

جامعة محمد خيضر بسكرة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



# مذكرة ماستر

العلوم الإنسانية  
علوم الإعلام والاتصال  
اتصال وعلاقات عامة  
رقم:

إعداد الطالبة:

رندة زيتوني

يوم: 2019/07/04

دور الصفحات النسائية على الفيسبوك في نشر الوعي الأسري  
دراسة مسحية على عينة من متابعات صفحة الأسرة.

## لجنة المناقشة:

رئيسا	أ.مح.ب. جامعة محمد خيضر بسكرة	مسعودة طلحة
مشرفا ومقررا	أ.مح.ب. جامعة محمد خيضر بسكرة	صونيا قوراري
عضوا مناقشا	أ.مح.ب. جامعة محمد خيضر بسكرة	سعاد سراي

السنة الجامعية : 2019/2018م

# شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اشرف المرسلين نبينا محمد وعلى

أصحابه أجمعين أما بعد ....

أتقدم بالشكر الجزيل والحمد الكثير في الأول والأخير للخالق تبارك وتعالى والذي بعونه ومشيبته تم انجاز المذكرة.

كما أتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير إلى أستاذتي الفاضلة " صونيا قوراري " على كل الجهود والتوجيهات والنصائح القيمة التي قدمتها لي والتي شرفني بمتابعة هذا العمل وكانت لي خير دليل ومرشد طول مدة انجاز هذا البحث والتي تحملت كافة استفساراتي فلها عظيم الشكر وخالص الامتنان والتقدير.

كما أتقدم بخالص الشكر والامتنان والتقدير لكل أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة والى اللجنة التي ستناقش هذا العمل

والى كل من وقف معنا ودعمنا من قريب أو بعيد لانجاز هذا البحث ولو بكلمة طيبة

## المخلص:

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الصفحات النسائية على الفيسبوك في نشر الوعي الأسري ولقد استهدفت صفحة الأسرة على الفيسبوك من خلال معرفة عادات وأنماط استخدام الصفحات النسائية على الفيسبوك ودوافع وأسباب إقبال الأسر لهذه الصفحة والإشباع المحققة منها وللإجابة على هذه التساؤلات قمنا باستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات بعد تحكيمها تم توزيعها على عينة عشوائية لمتابعات هذه الصفحة حيث تكونت من 60 مفردة ، معتمدين في ذلك على المنهج المسحي، وقد تضمنت الدراسة على ثلاث فصول الأول يتعلق بالإطار المنهجي للدراسة والفصل الثاني يتعلق بالإطار النظري للدراسة بينما الفصل الثالث تمثل في الإطار التطبيقي ، حيث توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها :

كشفت الدراسة أن طريقة التعامل مع مضامين و منشورات صفحة الأسرة على الفيسبوك عن طريق التعليق وذلك راجع إلى أن المتابعات يتعاملون بالتعليق على هاته المضامين وبالتالي فقد كانت دوافع استخدامهم لهذه الصفحة الأخذ بالنصائح والإرشادات التي تمرر عبر هذه المضامين والمنشورات، لذلك توصلت هذه الدراسة إلى عدم إمكانية الاستغناء عن الصفحة وذلك بسبب ما تحققه من اشباعات ورغبات كل متابعات الصفحة

## **Abstract :**

The study aimed to know the role of female characters on facebook in spreading family awarness. The family page on facebook was targeted by knowing the habits and patterns of using womens pages on facebook and the motivation of the family to this page and the answer these questions we used the questionnaire to collect data after the control was distributed to a rondom sample of the follow-ups of this page where it consistd of 60 individuals depending on the study included three chaptrs of the first related to the framework of the study and the second chapter relates to the theoretical framwork of the study and separation wrepresent framwork .where we reached the results range from :

The study revealed that the method of dealing with the method of dealing with the content and publications of the family page on facebook by comment and that the follow-up dealing with comment on these centents and therefore were motivated to use this page to take the advice and guidance that pass through these contents and publications so this study concluded that there is no the possibility of dispensing with this page is due to the achievement of the most

الفهارس

## فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
	كلمة شكر
	فهرس المحتويات
	فهرس الأشكال
	ملخص الدراسة باللغة العربية و الأجنبية
أ-ب	مقدمة
<b>الإطار المنهجي</b>	
<b>الفصل الأول: إشكالية الدراسة و منهجها</b>	
6	1- إشكالية الدراسة
7	2- أسباب اختيار موضوع الدراسة
7	3- أهداف الدراسة
7	4- أهمية الدراسة
8	5- المفاهيم الإجرائية الدراسة
8	6- الدراسات السابقة
13	7- مجتمع البحث والعينة.
15	8- نوع الدراسة ومنهجها .
17	9- أدوات جمع بيانات الدراسة .
18	10- النظرية المؤطرة للدراسة.
<b>الإطار النظري</b>	

<b>الفصل الثاني: مدخل لشبكات التواصل الاجتماعي</b>	
28	المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها
28	المطلب الأول: تعريف ونشأة شبكات التواصل الاجتماعي .
30	المطلب الثاني: خصائص واستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي .
32	المطلب الثالث: تعريف ونشأة الفيسبوك .
35	المطلب الرابع: خصائص واستخدامات الفيسبوك .
37	المبحث الثاني: أساسيات ومكونات الوعي
37	المطلب الأول: تعريف ونشأة الوعي
39	المطلب الثاني: أنواع الوعي
42	المطلب الثالث: أشكال الوعي
43	المطلب الرابع: أدوات الوعي
44	المطلب الخامس: أبعاد الوعي
45	المبحث الثالث: مدخل في دراسة الأسرة
45	المطلب الأول: تعريف ونشأة الأسرة
47	المطلب الثاني: سمات الأسرة
48	المطلب الثالث: وظائف الأسرة
48	المطلب الرابع: خصائص ومقومات الأسرة
51	المطلب الخامس: دور الأسرة في التوعية
<b>الإطار التطبيقي</b>	
<b>الفصل الثالث : الإطار التطبيقي للدراسة</b>	

59	المبحث الأول: عادات وأنماط استخدام الصفحات النسائية على الفيسبوك
68	المبحث الثاني: دوافع إقبال الأسر للصفحات النسائية .
75	المبحث الثالث: الإشباعات التي تحققها الصفحات النسائية على الفيسبوك
129	نتائج الجزئية للدراسة
134	النتائج العامة
136	خاتمة
138	قائمة المصادر والمراجع
143	الملاحق



## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
56	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	01
57	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	02
58	توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	03
59	يوضح مدة استخدام المتابعات لصفحة الأسرة.	04
60	يوضح مدة التي تقضيها المتابعات يوميا في استخدام لصفحة الأسرة على الفيسبوك.	05
61	يوضح الفترات المفضلة للمتابعات لتصفح صفحة الأسرة على الفيسبوك.	06
62	يوضح المكان المفضل لمتابعة لصفحة الأسرة على الفيسبوك.	07
63	يوضح الوسيلة التي تستخدمها المتابعات في تصفح لصفحة الأسرة على الفيسبوك.	08
64	يوضح اهتمام المتابعات للمواضيع التي تنشر عبر الصفحة الأسرة على الفيسبوك.	09
65	يوضح أشكال التفاعل متابعات مع صفحة الأسرة على الفيسبوك .	10
66	طرق العرض التي تؤثر فيمتابعات من خلال تصفح لصفحة الأسرة.	11
67	يوضح كيفية تعامل مع مواضيع ومضامين المنشورات عبر صفحة الأسرة على الفيسبوك	12

68	يوضح دوافع استخدام متابعات لصفحة الأسرة على الفيسبوك .	13
70	يوضح أكثر المواضيع المتداولة في صفحة الأسرة على الفيسبوك	14
71	يوضح أهم الخصائص لصفحة الأسرة على الفيسبوك	15
73	يوضح كيفية التعامل والقيام به من خلال الصفحة الأسرة على الفيسبوك	16
74	يوضح طريقة يجذب اهتمام المتابعات في صفحة الأسرة على الفيسبوك.	17
75	يوضح الإشباعات العلمية التي تحققها صفحة الأسرة على الفيسبوك	18
77	يوضح الإشباعات النفسية التي تحققها صفحة الأسرة على الفيسبوك	19
78	يوضح الإشباعات الاجتماعية التي تلبّيها صفحة الأسرة على الفيسبوك	20
80	يوضح أثر استخدام صفحة الأسرة على أسلوب حياة ونمط معيشة المتابعات	21
81	يوضح إمكانية استغناء المتابعات لصفحة الأسرة على الفيسبوك .	22
83	يوضح مدة استخدام المتابعات في صفحة الاسرة على الفاييسبوك .	23
85	يوضح مدة استغراق من الوقت يوميا في استخدام متابعات لصفحة الأسرة على الفيسبوك؟	24
87	يوضح الفترات المفضلة لدى متابعات لتصفح صفحة الأسرة على الفيسبوك؟	25
89	يوضح المكان المفضل لمتابعة	26
91	يوضح الوسيلة التي تستخدمها متابعات في تصفحك لصفحة الأسرة على الفيسبوك؟	27
93	يوضح اهتمام متابعات بكل ما ينشر عبر الصفحة الأسرة على الفيسبوك ؟	28

95	يوضح أشكال التفاعل المفضلة لدى متابعات صفحة الأسرة على الفيسبوك ؟	29
97	يوضح طرق العرض التي تؤثر في متابعات من خلال تصفحك لصفحة الأسرة على	30
99	يوضح -كيفية تتعامل متابعات مع مواضيع ومضامين المنشورات عبر صفحة الأسرة على الفيسبوك؟	31
103	يوضح دوافع استخدام متابعات لصفحة الأسرة على الفيسبوك ؟	32
105	يوضح أكثر المواضيع المتداولة في صفحة الأسرة على الفيسبوك ؟	33
107	يوضح أهم الخصائص لصفحة الأسرة على الفيسبوك ؟	34
110	يوضح ما الذي تقوم متابعات من خلال الصفحة الاسرة على الفيسبوك ؟	35
113	يوضح ما الذي يجذب اهتمام متابعات في صفحة الأسرة على الفيسبوك؟	36
116	يوضح الإشباعات العلمية التي تحققها صفحة الاسرة لمتابعاتها على الفيسبوك ؟	37
118	يوضح الإشباعات الإجتماعية التي تلببها صفحة الاسرة لمتابعاتها على الفيسبوك ؟	38
121	يوضح كيفية تعامل مع مواضيع ومضامين المنشورات عبر صفحة الأسرة على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة .	39
125	يوضح الإشباعات النفسية التي تحققها صفحة الأسرة على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة .	39

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
56	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	01
57	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	02
58	توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	03
59	يوضح مدة استخدام المتابعات لصفحة الأسرة.	04
60	يوضح مدة التي تقضيها المتابعات يوميا في استخدام لصفحة الأسرة على الفيسبوك.	05
61	يوضح الفترات المفضلة للمتابعات لتصفح صفحة الأسرة على الفيسبوك.	06
62	يوضح المكان المفضل لمتابعة لصفحة الأسرة على الفيسبوك.	07
63	:يوضح الوسيلة التي تستخدمها المتابعات في تصفح لصفحة الأسرة على الفيسبوك.	08
64	جدول رقم 9: يوضح اهتمام المتابعات للمواضيع التي تنشر عبر الصفحة الأسرة على الفيسبوك.	09
65	جدول رقم 10: يوضح أشكال التفاعل متابعات مع صفحة الأسرة على الفيسبوك .	10
66	يوضح طرق العرض التي تؤثر في متابعات من خلال تصفح لصفحة الأسرة.	11
67	يوضح كيفية تعامل مع مواضيع ومضامين المنشورات عبر صفحة الأسرة على الفيسبوك	12
69	يوضح دوافع استخدام متابعات لصفحة الأسرة على الفيسبوك .	13

