفرد قد يتعثر في إحساسه بالأمن لعدة أسباب تعمل مجتمعه، أو بصورة منفردة منها: إخفاق الفرد في إشباع حاجاته، وعدم القدرة على تحقيق الذات، وعدم الثقة بالنفس، والشعور بعدم التقدير الاجتماعي، والقلق والمخاوف الاجتماعية، والضغط النفسي، وتوقع الفشل، وعدم الاستمتاع بالحياة، وأساليب التنشئة الاجتماعية الخاطئة.

كما وتظهر هذه الحاجة في حياة الشباب عند البحث عن عمل أو مهنة آمنة صحياً واجتماعياً ومادياً (منسى، الطواب: 152، 2002).

و يعد إشباع الحاجة إلى الأمن والطمأنينة ضرورياً للنمو النفسي السوي والتمتع بالصحة النفسية في جميع مراحل الحياة فقد تبين من دراسات كثيرة أن الأشخاص الآمنين متفائلون سعداء، متوافقون مع مجتمعهم، مبدعون في أعمالهم، ناجحون في حياتهم، بينما كان الأشخاص غير الآمنين قلقين متشائمين معرضين للانحرافات النفسية والأمراض السيكوسوماتية (محمد، مرسى:1986: 89).

و يؤكد حجازي (2009:38) إن افتقاد الفرد لإشباع حاجة الأمن تثير عنده بعض الاضطرابات والقلق ، وإشباع هذه الحاجة يساعد على تنمية شخصية الفرد ويجعله قادراً على تحمل المسؤولية والاعتماد على الذات في مواجهة الموقف (حجازي، 2009:38).

3. الحاجة إلى التعبير عن الذات :

هي الحاجة التي تدفع الفرد إلى التعبير عن ذاته والافصاح عن شخصيته وتوكيدها بأن يحقق ما لديه من إمكانات وأن يبدي ما لديه من آراء ، وأن يقوم بأعمال نافعة وذات قيمة للآخرين، وبعبارة أخرى هي الحاجة التي تنزع بالفرد لأن ينمو ويتحسن (رضوان، 1994:21).

وفي مرحلة الشباب تظهر الحاجة إلى الحوار وإبداء الرأي، لأن الشاب في هذه المرحلة ليس كالطفل يُسلم في الغالب بما يقال له، دون تفكير ونقاش، بل يميل إلى الحوار نتيجة لنموه العقلي وخبراته الجديدة (العيد، 2007).

كما يزداد اهتمام الشباب في هذه المرحلة بالحديث والمناقشة مع الكبار لاكتساب الثقة والمهارة اللازمة لتدعيم مكانتهم الاجتماعية ، كما تميل أحاديث الشباب للتطرق لموضوعات السياسية والدين والرياضة (الأقصري، 2002:10).

4. الحاجة إلى تحقيق الذات :

و يقصد بها رغبة الفرد في إثبات ذاته وتنمية قدراته ومهاراته وتحقيق مركز مرموق سواء في مجال الدراسة أو في مجال العمل وتحقيق مكانة عالية بين أفراد الأسرة وتحقيق الرغبة في الشعور بالتفوق على الآخرين والاعتماد على الذات (بدر، 2007:211).

كما تتجلى هذه الحاجة في سعى الفرد ومحاولته الوصول إلى ما يصبو إليه المتمثل في تحقيق الطموح والاستثمار الأمثل لما يمتلكه ذلك الفرد من قدرات وطاقات يمكنه تجسيدها فيما يقوم به من أعمال وأنشطة واهتمامات (المياحي، 2010:170).

وهي الحاجة التي وضعها (ماسلو) في قمة الهرم ولأنه يعتقد أن الفرد لا يستطيع تحقيق ذلك إلا في مرحلة متقدمة من العمر ، وتحقيق الذات يعني أن يحقق الفرد إنسانيته وأن يحقق الدور الاجتماعي والإنساني الذي يريد أن يحققه في مختلف المجالات ، سواء كان في إطار المدرسة أو الأسرة أو الدور

الاجتماعي الذي يريد أن ينهض به ، وأن هذه الحاجة تهدف إلى بناء الإنسان وبناء شخصيته وإلى النمو والزيادة وأن عدم إشباع هذه الحاجة يولد اضطرابات نفسية عامة ومشكلات في الشخصية بوجه خاص وأن تحقيق الإنسانية الكاملة لا يمكن إشباعها وتحقيقها إلا في مرحلة الشباب أو الرشد لأن تحقيق الإنسانية الكاملة تتحقق عندما يؤمن الفرد بعقيدة معينة وقيم و مثل عليا أن يضعها موضوع التطبيق في حياته ولا يستطيع بلوغ ذلك من وجهة نظره مالم يصل إلى درجة عالية من القدرة على التجرد والمحبة والسمو (حجازي، 2009:38).

و قد يغير بعض الأفراد الناجحين مهنتهم أو دراستهم بحثاً عن تحقيق الذات بعدما فشلوا في تحقيق الذات في هذه المهن او الدراسة رغم نجاحهم فيهما (منسى، الطواب:2002، 153).

5. الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية :

وتتضح هذه الحاجة في رغبة الفرد في نيل احترام الآخرين وتقديرهم له وبالعكس على أساس ما يمتلكه من خبرات وقدرات وإمكانات سواء أكان ذلك في العمل أو من أبناء مجتمعه ويعمل الفرد على كسب ود وتقدير واحترام الآخرين له (المياحي، 2010:170).

ويقول العيد (2007) قد لا تكون هناك حاجة نفسية يمكن أن تؤدي إلى الانحراف مثل التقبل الاجتماعي، فالذين يوضعون في المكان الملائم، ويرتادون الأماكن المناسبة لهم وتبرز أسماؤهم بين زملائهم، وينالون الابتسام والاحترام من غيرهم إنما يتحقق لهم الرضا عن مكانتهم، مما يؤدي إلى حب وحنان وثقة واحترام متبادل بين الشباب ومن حولهم مما يعين على تقبل التوجيه ، وإحساس الفرد بالتقدير من الآخرين يؤدي إلى ارتفاع التقدير لنفسه، وبالتالي إلى الإحساس بالأمن والطمأنينة النفسية، وعلى العكس عندما يحرم الشاب من التقدير في المنزل أو المدرسة أو جماعة الأصدقاء فربما يؤدي ذلك إلى الالتجاء إلى الجماعات المنحرفة وإلى النشاط التخريبي أو العدوانية، وخاصة عندما يجد من يزين له سوء عمله، ويعجب به، ويشجعه عليه فيكون قد أشبع حاجته عن طريقهم (العيد:2007).

و يؤكد عوض (عوض، 1994:103) على العلاقة بين أن يكون الفرد موضع قبول وتقدير من الآخرين وبين التقدير الذاتي، ذلك أن الفرد في قيامه بعمل ما، فإنه يود أن يشعر بأن ما يقوم به له وزن وقيمة عند الناس، فإذا نجح في ذلك فإنه يشعر بقيمته لذاته وتزداد ثقته بنفسه وعمله، ويشعر بتقدير الآخرين له في نفسه، وهذا يؤدي به إلى أن تكون له مكانة اجتماعية، ومن ثم يشعر بتقبل الآخرين له.

إن الحاجة للتقدير لا تقل إلحاحاً لدى الفرد عن الحاجة للانتماء والمحبة فالفرد في إطار أسرته يسعى ليحظى بمحبة وتقدير الوالدين وينافس اخوته ليحظى بهذا التقدير، إن الحاجة للتقدير تعمل كدافع لدى الفرد في تحريك النشاط الإنساني في مجالاته المختلفة وهو ما يسميه (ماسلو) بتحقيق الإنسانية

المتكامل أو بتحقيق الذات أي أن يكون الفرد قد قام بالدور الاجتماعي والإنساني الذي يريده لنفسه (حجازي، 2009:38).

و يضيف رضوان (1994: 21) أنه من أخطر عواقب عدم إشباع الفرد للحاجة للتقدير والمكانة الاجتماعية هو شعور الفرد بالعزلة والوحشة بما قد يدفعه إلى الثورة والتمرد على الجماعة أو محاولة السيطرة والتغلب على الآخرين.

و يضيف عوض (1994:104) أن إحباط هذه الحاجة يشعر الفرد بعدم الأمن والعزلة والاعتزاز والنبذ واحتقار الذات ، ويحرم من الحب فيكره ذاته ويحقد على مجتمعه ويثور أو يتمرد أو قد يدفعه للتخلص من حياته فينتحر .

6. الحاجة إلى الثقافة والمعرفة :

ويقصد بها رغبة الفرد في التزود بالمعرفة في مجالات الحياة المختلفة للمشاركة في القضايا الاجتماعية والثقافية ، والرغبة في زيادة المعرفة في مجال التخصص الدراسي والعلمي، والرغبة في اكتساب أساليب التفكير العلمي وتحقيق أكبر قدر من الثقافة لمواجهة متطلبات الحياة العصرية (بدر، 2007: 211).

و تعتبر الحاجة للمعرفة أقوى من الحاجة للفهم وهي تظهر من خلال ما يمتلكه الفرد من الفضول المعرفي، وإذا فشل الفرد في إشباع هذه الحاجة فإن النتيجة المتوقعة هي أن ينمي شخصية فقيرة في معارفها وبالتالي غير مهتمة بالحياة ، وتصبح الحياة غير ذات معنى في نظره ، كما أن عدم إشباعها يؤدي إلى صعوبة حقيقية في تحقيق التفاعل مع البيئة ، وبالتالي عدم تحقيق الشعور بالأمن والطمأنينة وكذلك المحبة والتقدير والإنجاز (حجازي، 2009:38).

و تظهر في مرحلة الشباب الحاجة إلى التزود بالمعلومات الصحيحة خاصة عن العلاقات الاجتماعية وحياة الأسرة ومسئوليات العمل والتعامل مع الآخرين (الأقصري، 2002:10).

7. الحاجة إلى اللعب و التسلية :

وهي الميل نحو تحويل أي شيء إلى المتعة واللهو لذاتها دون أي هدف آخر حيث يكرس بعض الناس وقت فراغهم لصور مختلفة من المتعة من الألعاب الرياضية المختلفة والرقص ولعب الورق وغيرها وقد تنتسم ساعات عملهم أيضا بالاتجاه العابث أو اللعب ويفضلون الضحك والقاء النكات (عبد الرحمن، 1998:344).

وعرف (شابلين chuplin) اللعب بأنه نشاط يمارسه الأفراد في صورته فردية أو جماعية بقصد الاستمتاع ودون دافع آخر (مختار، 2000:240).

8. الحاجة إلى الإنجاز:

الحاجة إلى الإنجاز مفهوم فرضي يدل على حالة نفسية داخلية تدفع الشخص إلى النشاط والعمل والإنجاز، لتدريب المهارات وتنمية القدرات، واكتساب الخبرات وتحقيق الشعور بالكفاءة والحصول على تقدير الآخرين وتقبلهم، ويختلف التعبير عن الحاجة إلى الإنجاز عند الشخص بحسب مراحل نموه النفسي (محمد، مرسي، 1986: 95).

وهي أن يفعل الفرد أفضل ما يستطيع وأن ينجز أعمالاً تتطلب مهارة وجهداً، وأن يحقق شيئاً له مغزى كبير، وأن يجيد القيام بعمل صعب وأن يحل مشكلات صعبة ويعمل أفضل من الآخرين (محمد، 1992: 9).

و يؤكد مختار (2000: 233) بأن الحاجة للإنجاز تعني حاجة الشخص إلى بلوغ النجاح في أنماط النشاط المختلفة خاصة التنافس مع الآخرين.

ومن مؤشرات إنجاز شيء صعب والسيطرة على الموضوعات والأشياء والأشخاص إلى حد الإجابة بحيث يصبح الأداء سريعاً و متمكناً منه بقدر الإمكان، كما يعني ذلك تخطي العقبات وتحقيق أفضل النتائج وتحقيق التفوق بما في ذلك التفوق على الآخرين وزيادة مواهب الفرد عن طريق الممارسة والتدريب الناجح (عبد الرحمن، 1998: 343).

ويرى المياحي (2010: 127) أن الحاجة للإنجاز تجعل الفرد قادراً على القيام بمهام صعبة وتحمل المسؤولية دون الاكتراث بما يرد إليه من مردود مادي بهدف تحقيق حالة متميزة في النجاح والتفوق.

وقد تكون هذه الحاجة بارزة لدى الشباب لما تتمثل به المرحلة من القوة والنضج والرغبة الجدية في تحقيق ذواتهم.

9. الحاجة إلى التذوق الجمالي :

إن مرحلة الوصول إلى الحاجات الجمالية هي المرحلة التي يصل بها الفرد إلى تحقيق وإشباع كل حاجاته، وهذا ما يساعده على التمتع بقيم الكون الجمالية وهي من الحاجات الفطرية (بكر، 2012: 3).

إن إشباع الفرد لحاجاته يساعده على التمتع بقيم الكون الجمالية، وتوجد بشكل واضح عند من يحقق ذاته من الأفراد. وهذا يتجسد في قول الشاعر العربي (كن جميلاً تجد الوجود جميلاً). (أحمد، 2003: 286).

هكذا استعرضت الباحثة الحاجات النفسية ذات العلاقة بمطالب نمو الطلبة الجامعيين، فأشباع هذه الحاجات يساهم في تطورهم تطوراً سليماً صحياً، وتنمي لهم شخصية ناضجة ومنتزعة، أما في حالة إعاقة إشباع هذه الحاجات فسوف تخزن طاقاتهم السلبية في نفوسهم وسينتج عن ذلك عواقب وخيمة تحول دون تطورهم ونموهم السليم ويظهر ذلك من خلال سلوكيات عدوان وتطرف وانتقام وحرمان.

المبحث الثاني

شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي

- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي
- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.
- مميزات شبكات التواصل الاجتماعي.
- مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك .

- فكرة نشأة شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك.
- سمات وخدمات شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك .
- مميزات شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك .
- شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك في فلسطين.
- أهم تطبيقات وأدوات شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك التي ترتبط بإشباع الحاجات النفسية

المبحث الثاني

شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

تمهيد:

بانت مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني في الآونة الأخيرة تسيطر على أوقات وأفكار الشباب فهي تعمل على ربطهم في مجتمع إلكتروني افتراضي، حيث تعمل هذه المواقع على ملء أوقات الشباب ، وتسهيل إنشاء الصداقات بأنواعها، والمساعدة على بقاء تواصل الأصدقاء بعضهم مع بعض، والتواصل مع الأقارب وبقاى مجموعات المجتمع، ويوفر لهم خدمات ترفيهية وتعليمية، كما وأصبحت مكاناً لتداول القضايا السياسية، والاجتماعية، ومناقشة الأفكار والآراء.

ويعتبر الفيس بوك Facebook من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً بين الشباب لما يتمتع به من سهولة الاستخدام وتوفره باللغة العربية.

وفي هذا المبحث تناولت الباحثة شبكات التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص شبكة الفيس بوك Facebook وتناولت أهم الأدوات التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بإشباع حاجات الشباب.

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي Social networks

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

تعرف الموسوعة الحرة (وكيبيديا Wikipedia) شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين، مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة ، والبريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين ومشاركة الملفات، وغيرها من الخدمات. ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات. وتلك الشبكات الاجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة، وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً MySpace و facebook و twitter و Lifeboon و Hi5 و google+ (ar.wikipedia.org, 2001) .

وتعرفها (نومار، 2012:46) هي مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون فيه الاهتمام ، ويقوم الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر عدد من المواضيع والصور و الفيديوهات وغيرها من النشاطات ، التي يستقبلون فيها تعليقات عليها من طرف

المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة وتتيح هذه المواقع العديد من الخدمات المختلفة.

و يعرفها المنصور (2012:28) بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تفرز العلاقات بين البشر، تعددت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك، تويتر، اليوتيوب) ، وأهمها شبكة الفيس بوك التي لم تتجاوز عمرها الست سنوات وبلغ عدد المشتركين أكثر من (800) مليون شخص من المشتركين في أنحاء العالم كافة .

و يؤكد الدحوح (2012:26) بأن شبكات التواصل الاجتماعي هي تلك المواقع التي تتيح للمستخدم بأن ينشئ لنفسه حساباً أو ملفاً شخصياً بمثابة بطاقة تعريف أو سيرة ذاتية، تمكنه من عمل علاقات (صداقات) مع المشتركين الآخرين على الشبكة، حيث تمكنه هذه العلاقات من رؤية ما يعرضه الأصدقاء من الروابط أو الصور أو الفيديو أو التعليقات أو الأسئلة أو الإجابات، مع إمكانية التعليق عليها جميعاً، أو مشاركتها مع الآخرين .كما يمكن للمستخدم نفسه أن يشارك الأصدقاء بما لديه من الروابط أو الصور أو الفيديو أو الأسئلة.

نشأة شبكات التواصل الاجتماعي :

تعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي، هي البداية الحقيقية لظهور المواقع الاجتماعية أو ما تسمى بشبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت، حين صمم (راندي كونرادز) موقعاً اجتماعياً للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام (1995) وأطلق عليه اسم (classmates.com) وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس (المنصور، 2012:28).

ثم بدأت مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي في الظهور في أواخر التسعينيات ، مثل: Classmates.com عام (1995) للربط بين زملاء الدراسة ، وموقع SixDegrees.com عام (1997) وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين، وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكها وتم إغلاقها.

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (1999 و 2001) ، ومع بداية عام (2005) ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته صفحاته أكثر من google وهو موقع Myspace الأميركي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع Myspace حتى قام فيس بوك في عام (2007) بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي facebook بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 800 مليون مستخدم على مستوى العالم.

تلك الشبكات الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مثل الخصوصية والهوية ورأس مال المجتمعات واستخدامات المراهقين (ar.wikipedia.org, 2001).

أنواع شبكات التواصل الاجتماعي :

وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في المجتمع في حين هناك شبكات تخدم وحده جغرافية للمجتمع. وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهه استخدام بسيطة بينما البعض الآخر أكثر جراءة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية.

1. نوع أساسي

و هذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع face book و Myspace و Hi5.

2. مرتبط بالعمل

وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم (ar.wikipedia.org, 2001).

مميزات شبكات التواصل الاجتماعي :

و يذكر الصاعدي (2011:11) أن الشبكات الاجتماعية تتميز بعدة مميزات منها:

1. العالمية، حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.
2. التفاعلية، فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم - التلفاز والصحف الورقية- وتعطي حيزاً للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.
3. التنوع وتعدد الاستعمالات، فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبحث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا.
4. سهولة الاستخدام، فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
5. التوفير والاقتصادية، اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليست ذلك حكراً على أصحاب الأموال، أو حكراً على جماعة دون أخرى.

مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية :

1. التعرف والصدقة

وهو أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية، وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

2. إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة

من أهم مميزات الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب 2.0 هي إمكانية إنشاء شبكات داخلها تجمع الأفراد تحت مظلتها، فيمكن لأي جهة إنشاء شبكة لها ويشترك فيها كل العاملين في تلك الجهة.

3. إنشاء مجموعات اهتمام

إنشاء مجموعات الاهتمام متاح على الإنترنت منذ وقت بعيد، وكذلك مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجاناً بعدما كانت تقدم بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة، إلا أن تقديم هذه الخدمة من خلال الشبكات الاجتماعية جعل لها مذاقاً خاصاً مختلفاً تماماً، فمن خلال الشبكات الاجتماعية يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للاشتراك في تلك المجموعة.

4. إنشاء صفحات خاصة بالأفراد والجهات

وهي من الإمكانيات الجديدة التي أضافتها الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب 2.0، فيمكن إنشاء صفحة للمشاهير والشخصيات المتميزة وكذلك الجهات والمؤسسات، ويقوم محبو صاحب الصفحة بالاشتراك فيها للتعرف على أخباره وأنشطته.

5. البرمجيات المتوفرة داخل الشبكة الاجتماعية

نشأ داخل شبكات التواصل الاجتماعي مجتمع كبير جداً من المبرمجين، حتى أصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل للبرمجيات، وفي هذا المجال يأتي الفيس بوك Facebook على رأس الشبكات الاجتماعية من حيث البرمجيات، حتى أصبح الفيس بوك بيئة (منصة) تطوير للبرمجيات، هذه البرمجيات منها ما هو ترفيهي، ومنها ما هو بحثي.

6. استخدامات ترفيهية

تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، إلا أنها تعمل بفكر الويب 2.0 حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.

7. وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع

توفر شبكات التواصل الاجتماعي سبلاً مختلفة للتواصل بين أفراد المجتمع الإلكتروني، من أشهر تلك الوسائل، الرسائل الإلكترونية، وهي تدار عبر موقع الشبكة الاجتماعية وليس لها برنامج خاص لإدارتها مثل البريد الإلكتروني المتعارف عليه، كذلك من الوسائل المتاحة المحادثة الفورية بين الأعضاء.

8. الدعاية والإعلان

يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الاجتماعية. (خليفة، 2009).

و تمثل مواقع التواصل الاجتماعي امتداداً طبيعياً للعلاقات الاجتماعية الحقيقية حيث إنها تربط شبكات الأفراد الذين قد لا يتشاركون المكان نفسه، ومن هنا يمكن تعريف مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها "خدمات توجد على شبكة الويب وتتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم ورؤية قوائم أيضاً للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون من خلال النظام وعلى معظم مواقع الشبكات الاجتماعية لا يبحث المستخدمون عن لقاء أشخاص جدد، ولكن يبحثون عن دعم الاتصال بالمجموعة القائمة من الأصدقاء والمعارف

وهكذا فإن تقديم البروفایل وعرض قائمة الأصدقاء والاتصالات وتبادلها مع الآخرين بشكل عام وعلني يشكل قاعدة أساسية للتفاعل على مواقع الشبكات الاجتماعية، و تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز الشخصية الاجتماعية للبيئات الافتراضية وذلك من خلال دعم التفاعل الذي بدأ شخصياً وتم تأسيسه على معايير التفاعل اليومي التي تم تكييفها للنظم المعمول بها على الانترنت، ووجد البعض أن الافراد يرسلون إشارات وذلك لخلق نوع من الثقة والهوية في الاتصالات على مواقع الشبكات الاجتماعية (اللبنان، 2010:68).

وترى الباحثة أن شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع على شبكة الإنترنت تمكن المشترك فيها من التواصل مع الآخرين ربما مع من لا يعرفهم على أرض الواقع، وكذلك توطيد علاقاته بأفراد يعرفهم في عالمه الحقيقي بحيث يمكنه مشاركتهم الصور والأفكار والأحاديث والأنشطة والاهتمامات وحتى المشاعر، ورغم تنوع الشبكات الاجتماعية إلا أن الباحثة هدفت إلى تناول شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك Facebook على وجه الخصوص لعدة أسباب منها:

1. أنها الشبكة الاجتماعية الأكثر زيارة في فلسطين (Alexa.com,1996,"Top sites in Palestine")
2. أنها تعد من أكثر الشبكات الاجتماعية نمواً عالمياً، حيث بلغ عدد المشتركين بالموقع 845 مليون مشترك مع نهاية 2012 ("Press room",2004,facebook.com).
3. أنها الأوسع انتشاراً بين فئة الشباب والمراهقين

ثانياً: شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك :

هو مساحة حرة للمستخدم ، يمكن الفرد من الاتصال مع الأصدقاء الخاصين به كما يمكنه من الوصول إلى أصدقاتهم الآخرين، وبالتالي ما يجذب المستخدمين هو احتمال أن يكون جزءاً من المجتمع واللقاء مع الناس لتبادل الخبرات مع أقرانهم والأصدقاء القدامى، وفيس بوك يربط بين الناس من خلال الشبكات الاجتماعية ويسمح لأي شخص لديه عنوان بريد الكتروني صحيح التواصل مع الأصدقاء ، والانضمام إلى المجموعات وتبادل الرسائل والصور فمن خلال المشاركة يشعر بأنه جزء من المجتمع (العريمية، 2011:12).

و تشير موسوعة (ويكيبيديا Wikipedia) إلى أن الفيس بوك Facebook عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة

أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم (ar.wikipedia.org, 2001).

ويرى (حلاسة، 2013: 26) أن الفيس بوك Facebook مجتمع افتراضي شبه متكامل، يجمع اهتمامات ومصالح الأفراد والمؤسسات في مكان واحد، له استخدامات متعددة جداً، تتميز هذه الشبكة بتطبيقاتها المتنوعة والمفيدة، و هي مجتمع وذلك لأن شبكة الفيس بوك عبارة عن ملتقى يكاد يكون حقيقي للكثير من الأصدقاء والتجمعات ذات التوجه والاهتمامات المشتركة، هذه الشبكة أصبحت تجمع جميع ما يرغب الانسان في أن يراه أو يشاركه في مكان واحد من خلال الصفحات المتعددة والمجموعات الكثيرة المنتشرة على الموقع، ولا ننسى بالطبع أهم ما يميز شبكة الفيس بوك ألا وهو الكم الهائل من التطبيقات المفتوحة المصدر للمطورين الخارجيين والذين يستطيعون من خلالها زيادة كفاءة وتحقيق أهداف الصفحات الفردية أو المؤسساتية الموجودة على الشبكة الاجتماعية.

ويؤكد (صادق، 2008:30) أن موقع الفيس بوك يعتبر من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعياً فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.

و يوفر الفيس بوك لأعضائه ومرتاديه صفحة شخصية تمثل (مدونة Blog) على شبكة المعلومات، يناقش فيها صاحب الصفحة أصدقاءه ويتكلم معهم ويتبادل معهم الصور والفيديو والصوتيات ولكن الامكانيات التي يوفرها الموقع لا تقتصر على ذلك ، وإنما تتجاوزه إلى خدمة التشبيك ، بمعنى خلق الشبكات الاجتماعية من خلال البحث عن الأصدقاء على الموقع واقتراح أصدقاء جدد لضمهم لقائمة أصدقاء العضو صاحب الصفحة ومن خلال تكوين المجموعات Groups ذات الأهداف والاهتمامات المتباينة وهكذا لا يساعد الفيس بوك الأفراد فقط على تكوين شبكة اجتماعية توفر لهم إمكانية الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم وأصدقاء العمل بفاعلية عبر شبكة المعلومات، وإنما يحفزهم على توسيع الشبكات الاجتماعية التي يدورون في فلكها لتشمل أصدقاءهم وأصدقاء أصدقائهم ومن يقاربونهم الرؤى والأفكار والاهتمامات الثقافية والاجتماعية والسياسية (المصليحي، 2012:117).

فكرة نشأة شبكة الفيس بوك :

في العام 2004 كان انطلاق شبكة الفيس بوك Facebook كشبكة تواصل اجتماعي خاصة بطلبة كليات جامعة هارفارد ليتوافق مع ما صمم هذا الموقع لأجله وهو خدمة طلبة الجامعة. وقد كان الانضمام إلى هذا الموقع في البداية يتطلب أن يكون المستخدم أحد طلبة الجامعة ولديه بريد الكتروني منها ليتم عملية التسجيل في الموقع، وعندما و سع الموقع نطاق عمله لجامعات اخرى كان يتطلب

أيضاً بربداً إلكتروني من ذات الجامعة ليثبت انضمام المستخدم لهذه الجامعة مما جعل الموقع في البداية محدوداً ومقصوراً على فئة ومجتمع محدد وصغير نسبياً (Boyd & Ellison, 2007) .
وتأسس الفيس بوك على يد شاب عشريني أمريكي اسمه (مارك زوكربيرج) بالتعاون مع اثنين من رفاقه بالسكن الجامعي في جامعة هارفارد، وقد كان الموقع في البداية مقصوراً على طلبة الجامعة فقط (سلطان، 2012:360).

ثم امتدت خدمات الموقع بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة (آيفي ليج) وجامعة (ستانفورد) ، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً فأكثر، يضم الموقع حالياً أكثر من مليار مستخدم على مستوى العالم (ar.wikipedia.org, 2001).

سمات وخدمات شبكة الفيس بوك :

يتضمن الفيس بوك عدداً من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض .، وقد ذكر فورة (2012:36) بعض هذه السمات :

1. سمة Wall أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
2. سمة Pokes أو النكزة التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
3. سمة Photos أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.
4. سمة Status أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي وجدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقاً لإعدادات الخصوصية.
5. سمة News Feed أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل: التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
6. تطبيق Photos، حيث يُمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع، يوفر الفيس بوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقع (فليكر).

7. سمة Facebook Notes أو تعليقات الفيس بوك والتي تم اضافتها في 22 من شهر أغسطس لعام 2006، وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.
8. سمة شات "Chat" إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج Comet ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم، وهو يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.
9. سمة Gifts أو الهدايا، التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية. تتكلف الهدايا 1.00 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.
10. سمة Marketplace أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنوبة مجانية.
11. إمكانية Facebook Beta ، نسخة تجريبية من الفيس بوك . عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محددة (2001, ar.wikipedia.org).
12. خدمة Vedio call حيث قامت شركة الفيس بوك بالتعاون مع شركة سكايب الشهيرة من تقديم خدمة تمكن المستخدمين من إجراء محادثات من خلال الفيديو .
13. سمة time line profile ، حيث قامت شركة الفيس بوك في في سبتمبر 2011 بالإعلان من خلال مؤتمر في سان فرانسيسكو عن تعديلات جذرية في المحتوى والشكل وهي خاصية توفر شكلاً جديداً للبروفايل الشخصي معتمداً على الترتيب الزمني و اللحظات التي مر بها المستخدم (فورة، 2012:36)

مميزات شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك :

تتميز شبكة الفيس بوك عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي بعدة مميزات يذكر منها (نصيف، 2011:8)

1. موقع للتواصل الاجتماعي واسع الانتشار عبر الدول المختلفة.
2. سهولة الاشتراك به والانضمام إليه.
3. سهولة التحكم فيه حيث متاح به أدوات للخصوصية تستطيع أن تتحكم فيمن يرى نشاطاتك ومن لا يراها، كما يمكن التحكم أيضا بالمجموعات التي يتم إنشاؤها.
4. يمكن ربطه بالكثير من المواقع فيمكنك وضع روابط من موقع الفيديو واليوتيوب مضافة إليه مواقع أخرى مثل flickr و yahoo...إلخ .

5. إمكانية فتح شبكة الفيس بوك من خلال الهواتف النقالة فليس شرطاً أن يكون هناك جهاز حاسوب (نصيف، 2011:8)

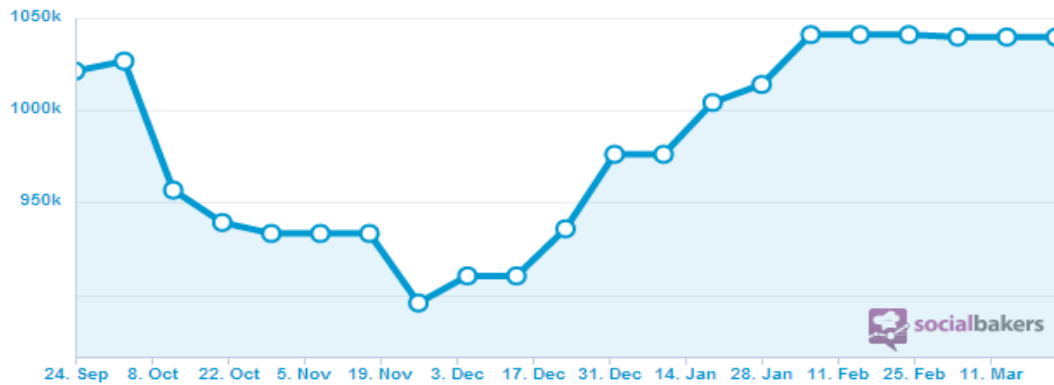
6. يمكن لمستخدمي الفيس بوك الانضمام إلى واحدة أو أكثر من الشبكات التي تقوم كل من المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم بتأسيسها، فهذه الشبكات تمكن المستخدمين من التواصل مع أعضاء آخرين في الشبكة نفسها

7. يقدم الموقع خدماته للمستخدمين مجاناً، ويجني أرباحه من الإعلانات (ar.wikipedia.org, 2001)

شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك في فلسطين:

تعتبر شبكة الفيس بوك Facebook هي الشبكة الاجتماعية الأولى أيضاً من حيث الاستخدام في الأراضي الفلسطينية حيث بلغ عدد الأعضاء المنتسبين من قطاع غزة والضفة الغربية قريباً من مليون مستخدم (checkfacebook.com, 2013).

وتعد هذه النسبة من أعلى نسب مستخدمين الفيس بوك Facebook مقارنة بعدد السكان على مستوى العالم العربي، حيث انضم أكثر من 19 ألف مستخدم جديد خلال السنوات الأخيرة أي بعد حرب الفرقان على غزة في نوفمبر 2012م، كما يظهر الشكل البياني التالي تدرج زيادة المستخدمين:



شكل رقم (2) تدرج زيادة المستخدمين

توزيع المستخدمين حسب النوع يظهر أن 60% من نسبة المستخدمين هم من الذكور مقابل 40% من الإناث، وعند التوزيع حسب العمر يظهر أن الفئة العمرية 18-24 تسيطر على 45% من العدد الكلي، تليها الفئة العمرية 25-34 بنسبة 23% ثم الفئة 15-17 بنسبة 12%، (Facebook Advertis on page, 2004).



شكل رقم (3) توزيع المستخدمين حسب النوع والعمر

وتعرف الباحثة موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بأنه أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يتيح للمستخدمين فيه تكوين علاقات اجتماعية واستمرار التواصل مع الأصدقاء والمعارف ومشاركتهم المعلومات والخبرات والصور والآراء ، كما تمكنهم من الانضمام إلى مجموعات تتشابه معهم في الاهتمامات.

ومما سبق يتضح أن لشبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك دور تسهيل عملية الاتصال بين المستخدمين ، ويحتوي على سمات وأدوات تساعد على إقامة علاقات جديدة لا يفصل بينها أي عوامل، مثل السن ، والنوع ، أو المهنة، أو الجنسية، وهذا ما يجعل الشباب أكثر تعرضاً لهذه المواقع أكثر من الفئات الأخرى وذلك بسبب بعض العوامل النفسية والاجتماعية المتمثلة في رغبة الشباب في إقامة علاقات وصدقات ورغبتهم في الاستكشاف والانفتاح على العالم خاصة وأنهم أكثر قدرة على التعامل مع الوسائل التكنولوجية مثل الحاسوب والإنترنت والهواتف النقالة المتطورة.

وتجمل الباحثة أهم الأدوات والخدمات التي قد تراها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بإشباع الحاجات النفسية لفئة الشباب بالتالي:

1. النشر على الحائط

فكل مستخدم على شبكة الفيس بوك له حائط او جدار يتمكن من نشر ما يرغب من صورة أو عبارة أو فيديو على هذا الحائط ليقوم الأصدقاء بمشاهدته والاطلاع عليه، ويرتبط الحائط بخدمة (آخر الأخبار) وخدمة (المتابعة) بحيث يتمكن الأصدقاء من معرفة ما يتم تعليقه ونشره على حائط صديقهم.

2. إضافة الأصدقاء

عند إنشاء المستخدم لحسابه يبدأ بإضافة الأصدقاء من خلال طلب صداقتهم وقد يكون الأصدقاء صداقاتهم على أساس من تربطه بهم علاقة على أرض الواقع وربما يطلب أصدقاءً جددًا من خلال هذا العالم الافتراضي، كما يمكن الفيس بوك Facebook للمستخدم البحث عن أصدقاء قد يعرفهم وذلك من خلال ربط المعلومات الشخصية للمستخدم بآخرين لهم نفس المعلومات على سبيل المثال: البحث عن الأصدقاء الذين تخرجوا في الجامعة الإسلامية يبدأ الفيس بوك بعرض أصدقاء تخرجوا في الجامعة الإسلامية وهكذا لو اخترنا مدرسة، أو كلية محددة .

3. التعليق على منشورات الأصدقاء أو الصفحات العامة

يستطيع المستخدم رؤية ما ينشره جميع الأصدقاء على الحائط ، وهو بدوره يستطيع الرد أو التعليق بعبارة أو صورة من خلالها يعبر عن رأيه تجاه المنشور .

4. الإعجاب like

وهي بمعنى الاستحسان فمن خلال الضغط على like هو إبداء للرأي بأن ما قرأته أو شاهدته نال إعجابك ويمكن للمستخدم الإعجاب بأي منشور على صفحة أصدقائه ، كذلك يمكنه من خلال الإعجاب أن يعجب بصفحة عامة أو بمنشوراتها بحيث يمكن للجميع أن يراه ويعلم بأن هذا المنشور أو الصفحة لاقت الإعجاب منه.

5. المشاركة share

يمكن للمستخدم أن يشارك منشور أو فيديو أو رابط وضعه صديقه ، والمشاركة هنا تختلف عن الإعجاب، فالمشاركة تشبه عملية النسخ وكأنه يقوم بنسخ المنشور ليظهر على حائطه مع إظهار ملاحظة بأن الملصق أو المنشور يعود للشخص الذي أنشأه.

6. تكوين المجموعات أو الانضمام لها

يستطيع مستخدم الفيس بوك إنشاء مجموعات لها اهتمامات محددة ويمكنه التحكم بها وجعلها إما مغلقة لا يستطيع أي مستخدم رؤية منشوراتها إلا بعد الانضمام لها وموافقه المجموعة وهناك مجموعات مفتوحة يمكن الانضمام لها بسرعة ويمكن رؤية المنشورات والأعضاء المشتركين فيها وهناك مجموعات سرية لا يستطيع أحد رؤية المجموعة ولا أعضائها ولا ما ينشر فيها إلا بعد الانضمام لها.

7. الدردشة

يتمكن مستخدم الفيس بوك Facebook من إرسال رسائل وتلقيها مع الأصدقاء، وحتى مع غير الأصدقاء وتتميز الدردشة في الفيس بوك بوصول الرسائل لصديق وإن لم يكن متصلاً كما يمكن للمستخدم إرسال الصور والملفات واستخدام رموز تعبير عن مشاعره.

8. إنشاء صفحات عامة

يمكن لمستخدم الفيس بوك أن ينشئ صفحة عامة يمكنه من خلالها نشر ما يريده والترويج لها، بحيث يمكنه زياده عدد المعجبين بها وقد تكون الصفحة ذات اهتمامات (دينية أو سياسية أو تعليمية أو تجارية أو صفحة شخصية مشهورة) كما يمكن للمستخدم أن يديرها لوحده أو من خلال أعضاء محددين يقوم بإضافتهم.

وترى الباحثة أن استخدام الشبكات الاجتماعية، يجب أن يتم ضمن ضوابط أخلاقية ودينية، مع التركيز على الاهتمام بالقضايا الأخلاقية والاجتماعية والدينية لضمان ممارسة القيم المهمة للطلبة وشباب المجتمع، مثل احترام الآخرين وممتلكاتهم، وحقوق الملكية الفكرية وحقوق الآخرين في الخصوصية، وهنا تشير الباحثة إلى مجموعة من الضوابط الأخلاقية والاجتماعية والثقافية التي يجب أن يراعيها الطلبة أثناء عملية التواصل الإلكتروني مع مراعاة أن أخلاقيات عملية التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت تستمد مبادئها وقواعدها وضوابطها من التشريع الإلهي، وعادات المجتمع وتقاليد وأعرافه خاصة تلك التي لا تتعارض مع التشريعات الإلهية ومنها:

1. عدم الإفراط في ارتياد مواقع التواصل الاجتماعي وتنظيم أوقات خاصة للإفادة من هذه الأجهزة بدلاً من استهلاك الوقت المخصص للدراسة والحياة الاجتماعية.
2. احترام العلم والمعارف والقيم وحقوق الإنسان وضرورات الاتصال والجوار واحترام الآراء المخالفة وحل المشكلات من خلال استخدام أساليب بعيدة عن القهر والالتزام والتهديد (عبد الرحمن، 2009:63)
3. التحلي بالفضيلة ونشر القيم الدينية ، وتنمية هذه القيم في نفوس الشباب وبين أفراد المجتمع ليبقى المجتمع الاسلامي مجتمعاً متماسكاً في مواجهة القيم الوافدة.
4. تحرى الصدق والثقة والأمانة في طلب البيانات والمعلومات وتداولها.
5. المعلومات الصحيحة و العلمية التي يتم تداولها للبحث والنشر والإتاحة وليست للكتم أو الحبس.
6. اتخاذ التدابير الوقائية كافة لحماية أفراد المجتمع وجماعته من البيانات والمعلومات الضارة والملوثة. (المغذوي، 2011:24).

الفصل الثالث

الدراسات السابقة

دراسات تناولت الحاجات النفسية.

تعقيب على الدراسات التي تناولت الحاجات النفسية

دراسات تناولت شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

تعقيب على الدراسات التي تناولت الفيس بوك

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة.

أوجه التميز للدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

الفصل الثالث

الدراسات السابقة

يتناول هذا الفصل الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت موضوع الحاجات النفسية ، وتناولت موضوع الفيس بوك ، كما يتناول تعليق الباحثة على الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، وأوجه الاستفادة من الدراسات السابقة، وأوجه التميز عن الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الحاجات النفسية:

1. دراسة الصبحي (2013)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الحاجات النفسية لدى طالبات المستوى الجامعي، وأُجريت الدراسة على عينة من 56 طالبة من طالبات مرحلة البكالوريوس في جامعة المدينة المنورة، استخدمت الباحثة استبيان الحاجات النفسية من إعداد د. أنور الشراوي (1989) ، واستخدمت الباحثة التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للتوصل إلى نتائج وكان من أهم نتائج الدراسة تباين الحاجات النفسية لدى طالبات الكلية وجاء ترتيب الحاجات وفقاً لأهميتها هي : الحاجة للثقافة والمعرفة، والحاجة للإشباع الاقتصادي، وتحقيق الذات، والتفاعل والاحتكاك ،والمكانة الاجتماعية.

2. دراسة بكر (2013)

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الحاجات النفسية، ومعرفة مدى اختلافها (ذكور وإناث) وفي الفئات العمرية من (18_20) عاماً وتكونت عينة الدراسة من 60 طالب وطالبة، حيث بلغ عدد الذكور 30 وعدد الإناث 30 في الفئة العمرية 16-20 عاماً ، واستخدم الباحث مقياس الحاجات النفسية من اعداد (Deci & Ryan) تعريب وتقنين (محمد علوان 2005) وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك فروقاً في درجات متوسطات الحاجات النفسية، ووجود فروق دالة إحصائية في اتجاه الذكور في الحاجات النفسية المتمثلة في حاجات الاستقلال، بينما حاجات الانتماء كانت أكثر ظهوراً عند الإناث، ووجود فروق دالة إحصائية بين الفئة العمرية الأولى، والثانية في اتجاه الفئة الأولى في الحاجات النفسية المتمثلة في حاجات الاستقلال، وحاجات الكفاءة في اتجاه الفئة الثانية.

3. دراسة أحمد وآخرين (2012)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الحاجات النفسية والاجتماعية التي تتضمنها الأفلام السينمائية والاجتماعية لدى المراهقين من خلال مشاهدتهم للأفلام السينمائية، وطبقت هذه الدراسة على عينة قوامها 400 من طلاب الفرقة الأولى في عدة كليات (200) ذكور (200) إناث، وتم تطبيق

الدراسة التحليلية على 43 فيلماً واستخدم الباحثون أداة تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء، وكان من أهم نتائج الدراسة، أن المواضيع الاجتماعية جاءت في المرتبة الأولى من موضوعات الأفلام السينمائية عينة الدراسة ، وعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المراهقين للأفلام السينمائية بقنوات الأفلام الفضائية وإشباع الحاجات النفسية والاجتماعية لديهم ، فيما عدا الحاجة إلى المعرفة والحاجة إلى تحقيق الذات، يوجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في كثافة التعرض للأفلام السينمائية ولصالح الإناث ، وعدم وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في دوافع مشاهدة الأفلام السينمائية.

4. بركات وصبحة (2012)

هدفت الدراسة للكشف عن الدوافع النفسية والاجتماعية والإدارية والأكثر أهمية وراء استخدام الشباب لوسائل الاتصال الحديثة (الانترنت_ الهاتف المحمول_ الدش) في ضوء متغيرات الجنس والتخصص والدخل الشهري للأسرة ، واستخدم الباحثان استبيان لقياس الدوافع في المجالات الثلاثة وطبقت الدراسة على عينة قوامها (348) تم اختيارهم بطريقة عشوائية طبقية من طلبة جامعة القدس المفتوحة فرع طولكرم ، وتوصلت الدراسة الى أن مستوى تأثير الدوافع قد تراوح بين قوي جداً على المجال الإداري وقوي على المجالات النفسية وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير الدوافع في المجالات المختلفة في استخدام الشباب لهذه الوسائل تبعاً لمتغير الجنس والتخصص والمجموع الكلي.

5. دراسة دوابه (2012)

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مستوى الاتجاه نحو التطرف ومستوى الحاجات النفسية، وإلى معرفة العلاقة بين الاتجاه نحو التطرف والحاجات النفسية لدى طلبة جامعة الأزهر، وطبقت الدراسة على عينة من طلبة الكليات الأدبية والكليات العلمية في جامعة الأزهر بغزة وعددهم (617) بواقع 288 طالباً و329 طالبة ، واستخدم الباحث مقياس الاتجاه نحو التطرف (السياسي - الديني - الاجتماعي) ومقياس الحاجات النفسية وأبعاده (الحاجة الاقتصادية - الحاجة إلى التفاعل مع الآخرين - الحاجة للإنجاز وتحقيق الذات) وهو من إعداد الباحث واستخدم الباحث الأساليب الإحصائية الوصفية المتوسطة والانحرافات المعيارية ومعامل ألفا كرونباخ واختبار t-test ، ومن أهم النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التطرف والحاجات الاقتصادية ، مما يشير إلى ضرورة إشباع الحاجات النفسية لدى الفرد من أجل تحقيق الشعور بالرضا عن ذاته ومجتمعه ومن أهم الحاجات الإنسانية لدى الشباب تحقيق الذات وعدم إشباع الحاجة إلى الانجاز يعتبر سبباً قوياً لتكوين اتجاهات متطرفة.

6. دراسة القطناني (2011)

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الحاجات النفسية ومفهوم الذات، وارتباطهما بمستوى الطموح لدى طلبة جامعة الأزهر ، والتعرف إلى مستوى الطموح باختلاف مستوى الحاجات النفسية، وبلغت عينة الدراسة 535 طالبا وطالبة موزعين على جميع المستويات والحاجات النفسية ومقياس مفهوم الذات ومقياس الطموح ، كما استخدم أساليب إحصائية وصفية (نسب مئوية _انحراف معياري _متوسطات)، وكان من أهم نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية في الحاجة للانتماء بين مجموعتي الكليات الأدبية والعلمية وكانت الفروق لصالح الكليات الأدبية وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات مجموعتي الكليات الأدبية والعلمية في الحاجة للاستقلالية والحاجة للكفاءة.

7. دراسة الوطيان وآخرين (2011)

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الفروق الفردية بين الجنسين في الحاجات النفسية الأساسية (الحاجة للاستقلال ، الحاجة إلى السيطرة ، الحاجة إلى التبعية ، الحاجة إلى الانتماء، الحاجة إلى المعاضدة ، الحاجة إلى المحبة ، الحاجة لتوكيد الذات ،الحاجة للإنجاز) واستخدم الباحثان مقياس الحاجات النفسية من اعدادهما وتكونت عينة الدراسة من (264) من طلاب جامعة الامام محمد ابن سعود وطالبات كلية التربية (131) ذكور و (133) إناث، استخدم الباحثان اختبار الدلالة "ت" ومن أهم نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الحاجة إلى الاستقلال والحاجة إلى السيطرة والحاجة إلى التبعية والحاجة للانتماء والحاجة إلى توكيد الذات والانجاز، ولكن توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الحاجة إلى المحبة والحاجة إلى المعاضدة في صالح الإناث.

8. دراسة سعادات (2008)

هدفت الدراسة إلى التحقق من وجود علاقة بين المشاركة السياسية وكل من الحاجات النفسية (كفاءة، استقلال، انتماء) والذكاء الاجتماعي، تكونت عينة الدراسة من (251) امرأة من محافظات غزة، استخدم الباحث مقياس ديس وريان لقياس الحاجات النفسية ،ومن أهم نتائج الدراسة وجود فروق في الحاجات النفسية (استقلال) يعزى لمتغير السن لصالح السيدات من سن (41-60) من أفراد العينة، كما بينت وجود فروق في الحاجات النفسية (استقلال) لصالح ذوات الدخل المرتفع من أفراد العينة، ووجود فروق في الحاجات النفسية (الكفاءة) لصالح السيدات المتزوجات ولصالح السيدات الموظفات، أما الحاجة للانتماء فقد تبين من الدراسة وجود فروق في الحاجات النفسية لصالح ذوات الدخل المرتفع من أفراد العينة.

9. دراسة أبو زيد (2008)

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الحاجات النفسية لدى عينة طالبات كلية التربية في كل من المجتمع العماني والمجتمع المصري بالإضافة إلى معرفة تأثير المتغيرات المجتمعية على تلك الحاجات، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 300 طالبة مقسمين 150 طالبة من كلية التربية بجامعة الزقازيق و150 طالبة بكلية التربية بسلطنة عمان، واستخدم الباحث مقياس الحاجات النفسية في ضوء نظرية موراي من إعداد السيد عبد الرحمن وسامي هاشم ، واستخدم الباحث المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" للدلالة الاحصائية وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العنيتين المصرية والعمانية في الحاجات النفسية (التبعية، الإنجاز، السيطرة، الذاتية، الدونية، الجنس، الاستعراض، تجنب اللوم ، والدفاع عن النفس) وتشارك العنيتان المصرية والعمانية في ترتيب الحاجات النفسية التالية (المعاضدة وتجنب ما يحط القدر والاستقلال).

10. دراسة بدر (2007)

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أهم الحاجات النفسية لدى الشباب الجامعي من حيث ارتباطها بصحتهم النفسية وأبعادها لدى الشباب الجامعي ، والكشف عن أهمية المتغيرات المصاحبة (الجنس والبيئة الاجتماعية والتخصص الأكاديمي) في تحديد الارتباط بين متغيري الدراسة (الحاجات النفسية - الصحة النفسية) وطبقت الدراسة على (362) طالباً وطالبة ممن يدرسون بالفرقة الرابعة بكليات التربية النوعية في جامعات القاهرة وكفر الشيخ خلال العام الدراسي 2006/2007 ، واستخدم الباحث استبيان الحاجات النفسية للشباب من إعداد أنور الشراقوي ، واستخدم مقياس الصحة النفسية للشباب من إعداد عبد المطلب القرطي وعبد العزيز الشخص، مستخدماً الأساليب الاحصائية معامل ارتباط بيرسون واختبار T- TEST ، وكان من أهم نتائج الدراسة انه توجد معاملات ارتباطية دالة احصائياً بين درجات الحاجات النفسية والدرجة الكلية لهذه الحاجات ودرجات أبعاد الصحة النفسية، كما خلصت الدراسة إلى أهمية اشباع الشباب الجامعي وهم على وشك التخرج لحاجاتهم من النواحي الاقتصادية ، فالاستقلال المادي لخريج الجامعة يساعد الشباب على تحقيق الصحة النفسية وأن الإناث عانين من عدم اشباع حاجاتهن إلى المكانة الاجتماعية، كما كانت الحاجة إلى الثقافة والمعرفة أقل الحاجات من حيث الأهمية في كل مجموعات الدراسة ، وكان ارتباطها بالصحة النفسية وأبعادها غير دالة إحصائياً.

11. دراسة عبد الفتاح (2006)

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين بعض الحاجات النفسية بالتفصيل الشخصي المهني لدى عينة من المراهقين واستخدام الباحث مقياس الصفات الشخصية ومقياس التفضيل الشخصي المهني، وكانت العينة (100) طالب وطالبة بمتوسط عمري قدره (14.90) عاماً. واستخدم الباحث المعاملات

الإحصائية (الارتباط واختبارات وتحليل التباين أحادي الاتجاه) وقد توصل الباحث إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين بعض الحاجات النفسية وأنماط الشخصية في التفضيل الشخصي المهني لدى العينة الكلية، وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين بعض الحاجات النفسية وأبعاد التفضيل المهني لدى العينة الكلية، ووجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين بعض الحاجات النفسية وأنماط الشخصية في التفضيل الشخصي المهني لدى عينة الإناث ووجود علاقة ارتباطية (موجبة - سالبة) دالة إحصائياً بين بعض الحاجات النفسية وأبعاد التفضيل المهني لدى عينة الإناث.

12. دراسة المفدى (2004)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مصادر إشباع الحاجات النفسية للشباب في المرحلتين المتوسطة والثانوية بدول الخليج ولقد تكونت العينة من (1907) من الطلاب والطالبات في المرحلتين المتوسطة والثانوية في الدول الأعضاء في مكتب التربية لدول الخليج، حيث استخدم الباحث في هذه الدراسة استبانة من اعداده تحتوى على عشرة مصادر إشباع للحاجات النفسية، ومن النتائج التي أظهرتها الدراسة أن المصادر الأربعة من حيث مقدار ما تحققه من إشباع للحاجات النفسية هي (المدرسة - الأصدقاء - العبادات - الأسرة) مع تفاوت بين الطلاب والطالبات، وبين المرحلة المتوسطة والثانوية في الأهمية والنسبة لهذه المصادر، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب والطالبات في المرحلة المتوسطة والمرحلة الثانوية في متوسط ما تحققه بعض المصادر من إشباع.

13. دراسة البيطار (2003)

تحاول هذه الدراسة التعرف إلى مدى تحقيق الجامعات الفلسطينية لحاجات الطلبة النفسية الاجتماعية وذلك بتتبع الطلبة من السنة الثانية حتى السنة الرابعة (سنة التخرج) في دراستهم الجامعية؛ من أجل أن تلقي الضوء على البرامج الجامعية وأنشطتها في تأثيرها على تحقيق الحاجات النفسية الاجتماعية في المرحلة الجامعية الأولى (البكالوريوس). فاستخدمت المنهج التتبعي، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية من طلبة الجامعة عام 1996 وهم في مستوى سنة ثانية، وفي مرة وهم في مستوى سنة رابعة عام 1998 وبلغ عدد أفراد العينة (108) طلاب وطالبات واستخدمت الباحثة التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS. وأوضحت نتائجها بوجود دلالة إحصائية في الفرق بين متوسطات تحقيق الحاجات النفسية الاجتماعية ككل بين السنتين الثانية والرابعة، ولم توجد فروق دالة إحصائية بين الجنسين والكليات.

14. دراسة شيلدون (Sheldon, 2002)

هدفت الدراسة إلى قياس الرضا عن إشباع الحاجات النفسية وعلاقتها بالرفاهية من خلال الالتزام بالمجموعات ، وتكونت عينة الدراسة من (144) من طلاب علم النفس بجامعة ميسوري من خلال استخدام مقياس الحاجات النفسية (ريسي وريان 2000) ولقد أظهرت النتائج وجود فروق بين المجموعات الرسمية وغير الرسمية من حيث اشباع الحاجات النفسية والرفاهية لصالح المجموعات الرسمية وتبين أن للمزاج الخاص بالمجموعة دور كبير في ذلك ، كما بينت الدراسة أن احتواء المجموعة لأفرادها من أهم العوامل التي تؤدي لإشباع الحاجات النفسية لدى أفرادها.

15. دراسة ديسي وآخرين (Deci & Ryan, 2001)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الفروق في بعض المتغيرات المتعلقة بمجال العمل، مثل: تدعيم المسؤول لاستقلالية العامل ، والتدعيم البيئي الاجتماعي، والحاجات النفسية، والقلق وتقدير الذات وتكونت عينة الدراسة من 431 من البلغاريين الراشدين العاملين في الشركات البلغارية العامة و128 من الأمريكيين، واستخدمت الدراسة مقياس الحاجات النفسية من إعداد (ديسي وريان 1999) وأظهرت النتائج وجود فروق بين البلغاريين والأمريكيين في إشباع الحاجة إلى الاستقلال لصالح البلغاريين من أفراد العينة، في حين لم تجد الدراسة فروق بين العينتين في درجة إشباع كل من الحاجة للانتماء والحاجة للكفاءة، كما وجدت الدراسة فروقا في تدعيم مسؤول العمل لاستقلالية العامل، وفي الدعم البيئي والاجتماعي لصالح عينة البلغاريين ، وكانت الفروق في القلق أيضا لصالح عينة من البلغاريين في حين كانت الفروق في مستوى تقدير الذات لصالح عينة من الأمريكيين.