70	يوضح أكثر المواضيع المتداولة في صفحة الأسرة على الفيسبوك	14
72	يوضح أهم الخصائص لصفحة الأسرة على الفيسبوك	15
73	يوضح كيفية التعامل والقيام به من خلال الصفحة الأسرة على الفيسبوك	16
74	يوضح طريقة يجذب اهتمام المتابعات في صفحة الأسرة على الفيسبوك.	17
75	يوضح الإشباعات العلمية التي تحققها صفحة الأسرة على الفيسبوك	18
77	يوضح الإشباعات النفسية التي تحققها صفحة الأسرة على الفيسبوك	19
79	يوضح الإشباعات الاجتماعية التي تلبىها صفحة الأسرة على الفيسبوك	20
80	يوضح أثر استخدام صفحة الأسرة على أسلوب حياة ونمط معيشة المتابعات	21
81	يوضح إمكانية استغناء المتابعات لصفحة الأسرة على الفيسبوك .	22

# مقدمة

لقد فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العقدين الأخيرين، وخاصة في مجال الاتصال الذي كان ولا يزال عنصرا مهما في الحياة البشرية، وزادت أهميته وتأثيره سلبا وإيجابا وفقا للمنظور الذي يستخدم فيه، لهذا شهد العالم تطورا في مجال الإعلام والاتصال، وتسارعت موجة التغيير فيه من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي الذي حول العالم إلى قرية صغيرة، وذلك بفتح أساليب وأنواع ومجالات وتقنيات للاتصال مما يسهل عملية التواصل مع بعضهم البعض من بينها شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتبر من أحدث المنتجات لتكنولوجيا الاتصالات وأكثرها استخداما لدى جميع المستويات والطبقات الاجتماعية المختلفة، حيث انه لا حدود لها في مجال الاتصال تستخدم في كافة الميادين والأنشطة الاتصالية السياسية والتعليمية والتربوية الثقافية الترفيهية... الخ وغيرها من الأنشطة، فلقد أصبح الفرد في أي مجتمع باستطاعته أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويستجيب ويعلق ويستفسر ويسأل ويعطي برأيه ويشارك بكل حرية وبسرعة فائقة بأقل وقت وجهد وباستخدام كافة التفاعلات من الرسوم والأشكال والرموز والكتابات التعبيرية المختلفة التي يشارك فيها عبر المواقع كالانستغرام واليوتيوب والفيديوك.. الخ وغيرها من المواقع الاجتماعية المختلفة التي أتاحت مساحة كبيرة ليعبر فيها الفرد عن رأيه.

حيث وجدت الشبكات الاجتماعية توافدا وإقبالا عليها حيث جعلت أفراد المجتمع يتلاحمون في العالم الافتراضي، وسرعان ما أصبحت إفرزاته تتحكم شيئا فشيئا في الواقع الإنساني والسياسي والاجتماعي، خصوصا عبر موقع الفيسبوك وذلك بفتح عدت صفحات من بينها الصفات النسائية التي تساهم في تكوين صداقات ومشاركة الأحداث اليومية التي تقوم بنشرها عبر صفحتها وخاصة التي تمس وتهتم بالجانب الأسري من هنا جاء الاهتمام بهذا من خلال تسليط الضوء على دور الصفات النسائية في نشر الوعي الأسري حيث تضمنت الدراسة ثلاث فصول هي :

الفصل الأول يتعلق بالإطار المنهجي للدراسة والذي يضم إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأسباب اختيار لموضوع وأهدافها وأهميتها ثم مفاهيم الإجرائية للدراسة والدراسات السابقة، ومجتمع البحث والعينة نوع الدراسة ومنهجها وأدوات الدراسة وأخيرا النظرية المؤطرة للدراسة

أما الفصل الثاني : يتعلق بالإطار النظري للدراسة الذي يندرج تحته ثلاث مباحث الأول بعنوان ماهية شبكات التواصل الاجتماعي والذي تناولنا فيه تعريف والنشأة وخصائصها وتعريف ونشأة الفيسبوك وخصائص استخدامات الفيسبوك، أما المبحث الثاني تحت عنوان أساسيات ومكونات الوعي الذي تناولنا

فيه تعريف الوعي ونشأته وأنواعه وأشكاله وأدواته وأبعاده ، وأخيرا المبحث الثالث تحت عنوان تعريف ونشأة الأسرة والذي تطرقنا فيه إلى سمات الأسرة ووظائفها وخصائص ومقومات الأسرة ودور الأسرة في التوعية.

أما في الفصل الثالث: المعنون تحت الإطار التطبيقي للدراسة الذي تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث الأول يتعلق بالعوادات وأنماط استخدام الصفحات النسائية على الفيسبوك ، والثاني يتعلق بدوافع إقبال الأسر للصفحات النسائية على الفيسبوك، والثالث تضمن الاشباعات التي تحققها الصفحات النسائية على الفيسبوك ثم تطرقنا الى نتائج الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها وأخيرا خاتمة الدراسة .



# الإطار المنهجي

# الفصل الأول:

## الجانب المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة
2. أسباب اختيار موضوع الدراسة
3. أهداف الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. المفاهيم الإجرائية للدراسة
6. الدراسات السابقة
7. مجتمع البحث والعينة
8. نوع الدراسة ومنهجها
9. أدوات جمع بيانات الدراسة
10. النظرية المؤطرة

## 1- إشكالية الدراسة:

تمثل مواقع التواصل الاجتماعي الظاهرة الإعلامية، حيث تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع، بحيث أصبحت العامل الأساسي للتغيير في المجتمع، من خلال تهيئة وتوفير الحاجات والمتطلبات التي يحتاجها الفرد، وذلك عبر هذه المواقع وما تحمله من خصائص وميزات تميزها عن غيرها مثل: يوتيوب، انستغرام والفيس بوك... الخ.

حيث أصبح يعد موقع الفيسبوك ظاهرة اجتماعية منتشرة بشكل كبير، بفضل الشبكات الواسعة واللامحدودة وخصوصية المجانية، بحيث يستفيد منها الفرد في إشباع حاجاته، من خلال فتح فرص للتواصل والتعبير عن آراءه داخل هذا الفضاء غير محدود، بكل بساطة وأريحية، كما يتيح له ميزة التفاعلية وتبادل الأدوار مع الآخرين، وذلك عبر الميزات والأنشطة المتواجدة داخله، من تعدد في المضامين والرسائل من نصية مكتوبة أو صور، أو سمعية بصرية، حيث أدى هذا إلى فتح صفحات متعددة ومتنوعة في كافة المجالات الاجتماعية، من بينها الصفحات النسائية التي تعتبر وسيلة اتصال وتواصل من أجل تبادل الخبرات والمعارف وتكوين آراء وتوجهات فكرية، من خلال طرح قضايا ومواضيع تحتمل نفس الاهتمام والميول والرغبات التي تساهم في ربط العلاقات وتقريب المسافات وتنمية المعارف وتحقيق إشباع للحاجات، ذلك عبر المشاركة والتفاعل مع تلك المواضيع وطرح حلول من أجل بناء اتجاهات في مجال التنقيف، التعليم، التربية... الخ.

ويعمل علة نشر الوعي الذي يساهم في الإدراك والمعرفة حول ما يدور داخل الأسرة.

والتي تعتبر أولى الحاجات الطبيعية التي يلجأ إليها الفرد، فتعمل على إشباع حاجاته ورغباته وقيمه ووعيه والحفاظ على الهوية الثقافية التي تنقل له، وتنمية وعي الأفراد بالحاضر والمستقبل، وتحقيق الأمن والاستقرار، وذلك عبر تدعيم العملية التربوية والتنقيفية والتعليمية، التي تعمل وسائل الإعلام على ترسيخها عبر هذه الصفحات النسائية، ودورها في توعية الأسرة فهي تسعى لتحقيق مجموعة من الوظائف من بينها حماية الأسرة، تنظيم وبناء الأسرة على قواعد سليمة من خلال التوجيه وإرشاد في شتى المواضيع من بينها التربية، التعليم، الثقافة، الدين... الخ، التي تعيشها وتواجهها الأسرة في حياتها اليومية، كما تعمل على تدعيم علاقة الأسرة وتطويرها.

ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف ساهمت الصفحات النسائية على الفيسبوك في نشر الوعي الأسري؟

### الأسئلة الفرعية:

- ماهي عادات وأنماط استخدام الصفحات النسائية على الفيسبوك؟
- ماهي دوافع إقبال الأسر للصفحات النسائية على الفيسبوك؟
- ماهي الاشباكات التي تحققها الصفحات النسائية على الفيسبوك؟
- 2- أسباب اختيار موضوع الدراسة:
- أ- ذاتية:
- الميل الذاتي والاهتمام الشخصي بالصفحات النسائية.
- حب الاطلاع على المواضيع التي تطرحها هذه الصفحات النسائية وطبيعة المضامين المطروحة.
- الرغبة في معرفة التأثير الذي تحدثه الصفحات النسائية على الأسرة.
- ب- موضوعية:
- أهمية الصفحات الاجتماعية على الفيسبوك وخاصة النسائية كونها أصبحت مصدرا للمعلومات وبناء اتجاهات وعلاقات أسرية.
- أهمية الصفحات النسائية ودورها في نشر القيم والمبادئ الاجتماعية والثقافية والتربوية والتعليمية والدينية وغيرها .
- الرغبة في معرفة درجة اعتماد وتأثير الصفحات النسائية على الأسرة.
- 
- 3- أهداف الدراسة:
- محاولة الكشف عن عادات وأنماط استخدام صفحات النسائية على الفيسبوك.
- التعرف على دوافع إقبال الأسر للصفحات النسائية على الفيسبوك.
- معرفة الاشباكات التي تحققها الصفحات النسائية على الفيسبوك.
- 4- أهمية الدراسة:
- تدعيم المكتبة الجزائرية ببحوث تتناول جانب صفحات الفيسبوك للأسرة.
- الأهمية البالغة التي تحتويها الصفحات النسائية على الفيسبوك ودورها في نشر الوعي.

- حاجة المجتمع والأسرة إلى التوعية في كافة المجالات الحياتية.
  - دور الصحافة النسائية في تحقيق أهم المبادئ التنشئة الأسرية المتمثلة في التربية والتعليم والصحة والتنقيف.
  - أهمية الصفحات النسائية على الفيسبوك بالنسبة للأسرة باعتبارها عنصر مهم في بناء المجتمع، وباعتبار أن هذه الصفحات تعمل على زيادة وعيهم وإدراكهم بالبيئة المحيطة.
- 5- المفاهيم الإجرائية الدراسة:

**التعريف الإجرائي للفيسبوك:** هو موقع اجتماعي يقوم الأفراد فيه بإنشاء صفحات، مثل الصفحات النسائية التي تضم مجموعة من المتابعين من الأسرة التي تجمعهم مواقف حياتية يومية، يتم مناقشتها وتداولها عبر صفحة الأسرة على الفيسبوك حيث تعمل على تنقيف والتعليم والتربية... إلخ وتكوين اهتماماتهم وتوجيهاتهم الفكرية من أجل حماية الأسرة ونشر الوعي داخلها.

**التعريف الإجرائي للوعي:** هو درجة وعي الأفراد في استخدام والتعامل مع مواقع وخاصة الفيسبوك في عملية استقبال وتلقي للمضامين والمعلومات والمواضيع المختلفة التي يتم تداولها عبر الصفحة، ودرجة إدراكه لتحليلها وتفسيرها و فهمها والرد عليها بإعطاء رأيه حولها، أي قدراته العقلية ومهاراته في تعامل مع المضامين التي يتلقاها والقيام برد الفعل اتجاهها.

**التعريف الإجرائي للأسرة:** الأسرة هي نواة المجتمع قائمة على أساس الروابط الاجتماعية، حيث تقوم هذه الأسرة بالتفاعل والتواصل مع بعضهم البعض عبر موقع الفيسبوك وبالتحديد عبر الصفحات النسائية، التي تقوم بنشر مواضيع التوعية الأسرة مثل: التربية، التعليم، التنقيف... إلخ. حيث تلجأ الأسرة إلى الصفحات النسائية لإشباع احتياجاتهم الاجتماعية، مثل تحقيق التعاون، تدعيم العلاقة.

#### 6- الدراسات السابقة:

#### - الدراسة الأولى:

هدى مصطفى عبد العالي محمد، دور المواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي للشباب الريفي، دراسة ميدانية على الطلاب الريفيين بجامعة سوهاج، قسم الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي .

تتمحور إشكالية الدراسة فيما يلي:

أصبحت المواقع التواصل الاجتماعي عامل مهم في عملية تنمية الوعي وذلك من خلال المضمون الذي تتوجه به عبر الرسائل الإخبارية أو الثقافية أو الترفيهية، فلا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل انه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل اشكالياتها.

ولكن لكي يحدث التغيير في المجتمع، لابد أن يصاحبه التغيير في الذهنيات والعقليات، وفي البنية الثقافية ككل حتى يتأقلم مع الأوضاع الجديدة، في كل ما يطرأ من تبدل قيمي أو مفاهيمي.

ومن هنا نجد مجموعة من التساؤلات لهذه الدراسة متمثلة في :

- 1- إلى أي مدى نجحت مواقع التواصل الاجتماعي في توظيف إمكانيات الشبكات الالكترونية في التواصل بين أعضائها وبين العالم الخارجي؟
- 2- هل هذه الشبكات مؤسسات فعالة في الحياة السياسية والاجتماعية، باعتبار أنها تمثل كيانا اجتماعيا لمجموعات يتعدى أعضائها الآلاف، ويحرصون على التواصل فيما بينهم ومع الآخرين، ويوجدون مكان افتراضي معلوم<sup>1</sup>؟
- 3- إلى أي مدى يمكن الاستفادة منها في عملية التغيير الاجتماعي والسياسي الحادثة في العديد من الدول في الآونة الأخيرة؟

وفيما يتعلق بأهداف الدراسة فقد كانت في العناصر التالية:

- 1- التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما بين أفراد العينة البحثية.
- 2- التعرف على دوافع استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بالتنمية كل من مستوى معرفتهم ووعيهم الاجتماعي والسياسي .
- 3- التعرف على مقدار تفاعل الشباب الريفي مع هذه المواقع، وعلاقتها في تنمية كل من مستوى معرفتهم ووعيهم الاجتماعي والسياسي .

(1)- هدى مصطفى عبد العالي محمد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي للشباب الريفي، دراسة ميدانية على الطلاب الريفيين بجامعة سوهاج، دون ذكر الدرجة العلمية ، قسم الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، كلية الزراعة، جامعة سوهاج، 2014.

4- التعرف على درجة ثقة الشباب في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بمستوى معرفتهم ووعيهم الاجتماعي والسياسي.

أما فيما يخص المنهج لم يتم ذكر نوع المنهج المستخدم في الدراسة أما مجتمع البحث هو جامعة سوهاج والعينة البحثية هي العينة العرضية أما أداة البحثية فهي استمارة استبيان بالمقابلة الشخصية.<sup>1</sup>  
أما نتائج الدراسة تتلخص فيما يلي:

توصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعدد لمواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة ودور هذه المواقع في تنمية مستوى المعرفة الشباب المبحوثين ووعيهم الاجتماعي.

أظهرت النتائج البحثية وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي، ودور هذه المواقع في تنمية كل من مستوى معرفتهم ووعيهم الاجتماعي والسياسي.

توصلت النتائج البحثية إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الشباب في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي ودور هذه المواقع في تنمية كل من مستوى معرفتهم ووعيهم الاجتماعي والسياسي.<sup>2</sup>

### الدراسة الثانية:

حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت .

### تتمحور إشكالية الدراسة:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية تشكل حيزا كبيرا ومهما بحياة أفراد المجتمع من حيث تسارع المعلوماتي والسرعة في نقل الأحداث مما جعل العالم قرية صغيرة، مما جعل المواقع منهاجا ومصدرا لتلقي الأفكار الجديدة والغريبة بكل سير وسهولة دون الحاجة لوسيط ومن هنا نجد مجموعة من التساؤلات لهذه الدراسة متمثلة في:

(1) - هدى مصطفى عبد العالي محمد، مرجع سبق ذكره.

(2) - المرجع سبق نفسه.

-من أغراض طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟<sup>1</sup>

-ما مبررات استخدام طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت لشبكات التواصل الاجتماعي؟  
-ما درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تفاعل الطالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت مع الأحداث المجتمعية؟

-ما درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت؟

-ما مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات الدراسة تغري لمتغير التخصص؟  
-ما مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة الدراسة تغري لمتغير المستوى الدراسي؟

-وفيما يتعلق بأهداف الدراسة فقد كانت في العناصر التالية:

-تعرف أغراض طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

-الكشف عن مبررات استخدام طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت شبكات التواصل الاجتماعي.

-تحديد درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تفاعل الطالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت في الأحداث المجتمعية.

\*تحديد درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت.<sup>2</sup>

\*تحديد مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة الدراسة تغري لمتغير التخصص.

(1) -حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة

الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد176، ج2، ديسمبر 2018.

(2) -حامد سعيد الجبر وآخرون، مرجع سبق ذكره.



\*تحديد مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة الدراسة تغري لمتغير المستوى الدراسي.

أما فيما يخص المنهج فاعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي أما مجتمع البحث فهو جميع طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت والعينة البحثية هي العينة العشوائية الطبقية أما أداة البحثية فهي استمارة استبيان.

أما نتائج الدراسة تتلخص فيما يلي:

-إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وعي طالبات كلية التربية الأساسية فيما يتعلق بالأهداف التي يستخدمون تلك الشبكات من أجلها (مثل تكوين صداقات، والتعارف، التسلية).  
-درجة قناعة العالية لدى أفراد العينة من ضرورة وجود تلك الشبكات وارتباطها بظروف المجتمع، وذلك بمواكبة الأحداث الجارية التي تغطيها أولاً بأول المرتبة الأولى نظراً لسرعة نقل المعلومات ونشرها عبر هذه الشبكات باستخدام التقنيات المختلفة.

#### مقترحات الدراسة:

-ضرورة تفعيل دور الرقابة على شبكات التواصل الاجتماعي.  
-عمل دورات تدريبية لتأهيل الشباب للتعامل مع إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي وتلاشي سلبياتها<sup>1</sup>.

#### - حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- بعد عرض هذه الدراسات التي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية نلاحظ ما يلي:

الدراسة الأولى: تحت عنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب الريفي حيث نلاحظ اختلاف الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في عنوان الدراسة الظاهر في متغيرات الدراسة ولكن الاستفادة كانت في المضمون النظري للدراسة حيث كانت الدراسة السابقة في المتغير الأول يتمثل في مواقع التواصل بصفة عامة وفي النظري قامت بتحديد متغير الفيسبوك بشكل خاص ، وهذا ما استفادت منه الدراسة الحالية في تحديد متغير الدراسة، وتمحور متغير الثاني في الوعي الاجتماعي والسياسي، والدراسة الحالية يتمثل المتغير الثاني في الوعي الأسري وباعتبار

(1) -حامد سعيد الجبر وآخرون، مرجع سبق ذكره.

أن الأسرة جزء لا يتجزأ من المجتمع ككل . حيث طبقت هذه الدراسة على شباب الريفين بجامعة سوهاج فجاءت دراستي مختلفة في تطبيق الدراسة على مجتمع افتراضي وقياس النتائج على ضوء ذلك .

الدراسة الثانية: تحت عنوان واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي حيث تم الاستفادة من الدراسة في الجانب النظري حيث اعتمدت على موقع الفيسبوك لمتغير في قياس الوعي الثقافي لدى طالبات ، حيث جاءت الدراسة الحالية بقياس نتائج درجة الوعي الأسري عبر موقع الدراسة الحالية بقياس نتائج درجة الوعي الأسري عبر موقع الفيسبوك من خلال صفحة الأسرة.

وهذا مما يجعل الدراسة الحالية امتدادا لدراسات السابقة مع اختلافها في متغيرات الدراسة، مع اختلافها في بيئة الدراسة ومجتمعها، ورغم ذلك استفدنا منها في عرض الإطار النظري.

## 7- مجتمع البحث والعينة:

إن مرحلة انتقاء عناصر مجتمع البحث التي ستمثل عينة الدراسة هي مرحلة مهمة في البحث العلمي، وعلى ضوء هذا يتم اختيار مجتمع البحث بناء على مجموعة من العناصر التي لها خاصية أو مجموعة من خصائص مشتركة، تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي تجري عليها البحث أو التقصي، ومن هنا يعرف مجتمع البحث على أنه: مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات<sup>(1)</sup>.

كما يعرف مجتمع البحث على أنه جميع أفراد الظاهرة المقصودة دراستها<sup>(2)</sup>.

وهو ذلك مجموعة من الوحدات الإحصائية المعروفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات<sup>(3)</sup>.

وبما أن الهدف من دراستنا هو معرفة دور الصفحات النسائية على الفيسبوك في نشر الوعي الأسري فإن مجتمع البحث هو متابعين صفحة الأسرة والذين وصل عددهم حوالي 66737 متابع إلى غاية تاريخ 22 جانفي 2019 ، ولقد اعتمدت هذه الدراسة على اختيار هذه الصفحة باعتبارها ملائمة لطبيعة الدراسة وتوفرها على الخصائص الدراسة ، تعرف الصفحة على أنها موقع متميز يمد كل أسرة

(1)-موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية، الجزائر، 2004، ص298.

(2)-محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية (أسسها أساليبها، مجالاتها)، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004، ص71.

(3)-رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار الدجلة، الأردن، 2007، ص161.

بما تحتاجه لتربية الأبناء والتعليم المنزلي ونصائح الذهبية لتنمية أفراد الأسرة على مهارات التعامل وكذلك الحفاظ على صحة الأسرة. وتم اختيار هذه الصفحة باعتبارها الصفحة التي تلقينا منها الرد للقبول الموافقة على الدراسة .

### عينة الدراسة:

يعتمد الباحث في إجراء دراسته على اختيار عينات تمثل مجتمع البحث، حيث أنه من الصعب في معظم الأحوال تطبيق الدراسات على جميع مفردات المجتمع، وهو ما يعرف بالحصص الشامل إلا في دراسات نادرة.

فتعرف العينة على أنها جزء من مجتمع الدراسة، وتمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً صادقاً، ولهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبنية على العينة على المجتمع بأكمله<sup>(1)</sup>.

وتعتبر العينة كذلك: هي الوحدة الممثلة للمجتمع الأصلي، أو البعض الممثل للكل، فالبعض يمثله مجموعة من الأفراد المجتمع والكل يمثله جميع أفراد المجتمع، فالعينات هي المفردات التي يتم جمع معلومات الدراسة عن طريقها، لكي تمثل مجتمع الدراسة الأكبر حجماً والذي يتم توجيه وتعميم نتائج الدراسة تجاهه<sup>(2)</sup>.

كما تعتبر العينة بأنها نموذج، يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، تكون ممثلة له بحيث تحتل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل وحدات المجتمع<sup>(3)</sup>.

تعرف العينة العشوائية هي العينة التي تختار بحيث تكون فرص الاختيار متكافئة لدى جميع أفراد المجتمع، وتعتمد على نظرية الاحتمالات في اختيار مفردات العينة من مجتمع البحث<sup>(4)</sup>.

وليس محتما أن تمثل العينة العشوائية خصائص المجتمع الأصلي ككل ولكنها تترك اختيار المفحوصين للصدفة ومن ثم يقلل إمكانية التحيز الذي يتدخل في اختيار العينة، وبطبيعة الحال قد يختار

(1) - شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2015، ص 239.

(2) - محسن السيد العريني، مناهج البحث العلمي، القاهرة، 2016، ص 31.

(3) - عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي في الصحافة والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 143.

(4) - لحسن عبد الله باشيوه وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 259، 260.

الباحث بالمصادفة عينة لا تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً دقيقاً، فكلما زاد اختلاف مفردات المجتمع الأصلي وزاد صغر حجم العينة كانت فرصة اشتقاق العينة ضعيف التمثيل أكبر<sup>(1)</sup>.