16. دراسة هاري ريسي وآخرين (Reis, H, et al, 2000)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين السعادة والرفاهية والحاجات النفسية في ضوء نظرية محددات الذات ، وتكونت العينة من (67) طالبا وطالبة من قسم علم النفس بواقع 29 طالبا و38 طالبة، واستخدمت الدراسة مقياس محددات الذات إعداد (سيلدون وديسي 1996) ومن نتائج الدراسة التي أظهرتها وجود علاقة موجبة دالة إحصائيا بين مستوى السعادة اليومية من جهة وكل من الحاجة إلى الاستقلالية والانتماء والكفاءة من جهة أخرى، أي أن إشباع الحاجات الثلاثة بشكل جيد يزيد من مستوى السعادة كذلك تبين أن إشباع الحاجات النفسية مرتبط بشكل موجب مع التواصل الاجتماعي.

17. دراسة شوكت (2000)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الحاجات النفسية لدى طلاب وطالبات الجامعة ومصادر اشباعها في ضوء متغيرات الجنس والسن وطبقت الدراسة على عينة من 149 (87 طالبا، 62 طالبة)

وتراوحت أعمار العينة بين 18-23 سنة من جامعة عين شمس وجامعة الأزهر واستخدمت الباحثة مقياس الحاجات النفسية من اعداد الباحثة، وكان من أهم نتائج الدراسة وجود فروق في الحاجات النفسية بين الذكور والإناث، وأهم الحاجات الضرورية للإناث كانت الحاجة إلى الترفيه ورضا الوالدين ، أما الحاجات النفسية للذكور كانت القيادة وتحقيق الذات، والعمل، ومن أهم مصادر إشباع الحاجات النفسية لكل من الذكور والإناث هي الكلية، القراءة، العمل.

18. دراسة قزان (2000)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الحاجات النفسية والرضا الدراسي لدى عينة من طلاب وطالبات جامعة أم القرى ، ولقد استخدم الباحث المنهج الوصفي معتمداً على أساليب احصائية مثل المتوسطات والانحرافات واختبار "ت" ومعامل الارتباط ، ولقد استخدم الباحث استبانة الحاجات النفسية للشباب إعداد الشرقاوي (1996) واختبار الرضا عن الدراسة إعداد محمود(1976)، أما عينة الدراسة فتكونت من (844) طالبا وطالبة من تخصصات مختلفة ومستويات دراسية مختلفة من طلبة جامعة أم القرى، ولقد أظهرت النتائج وجود حاجات نفسية يسعى الطلاب والطالبات لإشباعها حيث تأخذ الترتيب الآتي : (الحاجة للثقافة والمعرفة ثم الحاجة للتفاعل والاحتكاك مع الآخرين ثم الحاجة لتحقيق الذات، وجود فروق ذات دلالة احصائية في الحاجات النفسية بين الطلاب والطالبات الأكثر رضا عن الدراسة والأقل رضا عن الدراسة لصالح الأكثر رضا عن الدراسة.

19. دراسة أحمد (1999)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى إشباع الحاجات النفسية لطلاب المرحلة الجامعية، والتعرف على مستوى التدين والعلاقة بين مستوى التدين ومستوى إشباع الحاجات النفسية، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلاب كلية التربية من جامعة قناة السويس بالسنة الثالثة وعددهم 400 طالب وطالبة (200 ذكور و200 إناث)، واستخدم الباحث مقياس مستوى التدين من إعداد صالح الصنع ومقياس (كرا فورد) لقياس مستوى إشباع الحاجات النفسية (1969)، وخلصت الدراسة إلى أنه توجد علاقة موجبة دالة بين مستوى التدين وبين إشباع الحاجات النفسية لدى طلاب الجامعة وجاء ترتيب الحاجات من حيث علاقة مستوى التدين بإشباع كل حاجة من الحاجات النفسية على النحو الآتي : الحاجة للاقتداء والحاجة إلى العبادة والحاجة إلى المسؤولية، الاجتماعية، والحاجة إلى الأمن وراحة البال، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إشباع كل حاجة من الحاجات النفسية موضوع الدراسة لصالح الذكور في الحاجة للصدقة والاستقلال ، ولصالح الإناث في الحاجة إلى الرعاية من الآخرين والقبول.

20. دراسة شيلدون وأليون (Sheldon & Ellion,1999)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن الفروق بين الجنسين في الحاجات النفسية، على عينة من طلبة قسم علم النفس بجامعة روشستر الأمريكية بلغت من (152) طالباً بواقع 56 من الذكور و96 من الإناث عبر استخدام مقياس الحاجات الأساسية ومقياس الحاجات الدراسية ، وكلاهما من إعداد (ديس وريان 1999) وأظهرت الدراسة أن إشباع الحاجة للكفاءة عند الذكور أعلى من إشباعها عند الإناث فيما لم تجد الدراسة فروقا بين الجنسين في الحاجة للاستقلال والحاجة للانتماء، وفي حين كان إشباع الحاجة للانتماء للدراسة عند الإناث أعلى منه لدى الذكور، وكشفت الدراسة عن وجود علاقة موجبة دالة إحصائياً.

21. دراسة أبو ليلة (1995)

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على طبيعة الفروق بين الحاجات النفسية للشباب المصري والشباب القطري ، وتحديد الحاجات المشتركة والحاجات المميزة للعينة، وتم تطبيق هذه الدراسة على عينة من 70 شاباً، (35) شاباً من طلاب جامعة قطر و(35) شاباً من طلاب جامعة عين شمس، استخدمت الباحثة استبيان الحاجات النفسية من إعداد أنور الشرقاوي، وأظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الشباب المصري والشباب القطري بالنسبة لبعدها الاقتصادية، كما أوجدت الدراسة فروق دالة إحصائياً بين عينة الشباب المصري والقطري لصالح الشباب المصري لبعدها الحاجة على الإنجاز، والحاجة إلى تحقيق المكانة الاجتماعية والحاجة إلى الثقافة والمعرفة.

22. دراسة على وعويضة (1994)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الحاجات النفسية لدى طلاب الجامعة، وتكونت العينة من 160 طالبة وطالباً من جامعة عين شمس، واستخدم الباحث اختبار (تكملة الجمل للحاجات النفسية الكامنة) من إعداد محمد الطيب، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الذكور في الحاجة إلى العدوان، ولصالح الإناث في الحاجة إلى الاستعراض ، ولا توجد فروق بينهم في بقية الحاجات، وتوصلت الدراسة أيضاً إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح طلاب الكليات العلمية في الحاجة إلى المعرفة والسيطرة ولصالح طلاب الكليات النظرية في الحاجة إلى العدوان ، ولا توجد هناك فروق في بقية الحاجات.

تعقيب على الدراسات التي تناولت الحاجات النفسية:

أولاً: من حيث الهدف

هدفت مجموعة كبيرة من الدراسات للتعرف على أهم الحاجات النفسية لدى الشباب من كلا الجنسين ، ومنها دراسة الوطيان (2011) وعلى وعويضة (1994) ودراسة الصبحي (2013) ، كما هدفت بعض الدراسات للتعرف على الفروق بين الحاجات النفسية لدى عينات مختلفة من المجتمعات العربية ومنها دراسة أبو ليلة (1995) وأبو زيد، وتناولت دراسات موضوع الحاجات النفسية وعلاقته ببعض المتغيرات مثل دراسة بدر (2007) والقطناني (2011) وأحمد (1999) وقزان (2000) وسعدت (2008) دوابه (2012).

كما هدفت بعض الدراسات لمعرفة مصادر إشباع الحاجات النفسية ، مثل دراسة المفدي (2004) أحمد وآخرون (2012).

ثانياً: من حيث العينة

تشابهت العينة في معظم الدراسات السابقة وهم طلاب وطالبات الجامعات مثل دراسة القطناني (2011) وشوكت (2000) والوطيان وآخرون (2011) والبيطار (2003) ودوابه (2012) والصبحي (2013) وهاري ريسي (2000) وشيلدون أليوت (1999) وشيلدون (2002) وهاري ريسي وآخرين (2000).

وطبقت بعض الدراسات على عينة من المراهقين في المرحلة المتوسطة مثل دراسة المفدي (2004) ودراسة أحمد وآخرون (2012) وعبد الفتاح (2006).

ثالثاً: من حيث الأدوات

تشابهت أدوات الدراسة حيث استخدم الباحثون مقاييس الحاجات النفسية من إعدادهم مثل دراسة القطناني (2011) وشوكت (2000) والوطيان وآخرين (2011) البيطار (2003).

كما قام بعض الباحثين باستخدام مقياس الحاجات النفسية من إعداد أنور الشرقاوي، مثل دراسة أبو ليلية (1995) وقزان (2000) وبدر (2007) والصبحي (2013)، أما في دراسة ديسي وآخرين (2001) ودراسة شيلدون وأليوت (1999) وهاري ريسي وآخرون (2000) فقد استخدم الباحثون مقياس الحاجات النفسية من إعداد "ديسي وريان".

رابعاً: من حيث النتائج

تعددت النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات، نتيجة لاختلاف هدف وفروض كل منها، لكن معظمها أظهر وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحاجات النفسية ومستوى إشباعها وبين عينة الدراسة والمتغيرات الأخرى.

ما تم استفادته من الدراسات السابقة:

بعد اطلاع الباحثة على أدبيات الدراسة و -على حد علم الباحثة - لم تجد أي دراسة تناولت موضوع الحاجات النفسية قد طبق على مستوى طلاب الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، مع العلم أن بعض الدراسات التي طبقت على موضوع الحاجات النفسية، دراسة طبقت للتعرف على العلاقة بين الحاجات النفسية ومفهوم الذات ومدى ارتباطهما بمستوى الطموح، والدراسة الأخرى كانت تهدف إلى التعرف على مستوى الاتجاه نحو التطرف والحاجات النفسية وكلاهما طبقتا على عينة من طلاب جامعة الأزهر فقط، كما تتميز الدراسة الحالية بتناولها قياس مستوى الإشباع للحاجات النفسية بمفهوم الاكتفاء والإشباع وليس العوز والنقص الناتج عن وجود الحاجات النفسية.

وهذا ما ساعد الباحثة في تأكيد رغبتها بدراسة إشباع الحاجات النفسية لهذه الشريحة الهامة من المجتمع، وربطها بأحد وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة.

ثانياً: الدراسات التي تناولت موضوع شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

1. دراسة سعود (2014)

هدفت هذه الدراسة التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي في السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي، والإشباع المتحققة منها، والتعرف على عادات وكثافة الاستخدام وتأثير ذلك على تقييمهم لسلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عدد 470 طالباً من جامعة الملك سعود وأظهرت الدراسة مجموعة من النتائج أهمها أن أكثر من 85 % من عينة البحث يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي. وأن نسبة الذين يستخدمون الفيس بوك 57% ، وأن متابعة الأحداث، والحصول على الأخبار، ومعرفة أبرز القضايا السياسية العالمية، جاءت في مقدمة دوافع المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تليها الأسباب والدوافع الخاصة بالاتصال والتواصل مع الآخرين، وأن الاتجاه الإيجابي هو الغالب لدى المبحوثين إزاء تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي، إذ حظيت التأثيرات الإيجابية مثل: تنمية المواهب وإبرازها، ووجود مساحة من الحرية للتعبير عن الرأي، بأعلى درجات الموافقة لدى المبحوثين، مقابل درجة

أقل من الموافقة على تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إضعاف العلاقات الأسرية، والتسبب في ضياع الوقت، والعزلة النفسية.

2. دراسة القرني (2013)

هدفت الدراسة إلى بيان آثار شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب، مستخدمة المنهج الوصفي، وقد تكونت العينة من طلاب وطالبات جامعة تبوك، حيث بلغ عددهم 622 طالبا وطالبة، وقام الباحث بتطوير استبانة لاستقصاء الآثار من وجهة نظر عينة الدراسة وأظهرت نتائج الدراسة أن تطبيق الواتس هو أكثر وسائل الاتصال الاجتماعية في حياتهم أقل من ثلاث ساعات.

كذلك أظهرت النتائج أن أكثر أهداف استخدام شبكات التواصل هو التسلية، وفيما يتعلق بالآثار الإيجابية للشبكات كشفت النتائج أن الدعوة إلى الإسلام حظيت بالنسبة الكبرى ضمن الآثار الدينية، وأن أكثر أهداف استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بعد التسلية هو والتواصل مع الأهل والأصدقاء والمشاركة الثقافية أما من الآثار السلبية فظهرت النتائج أن ضعف الوازع الديني لدى مدمني مواقع شبكات التواصل حظيت بنسبة كبيرة ضمن الآثار الدينية كذلك انتشار لغة السب والشتيم ومزاحمة العامة للفصحى.

3. دراسة حسن (2013)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تعرض الشباب البحريني لموقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 352 من الشباب الجامعي في الجامعة الأهلية وجامعة دلمون في مملكة البحرين، واستخدم الباحث اختبار t-test و f-test ومعامل ارتباط بيرسون، حيث توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة طبقا للمتغيرات الديموغرافية المختلفة في دوافع تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي ودوافع تعرضهم لهذه المواقع، وأن ما نسبته 79.4% من الشباب الجامعي عينة الدراسة تتعرض لموقع التواصل الاجتماعي مقارنة بنسبة 52.2% للتلفزيون، وأن نسبة 50.4% للإذاعة 88.6% وأظهرت النتائج أن 88.6% تفضل الفيس بوك عن موقع التويتتر الذي كانت نسبته 40.3%، وتمثل الاستخدام الرئيس لهذه المواقع في الصداقة، حيث يفضل حوالي ثلاثة أرباع العينة الدخول إلى هذه المواقع بغرض إقامة صداقات مع الآخرين في مختلف قضايا المجتمع، ومن ثم التقليل من الشعور بالوحدة، وأن من أهم الإشباعات العملية هي الشعور بالمتعة والتسلية وعدم الشعور بالوحدة.

4. دراسة العلاونة (2012)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري ، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي وذلك على عينة بلغت (296) مفردة من النقابيين في مدينة إربد، وكان من أبرز نتائج الدراسة أن ما نسبته 74.7 % من النقابيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي و 24.3% منهم يستخدمونها لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية ، وأن دوافع استخدامها لهذه المواقع تتمثل في أنها تسمح لهم بالتواصل مع الأصدقاء بنسبة 28.5% ، وتتيح لهم فرصة التعبير عن الآراء بحرية مطلقة بنسبة 21.8% ، وأوضحت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية للنقابيين وبين المشاركة في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

5. دراسة المصليحي (2012)

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على مدى تأثير الفيس بوك على رأس المال الاجتماعي (العلاقات الاجتماعية) في المجتمع المصري والوقوف على الجوانب السلبية والإيجابية لاستخدامه وطبقت الدراسة على 313 مبحوثاً يمثلون مستويات اجتماعية وعمرية وتعليمية مختلفة ، وكان من أهم النتائج أن الفيس بوك لا يعد فقط مجالاً لخلق رأس مال اجتماعي افتراضي جديد بديلاً عن رأس المال الاجتماعي الواقعي، وإنما يمارس الموقع الاجتماعي الشهير دوره في تدعيم بعض صور العلاقات التقليدية في الوقت الذي يطرح سبلاً وآليات جديدة لخلق وتدعيم أشكال جديدة من العلاقات الافتراضية واتضح من الدراسة أن الفيس بوك لا يتوقف عند حدود خلق أو تدعيم رأس المال الاجتماعي وإنما يتيح الفرص والامكانيات لجعل الأفراد منخرطين في عالم أكبر محلياً، وأوضحت نتائج الدراسة أن الفيس بوك صار يشكل جزءاً من نشاط الحياة اليومية ل 45.3% عينة الدراسة وأن نسبة 25.6% من إجمالي العينة قد اشتركوا في الفيس بوك لكونه وسيلة جديدة للتواصل الاجتماعي بصورة مختلفة، بما يدعم العلاقات الاجتماعية ونسبة 22.0% يرجع لرغبتهم في التعرف على أصدقاء جدد، الأمر الذي يمهد السبيل لإقامة رأس مال.

6. دراسة جمعة (2012)

هدفت الدراسة للتعرف على دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة من خلال استطلاع عينة عشوائية تم اختيارها من طلبة الجامعات الفلسطينية بلغ عددها 311 طالباً وطالبة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي وذلك باستخدام استبانة دوافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي، وكان من أهم نتائج الدراسة أن الدوافع الأكاديمية هي الدافع الأقوى حيث حصلت على نسبة 73.8%، يليها الدوافع

النفسية والاجتماعية بنسبة 70.2% ، كما كشفت الدراسة أن موقع الفيس بوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل الشباب الفلسطيني حيث حصل كموقع تواصل اجتماعي على نسبة 72.3%، ولا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام الفيس بوك (الأكاديمية، السياسية، الاقتصادية) تبعاً لمتغير الجامعة ما عدا الدوافع (النفسية والاجتماعية)، حيث وجدت فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع النفسية والاجتماعية بين طلبة الجامعة الإسلامية وطلبة جامعة الأزهر لصالح طلبة الجامعة الإسلامية.

7. دراسة عبد الصادق (2012)

هدفت الدراسة إلى تعرف اتجاه الشباب الجامعي العربي نحو العلاقة بين التعرض لموقع الفيس بوك والهوية الثقافية لدى طلاب جامعة القاهرة بجمهورية مصر العربية (جامعة حكومية)، والجامعة الأهلية بمملكة البحرين (جامعة خاصة)، وهدفت أيضاً إلى تعرف دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك وإيجابياته وسلبياته، ومدى الاستفادة التي يحققها من استخدامه، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا التعرض، وذلك بالتطبيق على عينة من الشباب الجامعي، واعتمد الباحث على أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وعلى البرنامج الإحصائي SPSS لوصف نتائج الدراسة، وأوصت الدراسة بضرورة توعية الشباب الجامعي بأهمية اختيار المجموعات التي تلائمها ثقافياً بما يتناسب مع القيم والأخلاق في المجتمع، والحرص على الاستفادة من هذا الموقع بالحصول على الأخبار والمعلومات.

8. دراسة منصور (2012)

هدفت الدراسة إلى معرفة ما هي استخدامات الشباب الأردني لشبكات التواصل الاجتماعي وما دورها في تحقيق احتياجاتهم، واستخدم الباحث المنهج الوصفي وطبقت الدراسة على عينة من (285) من الشباب الجامعي الأردني في جامعة اليرموك حيث تم سحب العينة من 5 كليات وهي كلية (التربية، العلوم، العلوم الإدارية، الآداب، كلية الحجاوي للهندسة) بواقع 57 شاباً وشابة لكل كلية بمختلف السنوات الدراسية حسب نسبتهم واستخدم الباحث أداة الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات وتم تحليل البيانات باستخدام التكرار والنسب المئوية واختبار مربع كاي وتحليل التباين الأحادي، وكان من أهم نتائج الدراسة ارتفاع نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الأردني بنسبة 93.7% بتمثيل 63.6% للذكور و 41.6% للإناث، وتشير النتائج إلى أن الفيس بوك قد احتل المرتبة الأولى في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 72.4% ، وأن هناك عدداً من الحاجات الحقيقية التي يحققها الشباب من التواصل الاجتماعي وجاءت الحاجات على الترتيب (الحاجات المعرفية، الحاجات الوجدانية، السيكولوجية، الحاجات الشخصية، حاجات الهروب من الواقع وملء وقت الفراغ) وخلصت الدراسة إلى أنه لا يوجد

فروق في إشباعات الحاجات التي يحققها الشباب الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس.

9. دراسة نومار (2012)

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي الفيس بوك وهي عينة قصدية بلغ عدد مفرداتها 280 ولقد تم الاعتماد على أداة الملاحظة والاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، واستخدمت الباحثة أسلوب التحليل الكمي والنسب المئوية والتكرارات، وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين يقضون 3 ساعات في استخدام الفيس بوك، ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات والردود بالدرجة الأولى ويستخدم أغلب أفراد العينة الموقع بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب الترفيه، وأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث، وأن استخدام الفيس بوك يؤثر في الاتصال الشخصي وجهاً لوجه وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم كما يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

10. دراسة نجادات (2012)

هدفت الدراسة التعرف على استخدامات الأسرة الأردنية لشبكة الفيس بوك ودوافع هذه الاستخدامات والإشباعات المتحققة منها، استخدم الباحث منهج المسح، حيث تمت دراسة جمهور المستخدمين لموقع الفيس بوك من المتزوجات العاملات في جامعة اليرموك، من خلال استمارة مكونة من (14) سؤالاً تم توزيعها على عينة الدراسة من المبحوثات، وقد توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (65.5%) من المبحوثات لديهن حساب شخصي على موقع الفيس بوك، وأن الدوافع المتمثلة بالبقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى والجدة، والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية هي التي دفعت بالمبحوثات لاستخدام الفيس بوك، كما كشفت الدراسة أن (إشباعات التواصل الاجتماعي) تقدمت على غيرها من الإشباعات الأخرى عند المبحوثات، وبمتوسط حسابي مرتفع مقداره (3.19) على المقياس الرباعي، عند استخدامهن لموقع الفيس بوك، مما يدل على أهمية هذا الموقع في إبقاء الأفراد على اتصال وتفاعل مع بعضهم بعضاً.

11. دراسة عبد الشافي (2011)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين استخدام شباب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي وبين زيادة التأثيرات المعرفية للصحف (الإلكترونية - الورقية) لدى هؤلاء الشباب، وطبقت الدراسة على عينة من 300 طالب من طلاب الجامعات المصرية الحكومية والخاصة

ممن تتراوح أعمارهم بين (19-21)، وكان من أهم النتائج أن موقع الفيس بوك هو من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها شباب الجامعات المصرية ، يليه موقع التويتر، ومن أبرز أنماط استخدام شباب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في تبادل الآراء والحديث مع الأصدقاء عبر خدمة Chat ، والتعليق على الأفكار والموضوعات المتبادلة بين الأصدقاء على الصفحة والتعرف على الأخبار حول الأحداث الهامة والجارية ونشر الموضوعات المهمة، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام شباب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى المعرفة السطحية المكتسبة حول الموضوعات المنشورة في الصحف.

12. دراسة عوض (2011)

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى فئة الشباب، حيث قام الباحث بتطبيق برنامج تدريبي على أفراد مجموعة تجريبية تم اختيارها بشكل مقصود من شباب مجلس (علاز) وبلغ عدد أفراد العينة 18 شابا وفتاة، حيث قام الباحث بتطوير مقياس المسؤولية الاجتماعية وتطبيقه على أفراد العينة قبل وبعد البرنامج التدريبي، ونفذ الباحث البرنامج التدريبي خلال 5 لقاءات مدة كل لقاء 4 ساعات، وقد أسفرت الدراسة عن نتائج من أهمها وجود فروق في مستوى المسؤولية الاجتماعية لصالح التطبيق البعدي، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس.

13. دراسة قازين وكوكا (Guzin & Kocaky, 2011)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الفروق في استخدام الجنسين للشبكة الاجتماعية الفيس بوك واتبع الباحثان المنهج الوصفي لإجراء الدراسة من خلال توزيع استبانة الكترونية من تصميم الباحثين على عينة الدراسة المكونة من 870 من مستخدمي الفيس . وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد اختلاف واضح في أهداف استخدام الفيسبوك بين الذكور والإناث ، حيث تم تقسيم الأهداف من استخدام الفيس بوك إلى أربعة أهداف الهدف الأول استخدام الفيس بوك لإيجاد علاقات جديدة وكان لصالح الطلاب بينما كانت الأهداف الأخرى (استخدام الفيس بوك للإبقاء على علاقاتي الحالية ، واستخدام الفيس بوك لأغراض الأكاديمية ، واستخدام الفيس بوك لأغراض أخرى) جميعها لصالح الطالبات .

14. دراسة أزلول ومازمان (Mazman & Usluel , 2011)

هدفت الدراسة إلى معرفة ما إذا كان هناك فروق في أغراض استخدام الفيس بوك تعزى للجنس، وقد اتبع الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، تكونت عينة الدراسة من 870 مستخدماً للفيس بوك غالبيتهم بنسبة 74.4% أعمارهم تتراوح بين 18-25 عاماً ونسبة 73.6% منهم كانوا طلبة جامعات، بينما

94.2% كانوا أعضاء ضمن مجموعة واحدة على الأقل على الفيس بوك وكذلك غالبية المستخدمين الذكور ما زالوا طلبة في الجامعات، بينما غالبية المستخدمين الإناث كانوا خريجات وتكونت أداة الدراسة من استبانة إلكترونية من تصميم الباحثين تم تقسيمها إلى محورين، المحور الأول، لجمع البيانات الديموغرافية عن عينة الدراسة أما المحور الثاني فكان عبارة عن 12 فقرة ومقياس كل اجابة يتراوح من 10-5 على مقياس (ليكرت) وتوصلت الدراسة إلى أنه هناك 4 أهداف رئيسة لاستخدام الفيس بوك، وهي التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء، إنشاء علاقات اجتماعية جديدة واستخدام الفيس بوك لأغراض تربوية وتعليمية واستخدام الفيس بوك لأغراض خاصة أخرى وقد أظهر اختبار (T-Test) أنه يوجد فروق جوهرية بين الذكور والإناث في جميع الأغراض التي ذكرت أعلاه ، وكانت الفروق لصالح الذكور في بند إنشاء علاقات اجتماعية جديدة، بينما كانت لصالح الإناث في باقي الأغراض الأخرى.

15. دراسة السقاف (Al-Saggaf , 2011)

وهدفت الدراسة إلى الخروج بوصف دقيق عن تجربة الفتيات السعوديات في تعاملهن مع شبكة الفيس بوك، وذلك من خلال إجراء مقابلات شخصية مع (15) فتاة سعودية ممن يستخدمن الفيس بوك، ممن تتراوح أعمارهن بين (19-24) سنة، يدرسن في جامعة خاصة بالعربية السعودية، علاوة على اطلاع الباحث على (حائط) ثلاث من المشاركات (بعد أخذ موافقتهن) في المقابلة، لمعرفة عدد الأصدقاء والمجموعات والروابط والاستطلاعات ، ونوعية الصور الموجودة على صفحات الفتيات المشاركات.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الفتيات السعوديات يستخدمن الفيس بوك بهدف الحفاظ على روابط الصداقة القائمة مع أقرانهن الجدد والقدامى، وللتعبير عن شعورهن تجاه مختلف القضايا المطروحة، ومشاركة الآخرين أفكارهم من خلال تحديث محتوى سيرتهن الذاتية على الموقع، بالإضافة إلى الترفيه عن أنفسهن من خلال الإجابة على أسئلة المسابقات واختبار المعلومات. كما توصلت الدراسة إلى أنه وبالرغم من أن معلومات المشاركات في الدراسة متاحة للجميع من مستخدمي الفيس بوك، فإنهن قلقات جدا على خصوصيتهن، وحتى تتمكن المشاركات من الإدلاء بأرائهن حول الأحداث الجارية، فقد عمدن إلى المشاركة في بعض المجموعات الحوارية على الشبكة. كما توصلت الدراسة أيضا إلى أنه وبالرغم من أن بعض المشاركات اعترفن بفضل الفيس بوك جعلهن يشعرن بالثقة أكثر، وبأنهن أصبحن اجتماعيات أكثر.

16. دراسة ميشيل فانسون (Mecheel, Vansoon, 2011)

هدفت الدراسة التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد طبقت الدراسة على عينة مكونة من 1600 شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في

بريطانيا، وقد أظهرت النتائج أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها الفيس بوك واليوتيوب قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت، من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم وأفراد أسرهم. وأظهرت الدراسة أيضاً أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، ويلعبون عدداً أقل من ألعاب الكمبيوتر، ويرسلون كمية من الرسائل النصية وكذلك البريدية، وقد بينت الدراسة أنه نحو 53% من الذين شاركوا في الدراسة المسحية، بأن شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة عن أن نصف مستخدمي الإنترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة بـ 27% فقط في فرنسا، و33% في اليابان، و40% في الولايات المتحدة.