وعلى هذا الأساس تم اختيار العينة العشوائية وذلك لعدت اعتبارات من بينها صعوبة الوصول إلى مجتمع لذا قمنا باختيار أسلوب العينة لاقتصار عينتنا على متابعات الصفحة الأسرة دون غيرهم، وكذا باعتباره مجتمع البحث افتراضي وعدم توفر قوائم بأسماء المبحوثين، وكذلك توفر نفس الخصائص باعتباره مجتمع البحث متجانس أي لفئة النسائية وكلهم متابعات لصفحة الأسرة، لهذا سيكون اختيار مفردات العينة عشوائياً وتكون ممثلة لمجتمع البحث .

## 8- نوع الدراسة ومنهجها:

### أ- نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية استكشافية، التي تهدف إلى دراسة واقع الظاهرة، محاولة من التحليل ثم التفسير إما لاستكمالها أو تطويره أو إجراء تعديلات فيه.

ونظراً لأهداف الدراسة المتمثلة في الكشف عن وراء استخدام الصفحة الأسرة، وتجديد عادات وأنماط الدوافع وراء ذلك، وكذا الإشاعات المحققة من هذا الاستخدام، في تحديد مجالاتهم وأذواقهم وأنماط حياتهم، ولأن البحث الوصفي لا يقف عن حدود وصف الظاهرة وإنما يذهب أبعد من ذلك فيحلل ويفسر ويقارن ويقوم بقصد الوصول إلى تقييمات ذات المعنى يقصد التبصير بتلك الظاهرة، فضلاً عن أن الأبحاث الوصفية لا تقتصر على التنبؤ بالمستقبل بل أنها تتحدر من الحاضر إلى الماضي لكي تزداد تبصر بالحاضر<sup>(2)</sup>.

### ب- منهج الدراسة:

يعتبر اختيار منهج الدراسة من أبرز خطوات إنجاز أي بحث علمي، وذلك لكي يتمكن الباحث من الإحاطة بكل جوانب الموضوع المراد دراسته.

(1) -فاطمة عوض صابر ومرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، كلية التربية والرياضة، جامعة الإسكندرية، مكتبة ومطبعة الأشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص192.

(2) -رحيم يونس كرو الغزاوي، مرجع سبق ذكره، ص98.

فالمنهج هو تلك المجموعات من القواعد والأنظمة العامة، التي يتموضعها من أجل الوصول إلى الحقائق مقبولة حول الظواهر موضوع، الاهتمام من قبل الباحثين في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية<sup>(1)</sup>.

فعرّف موريس أنجرس المنهج: هي كلمة يمكن إرجاعها إلى طريق تصور وتنظيم البحث، ينص إذن المنهج إلى كيفية تصور وتخطيط العمل حول موضوع دراسة ما<sup>(2)</sup>.

أما الباحث محمد زيان عمر فعرف المنهج بأنه: التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، ما من أجل كشف عن حقيقة مجهولة، أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون<sup>(3)</sup>.

ولقد تم الاعتماد على المنهج المسحي لاقتزابه من طبيعة الدراسة، حيث يعد منهج المسح من أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعاً.

يعرف المنهج المسحي بأنه: تجميع منظم للبيانات، كما هو المنهج الأكثر استخداماً في البحوث العلمية الكمية في مختلف المعارف والموضوعات، وهو عبارة عن منهج وصفي يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات ومعلومات وافية دقيقة، تصور الواقع الاجتماعي والحياتي، والذي يؤثر في كافة الأنشطة، التربوية والثقافية... الخ، وتسهم مثل تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظواهر<sup>(4)</sup>.

كما يعتبر المسح واحد من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية حيث يهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها في مجتمع معين، يقصد تجميع الحقائق التجارية، عن موقف معين، وذلك من عدد كبير نسبياً من حالات في وقت معين أيضاً<sup>(5)</sup>.

وهذا ما تحتاجه الدراسة تحت عنوان دور صفحات النسائية على الفيسبوك في نشر الوعي الأسري، فهو يساعد على جمع المعلومات عن هذه الأسرة المتابعة لهذه الصفحة وذلك من خلال جمع وتحليل البيانات عن سلوكياتهم وإدراكهم ودرجة وعيهم ومجالاتهم واتجاهاتهم، حيث يسمح هذا

(1)-محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، قواعد ومراحل وتطبيقات، دار وائل، ط2، عمان، 1999، ص35.

(2)-موريس أنجرس: مرجع سبق ذكره، ص99.

(3)-أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديون المطبوعات الجامعية، ط4، 2010، ص282، 283.

(4)-عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سبق ذكره، ص102، 103.

(5)-أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، مكتبة الأكاديمية، ص289.

المنهج بدراسة السمات النفسية وكذلك الدوافع وأنماط واتجاهات هذه الأسر اتجاه الصفحة وبالتالي فهو يتيح لنا معرفة الإشاعات المحققة من هذا الاستخدام للصفحة.

## 9 - أدوات جمع بيانات الدراسة:

تعد أدوات البحث العلمي وسائل يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات وذلك من خلال طرح أسئلة والإجابة عنها وصولاً إلى نتائج.

فلقد اعتمدنا في دراستنا هذه على استمارة استبيان إلكترونية وذلك من أجل الوصول إلى عينات الدراسة باعتبار مجتمع البحث افتراضي ولعدم وجود قائمة بأسماء المبحوثين فالاستمارة الإلكترونية تسهل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من عينات الدراسة، كما تتيح لنا رؤية إجابات المبحوثين بمجرد انتهائهم من الإجابة، ثم تقوم بوصفها في استنتاجات علمية واضحة وصريحة.

ومن هنا يعرف الاستبيان على أنه: قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة، المعدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث، كما يعرف أحياناً بأنه صحيفة تحتوي مجموعة من الأسئلة، التي يرى الباحث أن إجابتها تفي بما يتطلبه موضوع بحثه من بيانات ترسل بالبريد إلى الأفراد الذين يتم بهم اختيارهم على أسس إحصائية يجيبون عليها ويعيدونها بالبريد<sup>(1)</sup>.

كما يعرف الاستبيان أو الاستفتاء أو الاستقصاء، كلها ترجمة الفرنسية QUESTIONNAIRE فالأداة هنا تقوم على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى مجموعة من الأفراد إما عن طريق البريد أو عن طريق المقابلة والمواجهة أو عن طريق شبكة الانترنت<sup>(2)</sup>.

الاستقصاء حيث يعتبر أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات الأولية أو الأساسية أو المباشرة من العينة المختارة أو من جميع المفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو جهات نظراً للمبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.

وسيتم تقسيم محاور استمارة استبيان إلى أربعة محاور رئيسية وهي على النحو التالي:

(1) - مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، المكتبة الوطنية، 2000، ص 165.

(2) - محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص 193.

محور 1: عادات وأنماط استخدام الصفحات النسائية على الفيسبوك.

محور 2: واقع إقبال الأسرة للصفحات النسائية على الفيسبوك.

محور 3: الإشباعات التي تحققها الصفحات النسائية على الفيسبوك.

ولقد تم عرض الاستبيان على مجموعة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال هدف تحكيمها من أجل صدقها وثبات تطبيقها ، وقد تم تعديل بعض الأسئلة بالتنسيق مع الأساتذة المشرفة لتصبح أكثر دقة وثباتا ، والأساتذة الذين قاموا بتحكيم الاستبيان (\*):

### 10 - التعريف بنظرية الاستخدامات والإشباعات (النظرية المؤطرة):

نظرية الاستخدامات والإشباعات في النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية، منظمة تنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل، ومضمون وسائل الإعلام خلافا للنظريات المبكرة مثل :

نظرية الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد فأسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام الأكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية الشخصية<sup>1</sup> وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقات بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لوسائل مضمون مفضل من وسائل الإعلام<sup>2</sup>.

وتعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجماهير إرادة من خلالها، يحدد أي الوسائل الإعلام، والتعرض إليها من مختلف الفئات

\* الدكتورة "سراي سعاد": تخصص إعلام واتصال ، الدكتور "عبادة هشام": تخصص إعلام واتصال، الأستاذ "فريجة محمد طه": تخصص إعلام واتصال.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص584.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص239.

تشير إلى شدته أو كثافته حيث تمت صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معنية في من التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العامل لعلاقة بين التعرض من الإشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها وأطلق عليها الاستخدامات و الإشباعات.<sup>1</sup>

## 1/ نشأة النظرية:

إن البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات و الإشباعات جاءت نتيجة البحوث والدراسات التي أجريت في البدايات القرن العشرين على أسباب التعرض واستخدام وسائل الإعلام من مختلف فئات الجمهور<sup>2</sup> وبدأت أبحاث النظرية منذ عام 1944م في دراسة هيرت وهيرزج التي استهدفت الكشف عن إشباع المستمع ،المسلسلات اليومية وتوصلت إلى أنها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية ،وفي عام 1945جاءت دراسة بيرلسون berlson التي أجراها عند ما توقفت ثمانى صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال الشركة التوزيع في نيويورك فكان سؤاله عما افتقده الجمهور خلال هذه المدة وتوصل إلى أن الصحف تقوم بعدة ادوار تعد السبب في ارتباط الجمهور ما مثل دور نقل المعلومات و الأخبار،والهروب من العالم اليومي<sup>3</sup>

و استمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال ( لازرسفيلد ) و (ستنتون) و ( بيرسون ) وفي الخمسينات في أعمال (شرام) و (ليل) و ( باكر)

وكان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كامل في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري مت تأليف " بلمر" و " إليهو كاتر" عام 1974 واحتوى هذا الكتاب على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب ودوافع استخدام الفرد من جانب آخر<sup>4</sup>

## 2/ فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات :

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسية النظرية عند الباحثين قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية والفرضيات التي تنطلق النظرية منها ، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية النظرية ولأن نظرية الاستخدامات والإشباعات قامت على افتراض الجمهور نشط على عكس من نظريات التأثير

<sup>1</sup> منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012، ص 169.

<sup>2</sup> منال هلال المزاهرة ، مرجع نفسه ، ص 170.

<sup>3</sup> حسن شفيق ، نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي ، دار فكر وفن ، 2014، ص 188

<sup>4</sup> منال هلال المزاهر ، مرجع سبق ذكره، ص 176.



السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيا بل ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من وسائل والمضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية<sup>1</sup> لذا يرى إليهوكتز Elihu Katz و زملاؤه أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض هي كالاتي:

1/ إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .

2/ الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام

محدد يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

3/ تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة تجعل من الفرد يتجه لمصادر ما دون أخرى لإشباع حاجاته

4/ الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتمامه وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته<sup>2</sup>

5/ يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه و بدوافعه واهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية باستخدامه لوسائل الإعلام .<sup>3</sup>

3/ أهداف وعناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

أ/أهداف نظرية:

تسعي نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق عدة أهداف:

1/ التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه .

<sup>1</sup>حسين شفيق ، مرجع سبق ذكره،ص 190.

<sup>2</sup>محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، القاهرة، 2014، ص 284.

<sup>3</sup>فضة عباسي بصلي و محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الاتصال والاعلام والوسائل والنماذج والنظريات، دار اسامة للنشر والتوزيع الاردن

2017 ص 340 .

2/ توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة الاستخدام.

3/ التركيز على فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال

الجماهيري.<sup>1</sup>

4/ الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة عن ذلك .

5/ معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدام الوسيلة و إشباعاتها.<sup>2</sup>

### ب/ عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

#### 1- افتراض الجمهور النشط :

يزعم هويت أن النظريات القديمة كانت تنظر الى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه و يتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى و ربما يرجع الفضل إلى " كاتز " في تحويل أبحاث الاتصال إلى تقليل الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس وزيادة الاهتمام بما يفعله الناس بتلك الوسائل فمنذ ذلك حين تم إدراك جماهير وسائل الاتصال الجماهيرية باعتبارهم نشطين يختارون التعرض للوسائل التي تلبي حاجاتهم والمضمون الذي يتفق مع توقعاتهم<sup>3</sup>

ويرى بلومر أن عنصر النشاط أو الفعالية لدى الجمهور يشير إلى الدافع الأساسي والأذواق والاهتمامات التي يمكن أن تحدث في حالة التعرض لوسائل الإعلام

ويؤكد ريتشارهاريس أن وسائل الاتصال يتم من خلال الانتقاء الذي يعتمد على الفروق الفردية ، حيث يتبان الناس في إدراكهم لنفس الرسالة ، كما يتباينون في طبيعة استجاباتهم لها .

<sup>1</sup> محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية للنشر والتوزيع ،مصر 2003 ، ص 255.

<sup>2</sup> منال هلال المزاهر ، مرجع سبق ذكره ، ص 186

<sup>3</sup> سامية أبو النصر ، الصحافة الإلكترونية وثورة الفيسبوك، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ،مصر، 2014 ، ص 16 .

## 2\_ الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال :

انتهى جون جونستون في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي على أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة

وقدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام : مثل :ارتباط هذا التعرض بالنوع والعمر والمهنة والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي<sup>1</sup>

## 3\_ دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام

تختلف وجهات النظر عند دراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ويمكن عرض وجهات النظر في نظرية الاستخدام وإشباع على النحو الآتي:

أ\_ النظر إلى الدافع باعتباره حالة داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من قبل الجمهور وأن المتلقي لديه الوعي والقدرة على الاختيار والتعبير عن اتجاهاته يسعى إلى تلبيةها بشكل مباشر.

ب\_ النظر إلى أن دوافع الجمهور يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر يتم معرفتها من قبل الجمهور بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير.<sup>2</sup>

ج\_ ترى وجهة النظر الثالثة أن دافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى فالحاجات الأساسية مثلاً قد لا يدرك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض فالدوافع قد تكون نتائج اللاوعي الصراعات غير المحسومة وهذا ما يؤكد عليه ماكجواير عند مناقشة لمفهوم الدفاع عن الذات باعتباره أحد دوافع التعرض لوسائل الإعلام.

د\_ النظر إلى أن سلوك الجمهور للتعرض ليس له أي دافع ، وأنه مرتبط بالعادة على التعرض.

## 4\_ توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد وتعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الإعلام وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي وليلى السيد ، مرجع سبق ذكره ،ص 224

<sup>2</sup> منال هلال المزاهر ، مرجع سبق ذكره ،ص ، 196 .

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي وليلى السيد : مرجع سبق ذكره ، ص 245 ، 247 .

**5\_التعرض لوسائل الإعلام :**

أشارت الدراسات العديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن والإشباع والتعرض لوسائل الإعلام وزيادة التعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته وقد أظهرت دراسات عديدة والولايات المتحدة أن الاستماع للبرامج الجادة مثلاً ترتبط ارتباط كبير بمستوى التعليم وهناك ارتباط إيجابي بين مقدرة الفرد الذهنية ودرجة استيعابه للرسالة الاتصالية.

**6\_ إشباع وسائل الإعلام:**

وفق نظرية الاستخدامات والإشباع يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباع ويفرق لورانس وينر هما :

أ / إشباع المحتوى : و التي تنتج عن التعرض لمضمون وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين إشباع توجيهية مثل مراقبة البيئة والحصول على المعلومات التي يحصل عليها بشبكة علاقات الاجتماعية .

ب / إشباع العملية: وهي التي تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محدد ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين إشباع شبه توجيهية وتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات الإشباع شبه الاجتماعية وتحقق من خلال التواجد مع شخصيات ووسائل الإعلام وتزويد هذه الإشباع مع ضعف علاقة الأفراد الاجتماعية وزيادة إحساس بعزلة<sup>1</sup>.

**4/ الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباع :**

يثير مدخل الاستخدامات والإشباع بعض الانتقادات :

\_ تركز الانتقادات في أن الحاجات التي يسعى الناس الى إشباعها من خلال استخدام وسائل الإعلام يتم تحديدها من خلال سؤالهم عن أسباب استخدامهم لهذه الوسائل ، وهو ما يثير شكوكا تصل بأن وسائل الإعلام هي التي تخلق هذه الحاجات التي تعد تبريرات لاستخدام هذه الوسائل . وسبب تعقد وغموض الدوافع البشرية فإن الشكوك أيضا تحبط باستخلاص هذه الدوافع من خلال سؤال الناس عنها<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>حسن عماد مكاي وعاطف علي ، نظريات الإعلام، 2007 ، ص ، 317.

<sup>2</sup>حسني محمد نصر، نظريات الإعلام ، دار الكتاب الجامعي لبنان، 2015، ص 266.

## إسقاط النظرية على الدراسة :

يعد مدخل الاستخدامات والاشباعات من انسب المداخل لتعرف على طبيعة استخدام الصفحات النسائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من بينها الفيسبوك ، ومعرفة الدوافع من هذا الاستخدام والاشباعات الناجمة عنه .

لقد قمنا في دراستنا هذه بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباعات وإسقاطها في الجانبين المنهجي والتطبيقي ، فلقد تم بناء إشكالية الدراسة وصياغة تساؤلات باعتماد على مدخل الاستخدامات والاشباعات من خلال التركيز على معرفة عادات وأنماط الاستخدام وأساليب ودوافع وأسباب الكامنة وراءها وكذا الاشباعات المحققة من الصفحة ، وتم تفسير وتحليل نتائج الدراسة على ضوء ما جاءت به نظرية الاستخدامات والاشباعات .

# الإطار النظري

## الفصل الثاني:

### مدخل لشبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، تقرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود الزمكانية وزاوج بين الثقافات ، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (مواقع التواصل الاجتماعي ) وتعددت هذا المواقع وتأثرت بجمهور واسع من المتلقين وذلك من خلال إدراكهم ووعيهم التفاعل فيها بينهم من خلال خصائص مشتركة ومتعددة تجمعهم من خلال التواصل عبر هذه المواقع المتاحة

بحيث تعتبر من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامات من طرف كافة شرائح المجتمع في جميع مجالات بدافع إشباع حاجات نفسية واجتماعية.



المبحث الأول : شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها

المطلب الأول : مفهوم ونشأة شبكات التواصل الاجتماعية :

- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعية:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي ، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزوج بين الثقافات وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس بشبكات التواصل الاجتماعي وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين أبرزها "الفيس بوك ، تويتر واليوتيوب..."<sup>1</sup>.

يطلق مصطلح الشبكات التواصل الاجتماعية على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ( WEB ) ، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع الافتراضي يجمعهم وفق مجموعات اهتمام وشبكات انتماء ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم و المعلومات المتاحة للعرض.<sup>2</sup>

كما تعرف شبكة التواصل الاجتماعي " بأنها تلك الشبكات الاجتماعية المتاحة على الويب والتي تمهد الطريق للأفراد والجماعات في إنشاء حساب شخصي لهم ومشاركته بين الأعضاء الآخرين بحيث يقع على عاتق الشبكة إتاحة سبل مختلفة للمستخدمين تمكنهم من التواصل عبر الرسائل الفورية ، غرف الدردشة ، البريد الإلكتروني ، المدونات ، ماركات الملفات وملفات الفيديو ، جماعات النقاش...<sup>3</sup>

وتتنوع أشكال شبكات التواصل الاجتماعية ، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> علاء الدين محمد عفيفي الملبحي ، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية ، دار التعليم الجامعي ، الإسكندرية ، 2015 ، ص 160

<sup>2</sup> حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ، دار أسامة ، عمان ، 2015، ص 82 .

<sup>3</sup> محمود طارق هارون : الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية النظرية والتطبيق ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر ، 2017، ص 46.

<sup>4</sup> عبد الرزاق محمد الديلمي ، صناعة الإعلام العالمي المعاصر ، دار البازوري للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015 ص 112 .

### - نشأة وتطور شبكات التطور الاجتماعي :

عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب web 1.0 والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للانترنت web 2.0

#### - المرحلة الأولى :

يشير web 1.0 إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثانية وتتيح مجال صغير للتفاعل ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية ، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء. وعلى الرغم من وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها ، ولم يكتب لكثير منها البقاء.<sup>1</sup>

#### - المرحلة الثانية :

اتسمت هذه المرحلة بالنضج، حيث شهدت تطورا في مجال التقنيات المستخدمة في التواصل بين الأفراد من خلال تنوع الخدمات المقدمة لهم ، لذا زاد إقبال الناس عليها إقبالا ملحوظا تعريف هذه المرحلة بأنها الموجة الثانية للويب

لنذكر أهم شبكات التواصل الاجتماعية التي تستحوذ على قاعدات جماهيرية كبير جدا

- في المدة ما بين 2002 و 2004 بلعت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي ذروتها فقد ظهر " frein dater " عام 2002 في كاليفورنيا ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء ، والتقنية المتعددة للأفراد من خلال المجتمعات الافتراضية ، وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة "skrock" كموقع للتدوين ثم تحول بشكل كامل الى شبكة اجتماعية عام 2007

- موقع ماي سبيس " my space " ظهر في بداية عام 2003 وهو من أوائل المواقع الاجتماعية

الالكترونية المفتوحة التي حظيت ومازالت تحظى باستخدام عالمي واسع

- موقع " face book " بدأت الانطلاقة الكبيرة لشبكات التواصل الاجتماعية هذا الموقع الذي

انطلق رسميا في 2004 كموقع للتواصل الاجتماعي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مريم نريمان نومار ، استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة الحاج لخضر - باتنة ، 2011/2012 ص 39 .  
<sup>2</sup> هاجر قرين ، استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي على الفيسبوك والشبكات المحققة منها ،مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص إتصال وعلاقات عامة ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2017 / 2018 ص 71 .

- وفي عام 2005 تأسس موقع اليوتيوب " You Tube" في كاليفورنيا وكان الإصدار التجريبي له في عام 2005 ويتيح ماهدة وتحميل الفيديو ويعتبر من أهم المواقع التي حققت نجاحا كبير في فتر زمنية قصيرة

- ثم ظهر موقع تويتر في عام 2006 على يد جاك درزي ويسمي موقع التدوين المصغر بكتابة رسالة التغريدية لا تتجاوز 140 حرفا

هكذا تأسست وتطورت شبكات التواصل الاجتماعية المتعارف عليها في الوقت الحالي ، حيث أصبحت الآن وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي .<sup>1</sup>

### المطلب الثاني : خصائص شبكات التواصل الاجتماعي :

قد أثبت كثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساسا دون التواصل إنسان مع المحيط الاجتماعي ، ولذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده لذا أن لهذه الشبكات خصائص محدد منها :

\* **شاملة** : حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية من خلالها الحدود الدولية ، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في المغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.

\* **التفاعلية** : فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ ، فهو مرسل وكاتب والمشارك ، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم – التلفاز الصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

\* **تعدد الاستعمالات** : مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم ، والعالم بين عمله وتعليم الناس والكاتب للتواصل مع القراء وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> هاجر قرين ، مرجع سبق ذكره ، ص71.

<sup>2</sup> عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر ، مواقع التواصل الاجتماعية والسلوك الإنساني ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، ص 67.

\* سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

\* اقتصاد في الجهد والوقت والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالكامل يستطيع امتلاك حيز على شبكة للتواصل الاجتماعي ، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال ، أو حكر على جماعة دون أخرى.<sup>1</sup>

\* الحضور الدائم الغير مادي : إذا لايتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم اذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية ، او صورة أو معلومات عن أفلام أو غيرها في مجالات اهتمام الشخص الآخر ، الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون ان يلتقيا في الوقت متزامن ، كما يمكن لهما الاتصال المباشرة ، وهذا لايتوفر في وسائل الاتصال التقليدية التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين طرفي الاتصال .

\* المرونة : إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتحركة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات بل ان الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعية.