17. دراسة خضر (2009)

هدفت هذه الدراسة التعرف على الآثار النفسية والاجتماعية المترتبة على استخدام الشباب المصري مواقع الشبكات الاجتماعية ممثلة في موقع الفيس بوك، والكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية والصدقات التي يكونها الشباب المصري، وذلك من خلال عينة عمدية متاحة من مستخدمي الفيس بوك من طلاب الجامعات المصرية (الحكومية والأجنبية) مقدارها 136 طالب وطالبة، وقد توصلت الدراسة إلى أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيس بوك وبنسبة مقدارها (69.9%) من إجمالي عينة الباحثين، بينما جاء دافع خلق صداقات جديدة، ودافع التواصل مع الآخرين وتطوير علاقات اجتماعية معهم في المرتبتين الثانية والثالثة، كما أوضحت الدراسة أن تقديم الباحثين لأنفسهم كما هم بصدق وبدون أي تلوين أو خداع للآخرين كان لها النصيب الأكبر وبنسبة 82.4% مقابل 19.9% لتقديم الباحثين لأنفسهم للآخرين باستخدام اسم مستعار، كما توجد فروق دالة احصائياً فيما يتعلق بالآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام موقع الفيس بوك بين طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية

18. دراسة العتيبي (2008)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام طلاب الجامعات السعودية وطالباتها لشبكة الفيس بوك ومعرفة الاستخدامات والإشباع واستخدام الباحث المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح (Survey)، وطبقت الدراسة على ما نسبته 5% من طلاب وطالبات السنة التحضيرية من جامعة الملك فيصل وجامعة الملك سعود وجامعة الملك عبد العزيز، وكان من أبرز نتائج الدراسة انتشار استخدام شبكة الفيس بوك بين أفراد العينة علاوة على امتلاك معظم أفراد العينة لصفحة مفعلة على الفيس بوك وكذلك اشتراكهم في مجموعات خاصة، ويمضون وقت في استخدام الفيس بوك من ساعة إلى خمس ساعات يومياً وأن أكثر من نصف أفراد العينة يستخدمون أسماء مستعارة كما أظهرت النتائج أن عامل

تمضية الوقت جاءت في المقدمة لاستخدام الفيس بوك يليها عامل الفضول والمشاركة وعامل الاتصال ، والتواصل وأن من آثار الفيس بوك الايجابية رفع المستوى الثقافي وزيادة التحصيل العلمي وصقل المواهب وتقوية الترابط الاجتماعي وإيجاد مساحة من حرية التعبير عن الرأي، ومن الآثار السلبية انحلال وتفكك العادات والتقاليد الاجتماعية، وإضاعة الوقت وتفكك العلاقات الأسرية.

تعقيب على الدراسات التي تناولت الفيس بوك:

أولاً: من حيث الهدف

تنوعت الدراسات التي تناولت شبكات التواصل بشكل عام وعلاقتها بالتأثيرات المعرفية والمسؤولية الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية والدوافع ودورها في تحقيق الاحتياجات ، مثل: دراسة علاونة (2012) عبد الشافي (2011) ودراسة عوض(2011) نورمار (2012) وحسن (2013) جمعة (2012) منصور(2012) وميشيل فانسون (2010)، كما تناولت بعض الدراسات الفيس بوك على وجه التحديد ومعرفة الاستخدامات والإشباع المتحققة من استخدامه، الفروق بين الجنسين وتأثيره على العلاقات الاجتماعية مثل دراسة العتيبي (2008) دراسة عبد الصادق (2012) المصيلحي (2012) قازين وكوكا (2011) أزلول وما زمان (2011) نجادات (2012)، سعود(2014)، السقاف(2011)

ثانياً: من حيث العينة

طبقت العديد من الدراسات على عينة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية والفيس بوك ، ولم تخرج الدراسات عن فئة الشباب من المستخدمين، كما ركزت بعضها على دراسة طلاب الجامعات من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي والفيس بوك مثل دراسة العتيبي (2008) وعبد الشافي (2011) وعبد الصادق (2012) وجمعة (2012) سعود(2014)، السقاف(2011).

ثالثاً: من حيث الأدوات

تكونت معظم أدوات الدراسة من استبيان لجمع المعلومات، كما اتبعت الدراسات المنهج الوصفي ما عدا دراسة عوض (2012) التي اتبعت المنهج التجريبي.

رابعاً: من حيث النتائج

اتفقت نتائج الدراسات، في أن هناك تأثيراً واضحاً نتيجة لاستخدام الفيس بوك، فقد أظهرت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الفيس بوك والتحصيل العلمي والحراك الجماهيري والمستوى الثقافي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

بعد اطلاع الباحثة على أدبيات الدراسة و -على حد علم الباحثة - لم تجد أي دراسة تناولت موضوع الفيس بوك وعلاقته بالجانب النفسي سوى دراسة واحدة وهي دراسة جمعة (2012) التي تناولت دوافع استخدام طلاب الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل، وهذا ما ساعد الباحثة في محاولة التعرف على مدى تحقيق استخدام الفيس بوك لإشباع الاحتياجات النفسية لطلاب الجامعات.

من خلال إطلاع الباحثة على الأدبيات والدراسات السابقة التي تناولت محور الحاجات النفسية ومحور الفيس كمحورين منفصلين، قامت الباحثة بإعداد مقياس دراستها الخاص بإشباع الحاجات النفسية معتمدة في دراستها على بعض الحاجات التي تناولتها نظرية (ماسلو) وبعض الحاجات التي تتوقع الباحثة أن الفيس بوك له دور في اشباعها لدى طلبة الجامعات وشملت على الحاجات الآتية :

- **الحاجة إلى التعبير عن الذات:** وهي حاجة الطالب إلى أن يفصح عن ذاته وشخصيته وأن يبدي ما لديه من آراء وأفكار ويناقشها، هي تنزع به لأن ينمو ويتحسن ويؤكد ذاته.
- **الحاجة إلى التسلية والترفيه:** وهي الميل نحو تحويل أي شيء للمتعة واللهو لذاتها، وتكريس وقت الفراغ لصور مختلفة من المتعة واللعب وتفضيل الضحك.
- **الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية:** وهي رغبة الطالب في أن يكون موضع تقبل من الجماعة التي تحيط به مع رغبته نيل احترامهم وتقديرهم.
- **الحاجة إلى تحقيق الذات:** وهي رغبة الطالب في إثبات ذاته وتنمية قدراته ومهاراته مع تنمية شعوره بالاستقلالية.
- **الحاجة إلى الانتماء والمحبة:** ويقصد بها توجه الطالب نحو علاقات متزنة مع الآخرين وأصدقائه وأنه محبوب وأنه جزء من مجموعة ويشعر بالانتماء لهم.
- **الحاجة إلى الإنجاز:** تتمثل في رغبة الطالب أن يكون شخصاً قادراً على القيام بمهام وتحمل مسئوليتها دون الاكتراث بما يرد إليه من مردود مادي مقابل ، وذلك بهدف تحقيق حالة من الشعور بالإنجاز.
- **الحاجة إلى الثقافة والمعرفة:** رغبة الطالب بالتزود بالمعرفة في مجالات الحياة المختلفة والرغبة في زيادة تحصيله العلمي في مجال تخصصه.
- **الحاجة إلى الأمن النفسي:** يقصد به إدراك الطالب بأن بيئته ومجتمعه الافتراضي صديقه وودوده لا يشعر فيها بالقلق والتهديد ، وأن علاقاته الاجتماعية مشبعة ومتزنة.

- الحاجة إلى التذوق الجمالي: وهي قدرة الطالب على التمتع بقيم الكون الجمالية والتماس الجمال من حوله سواء كان مادياً أو معنوياً.

كما استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في:

- تجميع تراث نفسي حول مباحث الدراسة من خلال الاطلاع على مراجع الإطار النظري.
- تصميم أداة الدراسة المستخدمة وهي مقياس إشباع الحاجات النفسية.
- تحديد حاجات الشباب في هذه المرحلة، مما ساعد الباحثة على اختيار الحاجات التي تضمنتها الدراسة.
- لقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة وما تضمنتها من أدوات ونتائج الأمر الذي انعكس جلياً على الدراسة الحالية.
- أن للمجتمع الفلسطيني خصائصه الثقافية والدينية والاجتماعية والنفسية الخاصة به، مما ينعكس على الشباب الفلسطيني الذي يعيش ظروفًا خاصة تختلف عن باقي المجتمعات، مما يجعل الحاجات النفسية تختلف بطبيعته المجتمع، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على إشباع هؤلاء الشباب لاحتياجاتهم من خلال موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك .

أوجه التميز للدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

- تتميز الدراسة الحالية عما سبقها من دراسات بتناولها موضوع الحاجات النفسية من خلال إشباعها ، بعكس الدراسات الأخرى التي كانت تهدف إلى التعرف على الحاجات النفسية بمفهوم الحاجة والنقص.
- تميزت هذه الدراسة بتناولها لموقع الفيس بوك وعلاقته بجانب نفسي اجتماعي، حيث لم تجد الباحثة أي دراسة محلية طبقت على طلاب جامعات غزة تناولت الفيس بوك وعلاقته بالجوانب النفسية سوى دراسة جمعة (2012) بينما تناولت العديد من الدراسات المحلية موقع الفيس بوك وعلاقته بالجانب التربوي والتعليمي.

فرضيات الدراسة:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى).

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجامعة (الإسلامية، الأزهر، الأقصى).
3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الكلية (علمية، إنسانية).
4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير المعدل التراكمي (جيد، جيد جداً، ممتاز).
5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير ساعات تصفح (أقل من ساعة، من ساعة إلى ثلاث ساعات، أربع ساعات فأكثر).
6. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير نوع الصفحة (شخصية، عامة، شخصية وعامة معاً).
7. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الاسم الشخصي على شبكة الفيس بوك .
8. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد الأصدقاء (أقل من مئة، مئة وواحد إلى مئتين، مئتين وواحد إلى ثلاثمائة، ثلاثمائة فأكثر).

الفصل الرابع

إجراءات الدراسة

الفصل الرابع

إجراءات الدراسة

تعرض الباحثة في هذا الفصل الخطوات والإجراءات المتبعة في الجانب الميداني في هذه الدراسة من حيث منهجية البحث، ومجتمع الدراسة الأصلي، والعينة التي طبقت عليها الدراسة، والأدوات التي استخدمتها الباحثة بدراستها، والمعالجات الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات لاختبار صدق وثبات الأدوات والتوصل إلى النتائج النهائية للدراسة، وضمن الخطوات الاستدلالية التي زدنا بها من برنامج الدراسات العليا وحسب آليات وخطوات البحث العلمي الصحيح والمتفق عليه، للوصول إلى نتائج دقيقة يمكن لنا أن نقدمها إلى الآخرين مبسطة وذات بناء علمي، وعليه اتبعنا الخطوات الآتية :

أولاً: منهج الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وهو أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة، وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة، وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسات الدقيقة (ملحم، 2000: 324).

تصميم البحث:

بعد انتهاء الباحثة من الفصول الثلاثة الأولى، والتي اهتمت بمقدمة الرسالة، ومراجعة النظريات والأبحاث المتعلقة بالبحث والإطار المفاهيمي للرسالة، تم تحديد متغيرات الدراسة وفهم اتجاهها العلمي بشكل أكثر دقة، ومن خلال ذلك تمكنت الباحثة من اختيار وتحديد المقاييس التي طبقتها بالدراسة.

- ثم قامت الباحثة بتحديد عينة الدراسة، فقد تم اختيار عينة عشوائية طبقية من الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون الفيس بوك من محافظة قطاع غزة.
- ثم قامت الباحثة بتطبيق الأدوات على العينة الأولية بهدف حساب صدق وثبات الأدوات والتحقق من صلاحيتها للتطبيق على طلبة الجامعات.
- وبعد التأكد من صدق وثبات الأدوات المستخدمة وإبداء قبول من المحكمين قامت الباحثة بتطبيق هذه الأدوات على العينة الكلية.
- وبعد الانتهاء من التطبيق صححت الباحثة درجات طلبة الجامعات على المقياس ورصد الدرجات عليه.

- وتمت معالجة هذه الدرجات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة بهدف الحصول على النتائج المتعلقة بفروض هذه الدراسة.

ثانياً: مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من طلاب الجامعات في محافظات غزة والمنتظمين في المستوى الثالث للعام 2014-2015 والبالغ عددهم (10131) والملحق يوضح ذلك.

جدول (1)

عدد أفراد مجتمع الدراسة

م	الجامعة	العدد	%
1	الأزهر	2494	24.6
2	الإسلامية	3582	35.3
3	الأقصى	4055	40.0
	المجموع	10131	100

ثالثاً: عينة الدراسة

1. العينة الاستطلاعية:

تكونت من (40) طالب و طالبة من طلبة الجامعة (الإسلامية، الأزهر، الأقصى)، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، ليتم تقنين أدوات الدراسة عليهم من خلال الصدق والثبات بالطرق المناسبة.

2. العينة الفعلية:

تكونت عينة الدراسة الفعلية من (546) من طلاب الجامعات - المستوى الثالث والمسجلين في الفصل الثاني 2013-2014 من المجتمع الأصلي، وقد تم الاعتماد على هذه النسبة لصعوبة الوصول للعينة، وقد تم اختيارهم بالطريقة العشوائية التطبيقية، والجداول التالية توضح عينة الدراسة حسب نوع الجنس، الجامعة، الكلية، المعدل التراكمي.

جدول (2)

الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة حسب نوع الجنس

النوع	العدد	%
ذكر	191	35.0
أنثى	355	65.0

أظهرت النتائج أن أغلب أفراد العينة هم من الإناث بنسبة 65% من إجمالي العينة.

جدول (3)

الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة حسب الجامعة

الجامعة	العدد	%
الإسلامية	182	33.3
الأزهر	148	27.1
الأقصى	216	39.6

أظهرت النتائج أن نسب الطلبة في الجامعات كانت متفاوتة 33.3% من الطلاب هم من الجامعة الإسلامية، 27.1% من جامعة الأزهر، 39.6% من جامعة الأقصى.

جدول (4)

الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة حسب الكلية

الكلية	العدد	%
علمية	110	20.1
إنسانية	436	79.9

نلاحظ من الجدول أن النسبة الأكبر جاءت لعينة البحث من الكليات الإنسانية بنسبة 79.9%.

جدول (5)

الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة حسب المعدل التراكمي

المعدل التراكمي	العدد	%
جيد	178	32.6
جيد جداً	325	59.5
ممتاز	40	7.3

نلاحظ من الجدول أن نسب الطلاب حسب معدلاتهم التراكمية 7.3% للطلبة الحاصلين على تقدير الامتياز و 59.5% للطلبة الحاصلين على تقدير جيد جداً، بينما 32.6% معدلاتهم التراكمية جيد.

رابعاً: أداة الدراسة

قامت الباحثة بالاطلاع على كل ما أتيح لها من أدب تربوي وتراث سيكولوجي مرتبط بموضوع الدراسة والذي ساعدها في بلورة تعريف إجرائي للحاجات النفسية، كما اطلعت على العديد من الأدوات العربية والأجنبية والاستفادة منها في بناء الأداة وتمثلت أداة الدراسة في مقياس إشباع الحاجات النفسية لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات والذي تكون في صورته النهائية من 92 بنداً وقد بنى هذا المقياس بعد مراجعة العديد من الدراسات النظرية والإجرائية في هذا المجال.

وهنا تستعرض الباحثة المقاييس التي ساعدتها في بناء مقياس اشباع الحاجات النفسية:

أولاً: الدراسات التي تناولت الحاجات النفسية

1. مقياس ناديّة شبلاق (2002)

و يتكون من (52) فقرة ويقيس أربعاً من الحاجات النفسية، وهي: الحاجة إلى الحب ، وعدد فقراتها 13 ، والحاجة إلى الأمن العاطفي وعدد فقراتها 13 ، والحاجة إلى التقدير الاجتماعي وعدد فقراتها 13 ، والحاجة إلى تحمل المسؤولية الاجتماعية وعدد فقراتها 13 فقرة .

2. مقياس محمد دوابة (2012)

يتكون المقياس من (52) فقرة ويقيس خمساً من الحاجات ، وهي الحاجات الاقتصادية ، وعدد فقراتها 12 فقرة، والحاجة للإنجاز وتحقيق الذات وفقراتها 11 والحاجة إلى التفاعل مع الآخرين وفقراتها 12 فقرة والحاجة إلى تحقيق مكانة إجتماعية وفقراتها 12 والحاجة إلى المعرفة والثقافة وفقراتها 11 فقرة .

ثانياً: الدراسات التي تناولت الفيس بوك

1. مقياس نومار نريمان (2012)

ويتكون من (40) فقرة مقسمة إلى 3 محاور، المحور الأول يتناول عادات وأنماط استخدام الفيس بوك ، وهو مكون من 12 فقرة، المحور الثاني يتناول الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفيس بوك ويتكون من 11 فقرة، المحور الثالث يتناول طبيعة العلاقات الاجتماعية على الفيس بوك ويتكون من 17 فقرة .

2. مقياس زياد بركات وصائل صبحة (2012)

و يتكون المقياس من 35 فقرة قسمت على 3 مجالات ، وهي : مجال الدوافع الادارية ويتكون من 10 فقرات، ومجال الدوافع النفسية ويتكون من 15 فقرة ومجال الدوافع الاجتماعية ويتكون من 10 فقرات.

خطوات بناء الأداة:

- اعتمدت الباحثة في بناء أداة الدراسة على العديد من المصادر، والتي تمثلت في:
1. الاطلاع على الأدب التربوي والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة.
 2. الاستفادة من البحوث والدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة.
 3. تحديد المجالات الرئيسية التي تضمنتها الاستبانة، والفقرات التي تندرج تحت كل مجال من المجالات.
 4. إعداد استبانة أولية حيث اشتملت على (9) مجالات وصياغة الفقرات التي تقع تحت كل مجال من المجالات متضمنة (94) فقرة وملحق رقم (1) يوضح صورتها الأولية.
 5. أجرت الباحثة لقاءات مع طلاب وطالبات يمتلكون حساباً على الفيس بوك، وتحدثت معهم عن أهم الحاجات النفسية التي يشعرون أن استخدام الفيس بوك يشبعها، وبلغ عدد الطلبة 50 طالباً و50 طالبة، كما طرحت عليهم الباحثة مجموعة من الفقرات التي وضعتها لإبداء آرائهم تجاهها وحظيت أغلب العبارات بالتأييد وتم التعديل على صياغتها بما يتناسب مع الدراسة.
 6. عرض الأداة على الدكتور المشرف من أجل اختيار مدى ملاءمتها لجمع البيانات
 7. تعديل الأداة بشكل أولى حسب ما يراه المشرف
 8. عرض الأداة على (11) من المحكمين التربويين بعضهم من هيئة التدريس في الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر وجامعة الأقصى، ملحق رقم (2) يبين أعضاء لجنة التحكيم.
 9. بعد إجراء التعديلات التي أوصى بها المحكمون تم حذف (4) من فقرات لتكرارها في عدة مجالات، وتم تعديل وصياغة بعض الفقرات، وإضافة فقرتين، وبلغ عدد فقرات الأداة بصورتها النهائية (92) فقرة موزعة على (9) مجالات، حيث اعطى لكل فقرة وزن مدرج على مقياس (likert الخماسي) حسب الجدول التالي:

أعراض بشدة	أعراض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الاستجابة
1	2	3	4	5	الدرجة

وبذلك تنحصر درجات أفراد عينة الدراسة ما بين (92_460) والملحق رقم (3) يوضح الأداة في صورتها النهائية التي تتكون من (92) فقرة موزعة على تسعة مجالات.

وصف المقياس:

تكونت الأداة في صورتها النهائية من 90 فقرة للتعرف على مستوى اشباع الحاجات النفسية لمستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تم تصنيفها وفقا للمجالات التي حددتها الباحثة وهي كالآتي:

عدد الفقرات	المجال
9	الحاجة إلى التعبير عن الذات
9	الحاجة إلى التسلية والترفيه
13	الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية
10	الحاجة إلى تحقيق الذات
10	الحاجة إلى الإنجاز
13	الحاجة إلى الانتماء والمحبة
10	الحاجة إلى الثقافة والمعرفة
10	الحاجة إلى الأمن النفسي
8	الحاجة إلى التذوق الجمالي

طريقة التصحيح:

تم تصحيح المقياس على النحو الآتي:

1. قامت الباحثة بتحديد تعليمات الإجابة عن المقياس بصورة واضحة في الصفحة الأولى، بحيث يقوم الطالب بكتابة بياناته كاملة.
2. يقوم الطالب بعد ذلك بقراءة كل عبارة من عبارات المقياس، ويوجد لكل عبارة خمسة اختيارات يقوم باختيار أحدها، وهي (موافق بشدة - موافق - محايد - معارض - معارض بشدة).
3. وتعطى الإجابة ب: موافق بشدة (5 درجات)، وموافق (4 درجات)، ومحايد (3 درجات)، ومعارض (درجتان) ومعارض بشدة (درجة).

الخصائص السيكومترية للمقياس:

للتعرف على الخصائص السيكومترية للمقياس، قامت الباحثة بحساب معاملات الثبات والصدق للمقياس، وستقوم الباحثة بعرض النتائج بالتفصيل من خلال الآتي:

معاملات الصدق لمقياس الحاجات النفسية المشبعة :

للتحقق من معاملات الصدق للمقياس قامت الباحثة بحساب الصدق بطريقتين، وهما: صدق المحكمين وصدق الاتساق الداخلي، وسوف نعرضها بالتفصيل من خلال:

أ- صدق المحكمين:

عرضت الباحثة المقياس على مجموعة من المحكمين من أعضاء الهيئة التدريسية في كل من (الجامعة الإسلامية - جامعة الأزهر - جامعة الأقصى) وعلى مختصين في العلوم الانسانية والتربوية، ويوضح الملحق رقم (1) أسماء السادة المحكمين ، وقد استجابت الباحثة لملاحظات ومقترحات السادة المحكمين، وقامت بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء مقترحاتهم بعد تسجيلها في نموذج تم إعداده، وبذلك خرج المقياس في صورته النهائية ليتم تطبيقه على العينة الاستطلاعية، في صورتها قبل النهائية.

ب- صدق الاتساق الداخلي:

ويقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وتم حساب معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات كل بعد على حده والدرجة الكلية لكل بعد على حدة ، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل فقرة بالدرجة الكلية لكل بعد. ويوضح الجدول الآتي مدى ارتباط فقرات كل بعد مع الدرجة للبعد التي تنتمي له الفقرة في المقياس:

جدول (6)

معاملات الارتباط بين فقرات أبعاد مقياس الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات والدرجة الكلية لكل بعد على حدة

معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة
البعد السابع: الحاجة إلى المعرفة والثقافة		البعد الرابع: الحاجة إلى تحقيق الذات		البعد الأول: الحاجة إلى التعبير عن الذات	
** 0.442	65	**0.478	32	**0.727	1
** 0.437	66	**0.771	33	**0.534	2
** 0.439	67	**0.763	34	**0.728	3
**0.625	68	**0.613	35	**0.550	4
**0.745	69	**0.488	36	**0.498	5
**0.656	70	**0.822	37	**0.655	6
**0.607	71	**0.667	38	**0.643	7
**0.606	72	**0.801	39	**0.794	8
**0.700	73	**0.660	40	**0.773	9

معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة
**0.690	74	**0.779	41		
البعد الثامن: الحاجة إلى الأمن النفسي		البعد الخامس: الحاجة إلى الإنجاز		البعد الثاني: الحاجة إلى التسلية والترفيه	
**0.573	75	**0.660	42	**0.415	10
**0.619	76	**0.795	43	**0.606	11
**0.571	77	**0.589	44	**0.468	12
**0.684	78	**0.618	45	*0.345	13
**0.598	79	**0.702	46	**0.767	14
**0.671	80	**0.727	47	**0.579	15
**0.716	81	**0.667	48	**0.480	16
**0.436	82	**0.693	49	**0.575	17
**0.448	83	**0.574	50	**0.709	18
**0.540	84	**0.681	51		
البعد التاسع: الحاجة إلى التذوق الجمالي		البعد السادس: الحاجة إلى الانتماء و المحبة		البعد الثالث: الحاجة للتقدير والمكانة الاجتماعية	
**0.521	85	**0.500	52	*0.389	19
**0.653	86	*0.338	53	**0.463	20
**0.635	87	//0.184	54	**0.478	21
**0.754	88	**0.815	55	**0.511	22
**0.566	89	**0.671	56	**0.512	23
*0.384	90	**0.678	57	**0.427	24
**0.654	91	**0.695	58	**0.588	25
**0.569	92	**0.580	59	**0.674	26
		**0.774	60	**0.715	27
		**0.775	61	**0.626	28
		**0.557	62	**0.624	29
		**0.680	63	**0.664	30
		**0.667	64	//0.258	31

** دالة احصائيا عند 0.01 * دالة احصائيا عند 0.05 // غير دالة احصائيا

يتبين من خلال الجدول السابق أن فقرات أبعاد مقياس إشباع الحاجات النفسية تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من 0.01، وهذا يدل على أن مقياس الحاجات النفسية وفقراته يتمتع بمعامل صدق عالي ومرتفع، ما عدا الفقرات (31، 54)، فهي غير دالة إحصائياً، لذلك يجب حذفها من المقياس وفقراته.

معاملات الثبات:

للتحقق من معاملات الثبات للمقياس قامت الباحثة بحساب الثبات بطريقتين، وهما: طريقة ألفا كرونباخ، وطريقة التجزئة النصفية، وسوف نعرضها بالتفصيل من خلال التالي:

معاملات الثبات بطريقة ألفا - كرونباخ:

تم تطبيق مقياس الحاجات النفسية على عينة استطلاعية قوامها (40) من طلاب الجامعات (الاسلامية، الأزهر، الأقصى)، وبعد تطبيق المقياس تم احتساب معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات، حيث وجد أن قيمة ألفا كرونباخ للمقياس الكلي يساوي 0.956 وهذا دليل كافٍ على أن المقياس يتمتع بمعامل ثبات مرتفع. وبما أن المقياس لديه 9 أبعاد، فقد تراوحت معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ للأبعاد التسعة (0.726 - 0.885)، وهذا دليل كافٍ على أن المقياس وأبعاده لديه درجات ثبات جيدة.

معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية:

تم تطبيق مقياس الحاجات النفسية على عينة استطلاعية قوامها (40) من طلاب الجامعات (الاسلامية، الأزهر، الأقصى)، وبعد تطبيق المقياس تم حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية، حيث تم قسمة بنود المقياس إلى نصفين، وكذلك بنود كل بعد إلى قسمين، حيث تم حساب معامل الارتباط بين مجموع فقرات النصف الأول ومجموع فقرات النصف الثاني للمقياس، وكذلك لكل بعد على حدة، فقد بلغ معامل ارتباط بيرسون للمقياس الكلي 0.817، وبعد استخدام معادلة سييرمان- براون المعدلة أصبح معامل الثبات (0.889)، حيث تراوحت معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية لأبعاد المقياس بين (0.494 - 0.861)

مما سبق يتبين أن المقياس بفقراته يتمتع بمعامل ثبات عالٍ جداً، كما في جدول رقم (7)، مما يشير إلى صلاحية المقياس لقياس الأبعاد المذكورة أعلاه، وبذلك **تعتمد الباحثة** هذا المقياس كأداة لجمع البيانات وللإجابة على فروض وتساؤلات الدراسة.