\* عالم افتراضي للتواصل : إن شبكات التواصل الاجتماعية أصبحت تزامم الجلسات والمجالس العائلية والاجتماعية ولم يعد السفر مشروطا لرؤية الأصدقاء ، أو للبيع والشراء أو الدراسة

\*إذابة الفواصل الطبقيّة : إذ توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة اتصال بالدعاة وطلبة العلم ، والأدباء ، والعلماء ، بصورة مباشرة دون وسائط

\*الانفتاح : يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقوم بعملية إنتاج المحتوى عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو مستهلك للمحتوى.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عامر ابراهيم قنديلجي ،مرجع سبق ذكره ، ص 67.

<sup>2</sup> حسين محمود هيتمي :مرجع سبق ذكره ،ص ص 86،87.

\* **دعم التجمعات** : حيث تقدم جميع الشبكات الاجتماعية إمكانية إعداد مجموعة اهتمام لهدف معين أو أهداف محددة ، وهناك مجموعات مغلقة قاصرة على أفراد بعينهم.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث : تعريف ونشأة "الفيسبوك" "face book"

#### 1- موقع " الفيسبوك " :

يعتبر موقع " الفيسبوك " واحد من أهم مواقع التبيك الاجتماعي ، وهو لايمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء .

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال dictionary of media and communications "فيسبوك" على انه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص<sup>2</sup>

الفيسبوك : هو الشبكة الاجتماعية التي استأثرت بقبول وتجارب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم ،وهي لاتتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 في جامعة "هارفارد" في الولايات المتحدة الأمريكية ، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعي (مارك زوكربيرج).<sup>3</sup>

وكانت مدونة الفيسبوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبتحودأصدقاء زوكربيرج الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر ،ولم يخطر بباله هو صديقين له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا ،فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة ،وظلت مقتصر على أعداد من الزوار واو أنها كانت في زيادة مستمر ، والتي قال عنها مؤسسها مارك زوكربيرج لقد أضحى كامنا يتكلم عن الفيسبوك العام ، الذي تفكر الجامعة في إنشائه أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم في أسبوع واحد.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>محمود طارق هارون ،مرجع سبق ذكره ، ص 100 .

<sup>2</sup>مريم نريمان نورم، مرجع سبق ذكره ،ص55.

<sup>3</sup>محي الدين إسماعيل محمد الديهي ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور متلفين، مكتبة الفوفاء القانونية الإسكندرية ، 2015 ص 453.

<sup>4</sup>علاء الدين محمد عفيفي ،الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية ، دار التعليم الجامعي ، الاسكندرية ، 2015، ص 160 .

## 2- نشأة الفايبيوك

بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات عام 1995 للربط بين زملاء للدراسة، لتوفر هذه الشبكات مجموعة من الخدمات استمرت موجة هذه الشبكات في الظهور على مدى سنوات 1999، 2002، 2005، في هذا العام حيث تم افتتاح الموقع وعلى يد "مارك زوكربيرج" وهو طالب في جامعة هارفارد، ولقد كان هدفه إقامة شبكة تضم طلبة جامعة في موقع واحد ونفذ الفكرة مع مجموعة من زملائه في قسم علوم الحاسوب من فكرة موقع فيس ماش التابع لجامعة هارفارد سنة 2003 واستخدم هذا الموقع صور بعض الطلبة واتهم بهذا كمخترق للخصوصية، ولكن بعد أسبوعان فقط قام مارك بافتتاح الموقع، فتخطت شهرتها حدود الجامعة، وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على إعداد من الزوار، حتى عام ( 2007 ) حيث حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة ومنها: إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفايبيوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم ، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في أول من تموز 2010 النصف مليار شخص، يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من أراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجديدة، يضاف الى ذلك المشاركة الفعالة وغالبا ما تكون في المحادثات والردشات.<sup>1</sup>

## أهم خصائص الفايبيوك :

- **خاصية لوحة الحائط " WALL "** : وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم ، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

- **خاصية الحالة " STATUS "** : التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي

<sup>1</sup> حسين شفيق ، مواقع التواصل الاجتماعي ادوات ومصادر للتغطية الاعلامية، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص92.

- **التعليقات NOTES** : وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات ،هذا بإضافة إلى خدمات الرسائل والردشة وإرسال الهدايا الافتراضية .<sup>1</sup>

- **خاصية POKES** : أو نكزه غمزه تتيح إرسال نكزه افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض ، وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به .

#### استخدامات الفيسبوك:

- ✓ يساعد على التواصل الاجتماعي من خلال قضاء الوقت مع الآخرين
- ✓ يساعد على اكتشاف الأشخاص والأفكار والمواقف والقدرات الشخصية
- ✓ سرعة تبادل المعلومات والأخبار
- ✓ يمكنك من استخدام التطبيقات والاستقصاءات والمشاركة مع الآخرين
- ✓ يمكن استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني.
- ✓ حلول الأعمال والدعاية لفرد من جهة أو المنظمة أو الشركة والخدمات المرتبطة بها.
- ✓ الحصول على التغذية الراجعة وراء الناس في الخدمات والمنتجات والأفكار المعروضة
- ✓ جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص أو الجهة بربطه مع صفحة الفيسبوك
- ✓ الحصول على حافز اجتماعي وتشجيع الآخرين
- ✓ الاهتمام بالأحداث ذات الاهتمام المشترك والترويج لمناسبات مهمة ومؤثرة
- ✓ تبادل التهاني والتوصيات والمذكرات المشتركة بين الأشخاص
- ✓ الاحتفاظ بالمواضيع كالمطروحة للنقاش والملاحظات
- ✓ الخصوصية مع اتخاذ الاحتياطات اللازمة من خلال إعدادات الموقع سهولة استخدام الموقع من خلال قوائم سهلة وإجراءات بسيطة<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup>شريف العرضاوي، الاعلام الجديد بين التأصيل والتنظير، عالم الكتب الحديث ، الأردن 2016 ،ص 60، 61.

(2) - حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره ، ص 140-141.

## المطلب الرابع : استخدامات شبكات التواصل الاجتماعية

## الاستخدامات الاتصالية :

وهو الاستخدام الأكثر شيوعا ، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت يهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين ، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات ، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو ، كما أنها مجال رحب للتعرف والصدقة ، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا ، وان اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية .

## الاستخدامات التعليمية:

تلعب شبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الالكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له ، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على تركيز على تقديم المقرر

واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرصة التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة ، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم ، ما يوفر جوا من مراعاة الفروق الفردية ، كما أن التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة التواصل مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والناقشة وإبداء الرأي<sup>1</sup>.

## الاستخدامات الإخبارية :

أتاحت الشبكات الالكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعله أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله وتسييسه بغرض التأثير على الرأي العام .

<sup>1</sup> عبد الرحمن إبراهيم الشاعر ، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عملن ، 2014 ص 68



الاستخدامات الدعوية :

أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين وغير مسلمين وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية ، و هو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل ، و التوفير في الجهد والتكاليف.<sup>1</sup>

استخدامات الفيسبوك:

- ✓ يساعد على التواصل الاجتماعي من خلال قضاء الوقت مع الآخرين
- ✓ يساعد على اكتشاف الأشخاص والأفكار والمواقف والقدرات الشخصية
- ✓ سرعة تبادل المعلومات والأخبار
- ✓ يمكنك من استخدام التطبيقات والاستقصاءات والمشاركة مع الآخرين
- ✓ يمكن استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني.
- ✓ حلول الأعمال والدعاية لفرد من جهة أو المنظمة أو الشركة والخدمات المرتبطة بها.
- ✓ الحصول على التغذية الراجعة وراء الناس في الخدمات والمنتجات والأفكار المعروضة
- ✓ جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص أو الجهة بربطه مع صفحة الفيسبوك
- ✓ الحصول على حافز اجتماعي وتشجيع الآخرين
- ✓ الاهتمام بالأحداث ذات الاهتمام المشترك والترويج لمناسبات مهمة ومؤثرة
- ✓ تبادل التهاني والتوصيات والمذكرات المشتركة بين الأشخاص
- ✓ الاحتفاظ بالمواضيع كالمطروحة للنقاش والملاحظات
- ✓ الخصوصية مع اتخاذ الاحتياطات اللازمة من خلال إعدادات الموقع سهولة استخدام الموقع من خلال قوائم سهلة وإجراءات بسيطة<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر ، مرجع سبق ذكره ، ص 78

(2) - حسن شفيق، مرجع سبق ذكره ، ص 140-141.

المبحث الثاني: أساسيات ومكونات الوعي

المطلب الأول: ماهية ونشأة الوعي:

أولاً: تعريف الوعي:

الوعي لغة:

كلمة الوعي تدل على ضمُّ شيء، وفي قواميس اللغة العربية وعيُّ العِلْمُ أعياه وعيا، ووعي الشيء والحديث يعيه وعيا

وأوعاه: حفظه وفهمه وقبله، فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم.

والوعي كلمة تعبر عن حالة عقلية يكون فيها العقل بحالة إدراك وعلى تواصل مباشر مع محيطه الخارجي عن طريق منافذ الوعي التي تتمثل عادة بحواس الإنسان الخمس.<sup>(1)</sup>

تعريف آخر: هو الفهم والسلامة الإدراك، من وعى، والوعي، حفظ القلب لشيء، وعى الشيء، والحديث يعيه وعيا.<sup>(2)</sup>

كما يعرف الوعي بأنه أول معرفة للفرد بالشيء أو الأمر حيث يسمع عنه لكن تنقصه معلومات التفصيلية الكاملة عنه، أما العلامة محمد بن أبي بكر الرازي فقدم الوعي على أنه حفظ والمعرفة، فعندما يقال الفرد قد وعى الحديث، أي حفظه، والوعي بقضية ما يبني معرفة هذه القضية.<sup>(3)</sup>

الوعي اصطلاحاً:

هو إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة، فهو حصاد إدراك الناس وتصوراتهم للعالم المحيط بهم بما اشتمل عليه من علاقات بالطبيعة والإنسان وبالأفكار، وهو إدراك تصور يتحدد بحالة بنائية تاريخية لمجتمع معين، بمعنى أن للوعي طابعه التاريخي البنائي.<sup>(4)</sup>

(1) - رواحي محمد، الهرمنيوطيقا والوعي الفني في الخطاب الفلسفي الغربي المعاصر، مشروع الثقافة وفلسفة الجمال، شهادة ماجستير، جامعة وهران، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الفلسفة، 2012-2013، ص12.

(2) - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004 ص619.

(3) - إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص14.

(4) - محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص620.

ويعرف قاموس أكسفورد في طبقاته المختلفة الوعي بأنه: المعرفة المتبادلة بين الأشخاص: أو المعرفة والإيمان الراسخ والحجج والقناعة التي تؤدي إلى الاقتناع بصحة شيء، أو مجموعة الأفكار والانطباعات والمشاعر الموجودة في الشخص الواعي، والوعي هو الصفة التي تميز مقدرة الأفراد أو الأشخاص على التفكير.

ويدل مصطلح الوعي كما عرضه الكيلاني وزميله 2008، في اللغة اللاتينية والألمانية على معنى واحد هو معرفة الموضوع من قبل شخص ما والأصل اللاتيني لكلمة وعي هو (Conscience) وهي كلمة مركبة من Scientaicon ويقابل الكلمة وهي الوعي في الإنجليزية (Consciousness) وتفي جميع الخبرات الخاصة

### Mantaexperience og every kind

-كما يعني إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به، وهو على درجات من الوضوح والتفكير ، والوعي بهذا المعنى يتضمن إدراك الفرد لنفسه ولوظائفه العقلية والجسمية وإدراكه لخصائص العالم الخارجي، وأخيرا إدراكه لنفسه باعتباره عضوا في جماعة.<sup>(1)</sup>

كما يعرف على أنه تجربة ذاتية أو تجربة ظاهراتية، والمقصود: طيف تبدو الأشياء لي، وفي المقابل ما تبدو عليه على نحو موضوعي.<sup>(2)</sup>

### ثانيا: نشأة الوعي:

الوعي في أصلها اللاتيني تعني أن تعرف، فاللغة العربية تشير إلى كلمة الوعي بمعانيها التي درجت عليها قدرات الفهم والمعرفة، وهي بهذا التوصيف تبدو دقيقة وصائبة ومتفاعلة مع العقول الإنسانية كافة.

ومسيرة التصدي للوعي بدأت منذ فجر التاريخ، وتأكدت أكثر عند الفلاسفة اليونانيين ومن بعدهم فلاسفة الشرق والغرب أجمعين وحتى يومنا هذا والجميع قد أخرج الوعي من حقيقته وواقعه وذهب به إلى مدارات خيالية، وتصورات تتأدى به عن حقيقته وطبيعته وجدواه.

(1) - إسماعيل سلمان أبو جلال، المرجع السابق، ص 18.

(2) - سوزان بلا كمور، الوعي مقدمة قصيرة جدا، ترجمة مصطفى محمد فؤاد، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، 2012، ص 12.

بينما الوعي نشاط فسيولوجي كأبي نشاط آخر موجود في الكائنات الكونية والأرضية وفيما لا نعرف أو نتصور، وهو من نتاج تفاعل العناصر القائمة في الجدول الدوري لمندليف، فما دامت هذه العناصر هي اللبنة الأساسية لكل موجود في الوجود، فإن كل موجود يعي.

فالوعي نشاط عصبي كهربائي، وكهربائية الجهاز العصبي تسمى وعيا، وعندما تنعدم الكهرباء ينعدم الوعي.

والوعي هو نشاط الذي نسجله وعندما نرسم تخطيط القلب والدماغ والعضلات وأعضاء البدن، وأجهزة الأخرى

والوعي البشري حالة ذات نشاطات موجية قد تكون حادة أو متناسقة، وفي ذروة الوعي (1).

الذي تنوهج فيه خلايا الموجودة الحي للوصول إلى أقصى درجات الإدراك المعرفي الحر (2).

### المطلب الثاني: أنواع الوعي:

للعوي أنواع مختلفة من أهمها أنواع الوعي الاجتماعي الذي ينبثق عند عدة أنواع منها:

#### -الوعي الوطني أو القومي:

إن الشخصية الواعية هي الشخصية المتفكرة بذاتها وموقعها والنافذة إلى أعماق الواقع الذي تعيش فيه، ومستوعبة لطبيعة العلاقات في مجتمعها والمحيطه به أيضا، ومن ثم فهي لا تقف موقف المكتوف الأيدي إزاء ما يحدث لها أو حولها، بل تحاول بكل السبل المتاحة الالتزام بدور محدد ومؤثر في كل الأحداث الجارية ذات الأهمية.

والشخصية الغير الواعية هي غير المشاركة فيما يحدث لها أو حولها غير الفاهمة الطبيعة ما يحدث في الواقع والوعي الحقيقي هو أن تفهم ما يجب فعله لمصلحة الجماعة وإن لا تهرب بل تواجه من أجل واقع أفضل. ويعرف صوفي أبو طالب الوعي القومي بأنه هو نوع من الشعور الجماعة يؤلف بين أعضائها ويستهدف تحقيق تطلعاتها القومية

(1) - صادق السامرائي، الوعي النفسي العربي للشبكة، شبكة العلوم النفسية العربية، للمدرسة العربية للعلوم النفسية، أمريكا، العراق، 2014-2015 ص3.

(2) - المرجع نفسه، ص3.

### الوعي الحقوقي:

يمكن القول أن الوعي الحقوقي هم مجمل الآراء التي تعبر عن علاقة الناس بالحقوق القائمة، والتصورات التي يملكونها حول حقوقهم وواجباتهم حول شرعية أو عدم شرعية هذا السلوك أو ذلك، والصفة النوعية الحقوقي تبدو في التعبير عن علاقة هذا الوعي مع النظم القانونية أو مع التنظيم القانوني للمجتمع.<sup>(1)</sup>

### -الوعي القانوني:

من أجل مكافحة الجرائم كان القانون، ومن أجل تحقيق الاستقرار والأمن نظمت أيضا، وكان منطقيا أن يتطور القانون ليواكب الجديد في مجال تطور الأساليب ارتكاب الجريمة والإخلال بالأمن وليحافظ الناس على أنفسهم وأموالهم الخاصة والممتلكات العامة التي هي حق الجميع.<sup>(2)</sup>

كما قدمه عبد المطلب هو عملية حفظ وفهم واستيعاب الأفكار والمعلومات التي تتعلق بموضوع أو عدة موضوعات وثيقة الصلة بالنظم السائدة في المجتمع أو عدة مجتمعات، والقواعد والنصوص القانونية التي تنظم سلوك الأفراد هذا المجتمع أو تلك المجتمعات من وجوه متعددة.

### -الوعي الأخلاقي:

يتضمن مفهوم الوعي الأخلاقي المشاعر الأخلاقية كالوطنية وروح المواطنة وغيرها من القيم القائمة نظرات حول سلوك الخلقي وغير الخلقي، ومبادئ ووصايا للسلوك وقيم أخلاقية وأهداف مثل، وغيرها من العناصر، كما يشتمل مفهوم الوعي الخلقي على نظريات أخلاقية التي تعلق ضرورة السلوك، وتصوغ أهدافا ومثلا أخلاقيا.

ومن هنا يتضح لنا أن الوعي الخلقي كموع مميز لبنية الوعي الاجتماعي يتميز به الإنسان ككائن واعٍ لا يتشكل إلا عندما توجد روابط أخلاقية عملية بين البشر.

(1) - إسماعيل سلمان أبو جلال، مرجع سبق ذكره ، ص 18.

(2) - المرجع نفسه، ص 18.

إن هذه المنظومة تشكل المحرك الأساسي للسلوك الجمعي لدى الفرد، وتكون في نفس الوقت معياراً اجتماعياً يقيم من خلاله الفرد من قبل المجتمع سواء كبير أو صغير المتمثل بالأسرة وجماعة الرفاق.

### الوعي الديني:

كان الدين على مر التاريخ أحد مكونات المنظومة القيمية للفرد وتشكل ضابطاً له أمام المجتمع، ومن هنا إن مفهوم الوعي الديني يشير إلى أنه يحتوي على أشكال معرفية وقيمية متنوعة ومتعددة حول أبعاد العلاقات بين البشر، وبين البشر والطبيعة، وبين البشر والكون، وصولاً إلى علاقة الفرد بالخالق عز وجل حتى لو تعددت أشكال هذا الرابط، وهو يتألف من وعي فردي يعبر عن إدراك الفرد للمعارف والقيم والأحكام الدينية.

حيث يمكن القول بأن الوعي الديني يحتل مكانة كبيرة في الوعي عموماً نظراً لارتباطه بعقائد ومعتقدات لا يمكن التشكيك فيها<sup>(1)</sup>

### الوعي الثقافي:

ونعني به المستوى الملائم الذي يجب أن يصل إليه الإنسان بتوسيع دائرة معارفه، حتى يقف على أحدث التطورات المحلية والعالمية في الاقتصاد والقانون والعلوم المختلفة والفنون إلى جانب تعمقه في نوع المعرفة التي تخصص فيها أو يعمل في مجالها، وبالتأكيد ليس الإنسان المثقف من أتقن القراءة والكتابة، ولا من حصل على درجات جامعية وإن كان إتقان القراءة والكتابة يعد مطلباً مهماً ووسيلة لاكتساب الثقافة، وإنما المثقف هو من امتلك قدراً من الوعي الاجتماعي والثقافي الذي يمكنه من رؤية مجتمعه من منظور شامل، وبالتالي يستطيع أن يحلل هذه القضايا على مستوى نظري متماسك

ومن سمات التي يتمتع بها الإنسان المثقف الدور الاجتماعي الملموس الذي ينتج مباشرة من وعيه الاجتماعي والثقافة الاجتماعية، فضلاً عن القدرات والمهارات الخاصة التي يكتسبها الإنسان من خلال تخصصه المهني أو كفاءاته العلمية والفكرية.

(1) - إسماعيل سلمان أبو جلال، مرجع سبق ذكره ، ص24.

-الوعي الإعلامي:

يتشكل الوعي الإعلامي يتحقق مستوى معقول من معرفة الفرد ما يلي:

أ -الجهة الإعلامية- المرسل-

ب - المضمون الإعلامي-الرسالة-

ج - الجهة المستهدفة التي تبث إليها الرسالة "المستقبل".

وهذا يفترض أنه إذا لم يدرك الفرد جيدا ما يبث من خلال وسائل الإعلام هاته سيقع في التضليل الإعلامي والإثارة الإعلامية بل والتسميم الإعلامي، وهذا لا يعني أن مواد الإعلام مسمى كلها، فالوعي الإعلامي كلما يبث السلبي الضار، يبث الإيجابي النافع، وبذلك تتوازن النظرة إلى الإعلام، خصوصا إذا كذا إزاء معلومات تمس أمن المجتمع والأفراد على حد سواء.<sup>(1)</sup>

المطلب الثالث : أشكال الوعي:

-الوعي العفوي التلقائي: وهو ذلك النوع من الوعي الذي يكون أساس قيامنا بنشاط معين، دون أن يتطلب منا مجهودا ذهنيا كبيرا، بحيث لا يمنعنا من مزاوله أنشطة ذهنية أخرى.

-والوعي التأملي: وهو على عكس الأول يتطلب حضورا ذهنيا قويا، ويرتكز على قدرات عقلية عليا، كالذكاء، والإدراك والذاكرة.... ومن ثم فإنه يمنعنا من أن نزاول أي نشاط آخر .

-والوعي الحدسي: وهو الوعي المباشر والفجائي الذي يجعلنا ندرك أشياء أو علاقات، أو معرفة دون أن تكون قادرين على الإتيان بأي استدلال.

-الوعي المعياري الأخلاقي: هو الذي يجعلنا تصدر أحكام قيمة على الأشياء والسلوكيات فتفرضها أو تقبلها، بناء على قناعات الأخلاقية وغالبا ما يرتبط هذا الوعي مدى شعورنا بالمسؤولية تجاه أنفسنا والآخرين<sup>(2)</sup>

(1) - إسماعيل سلمان أبو جلال، مرجع سبق ذكره ، ص26.

(2) - رواجي محمد، مرجع سبق ذكره ، ص15.

## المطلب الرابع : أدوات الوعي

تتباين وتتعدد الأدوات التي تساعد على توليد الوعي، فالإنسان منذ ولادته يعيش مؤسسات اجتماعية عديدة تبدأ من الأسرة مروراً بالمدرسة، وجماعات الرفاق ووسائل إعلام وهذه المعاشية تؤدي إلى اكتسابه الكثير من المعارف والمعلومات والقيم والمعايير والاتجاهات التي تؤثر على سلوكه، إيجاباً أو سلباً.

## أ- أدوات غير رسمية:

1- الأسرة: تعتبر الأسرة الحاضنة التي ينشأ الإنسان في كنفها، وتعتبر من أهم أدوات تكوين الوعي له، وذلك أول مؤسسة يتعامل معها طفل، والتي تؤثر في وعي الإنسان وتساهم في تشكيل سلوكه الاجتماعي وبناء شخصيته، وتنمي ميوله إلى مشاركة.

## ب- أدوات الرسمية:

1- مؤسسات التعليمية: تعتمد السلطة الحاكمة في ظل النظام السياسي السائد على نظام تربوي كوسيط من أجل المحافظة على سيطرتها الاجتماعية والاقتصادية، وفي هذا الإطار يقوم المنهج المدرسي بطرح أفكار هذا النظام في أشكال من ترتيب القيم الاجتماعية في تفاصيل مواد المنهج، بهدف تثبيت وإعطاء مشروعية لبعض القيم السائدة.