جدول (7)

الثبات بطريقة ألفا كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية لمقياس إشباع الحاجات النفسية

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	طريقة التجزئة النصفية	
				معامل بيرسون	معامل سبيرمان براون
1	البعد الأول: الحاجة التعبير عن الذات	9	0.835	0.625	0.769
2	البعد الثاني: الحاجة إلى التسلية والترفيه	9	0.726	0.576	0.731
3	البعد الثالث: الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية	12	0.769	0.486	0.654
4	البعد الرابع: الحاجة إلى تحقيق الذات	10	0.885	0.756	0.861
5	البعد الخامس: الحاجة إلى الإنجاز	10	0.858	0.651	0.788
6	البعد السادس: الحاجة إلى الانتماء والمحبة	12	0.867	0.680	0.809
7	البعد السابع: الحاجة إلى المعرفة والثقافة	10	0.802	0.378	0.558
8	البعد الثامن: الحاجة إلى الأمن النفسي	10	0.786	0.507	0.672
9	البعد التاسع: الحاجة إلى التدوق الجمالي	8	0.743	0.328	0.494

خامساً: الأساليب الإحصائية

قامت الباحثة بتفريغ وتحليل الاختبار من خلال برنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS 2010)، ولإجراء معاملات الصدق والثبات تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية :

1. إحصاءات وصفية منها: النسبة المئوية والمتوسط الحسابي .
2. المتوسط الحسابي النسبي (الوزن النسبي): ويفيد في معرفة مقدار النسبة المئوية لكل مجال من المجالات.
3. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لمعرفة ثبات فقرات الاختبار، والانحراف المعياري يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي بهدف معرفة تكرار فئات متغير ما ويفيد الباحث في وصف متغيرات الدراسة.
4. معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية (Split half methods): ويستعمل للتأكد من أن الاستبانة لديها درجات ثبات مرتفعة.
5. معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient): للتحقق من صدق الاتساق الداخلي بين فقرات الاختبار والدرجة الكلية للاستبانة ولقياس درجة الارتباط. يستخدم هذا الاختبار لدراسة العلاقة بين المتغيرات.

كما استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التالية للتوصل لنتائج الدراسة:

1. اختبار ت (T-Test): لبيان دلالة الفروق بين متوسطات عينتين مستقلتين: وذلك للتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع (ذكر، أنثى).
2. تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA): لبيان دلالة الفروق بين متوسطات ثلاث عينات فأكثر، للتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للمتغيرات الديموغرافية.
3. اختبار شيفيه: لمعرفة اتجاه الفروق ودلالاتها بين فئات كل متغير من متغيرات العوامل الديموغرافية وتأثيرها على مجالات الاستبانة.

سادساً: إجراءات الدراسة:

1. إعداد الإطار النظري للدراسة حيث قامت الباحثة بمراجعة ما أتيج لها من الأدب التربوي والسيكولوجي والاجتماعي، المرتبط بمتغيرات الدراسة، والذي ساعد الباحثة على تكوين خلفية علمية لموضوع الدراسة.
2. جمع وإعداد الدراسات السابقة للاستفادة منها في فروض الدراسة، وإعداد أدواتها، قامت الباحثة بالرجوع إلى بعض الدراسات والأبحاث المحلية والعربية والعالمية ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة، للاستفادة منها في بناء الأدوات.
3. إعداد أداة الدراسة من تلك المصادر، وفي ضوء التعريف الإجرائي لمتغير الدراسة قامت الباحثة بصياغة مجموعة من الفقرات وبعد إعداد الأداة وصياغة فقراتها بأسلوب واضح ومفهوم، ومراجعتها لغوياً، تم عرضها على مجموعة من أساتذة علم النفس في جامعات قطاع غزة وذلك للتأكد من أن الفقرات تقيس ما وضعت لقياسه.
4. قامت الباحثة بتصحيح الأدوات ورصد الدرجات لإجراء المعالجة الإحصائية، حيث تم بعدها معالجة البيانات إحصائياً للحصول على النتائج.
5. مناقشة نتائج الدراسة وتفسيرها ومحاولة ربطها بنتائج دراسات سابقة.

الفصل الخامس

نتائج الدراسة وتفسيرها

الفصل الخامس

نتائج الدراسة وتفسيرها

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة، وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة، واستعراض أبرز نتائج الاستبانة التي تم التوصل إليها من خلال تحليل فقراتها، بهدف التعرف على درجات اشباع الحاجات النفسية من خلال استخدام الطلبة لشبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك وأثر ذلك على متغيرات الدراسة التي اشتملت على (الجنس، الجامعة، الكلية، المعدل التراكمي، نوع الصفحة، طبيعة اسم المستخدم، ساعات الاستخدام اليومي) وتم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من استبانة الدراسة باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات التربوية (SPSS) للحصول على نتائج الدراسة وفيما يلي عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، وسيتم عرض النتائج الخاصة بتساؤلات الدراسة ثم عرض النتائج الخاصة بفرضيات الدراسة.

أولاً: تساؤلات الدراسة:

التساؤل الأول: ما مستوى الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات؟

للتعرف على درجة الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات، قامت الباحثة بحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لمقياس الحاجات النفسية، والنتائج المتعلقة بهذا التساؤل موضحة من خلال الجدول التالي:

جدول (8)

يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لأبعاد مقياس إشباع الحاجات النفسية لمستخدمي شبكة الفيس بوك من طلبة الجامعات

الترتيب	%	الانحراف المعياري	المتوسط	الدرجة الكلية	عدد الفقرات	الأبعاد
4	78.50	5.11	35.33	45	9	البعد الأول: الحاجة إلى التعبير عن الذات
8	73.57	5.28	33.11	45	9	البعد الثاني: الحاجة إلى التسلية والترفيه
6	76.64	6.88	45.99	60	12	البعد الثالث: الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية
5	78.16	5.83	39.08	50	10	البعد الرابع: الحاجة إلى تحقيق الذات
7	74.57	6.49	37.28	50	10	البعد الخامس: الحاجة إلى الإنجاز
3	79.55	6.48	47.73	60	12	البعد السادس: الحاجة إلى الانتماء والمحبة
1	83.87	5.09	41.93	50	10	البعد السابع: الحاجة إلى المعرفة والثقافة
9	71.90	6.50	35.95	50	10	البعد الثامن: الحاجة إلى الأمن النفسي
2	81.14	4.40	32.46	40	8	البعد التاسع: الحاجة إلى التذوق الجمالي
77.53%		39.76	348.86	450	90	الحاجات النفسية المشبعة

يتم حساب الوزن النسبي بقسمة الوسط الحسابي لكل بعد على الدرجة الكلية لكل بعد ثم ضرب الناتج في 100.

- أظهرت النتائج إلى أن درجة الحاجات النفسية المشبعة لدى الطلبة من خلال استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك جاءت بوزن نسبي 77.53%، كما أظهرت النتائج أن إشباع الحاجة للمعرفة والثقافة كانت بوزن نسبي بلغ 83.87%، وجاءت في المرتبة الأولى، ويليهما في المرتبة الثانية درجة إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي بوزن نسبي بلغ 81.14%، وثم في المرتبة الثالثة كانت درجة إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة بوزن نسبي 79.55%، وفي المرتبة الرابعة درجة إشباع التعبير عن الذات بوزن نسبي بلغ 78.5%، وفي المرتبة الخامسة درجة إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات بوزن نسبي بلغ 78.16%، ويليهما في المرتبة السادسة درجة إشباع الحاجة للتقدير والمكانة الاجتماعية وبوزن نسبي 76.64%، وجاءت في المرتبة السابعة إشباع الحاجة للإنجاز بوزن نسبي 74.57%، وفي المرتبة الثامنة درجة إشباع الحاجة

للتسليية والترفيه بوزن نسبي 73.57%، وأخيراً كان درجة إشباع الحاجة للأمن النفسي بوزن نسبي 71.9%.

- وترى الباحثة من خلال النتائج أن نسبة إشباع شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك للحاجات النفسية بلغت 77.53% وهذا مؤشر هام لأهمية ما تمثله شبكات التواصل في حياة الشباب الجامعي، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك يوفر بيئة افتراضية اجتماعية للطلبة تمكنهم من التعبير عن أنفسهم، وإثبات ذواتهم بكل سهولة إذا ما قارناها مع البيئة الواقعية، كما أنه يلبي حاجات متعددة لمستخدميه على اختلاف أعمارهم وأنواعهم وتوجهاتهم وميولهم وأذواقهم، بالإضافة إلى جودة العرض وسهولة الاتصال والتواصل والاستخدام.
- جاءت في المرتبة الأولى إشباع الحاجة للمعرفة والثقافة، وترى الباحثة أن ذلك يعود لطبيعة المرحلة العمرية للطلبة الجامعيين والتي تتسم بشغف التعلم والمعرفة والاستكشاف المهني، فجميعها تمثل دافعاً قوياً وراء استخدام الشباب للفيس بوك، كما يمثل الفيس بوك مصدراً هاماً للعديد من المعلومات العلمية من خلال تطبيقات وحسابات تعود لمؤسسات خاصة وحكومية، إعلامية و تربوية، كما ويمثل حلقة وصل بين المستخدمين من الطلبة والمجموعات التي تجمعهم نفس الاهتمامات والميول العلمية ومما يؤدي إلى إشباع حاجاتهم العلمية المتنوعة فيشعرون بأنهم يحصلون على المعلومات اللازمة لتعلمهم من جهة وللمعلومات التي تهمهم شخصياً ويريدون معرفتها لحل مشكلاتهم اليومية بأقل جهد ووقت، كما وترى الباحثة أن شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك يمثل ملتقى لعدة مستخدمين من ثقافات مختلفة مما يساعد الطلبة على الانفتاح الثقافي بشكل واسع خاصة أن قطاع غزة يعاني من الحصار وإغلاق المعابر فلا يستطيع الطلبة إشباع حاجاتهم المعرفية والثقافية من خلال الزيارات والرحلات والسفر والتبادل الثقافي، إنما يسعى لإشباع حاجاته من خلال الاحتكاك الثقافي في شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك.

- وقد اتفقت هذه الدراسة مع نتائج دراسة (قزان، 2000) حيث جاءت الحاجة إلى الثقافة والمعرفة في المرتبة الأولى ضمن الحاجات التي يسعى طلاب وطالبات الجامعة لإشباعها، كما اتفقت مع دراسة (الصبحي، 2013) والتي أكدت بأن الحاجة إلى الثقافة والمعرفة كانت من أولى الحاجات مرتبة حسب الأهمية لدى طالبات الجامعة، ودراسة (العتيبي، 2008) التي جاءت بأنه من أهم آثار الفيس بوك رفع المستوى الثقافي وزيادة التحصيل العلمي ودراسة (جمعة، 2012) والتي أكدت أن الدوافع الأكاديمية هي الدافع الأقوى حيث حصلت على نسبة 73.8% ودراسة (أبو ليلة، 1995) والتي جاءت بأن الحاجة إلى الثقافة والمعرفة هي من أولى الحاجات النفسية التي

يبحث الشباب القطري والشباب المصري، ودراسة (أزلول ومازمان، 2011) التي أكدت أن الشباب يستخدمون الفيس بوك لأغراض تربوية وتعليمية، ودراسة (منصور، 2012) حيث وجدت أن من أهم الإشباعات يحققها الشباب الجامعي من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، هي الحاجات المعرفية.

واختلفت مع دراسة (نومار، 2012) التي جاءت بأن دوافع التسلية والترفيه من أقوى دوافع استخدام الفيس بوك.

• كما جاء إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي في المرتبة الثانية، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك يتيح للطلبة من المستخدمين أن يشاهدوا ويطلعوا على كم هائل من الأشياء التي لا يستطيعون رؤيتها على أرض الواقع، فالطالب الجامعي في زمننا الحاضر الذي يتسم بالتطور التكنولوجي الذي انعكس بدوره على سهولة التقاط الصور وعرضها على صفحات شبكة الفيس بوك، مما يتيح للطلبة الاطلاع على الصور والمناظر الطبيعية ومشاهدة هوايات الآخرين وكتاباتهم وأهم أعمال المشاهير والكتاب والعلماء والفنانين والموهوبين والقادة من مختلف أنحاء العالم مما ينمي لديه قدرة على التذوق الجمالي والتماس الجمال، وإشباع حاجتهم للتذوق الجمالي.

• أما المرتبة الثالثة كانت درجة إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة بوزن نسبي 79.55%، وترى الباحثة أن الحاجة للانتماء والمحبة تتمثل في أن يبحث الإنسان عن القرب من الآخرين كالأصدقاء والأقارب والمجتمع ويعمل الفيس بوك على إشباع هذه الحاجات كونه موقع تواصل اجتماعي بالدرجة الأولى ويوفر بيئة تواصل وربط بين الأفراد بعضهم ببعض من نفس المجتمع أو من خلال مجتمعات وثقافات مختلفة كما يوفر الفيس بوك تطبيقات وأدوات تشعر الشخص بنوع من الانتماء إلى جماعة معينة أو فريق يشاركه نفس الإهتمامات والآراء، كما اهتم الفيس بوك بتذكير الآخرين بالمناسبات الخاصة كأعياد الميلاد والانتقال من حالة اجتماعية لأخرى، كما في حالة الخطوبة أو الزواج، وهذا يبرر ما نشاهده على الفيس بوك من الدعوات للتخرج والزواج وبالتالي تقديم التهاني والتبريكات من الآخرين مما يوطد العلاقات ويعمق الشعور بالمحبة والانتماء بين المستخدمين بعضهم ببعض، كما أن مفهوم الانتماء له شكل خاص يزداد لدى الشعب الفلسطيني في الداخل والخارج، لأننا نشعر بالتهديد المباشر من العدو الإسرائيلي لكي نونتنا ووجودنا بشكل جمعي مما يزيد من إحساس الفرد ودفاعيته لإظهار انتمائه لوطنه ولشعبه كسلوك مضاد لما قامت وتقوم به إسرائيل من اعتداءات متكررة، وهذا يفسر ما نراه بكثرة عبر مواقع التواصل من صور و مشاركات، تدل على الانتماء للوطن وللشعب وللمقاومة من

رموز وطنية سواء أكانت مدن أو مساجد (كالمسجد الأقصى وقبة الصخرة) أو شعارات وحملات تضامن مع الأسرى، أو تمجيد الشهداء، أو تشييد بأداء المقاومة.

• أما الحاجة الرابعة من حيث الإشباع جاءت الحاجة إلى التعبير عن الذات بوزن نسبي 78.50%، فالفيس بوك يتيح للمستخدمين عرض كل ما يجول بخاطرهم على الحائط سواء كانت أفكار أو معلومات أو صور أو فيديو، ليتمكن الأصدقاء من مشاهدته، كما يتيح خدمة الدردشة و التواصل مع الآخرين وإقامه حوار معهم، بل ركز الفيس بوك أيضا على ابداء مشاعر (الفرح - الحزن - الضحك - البكاء) وغيرها من خلال صور ورموز. ويتيح الفيس بوك للمستخدمين ابلاغ أصدقائهم بما يفعلونه حالياً ومع من كانوا كما أن خدمه "متابعة المنشورات" تتيح للمستخدمين التفاعل وتكثيف الردود مما يتيح التعبير عن النفس بشكل أكبر.

• بينما احتل إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات المرتبة الخامسة بوزن نسبي 78.16%، وهي حسب نظرية (Maslow) من الحاجات التي لا يصل الإنسان إلى إشباعها إلا إذا حقق إشباع للحاجات التي تسبقها وهي (الحاجة إلى الحب، والانتماء والتقدير، والمكانة الاجتماعية، والحاجة للأمن) حتى لو كان إشباعاً جزئياً، وتحقيق الذات تشير إلى تلبية احتياجات الفرد، وأن يكون كائناً حقيقياً يعيش في سلام خاص مع نفسه، وتجعل الفرد في حاله دائمه من الطموح والتوجه نحو أهداف معينة وشعوره بتقديره لنفسه واستقلاليتها وأن لديه قدره على اوصول رسالة أو فكرة وتبنى المبادئ والقيم، وترى الباحثة أن الفيس بوك يتيح للشخص التعبير عن كل أفكاره ومبادئه وقيمه ويتبنى قضايا مجتمعية، ومن ثم يلاقي ترحيباً وتأييداً لمجموعة كبيرة من الأصدقاء والمشاركين والمعجبين أكثر مما تتيحه الوسائل الأخرى، وهذا يعمل على تنميه شعوره بتحقيق الذات.

• جاء في الترتيب السادس للحاجات من حيث الإشباع الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية بوزن نسبي 78.50%، وترى الباحثة أن الفيس بوك قد أبدع في تلبية حاجة المستخدمين للتقدير والاحترام والقبول من الآخرين مما ينعكس على اكتساب المستخدمين لاحترام ذواتهم، حيث يتيح الفيس بوك ابداء الرأي والإعجاب بما يعرضه وينشره المستخدم على صفحاتهم خلال أيقونة (like) أو المشاركة والتأييد من خلال الضغط على (share) كذلك قام الفيس بوك في نوفمبر 2014 بإطلاق خدمة جديدة أطلق عليها اسم (say Thanks) والهدف منها إرسال بطاقات فيديو شخصية للأصدقاء و الأقارب بهدف توجيه الشكر لهم.

• أما في المرتبة السابعة من حيث درجة إشباع الحاجات النفسية جاءت الحاجة إلى الإنجاز بوزن نسبي 74.57%، وترى الباحثة أن مرحلة الارتقائية لطلبة الجامعات تتسم بالقوة والدافعية، ومع الرغبة في العمل والإنجاز وأن الفيس بوك يعمل على إشباع هذه الحاجة من خلال بعض

التطبيقات التي تمكن المستخدمين من إنشاء مناسبة أو لقاء أو موعد، ويقدمون الدعوات للأخريين ويتلقون الردود ممن تم دعوتهم بالحضور من عدمه، كما يتيح الفيس بوك للمستخدمين متابعة صفحاتهم ونشر الفيديو والصور والتعليق على الصفحات العامة، والتفاعل مع المجموعات والقضايا المطروحة للنقاش ، هذا يشبع حاجة المستخدمين للإنجاز من خلال متابعة أعمال محده وبشكل يومي.

• وجاء إشباع الحاجة إلى التسلية والترفيه في المرتبة قبل الأخيرة بوزن نسبي 73.57% وترى الباحثة أن التسلية والترفيه أمر ضروري للخروج من حالة الرتابة والملل في حياة الطلبة الجامعية، خاصة وأنها تمتاز أكثر بالجدية والإنجاز فيجاء الطالب في الفيس بوك ملاذاً لبعض الأوقات المسلية من خلال الألعاب الجماعية منها أو الفردية لا سيما أن بعض هذه الألعاب تقوم على عنصر الإثارة والتحدى، مما يزيد من دافعية الفرد للتحدى وإثبات قدراته، ومنها على سبيل المثال (سيف المعرفة، المزرعة السعيدة) كما أن الطلبة قد يشعرون بالتسلية من خلال متابعة الفيديوهات والمواضيع المسلية، وصفحات التسلية والترفيه ، وتعزو الباحثة حصول التسلية والترفيه على المرتبة قبل الأخيرة إلى أن طلبة الجامعة تتسم حياتهم بالوتيرة السريعة ، والجد ، والاجتهاد ، والإنجاز أكثر من الحاجة للتسلية والترفيه مقارنة بمراحل عمرية أخرى، وإلى عدم وجود أوقات كافية لإشباع حاجاتهم للتسلية.

• وجاء في المرتبة التاسعة والأخيرة إشباع الحاجة إلى الأمن النفسي، حيث جاءت بوزن نسبي 71.90% ، وتعزو الباحثة ذلك ربما لشعور الطلبة من المستخدمين إلى عدم محافظة الفيس بوك على خصوصيتهم بالشكل المطلوب والملائم لثقافتنا الإسلامية والعربية، بالإضافة إلى ما يثار حول ملكية موقع الفيس بوك وإمكانية مراقبته من خلال استخبارات العدو، خاصة بعد ما نشر بعض اعترافات العملاء بأن تجنيدهم كان من خلال شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وقد يزيد من عدم الشعور بالأمان النفسي ما ينتشر من أسماء وهمية وغير حقيقية. وبعض التزوير والكذب حتى في حقيقة جنس المشترك ، فقد يكون من فئة الذكور ويدعي أنه أنثى، أوالعكس كما أن الطلبة قد لا يشعرون بالأمان مع الأفراد الذين يصادقونهم عبر الفيس بوك ولا تربطهم علاقة حقيقية خارجية .

التساؤل الثاني: ما هي عادات و أنماط الطلبة في استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك ؟

جدول (9)

سنوات استخدام الطلبة لشبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

المتغيرات	N	%
سنة	104	19.0
سنتين	113	20.7
ثلاثة فأكثر	329	60.3

نلاحظ أن أغلب الطلبة يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك منذ ثلاث سنوات فأكثر حيث جاءت نسبتهم 60.3 % أما الطلبة الذين يستخدمون الفيس بوك منذ سنة جاءت نسبتهم 19.0 % بينما الذين يستخدمونه منذ سنتين يمثلون نسبة 20.7%، و يلاحظ أن أكثر من نصف العينة يستخدمون شبكة الفيس بوك لأكثر من 3 سنوات و هذا يعني أن الطلبة يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك منذ بداية التحاقهم بالجامعة.

جدول (10)

الساعات اليومية التي يقضيها الطلبة في لتصفح شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

المتغيرات	N	%
أقل من ساعة	113	20.7
واحد لثلاثة	314	57.5
أربعة أو أكثر	119	21.8

ساعات الاستخدام اليومية: أظهرت النتائج أن أغلب الطلبة يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من ساعة إلى ثلاثة ساعات يومياً حيث شكلت نسبتهم 57.5%.

جدول (11)

عدد أصدقاء الطلبة على شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

المتغيرات	N	%
أقل من مئة	183	33.5
مئة الى مئتين	180	33.0
مئتين الى ثلاثمئة	110	20.1
ثلاثمئة فأكثر	73	13.4

نلاحظ من الجدول أن النسبة الأكبر للطلبة الذين يملكون أصدقاء على شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك أقل من مئة صديق ، يمثلون نسبة 33.5% بينما الذين يملكون عدد أصدقاء من مئة إلى مئتين جاءت نسبتهم 33.0% ، والذين يملكون عدد أصدقاء ما بين مئتين إلى ثلاثمئة جاءت نسبتهم 20.1% وجاءت أقل نسبة لمن يملكون عدد ثلاثمئة فأكثر بنسبة 13.4% .
و تعتبر الصداقة في شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من أهم الخدمات التي تدعم العلاقات الاجتماعية ، حيث تتيح الشبكة للمستخدمين تقديم طلب إضافة صديق، كما تتيح خاصية الموافقة و قبول الطلب أو رفضه ، وهو ما يجعل عدد الأصدقاء محدوداً بالنسبة للبعض ممن لا يضيفون أي أحد إلى قوائمهم في حين يكون العدد كبير لمن يسعون للتعرف على أكبر عدد من الأشخاص ، وترى الباحثة أن عدد الأصدقاء يتيح فرصة التفاعل من خلال المشاركات و التعليقات والإعجابات.

جدول (12)

طبيعة الاسم الشخصي على شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

المتغيرات	N	%
حقيقي	379	69.4
مستعار	87	15.9
شبه حقيقي	80	14.7

نلاحظ أن أغلب الطلبة من الذين يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك يستخدمونه باسمهم الحقيقي وذلك بنسبة 69.4%، وترى الباحثة أن صدق الهوية في شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك يشير إلى أن الطلبة يبحثون عن علاقات و صداقات حقيقية، فيحرصون على أن يجدهم من يبحث عنهم من أصدقاء، كما أن استخدام الاسم الحقيقي يخلق نوعاً من الثقة بين المستخدمين، بينما الذين يستخدمون أسماء مستعارة أو وهمية يميلون إلى استخدام الموقع من أجل التسلية و الترفيه أو تقمص شخصيات غير شخصيتهم.

جدول (13)

أداة تصفح شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

المتغيرات	N	%
حاسوب منزلي	99	18.1
حاسوب متنقل	95	17.4
هاتف ذكي	80	14.7
طرق متعددة	272	49.8

نلاحظ أن معظم الطلبة يتصفحون شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من خلال طرق متعددة بنسبه 49.8% ،حيث يمكن للطلبة تصفح شبكة الفيس بوك من خلال أجهزة الحاسوب المتقلة

و الهواتف الذكية، وتعدد هذه الأدوات يجعل لديهم القدرة على تصفح شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك في أي وقت.

ثانياً: فرضيات الدراسة:

الفرض الأول: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لنوع الجنس.

ولاختبار صحة هذه الفرضية تم استخدام اختبار ت لعينتين مستقلتين لدراسة الفروقات في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات (ذكور، إناث)، والنتائج المتعلقة بهذه الفرضية موضحة من خلال الجدول الآتي:

جدول (14)

يوضح نتائج اختبار ت لعينتين مستقلتين لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لنوع الجنس

الأبعاد	نوع الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات	ذكر	191	35.46	5.38	.434	//0.665
	أنثى	355	35.26	4.97		
إشباع الحاجة إلى التسلية	ذكر	191	32.68	5.67	-1.406	//0.160
	أنثى	355	33.34	5.05		
إشباع الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية	ذكر	191	46.56	7.30	1.433	//0.152
	أنثى	355	45.68	6.64		
إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات	ذكر	191	38.97	5.53	-.335	//0.738
	أنثى	355	39.14	5.99		
إشباع الحاجة إلى الإنجاز	ذكر	191	37.77	6.27	1.283	//0.200
	أنثى	355	37.02	6.61		
إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة	ذكر	191	47.41	6.79	-.839	//0.402
	أنثى	355	47.90	6.31		
إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة	ذكر	191	41.43	5.61	-1.685	//0.092
	أنثى	355	42.20	4.77		
إشباع الحاجة إلى الأمن النفسي	ذكر	191	36.57	6.24	1.641	//0.101
	أنثى	355	35.61	6.63		
إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي	ذكر	191	32.14	4.82	-1.254	//0.210
	أنثى	355	32.63	4.15		
الحاجات النفسية المشبعة	ذكر	191	348.98	41.32	0.055	//0.956
	أنثى	355	348.79	38.95		

** دالة احصائية عند 0.01 * دالة احصائية عند 0.05 ‖ غير دالة احصائية

تبين من خلال الجدول السابق ما يأتي:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)

تعزو الباحثة هذه نتيجة عدم وجود فروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة بين الإناث والذكور إلى أن الطلبة من الذكور والإناث في غزة يعيشون نفس الظروف المجتمعية، وينحصر في فئة عمرية واحدة، ولطبيعة المرحلة التعليمية الجامعية فجميعهم في المستوى الثالث بالإضافة إلى ما تتمتع به شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من العالمية ومناسبته لكل الفئات واتاحته لجميع المستخدمين بإيجاد ملاذهم فيه كل ذلك عوامل ساهمت في جعل إشباع الحاجات النفسية من خلال استخدام الفيس بوك متساوٍ تقريباً بين الإناث و الذكور.

- وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (الوطيان وآخرين 2011)، حيث أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في العديد من الحاجات ومنها الحاجة إلى توكيد الذات، والحاجة إلى الإنجاز، والحاجة إلى الانتماء، ودراسة (منصور، 2012)، في عدم وجود أي فروق في الإشباع التي يحققها الشباب من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس.

الفرض الثاني: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجامعة.

ولاختبار صحة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لدراسة الفروقات في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجامعة (الإسلامية، الأزهر، الأقصى)، والنتائج المتعلقة بهذه الفرضية موضحة من خلال الجدول الآتي:

جدول (15)

يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجامعة

المقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات	بين المجموعات	235.423	2	117.712	4.564	**0.011
	داخل المجموعات	14004.5	543	25.7911		
	المجموع	14240	545			
إشباع الحاجة إلى التسلية	بين المجموعات	76.5778	2	38.2889	1.37615	0.253
	داخل المجموعات	15108	543	27.8233		
	المجموع	15184.6	545			
إشباع الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية	بين المجموعات	171.922	2	85.961	1.8199	0.163
	داخل المجموعات	25648	543	47.2338		
	المجموع	25819.9	545			
إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات	بين المجموعات	667.9	2	333.95	10.166	**0.0001
	داخل المجموعات	17837.4	543	32.8497		
	المجموع	18505.3	545			
إشباع الحاجة إلى الانجاز	بين المجموعات	609.837	2	304.919	7.3991	**0.001
	داخل المجموعات	22377.2	543	41.2102		
	المجموع	22987	545			
إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة	بين المجموعات	616.88	2	308.44	7.52038	**0.001
	داخل المجموعات	22270.5	543	41.0139		
	المجموع	22887.4	545			
إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة	بين المجموعات	110.377	2	55.1883	2.14063	0.119
	داخل المجموعات	13999.2	543	25.7813		
	المجموع	14109.6	545			
إشباع الحاجة إلى الأمن النفسي	بين المجموعات	165.604	2	82.8018	1.96398	0.141
	داخل المجموعات	22893	543	42.1601		
	المجموع	23058.6	545			
إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي	بين المجموعات	126.158	2	63.079	3.28733	*0.038
	داخل المجموعات	10419.4	543	19.1885		
	المجموع	10545.5	545			
الحاجات النفسية المشبعة	بين المجموعات	20996.05	2	10498.02	6.782614	** 0.001
	داخل المجموعات	840446.8	543	1547.784		
	المجموع	861442.9	545			

|| غير دالة احصائيا

* دالة احصائيا عند 0.05

** دالة احصائيا عند 0.01

تبيين من خلال الجدول السابق ما يأتي :

- لوحظ وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجامعة (الإسلامية، الأزهر، الأقصى)، ولكشف الفروق بين المجموعات، تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في حالة تجانس التباين، فقد لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من طلاب جامعة الأقصى لديهم إشباع الحاجات النفسية أكثر من طلاب الجامعة الإسلامية، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.
- لوحظ وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات، وتحقيق الذات، والانتماء والمحبة، والانجاز والتذوق الجمالي) لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجامعة (الإسلامية، الأزهر، الأقصى)، ولكشف الفروق بين المجموعات، تم استخدام اختبار (شيفيه) للمقارنات البعدية في حالة تجانس التباين، فقد لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من طلاب جامعة الأقصى لديهم درجة إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات وتحقيق الذات والانتماء والمحبة والانجاز والتذوق الجمالي أكثر من طلاب الجامعة الإسلامية، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.
- **وتفسر الباحثة هذه النتيجة** بأن وسائل إشباع الحاجات النفسية متعددة ومتنوعة ولا تقتصر على وسيلة واحدة ومن خلال عملها في بيئة جامعية ترى بأن الجامعات الفلسطينية قد تختلف في احتضانها للبيئة الخصبة التي تساهم في إشباع احتياجات الطلبة النفسية والاجتماعية والأكاديمية ومن المتوقع أن لذلك دوراً في اختلاف درجة إشباع الفيس بوك للحاجات السابقة لصالح جامعة الأقصى، وترى الباحثة أنه يوجد وسائل أخرى قد يشبع من خلالها الطلبة في الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر حاجاتهم النفسية مثل الأنشطة اللامنهجية، والمسابقات الثقافية، والدورات التدريبية مما يساهم في إشباع حاجات الطلبة وعدم اقتصارها على شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات إشباع الحاجة إلى التسلية والترفيه، والتقدير والمكانة الاجتماعية، والمعرفة والثقافة والأمن النفسي لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجامعة (الإسلامية، الأزهر، الأقصى).

جدول (16)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في درجات الحاجات النفسية المشبعة تعزى لمتغير الجامعة

المقارنات البعدية			المتوسط	العدد	الجامعة	البعد
3	2	1				
** 0.012	0.181	1	34.44	182	الإسلامية	إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات
0.667	1		35.47	148	الأزهر	
1			35.97	216	الأقصى	
** 0.001	0.341	1	37.82	182	الإسلامية	إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات
** 0.001	1		38.75	148	الأزهر	
1			40.38	216	الأقصى	
** 0.001	0.221	1	35.97	182	الإسلامية	إشباع الحاجة إلى الإنجاز
0.192	1		37.02	148	الأزهر	
1			38.48	216	الأقصى	
0.001	0.119	1	35.97	182	الإسلامية	إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة
0.321	1		37.02	148	الأزهر	
1			38.48	216	الأقصى	
** 0.038	0.480	1	31.85	182	الإسلامية	إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي
0.511	1		32.44	148	الأزهر	
1			32.98	216	الأقصى	

** دالة احصائيا عند 0.01 * دالة احصائيا عند 0.05 ∥ غير دالة احصائيا

الفرض الثالث: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى للكلية (علمية، إنسانية). ولاختبار صحة هذه الفرضية تم استخدام اختبار ت لعينتين مستقلتين لدراسة الفروقات في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات لمتغير الكلية (علمية، إنسانية)، والنتائج المتعلقة بهذه الفرضية موضحة من خلال الجدول الآتي:

جدول (17)

يوضح نتائج اختبار ت لعينتين مستقلتين لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الكلية (علمية، إنسانية)

الأبعاد	الكلية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات	علمية	110	34.50	5.77	-1.901	.058
	إنسانية	436	35.53	4.92		
إشباع الحاجة إلى التسلية	علمية	110	32.51	5.42	-1.333	.183
	إنسانية	436	33.26	5.24		
إشباع الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية	علمية	110	45.28	7.10	-1.200	.231
	إنسانية	436	46.16	6.82		
إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات	علمية	110	37.61	6.19	-2.989	**.003
	إنسانية	436	39.45	5.68		
إشباع الحاجة إلى الإنجاز	علمية	110	36.17	6.81	-2.014	*.045
	إنسانية	436	37.56	6.39		
إشباع الحاجة إلى الإنتماء والمحبة	علمية	110	46.65	7.18	-1.954	.051
	إنسانية	436	48.00	6.27		
إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة	علمية	110	41.58	4.83	-.812	.417
	إنسانية	436	42.02	5.15		
إشباع الحاجة إلى الأمن النفسي	علمية	110	34.72	6.83	-2.228	*.026
	إنسانية	436	36.26	6.39		
إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي	علمية	110	32.05	4.56	-1.101	.272
	إنسانية	436	32.56	4.36		
الحاجات النفسية المشبعة	علمية	110	341.07	43.01	-2.307	* 0.021
	إنسانية	436	350.32	38.70		

** دالة احصائيا عند 0.01 * دالة احصائيا عند 0.05 || غير دالة احصائيا

تبين من خلال الجدول السابق ما يأتي :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الكلية لصالح طلبة الكليات الإنسانية.

• لوحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات ، وتحقيق الذات، والإنجاز، والأمن النفسي، لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لنوع الكلية (علمية، إنسانية) لصالح طلبة الكليات الإنسانية .

• وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى أن طلبة الكليات الإنسانية يشبعون حاجاتهم النفسية من خلال قنوات ووسائل أخرى مثل الأنشطة الجامعية وغيرها، كما أن طبيعة تخصصاتهم الإنسانية تتيح لهم إشباع حاجاتهم من خلال الاحتكاك الاجتماعي الناتج عن طبيعة تخصصهم الأدبي والإنساني، فعلى سبيل المثال طلاب كلية التربية قد يشبعون حاجاتهم من خلال تدريبهم العملي. كما ترى الباحثة أن طلبة الكليات العلمية تشغلهم دراستهم ، و ترهقهم متابعة المعامل والمشاريع، فأوقات فراغهم قليلة مقارنة بطلاب الكليات الإنسانية لذلك هم بحاجة إلى إشباع حاجاتهم من خلال وسائل بسيطة وسريعة تتوفر لهم في كل وقت مثل الفيس بوك ، وهذا ما يدل على إشباع حاجتهم للتعبير عن الذات أكثر من طلبة الكليات الإنسانية، كما أن طلبة الكليات العلمية عادة ما يكونون من المتفوقين خلال حياتهم العلمية قبل الجامعة ، وهذا يساهم في اعتدادهم بأنفسهم وبقدراتهم.

• وتفسر الباحثة أن اشباع الحاجة إلى الأمن لدى طلبة الكليات العلمية ربما يعود لتمتعهم بثقة عالية بأنفسهم وبالذقة ، نتيجة لطبيعة دراستهم العلمية، فيبدون أقوى في مواجهة الخوف خلال ارتيادهم موقع الفيس بوك، فيزداد شعورهم بالأمن النفسي.

• لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات اشباع بعد الحاجة إلى التسلية والترفيه ، والتقدير والمكانة الاجتماعية ، والانتماء والمحبة، المعرفة والثقافة والتذوق الجمالي لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الكلية (علمية، إنسانية).

الفرض الرابع: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير المعدل التراكمي (جيد، جيد جداً، ممتاز).

ولاختبار صحة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One -Way ANOVA) لدراسة الفروقات في درجات الحاجات النفسية لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات لمتغير المعدل التراكمي (جيد، جيد جداً، ممتاز)، والنتائج المتعلقة بهذه الفرضية موضحة من خلال الجدول الآتي:

جدول (18)

يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير المعدل التراكمي

المقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات	بين المجموعات	192.51	2	96.25	3.718	* 0.025
	داخل المجموعات	13981.13	540	25.89		
	المجموع	14173.64	542			
إشباع الحاجة إلى التسلية	بين المجموعات	43.99	2	21.99	0.788	// 0.455
	داخل المجموعات	15066.11	540	27.90		
	المجموع	15110.10	542			
إشباع الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية	بين المجموعات	196.05	2	98.02	2.081	// 0.126
	داخل المجموعات	25436.30	540	47.10		
	المجموع	25632.34	542			
إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات	بين المجموعات	29.52	2	14.76	0.441	// 0.644
	داخل المجموعات	18085.91	540	33.49		
	المجموع	18115.43	542			
إشباع الحاجة إلى الانجاز	بين المجموعات	7.50	2	3.75	0.088	// 0.915
	داخل المجموعات	22893.51	540	42.40		
	المجموع	22901.01	542			
إشباع الحاجة للانتماء والمحبة	بين المجموعات	79.48	2	39.74	0.947	// 0.389
	داخل المجموعات	22660.99	540	41.96		
	المجموع	22740.47	542			
إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة	بين المجموعات	34.11	2	17.06	0.655	// 0.520
	داخل المجموعات	14069.76	540	26.06		
	المجموع	14103.87	542			
إشباع الحاجة إلى الأمن النفسي	بين المجموعات	128.62	2	64.31	1.527	// 0.218
	داخل المجموعات	22745.59	540	42.12		
	المجموع	22874.21	542			
إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي	بين المجموعات	19.67	2	9.83	0.508	// 0.602
	داخل المجموعات	10454.14	540	19.36		
	المجموع	10473.80	542			
الحاجات النفسية المشبعة	بين المجموعات	3319.36	2	1659.68	1.049	// 0.351
	داخل المجموعات	854639.11	540	1582.67		
	المجموع	857958.47	542			

** دالة احصائية عند 0.01 * دالة احصائية عند 0.05 // غير دالة احصائية

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير المعدل التراكمي .
- لوحظ وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير المعدل التراكمي (جيد، جيد جداً، ممتاز)، ولكشف الفروق بين المجموعات، تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في حالة تجانس التباين، فقد لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلاب الحاصلين على معدل تراكمي جيد جداً، كان لديهم الحاجة للتعبير عن الذات أقل من الطلاب الحاصلين على معدل تراكمي ممتاز، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع بعد الحاجة إلى التسلية والترفيه، والتقدير والمكانة الاجتماعية، وتحقيق الذات، والإنجاز، والانتماء والمحبة، والمعرفة والثقافة والأمن النفسي، والتذوق الجمالي لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير المعدل التراكمي (جيد، جيد جداً، ممتاز).
- وترى الباحثة من خلال النتائج السابقة أن شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك يشبع احتياجات جميع الطلبة بشكل متساوٍ تقريباً، بغض النظر عن معدلاتهم التراكمية وتعزو الباحثة درجة إشباع حاجات الطلبة الحاصلين جيداً أقل من الحاصلين على معدل تراكمي ممتاز إلى أن الطلبة الحاصلين على معدل ممتاز عادة ما يتصفون بالجد والاجتهاد والمثابرة فتكون أوقاتهم مكرسه أكثر للدراسة وأوقات فراغهم أقل من غيرهم فيلجؤون إلى إشباع حاجتهم للتعبير عن الذات من خلال الفيس بوك أكثر من الطلبة الآخرين.

جدول (19)

اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات تعزى لمتغير المعدل التراكمي

المقارنات البعدية			المتوسط	العدد	المعدل التراكمي	البعد
3	2	1				
0.161	0.087	1	35.70	178	جيد	إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات
**0.016	1		34.89	325	جيد جداً	
1			36.95	40	ممتاز	

∥ غير دالة إحصائية

* دالة إحصائية عند 0.05

** دالة إحصائية عند 0.01

الفرض الخامس : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكة الفيس بوك (أقل من ساعة، 1 - 3 ساعة، 4 ساعات فأكثر).

ولاختبار صحة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لدراسة الفروقات في درجات اشباع الحاجات النفسية لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام الفيس بوك (أقل من ساعة، 1 - 3 ساعة، 4 ساعات فأكثر)، والنتائج المتعلقة بهذه الفرضية موضحة من خلال الجدول الآتي:

جدول (20)

يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكة الفيس بوك

المقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات	بين المجموعات	97.609	2	48.804	1.874	.155
	داخل المجموعات	14142.362	543	26.045		
	المجموع	14239.971	545			
إشباع الحاجة إلى التسلية	بين المجموعات	642.693	2	321.346	11.999	**.0001
	داخل المجموعات	14541.932	543	26.781		
	المجموع	15184.625	545			
إشباع الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية	بين المجموعات	144.011	2	72.005	1.523	.219
	داخل المجموعات	25675.872	543	47.285		
	المجموع	25819.883	545			
إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات	بين المجموعات	12.702	2	6.351	.186	.830
	داخل المجموعات	18492.589	543	34.056		
	المجموع	18505.291	545			
إشباع الحاجة إلى الانجاز	بين المجموعات	94.586	2	47.293	1.122	.326
	داخل المجموعات	22892.413	543	42.159		
	المجموع	22986.998	545			
إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة	بين المجموعات	272.333	2	136.167	3.269	*.039
	داخل المجموعات	22615.090	543	41.648		

المقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة	المجموع	22887.423	545			
	بين المجموعات	7.606	2	3.803	.146	.864
	المجموعات داخل	14102.021	543	25.971		
إشباع الحاجة إلى الأمن النفسي	المجموع	14109.626	545			
	بين المجموعات	79.312	2	39.656	.937	.392
	المجموعات داخل	22979.252	543	42.319		
إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي	المجموع	23058.564	545			
	بين المجموعات	18.895	2	9.448	.487	.615
	المجموعات داخل	10526.636	543	19.386		
الحاجات النفسية المشبعة	المجموع	10545.531	545			
	بين المجموعات	5122.86	2	2561.43	1.624	0.198
	المجموعات داخل	856319.99	543	1577.02		
المجموع	861442.86	545				

** دالة احصائيا عند 0.01 * دالة احصائيا عند 0.05 † غير دالة احصائيا

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد ساعات تصفح شبكة التواصل الاجتماعي.
- لوحظ وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات إشباع الحاجة للتسلية لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام الفيس بوك (أقل من ساعة، 1 - 3 ساعات، 4 ساعات فأكثر)، ولكتشف الفروق بين المجموعات، تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في حالة تجانس التباين، فقد لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلاب الذين يستخدمون الفيس بوك أقل من ساعة لديهم إشباع حاجة التسلية أقل من الطلاب الذين يستخدمون الفيس بوك من 1 - 3 ساعات و 4 ساعات فأكثر، كذلك الطلاب الذين يستخدمونه من 1-3 لديهم إشباع حاجة التسلية أقل من الطلاب الذين يستخدمون الفيس بوك 4 ساعات فأكثر. وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات، وتحقيق الذات، والانتماء والمحبة، والتقدير الاجتماعي، والمعرفة والثقافة، والأمن النفسي، والانجاز، والتذوق الجمالي لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من

طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام الفيس بوك (أقل من ساعة، 1 - 3 ساعات، 4 ساعات فأكثر).

جدول (21)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

المقارنات البعدية			المتوسط	العدد	ساعات استخدام الفيس بوك	البعد
3	2	1				
**0.0001	0.027	1	34.80	380	أقل من ساعة	إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات
**0.0001	1		35.14	35	1 - 3 ساعة	
1			36.89	131	4 ساعات فأكثر	

** دالة احصائيا عند 0.01 * دالة احصائيا عند 0.05 ∥ غير دالة احصائيا

- ترى الباحثة أن إشباع الحاجات النفسية من خلال استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك تكاد تكون متساوية لجميع المستخدمين من الطلبة ولا ترتبط بعدد ساعات الاستخدام اليومي.
- بينما ظهرت الفروق في إشباع الحاجة إلى التسلية فقط ، حيث تعزو الباحثة ذلك إلى أن بعض المستخدمين الذين يقضون وقتاً طويلاً في تصفح شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك ، يتولد لديهم رغبة ملحة في متابعة صفحاتهم ، ومعرفة الجديد من التعليقات ، والمنشورات ، والإعجابات ، والأصدقاء المتصلين ، وآخر الأخبار فيتولد لديهم شعور بالتسلية والترفيه بالإضافة إلى قضاء وقت في ألعاب الفيس بوك وخاصة أن بعض الألعاب تجذبهم كونها جماعية يمكن للطلاب أن يلعب مع مجموعة من أصدقائه وتخلق جواً من التنافس الذي يحتاج لوقت لتبادل أدوار الفوز والخسارة.
- كما أن إشباع الحاجات النفسية الأخرى يمكن أن يتحقق من إشباعها شعوراً عاماً بالمتعة والسرور وخاصة تلك التي ترتبط بميل أو هواية معينة (عبد الرحمن، 1998: 348).

الفرض السابع: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير نوع الصفحة (شخصية، عامة، شخصية وعامة).

ولاختبار صحة هذه الفرضية، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لدراسة الفروقات في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك، من طلبة الجامعات تعزى لمتغير نوع الصفحة (شخصية، عامة، شخصية وعامة). والنتائج المتعلقة بهذه الفرضية موضحة من خلال الجدول الآتي:

جدول (22)

يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير نوع الصفحة

المقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات	بين المجموعات	426.984	2	213.492	8.393	** .0001
	داخل المجموعات	13812.987	543	25.438		
	المجموع	14239.971	545			
إشباع الحاجة إلى التسلية	بين المجموعات	62.575	2	31.287	1.123	.326
	داخل المجموعات	15122.050	543	27.849		
	المجموع	15184.625	545			
إشباع الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية	بين المجموعات	465.275	2	232.638	4.982	** .007
	داخل المجموعات	25354.607	543	46.694		
	المجموع	25819.883	545			
إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات	بين المجموعات	336.786	2	168.393	5.033	** .007
	داخل المجموعات	18168.505	543	33.459		
	المجموع	18505.291	545			
إشباع الحاجة إلى الانجاز	بين المجموعات	808.510	2	404.255	9.897	** .0001
	داخل المجموعات	22178.488	543	40.844		
	المجموع	22986.998	545			
إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة	بين المجموعات	511.232	2	255.616	6.203	** .002
	داخل المجموعات	22376.191	543	41.208		
	المجموع	22887.423	545			
إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة	بين المجموعات	123.153	2	61.576	2.391	.093
	داخل المجموعات	13986.474	543	25.758		
	المجموع	14109.626	545			
إشباع الحاجة إلى الأمن النفسي	بين المجموعات	342.763	2	171.382	4.097	** .017
	داخل المجموعات	22715.801	543	41.834		
	المجموع	23058.564	545			
إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي	بين المجموعات	99.251	2	49.626	2.580	.077
	داخل المجموعات	10446.280	543	19.238		
	المجموع	10545.531	545			
الحاجات النفسية المشبعة	بين المجموعات	23611.23	2	11805.62	7.651	** 0.001
	داخل المجموعات	837831.62	543	1542.97		
	المجموع	861442.86	545			

- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى إلى متغير نوع الصفحة لصالح الطلبة الذين يمتلكون صفحات شخصية و عامة معاً.
- لوحظ وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات إشباع التعبير عن الذات ، والتقدير والمكانة الاجتماعية ، والمعرفة والثقافة ، والأمن النفسي لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات، تعزى لمتغير امتلاك نوع الصفحة ، ولكشف الفروق بين المجموعات، تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في حالة تجانس التباين، فقد لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلاب الذين يمتلكون صفحة شخصية كان لديهم إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات والتقدير والمكانة الاجتماعية والمعرفة والثقافة والأمن النفسي أقل من الطلاب الذين يمتلكون صفحة شخصية وعامة، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.
- ويمكن تفسير ذلك إلى أن امتلاك الطلبة للصفحات الشخصية ، يؤكد على سعى الطلبة للاستفادة الفردية و التركيز على الاهتمامات الخاصة بهم وإشباع حاجاتهم العلمية والثقافية والاجتماعية ، حيث يقومون بالتواصل مع الأصدقاء، و إقامة علاقات اجتماعية جديدة مع أشخاص آخرين فينعكس على اشباعهم لحاجتهم للتقدير والمكانة الاجتماعية من خلال هذا التفاعل الاجتماعي ومتابعتهم لصفحاتهم الخاصة على خلاف الطلبة الذين يمتلكون صفحات عامة ، كما أن الصفحات الشخصية توفر بعض المميزات التي تساعدهم على التحكم بخصوصية الصفحة، فيتحكمون في قبول الصداقات وطلبها ومن يستطيع رؤية منشوراتهم والتعليق على الصور والفيديوهات فيشبع حاجته للتعبير عن الذات براحة تامة ، بالإضافة إلى أن إعدادات الخصوصية في الصفحة الشخصية توفر له بيئة جيدة للشعور بالأمن النفسي.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات اشباع الحاجة إلى التسلية لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير امتلاك نوع الصفحة .
- لوحظ وجود فروق جوهرية ذات دلالة احصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات اشباع الحاجة إلى تحقيق الذات والإنجاز، والانتماء والمحبة لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير امتلاك صفحة ولكشف الفروق بين المجموعات، تم استخدام اختبار شيفيه

للمقارنات البعدية في حالة تجانس التباين، فقد لوحظ بأن مستخدمي الفيسبوك من الطلاب الذين يمتلكون صفحة شخصية وعامه كان لديهم إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات، والانجاز، الانتماء والمحبة أكثر من الطلاب الذين يمتلكون صفحة شخصية فقط وعامة فقط، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.

• **وتفسر الباحثة تلك النتيجة إلى أن الطلبة الذين يمتلكون صفحات عامة يسعون إلى أن يتعرف على صفحاتهم أكبر عدد ممكن من المعجبين فلا تحكمهم رغبة التعبير عن أنفسهم وذواتهم بقدر رغبتهم في عرض أفكار وآراء وصور وفيديوهات محدده تتناول موضوعاً أو عدة مواضيع محددة يتبع اسم الصفحة واهتماماتها، مثلاً صفحة (دينية، رياضية، هوايات، علمية) ويهدف يمتلكوا هذه الصفحات أن تتال صفحاتهم إعجاب أكبر عدد ممكن من المتابعين من خلال التعليقات والإعجابات والمشاركات، حيث يبلغ متوسط معجبي الصفحات الفعالة من 1000_3000، معجب ومتابع فمن الطبيعي أن يؤدي ذلك لإشباع حاجة ممتلكي الصفحات العامة من الطلبة إلى إشباع حاجتهم للانتماء والمحبة وتحقيق الذات وتحقيق مكانة اجتماعية، كما أن متابعة الصفحة يحتاج لجهود ووقت كبير من خلال تحديث الحائط وتنزيل الصور، وفيديوهات ومتابعة التعليقات، والرد على الاستفسارات من المعجبين، وهذا يؤدي بدوره إلى إشباع حاجتهم إلى الإنجاز.**

• **لوحظ وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات إشباع الحاجة للتذوق الجمالي لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير امتلاك نوع الصفحة ولكشف الفروق بين المجموعات، تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في حالة تجانس التباين، فقد لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلاب الذين يمتلكون صفحة عامة كان لديهم اشباع حاجة التذوق الجمالي أقل من الطلاب الذين يمتلكون صفحة شخصية وعامة، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.**

• **وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الطلبة الذين يمتلكون صفحة عامة يحاولون أن ينشروا على صفحاتهم منشورات تتوافق مع رغبات المعجبين، وتثير تعليقاتهم ومشاركاتهم، فلا يستطيعون اشباع حاجتهم للتذوق الجمالي مثل الطلبة الذين يمتلكون صفحة خاصة بهم، حيث يتاح لهم نشر ما يرغبون على صفحاتهم وما يتناسب ويعبر عنهم، كذلك يعجبون بكل ما يعرض ويتوافق مع نظرهم الجمالية، كما يستطيعون مشاركة الصفحات الأخرى بما يعبر عن شخصيته وميوله.**

جدول (23)

اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في الحاجات النفسية المشبعة تعزى لمتغير نوع الصفحة

المقارنات البعدية			المتوسط	العدد	امتلاك صفحة	البعد
3	2	1				
** .000	.703	1	34.80	380	شخصية	إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات
.069	1		35.14	35	عامة	
1			36.89	131	شخصية وعامة	
** .002	.864	1	34.80	380	شخصية	إشباع الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية
.131	1		35.14	35	عامة	
1			36.89	131	شخصية وعامة	
** .010	.151	1	34.80	380	شخصية	إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات
** .007	1		35.14	35	عامة	
1			36.89	131	شخصية وعامة	
** .001	.461	1	34.80	380	شخصية	إشباع الحاجة إلى الإنجاز
.093	1		35.14	35	عامة	
1			36.89	131	شخصية وعامة	
** .003	.135	1	34.80	380	شخصية	إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة
** .003	1		35.14	35	عامة	
1			36.89	131	شخصية وعامة	
* .030	.927	1	34.80	380	شخصية	إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة
.284	1		35.14	35	عامة	
1			36.89	131	شخصية وعامة	
** .007	.606	1	34.80	380	شخصية	إشباع الحاجة إلى الأمن النفسي
.055	1		35.14	35	عامة	
1			36.89	131	شخصية وعامة	
.091	.212	1	34.80	380	شخصية	إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي
* .040	1		35.14	35	عامة	
1			36.89	131	شخصية وعامة	

|| غير دالة احصائيا

* دالة احصائيا عند 0.05

** دالة احصائيا عند 0.01

الفرض الثامن: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الاسم الشخصي على الفيس بوك.

ولاختبار صحة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لدراسة الفروقات في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك Facebook من طلبة الجامعات تعزى لمتغير نوع اسم الحساب الشخصي على فيس بوك (حقيقي، مستعار، شبه حقيقية). والنتائج المتعلقة بهذه الفرضية موضحة من خلال الجدول الآتي:

جدول (24)

يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير اسم الحساب الشخصي على الفيس بوك

المقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات	بين المجموعات	12.363	2	6.181	.236	.790
	داخل المجموعات	14227.608	543	26.202		
	المجموع	14239.971	545			
إشباع الحاجة إلى التسلية	بين المجموعات	72.887	2	36.444	1.310	.271
	داخل المجموعات	15111.737	543	27.830		
	المجموع	15184.625	545			
إشباع الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية	بين المجموعات	100.486	2	50.243	1.061	.347
	داخل المجموعات	25719.397	543	47.365		
	المجموع	25819.883	545			
إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات	بين المجموعات	13.212	2	6.606	.194	.824
	داخل المجموعات	18492.079	543	34.055		
	المجموع	18505.291	545			
إشباع الحاجة إلى الإنجاز	بين المجموعات	37.311	2	18.655	.441	.643
	داخل المجموعات	22949.687	543	42.265		
	المجموع	22986.998	545			
إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة	بين المجموعات	78.983	2	39.492	.940	.391
	داخل المجموعات	22808.440	543	42.004		

المقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة	المجموع	22887.423	545			
	بين المجموعات	161.531	2	80.766	3.144	*.044
	داخل المجموعات	13948.095	543	25.687		
إشباع الحاجة إلى الأمن النفسي	المجموع	14109.626	545			
	بين المجموعات	86.385	2	43.192	1.021	.361
	داخل المجموعات	22972.179	543	42.306		
إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي	المجموع	23058.564	545			
	بين المجموعات	75.028	2	37.514	1.945	.144
	داخل المجموعات	10470.503	543	19.283		
الحاجات النفسية المشبعة	المجموع	10545.531	545			
	بين المجموعات	3530.147	2	1765.074	1.117	.328
	داخل المجموعات	857912.710	543	1579.950		
المجموع	861442.857	545				

** دالة احصائيا عند 0.01 * دالة احصائيا عند 0.05 || غير دالة احصائيا

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لاسم الحساب الشخصي.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع بعد الحاجة إلى التعبير عن الذات، والتسلية والترفيه، والتقدير والمكانة الاجتماعية، وتحقيق الذات، والانجاز والانتماء والمحبة، والأمن النفسي والتذوق الجمالي لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير اسم الحساب الشخصي على فيس بوك.
- وترى الباحثة بأنه يمكن للطلاب إشباع احتياجاتهم النفسية بغض النظر عن طبيعة الاسم الشخصي هل هو حقيقي أو شبه حقيقي أو مستعار، رغم أن كان من المتوقع بأن استخدام الطلبة لأسماء حقيقية يحقق نوعاً من الثقة بين المتفاعلين، فيحقق إشباعاً أكثر للحاجة للتقدير والمكانة الاجتماعية.
- لوحظ وجود فروق جوهرية ذات دلالة احصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات إشباع بعد الحاجة للمعرفة والثقافة لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير نوع الحساب الشخصي على فيس بوك (حقيقي، مستعار، شبه حقيقية)، ولكشف الفروق بين المجموعات، تم

استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في حالة تجانس التباين، فقد لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلاب الذين لديهم اسم حقيقي، كان لديهم إشباع الحاجة للمعرفة والثقافة أقل من الطلاب الذين لديهم اسم شبه حقيقي، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.

- **وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الطلبة الذين يستخدمون الأسماء الحقيقية يسعون للتواصل وإتاحة الفرصة لأصدقائهم بالتعرف عليهم، ويركزون أكثر على العلاقات الاجتماعية والتعبير عن ذواتهم مما جعل إشباع حاجتهم للمعرفة والثقافة تأتي بدرجة أقل من الطلبة الذين يستخدمون الأسماء المستعارة وشبه الحقيقية.**

جدول (25)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في بعد إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة تعزى للاسم على الفيس بوك

المقارنات البعدية	المتوسط	العدد	الاسم على الفيس بوك	البعد			
					3	2	1
	34.80	380	حقيقي	إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة	1	0.317	*.015
	35.14	35	مستعار		1		.242
	36.89	131	شبه حقيقي				1

** دالة احصائيا عند 0.01 * دالة احصائيا عند 0.05 † غير دالة احصائيا

الفرض التاسع: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد الأصدقاء ولاختبار صحة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لدراسة الفروقات في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد الأصدقاء (أقل من 100، 100-200، 201-300، 300 فأكثر)، والنتائج المتعلقة بهذه الفرضية موضحة من خلال الجدول الآتي:

جدول (26)

يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد الاصدقاء

المقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات	بين المجموعات	221.414	3	73.805	2.854	*.037
	داخل المجموعات	14018.557	542	25.864		
	المجموع	14239.971	545			
إشباع الحاجة إلى التسلية	بين المجموعات	75.917	3	25.306	.908	.437
	داخل المجموعات	15108.707	542	27.876		
	المجموع	15184.625	545			
إشباع الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية	بين المجموعات	387.022	3	129.007	2.749	*.042
	داخل المجموعات	25432.861	542	46.924		
	المجموع	25819.883	545			
إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات	بين المجموعات	136.897	3	45.632	1.346	.258
	داخل المجموعات	18368.394	542	33.890		
	المجموع	18505.291	545			
إشباع الحاجة إلى الإنجاز	بين المجموعات	286.401	3	95.467	2.279	.078
	داخل المجموعات	22700.597	542	41.883		
	المجموع	22986.998	545			
إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة	بين المجموعات	181.317	3	60.439	1.443	.229
	داخل المجموعات	22706.106	542	41.893		
	المجموع	22887.423	545			
إشباع الحاجة إلى المعرفة والثقافة	بين المجموعات	116.049	3	38.683	1.498	.214
	داخل المجموعات	13993.577	542	25.818		
	المجموع	14109.626	545			
إشباع الحاجة إلى الأمن النفسي	بين المجموعات	173.506	3	57.835	1.370	.251
	داخل المجموعات	22885.058	542	42.223		
	المجموع	23058.564	545			
إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي	بين المجموعات	44.393	3	14.798	.764	.515
	داخل المجموعات	10501.138	542	19.375		
	المجموع	10545.531	545			
الحاجات النفسية المشبعة	بين المجموعات	7260.440	3	2420.147	1.536	.2040
	داخل المجموعات	854182.417	542	1575.982		
	المجموع	861442.857	545			

** دالة احصائيا عند 0.01 * دالة احصائيا عند 0.05 † غير دالة احصائيا

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد الأصدقاء.
- لوحظ وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات، والحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية، لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد الأصدقاء (أقل من 100، 100-200، 201-300، 300 فأكثر)، فقد لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلاب الذين لديهم أصدقاء 300 فأكثر كان لديهم إشباع حاجة التعبير عن الذات أكثر من الطلاب الذين لديهم أصدقاء أقل من ذلك، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية.
- وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن الطلبة الذين يزيد عدد أصدقائهم على 300 صديق عادة ما يسعون للتعرف على أكبر عدد ممكن من الأشخاص، ويسعون لزيادة تفاعلهم الاجتماعي، وبالتالي تشبع حاجاتهم للتقدير والمكانة الاجتماعية من خلال اهتمام الآخرين بمنشوراتهم ومتابعتهم والتعليق عليهم وإبداء الإعجاب على ما يعرضون، كما ينعكس زيادة الأصدقاء تنوعهم واختلاف آرائهم وأفكارهم على تفاعل الطلبة، فتشبع حاجتهم للتعبير عن الذات بشكل أكبر من غيرهم.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع بعد الحاجة للتسلية والترفيه وتحقيق الذات، والانجاز، والانتماء والمحبة، والمعرفة والثقافة والأمن النفسي، والتذوق الجمالي لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد الأصدقاء (أقل من 100، 100-200، 201-300، 300 فأكثر).

جدول (27)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في بعدي (إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات، إشباع الحاجة للتقدير و المكانة الاجتماعية) تعزى لمتغير عدد الأصدقاء

المقارنات البعدية				المتوسط	العدد	عدد الاصدقاء	البعد
4	3	2	1				
**0.008	0.578	0.926	1	35.02	183	أقل من 100	اشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات
**0.006	0.525	1		34.97	180	200 - 100	
*0.045	1			35.36	110	300-201	
1				36.90	73	301 فأكثر	
* 0.026	0.118	0.814	1	35.02	183	أقل من 100	اشباع الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية
* 0.016	0.078	1		34.97	180	200 - 100	
0.425	1			35.36	110	300-201	
1				36.90	73	301 فأكثر	

نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة النظرية والميدانية تبين لنا ما يلي:

1. أظهرت النتائج إلى أن درجة إشباع الحاجات النفسية لدى الطلبة من خلال استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك جاءت بوزن نسبي 77.53%، كما أظهرت النتائج أن إشباع الحاجة للمعرفة والثقافة كانت بوزن نسبي بلغ 83.87%، وجاءت في المرتبة الأولى، ويليهما في المرتبة الثانية درجة إشباع الحاجة إلى التذوق الجمالي بوزن نسبي بلغ 81.14%، وثم في المرتبة الثالثة كانت درجة إشباع الحاجة إلى الانتماء والمحبة بوزن نسبي 79.55%، وفي المرتبة الرابعة درجة إشباع التعبير عن الذات بوزن نسبي بلغ 78.5%، وفي المرتبة الخامسة درجة إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات بوزن نسبي بلغ 78.16%، ويليهما في المرتبة السادسة درجة إشباع الحاجة للتقدير والمكانة الاجتماعية وبوزن نسبي 76.64%، وجاءت في المرتبة السابعة إشباع الحاجة للإنجاز بوزن نسبي 74.57%، وفي المرتبة الثامنة درجة إشباع الحاجة للتسلية والترفيه بوزن نسبي 73.57%، وأخيراً كان درجة إشباع الحاجة للأمن النفسي بوزن نسبي 71.9%.
2. أن نسبة 60% من عينة الدراسة يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك منذ 3 سنوات فأكثر، و أن أغلب الطلبة يتصفحون شبكة الفيس بوك من ساعة إلى ثلاثة ساعات يومياً حيث شكلت نسبتهم 57.5% من عينة الدراسة، و أن نسبة 33.5% من أفراد العينة يمتلكون أقل من مائة صديق على صفحاتهم وأن أغلب الطلبة يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك باسمهم الحقيقي حيث شكلت نسبتهم 69.4% من عينة الدراسة.
3. لوحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع بعد الحاجة إلى: (التعبير عن الذات، والتسلية والترفيه، والتقدير والمكانة الاجتماعية، والإنجاز والتذوق الجمالي، وتحقيق الذات والانتماء، والمحبة والأمن النفسي، والثقافة والمعرفة) لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لنوع الجنس (ذكور، إناث).
4. لوحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع الحاجة إلى التسلية والترفيه، والتقدير والمكانة الاجتماعية، والمعرفة والثقافة والأمن النفسي لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجامعة (الإسلامية، الأزهر، الأقصى).
5. لوحظ وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات، وتحقيق الذات، والانتماء والمحبة، والإنجاز والتذوق الجمالي لدى

- مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الجامعة (الإسلامية، الأزهر، الأقصى) لصالح طلبة جامعة الأقصى .
6. لوحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} < 0.05$) في درجات إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات ، وتحقيق الذات، والإنجاز، والأمن النفسي، لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لنوع الكلية (علمية، إنسانية) لصالح الكليات الإنسانية.
7. لوحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع بعد الحاجة إلى التسلية والترفيه، والتقدير، والمكانة الاجتماعية ، والانتماء والمحبة، المعرفة والثقافة والتذوق الجمالي لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير الكلية (علمية، إنسانية).
8. لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلاب الحاصلين على معدل تراكمي جيد جداً، كان لديهم الحاجة للتعبير عن الذات أقل من الطلاب المتحصّلين على معدل تراكمي ممتاز، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.
9. لوحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع بعد الحاجة إلى التسلية والترفيه ، والتقدير والمكانة الاجتماعية، وتحقيق الذات ، والإنجاز، والانتماء والمحبة، والمعرفة والثقافة والأمن النفسي، والتذوق الجمالي لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير المعدل التراكمي (جيد، جيد جداً، ممتاز).
10. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات، وتحقيق الذات، والانتماء والمحبة، والتقدير الاجتماعي، والمعرفة والثقافة، والأمن النفسي، والإنجاز، والتذوق الجمالي لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام الفيس بوك (أقل من ساعة، 1 - 3 ساعات ، 4 ساعات فأكثر).
11. لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلبة الذين يستخدمون الفيس بوك أقل من ساعة لديهم إشباع حاجة التسلية أقل من الطلاب الذين يستخدمون الفيس بوك من 1 - 3 ساعات و4 ساعات فأكثر، كذلك الطلاب الذين يستخدمونه من 1-3 لديهم إشباع حاجة التسلية أقل من الطلاب الذين يستخدمون الفيس بوك 4 ساعات فأكثر. وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية.
12. لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلاب الذين يمتلكون صفحة شخصية كان لديهم إشباع الحاجة إلى التعبير عن الذات والتقدير والمكانة الاجتماعية والمعرفة والثقافة والأمن النفسي أقل من الطلاب الذين يمتلكون صفحة شخصية وعامة، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.
13. لوحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع الحاجة إلى التسلية لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير نوع الصفحة.

14. لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلبة الذين يمتلكون صفحة شخصية وعامه كان لديهم إشباع الحاجة إلى تحقيق الذات، والإنجاز ، والانتماء والمحبة أكثر من الطلاب الذين يمتلكون صفحة شخصية فقط وعامة فقط، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.
15. لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلاب الذين يمتلكون صفحة عامة كان لديهم إشباع حاجة التذوق الجمالي أقل من الطلاب الذين يمتلكون صفحة شخصية وعامة، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.
16. لوحظ عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع بعد الحاجة إلى التعبير عن الذات، والتسلية والترفيه، والتقدير والمكانة الاجتماعية، وتحقيق الذات، والانجاز والانتماء والمحبه ، والأمن النفسي والتذوق الجمالي لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير طبيعة الاسم الحساب الشخصي على فيس بوك
17. لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلبة الذين لديهم اسم حقيقي ، كان لديهم إشباع الحاجة للمعرفة والثقافة أقل من الطلاب الذين لديهم اسم شبه حقيقي، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم تلاحظ أي فروق جوهرية بين المجموعات الأخرى.
18. لوحظ بأن مستخدمي الفيس بوك من الطلاب الذين لديهم أصدقاء 300 فأكثر كان لديهم إشباع حاجة التعبير عن الذات أكثر من الطلاب الذين لديهم أصدقاء أقل من ذلك، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية.
19. لوحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($p\text{-value} > 0.05$) في درجات إشباع بعد الحاجة للتسلية والترفيه وتحقيق الذات، والإنجاز، والانتماء والمحبة، والمعرفة والثقافة والأمن النفسي، والتذوق الجمالي لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى لمتغير عدد الأصدقاء (أقل من 100، 100-200، 201-300، 300 فأكثر)

توصيات الدراسة:

بناءً على نتائج الدراسة، وما تم الاطلاع عليه، وعرضه من الدراسات السابقة، والأدب السابق، ونتائج السؤال المفتوح، فإن الباحثة توصي بما يأتي:

1. تصميم برامج إرشادية لطلبة الجامعات تستند إلى حاجاتهم النفسية وتعمل على إشباعها.
2. اهتمام الجامعات بتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي و إشباع الحاجات النفسية للطلبة ويمكن تحقيق ذلك من خلال توظيف صفحات فيس بوك تعمل على تقديم المعلومات العلمية والأكاديمية للطلبة.

3. أن تقوم إدارة الجامعات بتخصيص مجموعات خاصة لتسهيل التواصل الاجتماعي بين الطلاب والأكاديميين على مستوى الجامعات أو على مستوى كل جامعة على حده.
4. تشجيع الطلاب على التطوع وإشباع حاجاتهم إلى الإنجاز من خلال توظيف طاقاتهم في تطوير صفحات الفيس بوك لما يحقق أهداف علمية، ودينية، وثقافية، واجتماعية.
5. أن تقوم الجامعات بتطوير تطبيقات ليقوم الطلبة بتنزيلها على شبكة الفيس بوك كوسيلة إعلامية سريعة ، واستخدامها في نشر الثقافة العلمية، والمهارات الجامعية، والتعريف بالنظام الأكاديمي.
6. إنشاء صفحات على شبكة الفيس بوك للمكتبات العلمية في الجامعات، وتوفير المواد العلمية من خلالها، حيث تساهم في سرعة وصول المواد العلمية للطلبة، وإشباع حاجاتهم العلمية و الثقافية.
7. تدعيم الأنشطة الجامعية والمجتمعية والهوايات الترويحية في الجامعات لإشباع حاجات الطلبة.

مقترحات الدراسة:

- في ضوء أهداف الدراسة الحالية، والنتائج التي توصلت إليها، فإن الباحثة تقدم مجموعة من الاقتراحات تكمل الدراسة الحالية وتعززها وذلك من خلال:
1. إجراء دراسة مقارنة للتعرف على دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي و خاصة شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك Facebook بين طلاب الجامعات وطلبة الثانوية العامة.
 2. إجراء دراسة مسحية للتعرف على وسائل إشباع الحاجات لدى طلبة الجامعات وإجراء مقارنة بين هذه الوسائل.
 3. إجراء دراسة مقارنة بين إشباع الحاجات النفسية لمستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك قبل و بعد الحرب الأخيرة على قطاع غزة .
 4. إجراء دراسة عن إشباع الحاجات النفسية وعلاقته بالتوافق النفسي والمستوى الأكاديمي لدى طلبة الجامعات.

المراجع

المصادر والمراجع

- القرآن الكريم

أولاً: المراجع العربية:

1. ابن منظور، ابو الفضل جمال الدين (1993). لسان العرب، ط1، دار الكتب العلمية.
2. أبو حويج، مروان (2004). المدخل إلى علم النفس. الأردن: عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
3. أبو زيد، أحمد محمد عبد الهادي (2008). الحاجات النفسية لدى طالبات كليات التربية: دراسة مقارنة عبر الثقافات. مجلة كلية التربية، 39(2)، 548 - 582.
4. أبو ليلة، فانتن حسين (1995). الحاجات النفسية للشباب دراسة مقارنة. مجلة كلية التربية، 9(1)، 327-350.
5. أبو مرق، جمال (2003). سيكولوجية الإنسان في القرآن والسنة. فلسطين، الخليل.
6. أحمد، سهير (2003). سيكولوجية الشخصية، مركز الإسكندرية للكتاب - الإسكندرية مصر.
7. أحمد، زكريا توفيق (1999). العلاقة بين مستوى التدين واشباع الحاجات النفسية عند طلاب الجامعة. مجلة كلية التربية، 23(3).
8. أحمد، ماهيناز والجبالي، حسني وآخرون (2012). دور قنوات الأفلام الفضائية في اشباع الحاجات النفسية الاجتماعية لدى عينة من المراهقين المصريين. مجلة دراسات الطفولة، 87-93.
9. أسماء السرسري، أماني عبد المقصود (2000). الحاجات النفسية لدى الأطفال في مرحلة تعليمية متباينة، مجلة كلية التربية، العدد 24، جامعة عين شمس، مصر.
10. الأقصري، يوسف (2002). كيف نفهم الشباب ونتعامل معهم؟، القاهرة: دار اللطائف للنشر والتوزيع.
11. بدر، ابراهيم محمود (2007). العلاقة بين الحاجات النفسية والصحة النفسية للشباب الجامعي في ضوء بعض المتغيرات. غزة: المؤتمر الدولي الخامس التعليم الجامعي في مجتمع المعرفة الفرص والتحديات، جامعة القاهرة.
12. بركات، زياد وصبحة، صائل (2012). الدوافع النفسية والاجتماعية والإدارية وراء استخدام الشباب الفلسطيني لوسائل الاتصال الحديثة. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، 26(1).
13. بكر، محمد السيد (2012). الحاجات النفسية لدى عينة من طلبة وطالبات كليتي العلوم والآداب والمجتمع بطبرجل، مجلة دراسات الطفولة.

14. البيطار، ليلي رشاد (2003). دراسة تتبعية لمدى تحقيق الحاجات النفسية لطلبة جامعة النجاح الوطنية. مؤتمر جامعة النجاح تاريخ وتطور 220-275
15. جمعة، أمجد عزات (2012). دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة. غزة: المؤتمر الأول لعمادة شؤون الطلبة للإرشاد النفسي، الجامعة الإسلامية.
16. حجازي، سناء نصر (2009). علم النفس الإكلينيكي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
17. حسن، عبد الصادق (2013). تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية. مجلة التعاون، الإصدار الأول - قطاع الشؤون الثقافية والإعلامية.
18. الحفني، عبد المنعم (1994). موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، مكتبة مدبولي، القاهرة.
19. حلاسة، منتصر شعبان (2013). واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
20. حمزة، جمال (2001). سلوك الوالدين الإيذائي للطفل وأثره على الأمن النفسي له، مجلة علم النفس 58ع، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب (1 - 143).
21. خضر، نرمين زكريا (2009). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على موقع الفيسبوك". مقدمة إلى مؤتمر كلية الاعلام، جامعة القاهرة، وهو بعنوان: الأسرة والإعلام وتحديات العصر، والذي عُقد في الفترة ما بين 15-17 فبراير 2009م.
22. الدحدوح، علاء أحمد (2012). تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية facebook في الجامعات الفلسطينية. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
23. الدسوقي، مديحة منصور وموسى، رشاد عبد العزيز (2011) علم النفس بين المفهوم والقياس. مصر: القاهرة، عالم الكتب
24. الدهري، صالح حسن (2004). مبادئ الصحة النفسية، عمان. دار وائل للنشر.
25. دوابه، محمد (2012). الاتجاه نحو التطرف وعلاقته بالحاجات النفسية لدى طلبة جامعة الأزهر بغزة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
26. ديراني، عيد، دواني، كمال (1983) اختبار ماسلو للشعور بالأمن دراسة صدق للبيئة الأردنية، مجلة دراسات، 10(2)، 47-65.
27. راجح، عزات (1999). أصول علم النفس، الطبعة العاشرة، القاهرة: دار المعارف.
28. رضوان، شفيق (1994). السلوكية والإدارة. بيروت: المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع.

29. زكار، زاهر ناصر (2013). مدخل إلى سيكولوجية الشخصية والصحة النفسية: دراسة تحليلية توثيقية للنظريات والآراء والاتجاهات والمبادئ النفسية. فلسطين: مركز الإشعاع الفكري للدراسات والبحوث.
30. زهران، حامد (2003). الأمن النفسي دعامة أساسية للأمن القومي العربي والعالمى - دراسات في الصحة النفسية والإرشاد النفسي، القاهرة: عالم الكتب.
31. زهران، حامد عبد السلام (1999). علم النفس النمو، القاهرة: عالم الكتب
32. سعادت، محمد (2008). المشاركة السياسية وعلاقتها بالحاجات النفسية والذكاء الاجتماعي لدى المرأة المشاركة سياسياً في ضوء نظرية المحددات. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين
33. سعود، نايف (2014). دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (34) 200-250
34. سلطان، محمد صاحب (2012). وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور. عمان: دار المسيرة.
35. سليمان، شاكرو وآخرون (1990). علم النفس العام. القاهرة: مكتبة غريب.
36. السيد، عبد المنعم (2013). الخجل والوحدة النفسية وجودة الصداقة لدى طلاب الجامعة المستخدمين وغير المستخدمين للفييس بوك، مجلة الطفولة والتربية، العدد الثالث عشر 385-295.
37. الشراقوي، مصطفى (1997). علم الصحة النفسية. بيروت: دار النهضة العربية.
38. شوكت، عواطف (2000). الحاجات النفسية ومصادر اشباعها لدى طلاب وطالبات الجامعة (دراسة مقارنة). مجلة دراسات نفسية، 10 (4)، 533-573.
39. صادق، عباس (2008). الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. عمان، الأردن: دار الشروق للنشر.
40. صباح، قاسم (1996). علم النفس النبوي، مؤسسة الرسالة.
41. الصبحي، فوزية (2013). الحاجات النفسية للفتاة الجامعية بين متطلبات الواقع والمأمول. مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، 34 (2).
42. الطواب، سيد ، منسي، محمود (2002). مدخل إلى علم النفس التربوي. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.
43. عامر، أحمد محمد (1986). أصول علم النفس العام في ضوء الاسلام. جدة: دار الشروق.
44. عبد الرحمن، أحمد (2009). الإسلام والعولمة، الكويت: الدار القومية العربية.

45. عبد الرحمن، محمد السيد (1998). نظريات الشخصية. القاهرة: دار القباء للطباعة والنشر.
46. عبد الفتاح، صفاء صالح (2006). دراسة لبعض الحاجات النفسية في علاقتها بالتميز الشخصي المهني لدى عينة من المراهقين. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنيا، جمهورية مصر العربية.
47. عبد القوى، سامي وعويضة، محمد (1994) الحاجات النفسية لدى طلاب الجامعة _دراسة نفسية مقارنة، مجلة علم النفس، السنة الثامنة (32) 96-118.
48. عبد محمد، محمد جاسم (2004). مدخل إلى علم النفس. القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع
49. عبدالشافي، مؤمن جبر (2011). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة التأثيرات المعرفية للصحف لدى شباب الجامعة ال مصرية، مجلة دراسات الطفولة - مصر ، مج 14، ع 53.
50. العبيدي، محمد جاسم (2011). علم نفس الشخصية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع
51. العتيبي، جراح (2008). تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية.
52. العريمية، بدرية بنت ناصر (2011). أدوات التواصل الإلكتروني وتوظيفها تربويا _ملحق دورية التطوير التربوي العدد (67)، وزارة التربية والتعليم، سلطنة عمان.
53. العلوانة، حاتم (2012). دور التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري. مقدمة لمؤتمر ثقافة التغيير، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا عمان، الأردن.
54. على، جمال والوطيان، محمد (2011). الحاجات النفسية ومصادر إشباعها لدى طلاب وطالبات الجامعة.رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الامام سعود ، القصيم، السعودية.
55. عوض، حسني (2011). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى فئة الشباب تجريبية مجلس شبابي علارا أنموذجا. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس المفتوحة، بيرزيت، فلسطين.
56. عوض، عباس محمود (1994). علم النفس العام. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
57. عيد، محمد ابراهيم (1987). دراسة تحليلية للإغتراب وعلاقتها ببعض المتغيرات النفسية لدى الشباب، دكتوراة، القاهرة، كلية التربية، جامعة عين شمس.
58. الفرماوي، حمدي علي (2010). الإنسان العربي بين حاجاته النفسية والشعور بالقرع. عمان:دار صفاء للنشر والتوزيع.

59. الفرماوي، حمدي وعبد الله، رضا (2009). الضغوط النفسية في العمل والحياة. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع
60. فضل الله، وائل (2010). أثر الفيس بوك على المجتمع. السودان: مدونة دار النهضة.
61. فهمي، مصطفى، القطان، محمد (1979) علم نفس الاجتماعي دراسات نظرية وتطبيقات عملية، القاهرة: مكتبة الخانجي.
62. فورة، تهاني زياد (2012). فاعلية إثراء منهاج تكنولوجيا التعليم باستخدام الشبكة الاجتماعية **facebooke** في تنمية مهارات استخدام الحاسوب والانترنت لدى الطالبات المعلمات في الجامعة الإسلامية بغزة. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
63. القرني، حسين بن عبد الله (2013). أثر استخدام طلبة جامعة تبوك لشبكات التواصل الاجتماعي على سلوكياتهم. المجلة الدولية التربوية المتخصصة، 2 (12).
64. قزان، منصور بن أحمد على (2012). الحاجات النفسية والرضا الدراسي لطلاب جامعة أم القرى بمكة والطائف. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
65. القطناني، جواد (2011). الحاجات النفسية ومفهوم الذات وعلاقتها بمستوى الطموح لدى طلبة جامعة الأزهر بغزة في ضوء نظرية محددات الذات. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر ، غزة، فلسطين.
66. كالفين، هول وجاردنليزي (1978). نظريات الشخصية. القاهرة: الهيئة العامة للكتاب
67. كفاي، علاء الدين (2010). نظريات الشخصية (الارتقاء، النمو، التنوع) عمان: دار الفكر.
68. اللبان، شريف درويش (2011). مداخلات في الاعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت. القاهرة: دار العالم العربي.
69. مبروك، رشا محمد علي؛ رضوان، فوقيه حسن عبدالحميد؛ مهدي، آمال العريايوي (2011). الحاجات النفسية في ضوء نظرية ماسلو: دراسة مقارنة بين الكيف والمبصر. مجلة كلية التربية ببورسعيد - مصر، ع 10، ص ص 59 - 88.
70. محمد، عبد الرحيم بخيت (1992). دراسة الحاجات النفسية لبعض الطالبات الجامعيات بمكة المكرمة. جامعة الملك سعود، الرياض.
71. محمد، محمد عودة، مرسي، كمال ابراهيم (1986). الصحة النفسية في ضوء علم النفس والاسلام. دار القلم الكويت.
72. مختار، وفاق صفوت (2000). أبنائنا وصحتهم النفسية. القاهرة: دار العلم والثقافة.
73. المصليحي، نجلاء محمود (2012). الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر دراسة سوسيولوجية. مجلة شؤون اجتماعية، 115 (29)، 111-147.

74. المغذوي، عادل بن عايض (2011). ضوابط التواصل الالكتروني من منظور اسلامي ومدى تحققها لدى طلاب التعليم الثانوي بالمملكة العربية السعودية، مجلة كلية التربية- جامعة الأزهر العدد 146، جمهورية مصر العربية.
75. المفدى، عمر عبد الرحمن (2004). مصادر إشباع الحاجات النفسية للشباب في المرحلتين المتوسطة والثانوية بدول الخليج العربي مجلة رسالة الخليج العربي، 46 ، 85-129
76. المفدى، عمر، سليمان، جمعة (2002). الحاجات النفسية لمرحلة وسط العمر، مجلة كلية التربية بالزقازيق، العدد 41، مصر.
77. ملحم، سامي محمد (2000). مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار المسيرة للنشر.
78. منصور، تحسين (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني دراسة مقارنة من النوع الاجتماعي. غزة: المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال الجديد " التحديات النظرية و التطبيقية، جامعة الملك سعود الرياض.
79. منصور، عبد المجيد، الشربيني، زكريا، الفقى، إسماعيل (2002). السلوك الإنساني بين التفسير وأسس علم النفس المعاصر. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
80. المياحي، جعفر عبد كاظم (2010). دوافع السلوك، عمان، الأردن: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
81. نجادات، علي عقلة (2012). استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفييس بوك والإشباع المتحققة منه، "دراسة مسحية على عينة من جامعة اليرموك" دراسة غير منشورة، جامعة اليرموك
82. نصيف، بسمة (2011). موقع الفيس بوك ودوره في تطوير مجال النحت والتعلم عبر الانترنت في ضوء متطلبات عصر المعرفة. بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي العربي السادس الدولي لتطوير برامج التعليم العالي في مصر والوطن العربي في ضوء متطلبات عصر المعرفة، كلية التربية النوعية، المنصورة.
83. نومار، مريم (2012). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ودراسة عينية من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر. رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الحاج خضر. باتنة.
84. الوقفي، راضي (1998). مقدمة في علم النفس. عمان: دار الشروق للنشر.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Mecheel,Vansoon,,(2010) Facebook and the invasion of technological communities , N.Y,Newyurk.
2. Guzin,S.Kocak,y(2011)GenderDifferences in using Social Network.**The Turkish On;ine Journal of Educational Technology**,(10)2,pp.133-139
3. Al-Saggaf, yeslam. (2011). Saudi Females on Facebook: An Ethnographic Study. **International Journal of Emerging Technologies & Society. Vol. 9, No. 1, 2011, pp: 1-19**
4. Mazman,Socide&Usluel ,Yasmin(2010)Modeling education usage of Face book.**Computers &Education**, 55(2)444-453
5. Al-Saggaf, yeslam. (2011). Saudi Females on Facebook: An Ethnographic Study. **International Journal of Emerging Technologies & Society. Vol. 9, No. 1, 2011, pp: 1-19**
6. Sheldon , K& Ellion, A(1999) Goal striving need satisfaction , And Longitudinal well-being the self concordance model. **Journal of personality and social psychology**. V 76.
7. Reis, H, Sheldon. K, Gable. S, Roscoe ,J,& Ryan, R.(2000) **Daily will-being. The rde of autonomy, competence, and relatedness personality and social psychologe** Vol. 26 No.4 , pp 419-435
8. Deci,E.L,&Ryan, R. Ganga,M.leone, D. Kornazheva, B(2001) Need satisfaction, motivation, and well-being in the work organization of a former eastern bloc country. A cross cultural of self – **determination USA journal of personality and social psychology**.
9. Sheldon M. Kennon&Betten court B. Ann (2002) psychology ical need-satisfacation and subjective well-being with in social groups British- **Journal of social psychology** (2002),41, 25-38
- 10.Deci,E &Ryan,R (2000): **The what and why of goal pursists, Human needs and the self determination of behavior-** Psychological Inquiry,V11,(207-268)

المراجع الالكترونية:

1. عبد العزيز، النغميشي (2007) الإرشاد النفسي - كفيته وخطواته (نموذج إسلامي) <http://www.alukah.net/social/1295/325> تم الدخول إلى الموقع في (2014/3/10)
2. تقرير صادر عن مركز البحوث والدراسات بأكاديمية شرطة دبي (إطلالة معرفية على شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك - تويتر - اليو تيوب) - [http://www.albayan.ae/across-](http://www.albayan.ae/across-the-uae/news-and-reports/2013-03-01-1.1833262) the-uae/news-and-reports/2013-03-01-1.1833262 تم الدخول إلى الموقع بتاريخ (2014/3/20)

3. احصائية حول اعدادا المستخدمين لموقع الفيس بوك في فلسطين صادر عن وكالة معاً
<http://maannews.net/arb/ViewDetails.aspx?ID=449831> تم الدخول إلى الموقع بتاريخ (2012/10/8)
4. محمود عبد الستار خليفة. الجيل الثاني من خدمات الإنترنت: مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0. - Cybrarians journal. - ع 18 (مارس 2009).
http://www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com_content&view=article&id=382:-20-20-&catid=141:2009-05-20-09-52-31 تم الدخول إلى الموقع بتاريخ (2013/2/4)
5. سليمان بن قاسم بن محمد العيد (2007) الحاجات الدعوية للشباب بحث مقدم للملتقى الأول للدراسات الدعوية <http://www.alukah.net/web/eleid/10143/19200> تم الدخول إلى الموقع بتاريخ (2014/2/20)
6. سلطان مسفر الصاعدي (2012) الشبكات الإجتماعية خطر أم فرصة؟
<http://www.alukah.net/spotlight/0/40402> تم الدخول بتاريخ (2014/2/20)
7. مقالة عن الفيس بوك
http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D9%8A%D8%B3_%D8%A8%D9%88%D9%8
 3 تم الدخول بن=تاريخ (2014/2/20)
8. Alexa Internet, Inc. (1996). "Top sites in Palestine". Retrieved June 12, 2012 from www.alexa.com/topsites/countries/PS
9. Facebook(2004). "Press Room". Retrieved April 1, 2012 from <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>
10. Boyd, danah m.& Ellison, Nicole B.(2007).” Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, Journal of Computer-Mediated Communication, available on:
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

الملاحق

ملحق رقم (1)
قائمة بأسماء المحكمين

مكان العمل	التخصص	اسم الدكتور	
وكالة الغوث	علم نفس	د. ابراهيم أبو ندى	4
جامعة الأزهر	علم نفس	د. باسم كويك	9
الجامعة الإسلامية	علم نفس	د. جميل الطهراوي	1
الجامعة الإسلامية	علم نفس	د. ختام السحار	3
الجامعة الإسلامية	رياضيات	د. ختام الوصيفي	2
الجامعة الإسلامية	مناهج وطرق تدريس	د. صلاح الناقة	7
جامعة الأزهر	علم نفس	د. عبد العظيم المصدر	10
الجامعة الإسلامية	علم نفس	د. عبد الفتاح الهمص	11
الجامعة الإسلامية	علم نفس	د. محمد الحلو	6
الجامعة الإسلامية	علم نفس	د. نبيل دخان	5
جامعة الأقصى	علم نفس	د. يحيى النجار	8

ملحق رقم (2)

مقياس اشباع الحاجات النفسية للتحكيم

سعادة الدكتور/ة: حفظه الله

السلام عليكم ورحمه الله وبركاته ،،،

يطيب لي أن أضع بين ايديكم أداة القياس الخاصة بموضوع أطروحة الماجستير والتي تحمل

العنوان التالي:

"الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك Facebook من طلبة الجامعات"

اشراف الأستاذة الدكتورة /سناء ابراهيم أبو دقة

وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في " الصحة النفسية المجتمعية" من

كلية التربية بالجامعة الاسلامية - غزة.

وتتضمن الاداة المرفقة التعريفات الإجرائية المقترحة لمفاهيم الدراسة تليها بنود أداة القياس.

والباحثة تنوي استخدام مقياس ليكرت الخماسي: أوافق بشدة - أوافق - محايد - أعارض -

أعارض بشدة.

لذا يرجى التكرم بالاطلاع على المقياس وإبداء الرأي في كل عباراته من حيث ملائمة العبارة

وسلامتها اللغوية، مع إضافة ما ترونه مناسباً من تعديلات أو حذف أو إضافة بنود تتلائم وموضوع

الدراسة، وكلي أمل بإسهاماتكم في إثراء هذه الدراسة بخبراتكم العلمية.

لكم مني كل التقدير وبارك الله فيكم،،،

الباحثة: إسلام جميل الطهراوي

مقياس اشباع الحاجات النفسية

أولاً: البيانات الأولية

الجنس: ذكر انثى الكلية: علمية (علوم، هندسة، طب، صيدلة، تكنولوجيا، تربية) انسانية (تربية، آداب، أصول دين، شريعة)المستوى الدراسي: أول ثاني ثالث رابع خامس استخدم الفيس بوك منذ: سنة سنتان ثلاث سنوات فأكثر عدد الساعات التي اقضيها في استخدام الفيس بوك يومياً: أقل من ساعة 1-3 4 فأكثر أمتلك صفحة: شخصية عامة شخصية و عامة اسمي على الفيس بوك: حقيقي مستعار شبه حقيقي (يتضمن جزء من اسمي)عدد الاصدقاء لدي على الفيس بوك: 100 100-200 200-300 300 فأكثر اتصفح الفيس بوك من خلال: حاسوب منزلي حاسوب متنقل هاتف ذكي

ثانياً: مقياس اشباع الحاجات النفسية

الرجاء الإجابة على السؤال التالي:

ما مدى مساعدة الفيس بوك على اشباع حاجاتك النفسية التالية:

م	الفقرات	منتمية	غير منتمية	تحتاج لتعديل
التعبير عن الذات				
1	أعبر عن آرائي بحرية تامة.			
2	أشعر بانني على اتصال دائم بالآخرين			
3	أشارك في مواضيع حوارية مع الآخرين			
4	أناقش قضايا قد تكون من اهتماماتي			
5	أطلق مواهبي و قدراتي في الرسم أو الشعر أو الكتابة			
6	أزيد من قدرتي على التعبير عما يدور في خاطري			
7	أبدي رأي من خلال التعليقات و الردود و الاعجابات			
8	أعبر عن نفسي بشكل حر			
9	أعرض أفكارى وآرائى تجاه ما أريد			
التسلية و الترفيه				
1	أقضي و قت ممتع			
2	أتمتع بألعاب الفيس بوك المتاحة			
3	أشعر بالمتعة والتحرر من القيود اثناء استخدام الفيس بوك			
4	أشعر بالراحة من خلال الحديث مع أشخاص أعرفهم			
5	أقتل وقت فراغى			
6	أشعر بالفرح من خلال متابعة الطرائف و الغرائب .			
7	أروح عن نفسي			
8	أقضي وقتى بتصفح صفحات الفيس بوك			
التقدير و المكانة الاجتماعية				
1	أتخلص من الشعور بالوحدة			
2	أتقرب أكثر من الاهل والاصدقاء.			
3	أصادق الاكاديميين فى الجامعة ممن تربطنى بهم علاقة تخصص			
4	أتواصل مع الشخصيات المشهورة والعامه والدعاة			
5	أتعرف بشكل أكثر على الاصدقاء والأقارب			

م	الفقرات	منتمية	غير منتمية	تحتاج لتعديل
6	ازدادت قدرتي على التواصل مع الأصدقاء القدامى			
7	أعمق علاقتي بأصدقائي الحاليين			
8	أشعر بالسعادة لإعجاب الآخرين ومتابعتهم لصفحتي			
9	أشعر بنفهم الآخرين لشخصيتي			
10	أنتقل مع الآخرين و أقدم خدمات لهم .			
11	أشعر بأهميتي لدى الآخرين			
12	أصبح لي دور فاعل مع الآخرين			
13	أن أكون صدقات جديدة وناجحة			
تحقيق الذات				
1	أعتر بنفسي عند مشاركتي في القضايا المجتمعية			
2	أشعر بالأهمية كلما زاد عدد أصدقائي.			
3	أشعر بالثقة بنفسني كلما زادت عدد الاعجابات التي أتلقها			
4	أصبحت أكثر قدرة تحمل انتقادات وردود الآخرين.			
5	أشعر بالرضا عن ما أقدمه على صفحتي			
6	أشعر بزيادة تقديري واحترامي لذاتي.			
7	أصبحت أكثر قدرة على الشعور بالاستقلالية الشخصية			
8	أشعر بمحبة الآخرين كلما زادت عدد طلبات الصداقة لدي			
9	زادت قدرتي على تقبل من يخالفني الرأي .			
10	أشعر بالتميز والتفرد.			
الإنجاز				
1	أعمل بشكل جاد للتفاعل مع قضايا الساعة			
2	أصبحت شخص له دور اجتماعي			
3	أنتقل مع القضايا المجتمعية.			
4	أشعر بالسعادة عندما يزداد التفاعل الاجتماعي.			
5	أطرح مواضيع للحوار و النقاش.			
6	أصبحت شخص مسؤول من خلال تفعيل دوري تجارة قضيتي			
7	أشعر بأنني شخص منجز من خلال الاهتمام ومتابعة صفحتي			

م	الفقرات	منتمية	غير منتمية	تحتاج لتعديل
8	أقوم بتأدية واجبي ودوري تجاه قضيتي الفلسطينية			
9	أشارك بحملات تأييد أو مقاطعة ورفض			
10	أنشئ صفحات تهتم بأمور ثقافية، اجتماعية، دينية، رياضية			
الانتماء و المحبة				
1	أحافظ على صداقاتي القديمة .			
2	أشبع حاجتي في التواصل مع اشخاص من الصعب التواصل معهم في الواقع الملموس			
3	أكتسب صداقات جديدة و معارف جدد			
4	أتعرف على زوج وزوجة المستقبل			
5	أشعر بمحبة الآخرين لي و اني مرغوب اجتماعيا			
6	أشعر بمحبة اصدقائي لي			
7	أصبح أكثر قدرة على الوصول لأصدقائي وقت حاجتي لهم.			
8	أشعر بالضيق عندما انقطع عن اصدقائي على الفيس.			
9	أتعرف جيدا على شخصيات الأصدقاء والأقارب.			
10	أصبحت أكثر تقديمًا للمساعدة و الدعم للأصدقاء			
11	أقدم الاهتمام و النصح لمن لأصدقائي			
12	أنتمي لمجموعي من خلال المشاركة بقضايا المجتمع.			
13	أشعر بانني محط اهتمام الآخرين			
14	أنتمي لمجموعات لها نفس اهتماماتي وميولي .			
المعرفة و الثقافة				
1	أوسع من ثقافتي ومعلوماتي			
2	توسعت مداركي وفهمي للحياة .			
3	أصبحت أكثر وعيا بما يدور من حولي في مجتمعي .			
4	أتعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى			
5	أتعرف على آراء الآخرين في مختلف قضايا المجتمع.			
6	أنمي معلوماتي المتعلقة بتخصصي الدراسي			
7	أتابع الموضوعات التي تحظى بمتابعة و تقييم من قبل أفراد المجتمع			

م	الفقرات	منتمة	غير منتمة	تحتاج لتعديل
8	أكتسب مهارات حياتية جديدة			
9	تابع آخر الأخبار والتطورات المحلية.			
10	أصبح أكثر اطلاع على كل ما هو جديد بالعلم			
11	أتعرف جيدا على شخصيات الأصدقاء والأقارب.			
الأمن النفسي				
1	أشعر بانني في مجتمع آمن.			
2	أشعر براحة من خلال مواكبة قضايا و أحداث الفيس بوك			
3	أشعر بأنني ضمن مجتمع حيوي متفاعل.			
4	أشعر أن العالم بخير و هناك من يتمتع بالإنسانية.			
5	أشعر بالمسئولية الاجتماعية وممارستها.			
6	أشعر بالأمان عندما أشكو و يتفاعل معي الآخرون.			
8	أشعر بالراحة و أنا اقضى وقتي على الفيس بوك			
9	أصبحت أدرك الآخرين بوصفهم			
10	أثق فيمن اعرفهم على الفيس بوك			
11	أحب أصدقائي على الفيس و ارتاح لهم .			
التذوق الجمالي				
1	أصبحت أكثر قدرة على معرفة الجيد من الرديء.			
2	زادت قدرتي على تذوق القيم العليا.			
3	أصبحت أكثر قدرة على تقييم شخصيات أصدقائي			
4	نمى لدي الشعور بجمال الاشياء من حولي			
5	زادت قدرتي على نقد صفحات الآخرين.			
6	زاد تذوقي لهواتي المفضلة .			
7	أستمتع بما يعرض من المناظر الطبيعية			
8	أعجب بكل ما هو جميل و متناسق			

ملاحظات:

.....

ملحق رقم (3)

المقياس بصورته النهائية



الجامعة الإسلامية - غزة
عمادة الدراسات العليا
كلية التربية
قسم الصحة النفسية المجتمعية

أخي الطالب/أختي الطالبة:

تقوم الباحثة بعمل دراسة لنيل درجة الماجستير من قسم الصحة النفسية و المجتمعية بكلية التربية في الجامعة الإسلامية بعنوان "الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات"، لذا يرجى التكرم بقراءة العبارات بدقة و إعطاء رأيك في كل عبارة بكل نزاهة وموضوعية، لما في ذلك من أهمية في نتائج الدراسة.

ضع علامة (X) أمام الاختيار الذي تعتقد أنه ينطبق عليك عند كل فقرة. ربما تتردد في اختيار الإجابة على بعض العبارات، وفي هذه الحالة اختر الإجابة الأقرب للاتفاق مع وجهة نظرك، لاحظ أنه لا توجد عبارة صحيحة وأخرى خاطئة، إنما الإجابة هي التي تنطبق عليك، مؤكداً أن الغرض الأساسي لهذا المقياس هو لأغراض البحث العلمي فقط، و ستحظى الإجابات بالسرية التامة، ولن تستغرق الأداة من الوقت أكثر من 15 دقيقة.

شاكرين لكم على حسن تعاونكم،،،

الباحثة

إسلام الطهراوي

أولاً: البيانات الأولية

- الجنس: ذكر أنثى
- الجامعة: الاسلامية الأزهر الأقصى
- الكلية: علمية (علوم، هندسة، طب، صيدلة، تكنولوجيا، ترميض، زراعة)
انسانية (تربية، آداب، أصول دين، شريعة، تجارة).
- المعدل التراكمي: ممتاز جيد جداً جيد مقبول
- استخدم الفيس بوك منذ: سنة سنتان ثلاث سنوات فأكثر
- عدد الساعات التي أفضيها في استخدام Facebook يومياً: أقل من ساعة 1-3 4 فأكثر
- أمتلك صفحة: شخصية عامة شخصية وعامة
- اسمي على Facebook: حقيقي مستعار شبه حقيقي (يتضمن جزءاً من اسمي الحقيقي)
- عدد أصدقائي على Facebook: أقل من 100 100-200 201-300 301 فأكثر
- أتصفح Facebook من خلال: حاسوب منزلي حاسوب متنقل هاتف ذكي بطرق متعددة

ثانياً: مقياس إشباع الحاجات النفسية

الرجاء الإجابة على السؤال التالي: "ما مدى مساعدة Facebook على إشباع حاجاتك النفسية التالية":

أعترض بشدة	أعترض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرات
					1. أعبر عن مشاعري بحرية تامة
					2. أشعر بأنني على اتصال دائم بالآخرين
					3. أشارك في مواضيع حوارية مع الآخرين
					4. أناقش قضايا قد تكون من اهتماماتي
					5. أطلق مواهبي وقدراتي في الرسم أو الشعر أو الكتابة
					6. أزيد من قدرتي على التعبير عما يدور في خاطري
					7. أبدي رأبي من خلال التعليقات والردود والإعجابات likes.
					8. أعبر عن نفسي بحرية
					9. أعرض أفكارى وأرائى تجاه ما أريد
					10. أقضي وقت ممتع ومسلى
					11. ألعب واستمتع بالألعاب الابداعية التفاعلية .
					12. أشعر بالمتعة والتحرر من القيود اثناء استخدام facebook
					13. أشعر بالراحة من خلال الحديث مع أشخاص أعرفهم
					14. أقتل وقت فراغى
					15. أشعر بالفرح من خلال متابعة الطرائف والغرائب
					16. ألجأ إلى Facebook حين أشعر بالملل
					17. أقضي وقتى بتصفح صفحات Facebook
					18. أشارك فى البرامج والتطبيقات المسلية
					19. أتقرب أكثر من الأهل و الأقارب
					20. أصادق الأكاديميين فى الجامعة ممن تربطنى بهم علاقة تخصص
					21. أتواصل مع الشخصيات المشهورة والعامه والدعاة
					22. أتعرف بشكل أكثر على الاصدقاء
					23. ازدادت قدرتى على التواصل مع الأصدقاء القدامى
					24. أعمق علاقتى بأصدقائى الحاليين
					25. أشعر بالسعادة لإعجاب الآخرين ومتابعتهم لصفحتى

أعراض بشدة	أعراض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرات
					26. أشعر بفهم الآخرين لشخصيتي
					27. أتفاعل مع الآخرين وأقدم خدمات لهم
					28. أشعر بأنني محبوب ومقدر من الآخرين
					29. أصبح لي دور فاعل تجاه الأحداث
					30. أكون صداقات جديدة وناجحة
					31. أشعر بالضيق إذا تم حضري من قبل الآخرين
					32. أعتز بنفسني عند مشاركتي في القضايا المجتمعية
					33. أشعر بالأهمية كلما زاد عدد أصدقائي
					34. أشعر بالثقة بنفسني كلما زادت عدد الإعجابات التي أتلهاها
					35. أصبحت أكثر قدرة على تحمل انتقادات وردود الآخرين
					36. أشعر بالرضا عما أقدمه على صفحتي
					37. ازداد تقديري واحترامي لذاتي
					38. أصبحت أكثر قدرة على الشعور بالاستقلالية الشخصية
					39. أشعر بمحبة الآخرين كلما زادت عدد طلبات الصداقة لدي
					40. زادت قدرتي على تقبل من يخالفني الرأي
					41. زاد شعوري بأنني شخص متميز
					42. أعمل بشكل جاد للتفاعل مع قضايا المجتمع
					43. أصبحت شخصاً له دور اجتماعي
					44. أتفاعل مع قضايا الحياة الجامعية
					45. أشعر بالسعادة عندما يزداد التفاعل الاجتماعي.
					46. أطرح مواضيع للحوار والنقاش
					47. أصبحت شخصاً مسؤولاً من خلال تفعيل دوري تجاه قضيتي
					48. أشعر بأنني شخص منجز من خلال الاهتمام ومتابعة صفحتي
					49. أقوم بتأدية واجبي ودوري تجاه قضيتي الفلسطينية
					50. أشارك بحملات التأييد أو المقاطعة أو الرفض
					51. أنشئ صفحات تهتم بأمور ثقافية، واجتماعية، ودينية، ورياضية
					52. أحافظ على صداقاتي القديمة
					53. أشبع حاجتي في التواصل مع أشخاص من الصعب التواصل معهم في الواقع الملموس

أعراض بشدة	أعراض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرات
					54. أتعرف إلى زوج أو زوجة المستقبل.
					55. أشعر بمحبة الآخرين لي وأني مرغوب اجتماعياً
					56. أشعر بمحبة أصدقائي لي.
					57. أصبحت أكثر قدرة على الوصول لأصدقائي وقت حاجتي لهم.
					58. أشعر بالضيق عندما انقطع عن أصدقائي على الفيس
					59. اتعرف جيداً على شخصيات الأصدقاء أو الأقارب
					60. أصبحت أكثر تقديماً للمساعدة والدعم للأصدقاء
					61. أقدم الإهتمام والنصح لأصدقائي
					62. أنتمي لمجمعتي من خلال المشاركة بقضايا المجتمع
					63. أشعر بأنني محط اهتمام الآخرين
					64. أنتمي لمجموعات لها نفس اهتماماتي وميولي
					65. أوسع من ثقافتي ومعلوماتي
					66. توسعت مداركي وفهمي للحياة
					67. أصبحت أكثر وعياً بما يدور من حولي في مجتمعي
					68. أتعرف إلى ثقافات المجتمعات الأخرى.
					69. أتعرف إلى آراء الآخرين في مختلف قضايا المجتمع.
					70. أنمي معلوماتي المتعلقة بتخصصي الدراسي
					71. أتابع الموضوعات التي تحظى بمتابعة وتقييم من قبل أفراد المجتمع
					72. أكتسب مهارات حياتية جديدة
					73. أتابع آخر الأخبار والتطورات المحلية والسياسية
					74. أصبحت أكثر اطلاعاً على كل ما هو جديد بالعلم
					75. أشعر بأنني في مجتمع آمن
					76. أشعر براحة من خلال مواكبة قضايا وأحداث Facebook
					77. أرى بأنني ضمن مجتمع افتراضي حيوي متفاعل
					78. أشعر أن العالم بخير وهناك من يتمتع بالإنسانية
					79. أشعر بالمسؤولية الاجتماعية وممارستها
					80. أشعر بالأمان عندما أشكو ويتفاعل معي الآخرون
					81. أشعر بالارتياح وأنا اقضى وقتي على Facebook
					82. أصبح لدى انطباع جيد عن الآخرين

أعراض بشدة	أعراض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرات
					83. أتق فيمن أعرفهم على Facebook
					84. أحب أصدقائي على Facebook وارتاح لهم
					85. أصبحت أكثر قدرة على معرفة الجيد من الرديء
					86. زادت قدرتي على تذوق القيم العليا
					87. أصبحت أكثر قدرة على تقييم شخصيات أصدقائي
					88. نمت لدي الشعور بجمال الأشياء من حولي
					89. زادت قدرتي على نقد صفحات الآخرين
					90. زاد تذوقي لهواياتي المفضلة
					91. أستمتع بما أشاهده ويعرض في الصفحات
					92. أعجب بكل ما هو جميل ومتناسق

ملاحظات إضافية:

ملحق رقم (4)
تسهيل مهمة باحثة لجامعة الأزهر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

 **الجامعة الإسلامية - غزة**
The Islamic University - Gaza

مكتب نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا هاتف داخلي 1150

الرقم ج م غ /35/
Ref 2014/05/06
التاريخ Date

الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للشئون الأكاديمية
جامعة الأزهر - غزة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

الموضوع/ تسهيل مهمة طالبة ماجستير

تهديكم شئون البحث العلمي والدراسات العليا أعطر تحياتها، وترجو من سيادتكم التكرم بتسهيل مهمة الطالبة/ اسلام جميل حسن الظهراوي، برقم جامعي 220110225 المسجلة في برنامج الماجستير بكلية التربية تخصص الصحة النفسية والمجتمعية ، وذلك بهدف تطبيق أدوات دراستها والحصول على المعلومات التي تساعدنا في إعدادها والتي بعنوان

الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات

والله ولي التوفيق،،،

مساعد نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. فؤاد علي العاجز



ملحق رقم (5)

خطاب تسهيل مهمة الباحثة لجامعة الأقصى



هاتف داخلي 1130

مكتب نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا

الجامعة الإسلامية - غزة

The Islamic University - Gaza

الرقم: ج س ع/35
Ref: 2014/05/06

التاريخ: Date

حفظه الله،

الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للشئون الأكاديمية

جامعة الأقصى - غزة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

الموضوع/ تسهيل مهمة طالبة ماجستير

تهديكم شئون البحث العلمي والدراسات العليا أعطر تحياتها، وترجو من سيادتكم التكرم بتسهيل مهمة الطالبة/ اسلام جميل حسن الطهراوي ، برقم جامعي 220110225 المسجلة في برنامج الماجستير بكلية التربية تخصص الصحة النفسية والاجتماعية، وذلك بهدف تطبيق أدوات دراستها والحصول على المعلومات التي تساعد في إعدادها والتي بعنوان

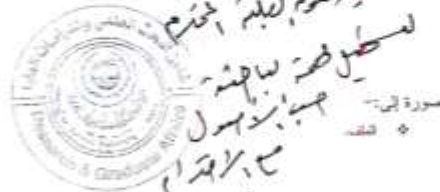
الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي الفيس بوك من طلبة الجامعات

والله ولي التوفيق،،،

مساعد نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. فنوادة علي العاجز

الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للدراسات العليا
الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للدراسات العليا
الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للدراسات العليا
الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للدراسات العليا
الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للدراسات العليا
الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للدراسات العليا
الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للدراسات العليا
الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للدراسات العليا
الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للدراسات العليا
الأخ الدكتور/ نائب الرئيس للدراسات العليا



السيد/ عميد البعثات
السيد/ عميد البعثات
السيد/ عميد البعثات
السيد/ عميد البعثات
السيد/ عميد البعثات
السيد/ عميد البعثات
السيد/ عميد البعثات
السيد/ عميد البعثات
السيد/ عميد البعثات
السيد/ عميد البعثات