2- منظمات المجتمع المدني: تلعب المنظمات المجتمعية المختلفة دوراً مهماً في تنمية الوعي، باعتبارها أجهزة رقابية وإدارة وتنظيم المناقشات وبيان وجهات النظر كل فئة من فئات المجتمع، كما تقدم للجمهور مختلف المعلومات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية بالطرق المبسطة والواضحة والتي تنمي فيه الوعي الاجتماعي، وتعمل على تمكين الجماعات المختلفة من التعبير عن رغبتها ومعتقداتها بطريقة منظمة وفعالة، مما يقوي روابط المواطنين مع الهيئة الحاكمة<sup>(1)</sup>

3- وسائل الإعلام: لم يعد الوعي الفرد معتمد على خياراته الشخصية المحض، بل أصبح أكثر اعتماداً على ما يصل من خيارات الآخرين وأصبح الاعتماد بصورة متزايدة وأكبر من ذي قبل على وسائل الإعلام الجماهيرية، حيث تقوم هذه الوسائل بدور حيوي وفعال في تنمية الوعي المواطنين بصفة عامة من خلال ما تقدمه من معلومات ومعارف وأخبار، وذلك لتشكيل مهاراتهم وأفكارهم وآرائهم ومعرفتهم لما

(1) - حامد سعيد جبر ، مرجع سبق ذكره ، ص 75.



يدور من حولهم ولتكوين مشاعر الانتماء والولاء لمجتمعهم ولتهيئتهم للتعبير بحرية عن القضايا والظواهر المختلفة وكذلك ثبت وسائل إعلام المعتقدات والقيم التي تناسب النظام الاجتماعي السائد.

كما تكمن أهمية وسائل إعلام الجماهيرية في:

- قدرتها على اختراق الحواجز وتمكنها من توصيل رسالتها إلى مواطنين في منازلهم عبر أشكال عديدة كالبرامج، إعلانات... الخ.

- تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة على تكوين رأي عام سليم.

- توعية فئات المجتمع ككل، وتؤثر في كبير والصغير لأنها تلازم الفرد من بداية عمره تقريبا وحتى

نهاية.

### المطلب الخامس : أبعاد الوعي:

#### 1- البعد المعرفي: Cognitive

يعبر عن هذا البعد [إنه هو كل اكتساب ذهني لمعرفة أو معلومة كنتيجة للتفاعل مع الآخرين أو بسبب تعرض لرسالة اتصالية جماهيرية أو عامة، ويتعلق هذا البعد بالمعرفة والمعلومات، التي تعد بمثابة المدخل أو الإدارة الرئيسية لصياغة وتبلور الوعي، فالوعي يطلب من المواطن أن يمتلك رصيذاً من المعارف والمعلومات عن محيط مجتمعه. الأثر الكبير والواضح في تحقيق مشاركته الفعلية نحو ما ينشده المجتمع.

#### 2- البعد الوجداني: Affective

وهذا البعد يلتصق أكثر بالقيم ويكون التركيز هنا على الفرس وتنمية القيم المرغوبة اجتماعيا في نفوس الأفراد والجماهير، والقيم أهمية خاصة في حياة الفرد والمجتمع، وخلالها تتأكد الروابط والعلاقات الاجتماعية.

وتعتبر القيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية كما تعتبر عنصراً رئيسياً في تشكيل الثقافة أي مجتمع فالقيم هي المثاليات العليا للأفراد والمجتمع، كذلك تقوم القيم بدور حيوي في إدراك الأفراد للأمور من حولهم وتصورهم للعالم المحيط بهم.<sup>(1)</sup>

(1) - هدى مصطفى عبد العال محمد ، مرجع سبق ذكره ، ص 86.

المبحث الثالث: مدخل في دراسة الأسرة.

المطلب الأول: تعريف ونشأة الأسرة.

أولاً: تعريف الأسرة

الأسرة لغة:

من الناحية اللغوية الأسرة مأخوذة من الأسر، وهو القوة والشد، فأعضاء الأسرة يشد بعضهم أزر بعض ويعتبر كلا منهم درعاً للآخر، كما أن القيد والأسر هنا يفهم منه العبء الملقى على الإنسان أي المسؤولية ومن ثم فإن المفهوم اللغوي للأسرة يدل على المسؤولية.

الأسرة اصطلاحاً:

لقد تعدت التعريفات الاصطلاحية للأسرة لهذا استعرض بعض التعريفات من منظورات مختلفة. عرف أجبرت ونيمكوف الأسرة بأنها رابطة اجتماعية من زوج و زوجة وأطفالهما أو بدون أطفال وقد تكون الأسرة أكبر من ذلك بحيث تضم أفراداً آخرين كالأجداد والأحفاد وبعض الأقارب على أن يكونوا مشتركين في معيشة واحدة مع الزوج والزوجة والأطفال كما يعرفها عطية صقر نقلاً عن شعراوي على أنها أول خلية في جسم المجتمع، تحكم وجودها وارتباطها بالمجتمع الدين والعرف والتقاليد، وهي تتأثر به وتؤثر فيه،<sup>(1)</sup>

كما عرفها الآخرون بما يلي الأسرة هي عبارة عن جماعة تتألف فيما بينها في الأمور الحقوقية والاجتماعية نتيجة صلة القرابة أو رابطة زوجية وتنضوي تحت لواء رئيس يدعى رب الأسرة<sup>(2)</sup>. جاء في معجم علم الاجتماع أن الأسرة عي عبارة عن جملة من الأفراد مرتبطون معا بروابط زواج والدم والتبني ويتفاعلون معا.

-وعرفها القاموس الاجتماعي بأنها: رجل وامرأة أو أكثر يرتبطون معا برابطة القرابة أو علاقة وثيقة أخرى، بحيث يشعر الأفراد البالغين فيها بمسؤوليتهم نحو الأطفال سواء كانوا هؤلاء أبناءهم بالتبني أو أبناءهم الطبيعيين.

(1) - إلهام بنت فرج بن سعيد العويضي، أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة، رسالة

الماجستير، وكالة كليات البنات، الإدارة العامة لكليات البنات بجدة. 2004. ص.23.

(2) - حبيب الله طاهري، مشاكل الأسرة وطرق حلها، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 1997، ص.9.

-تعرفها سناء الخولي بأنها أول وسط طبيعي واجتماعي للفرد، وتقوم على مصطلحات يرتضيها العقل الجماعي، وقواعدها تختارها المجتمعات<sup>1)</sup>

### ثانياً: نشأة الأسرة:

يعتبر مصطلح الأسرة Family كوحدة اجتماعية مسمى معاص نسيباً واكب مرحلة الاستقرار بالجماعة الإنسانية في وحدات مستقلة تجمع بينها روابط الدم والقرابة، منذ أن تعلم الإنسان فنون زراعة الأرض وشيوع ظاهرة الملكية الخاصة وحق التوريث وانتماء الأبناء.

ومصطلح الأسرة Family بالفرنسية ورد في كتابات أريستو والتي ترجمها دوركايم في أواخر القرن الماضي واشتقها من كلمة (ألفة) بمعنى Familiale كمغاير لكلمة Kinship بمعنى المعاشرة أو المعشر، بل اهتم القدماء المصريين في لغتهم الإغريقية القديمة إطلاق مصطلح الأسرة على العهود المتعاقبة لمصر القديمة كالأسرة الخامسة والسادسة... الخ نسبة إلى حكم الفراعنة الذين حكموا في هذه المرحلة ويقدر علماء الأنثولوجيا والأنثروبولوجيا والاجتماع الثقافي أن الأسرة بمعناها الحديث كجماعة مستقلة تختمها علاقة الدم والرحم قد نشأت في فترة ما بين العصرين الحجري والسيني للعالم منذ آلاف السنين قبل الميلاد حينما عرف الإنسان الاستقرار المعيشي والملكية الجماعية في الجماعات الإنسانية الأولى.. إلا أنها لم تستقر في صورتها المنظمة الحالية إلا مع ظهور الأديان السماوية التي جاءت لتنظيم حياة البشرية واستقرارها

ولذلك يستمد الأفراد أدوارهم أولية من خلال وجودهم ضمن أسر معينة وبالتالي تساهم الأسرة في منح مراكز الاجتماعية لهم، وهذا ما أكده العالم الاجتماعي Bogardus قال: تنشأ الأسرة استجابة لحاجة ضرورية دون أن تفرض على أحد، ولقد استمرت بصورة أو بأخرى دون انقطاع، وأطول تاريخ من نشأتها حتى الآن فهي كخلق عجيب تصلح موضوعاً للدرس.<sup>(2)</sup>

(1) - نبيل حليلو، الأسرة وعوامل نجاحها، ملتقى الوطني الثاني حول الاتصال وجودة الحياة في الأسرة، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، قسم علوم

اجتماعية أيام. 10/09 أبريل 2013، ص2.

(2) - عبد الخالق محمد العفيفي، بناء الأسرة والمشكلات الأسرية المعاصرة المكتب الجامعي الحديث، 2011، ص13.

المطلب الثاني: سمات الأسرة.

الأسرة الناجحة سماتها وخصائصها المتميزة التي تصنع نجاحها، وسويتها... وما يأتي ليس هو كل سمات وخصائص الأسرة الناجحة، ولكنه بعض سمات وملامح الأسرة... وهناك هذه الملامح الرئيسية وهي:

أ- **الترابط:** وهو الترابط الأسري المطلوب وجوده بين أفراد الأسرة وهو التوافق والتلاحم ما بين أفراد الأسرة حول هدف واحد وإحساس واحد وفكر واحد... وهذه الوحدة في الهدف والإحساس والفكر هي التي تجعل هناك ترابط حقيقي بين القلوب والعقول والنفوس... ولكي يتأكد الترابط لابد له من التعبير اللفظي والحياتي عما يسكن القلوب والعقول والنفوس

ب- **التفاهم:** يعني أن أوصل إليك علاقتي معك، وأن تواصل معك، وأن أوصل إليك أنني أفهمك وتفاعل معك... (فالتفاهم) هو التفاعل مع الآخر... أما (التفهم) فهو مجرد أن أفهمك وأستوعب ماذا تقصد وماذا تشعر وماذا تفكر وماذا وماذا... (فالتفهم) سلبي، ولا أفعل أكثر من ذلك، بلا علاقة ولا تواصل بيننا... ولكن (التفاهم) أن نتحاور معاً، وأن أبذل جهداً في الوصول والتواصل بيننا... ولكن (التفاهم) أن نتحاور معاً، وأن أبذل جهداً في الوصول والتواصل معه، وهذا شكل إيجابي في علاقة مع الآخر.

ج- **الحوار:** هو فن لا أكثر ولا أقل... ولكنه فن كأى فن، له أصوله وقواعده بل وقوانينه... وخلاصة فن الحوار عبارة حكيمة تقول "هلم نتحاجج" والمعنى أن الحوار فيه حجة مقابل حجة واقتناع مقابل اقتناع وأخذ وعطاء... فأنا أعرض وجهة نظري وأنت تعوض وجهة نظرك... ونتناقش ونتحاور.. وإذا سادت الكلمات الخاطئة على الحوار، تحول الحوار إلى ميدان الصاع وعراك، وليس مناقشة وتقارب وتلاقي... ومن الكلمات الحكيمة القول الآتي «إن الكلمات الشريفة تحول الناس الأختيار إلى أشرار بينما الكلمات الطيبة تحول الناس الأشرار إلى أختيار» وكأن حياة الإنسان تكاد يتوقف نجاحها أو فشلها على لسانه هو... (1)

(1) - مايكل نيبيل، سيكولوجية الأسرة الرجل - المرأة - تربية الأبناء، ماجستير في التربية (قسم معلم فصل)، مؤسسة شباب الجامعة، إسكندرية،

المطلب الثالث: وظائف الأسرة.

إن للأسرة المعاصرة الكثير من الوظائف وذلك بسبب التغيرات التي تعرضت لها المجتمعات خلال العصور الماضية مثل التطور التكنولوجي وزيادة التخصص، بما أن الأسرة لديها قدرة تكيفية هائلة تمكنها من أن تغير من بنائها ووظائفها لتناسب مع تغير البيئة المحيطة بها، ومن هذا المنطلق يمكن تلخيص وظائف الأسرة فيما يلي:

- ✓ وظيفة الإنجاب: التي تضمن للمجتمع نموه واستمراره وتزويد بأعضاء الجدد.
  - ✓ إشباع الحاجات الأساسية: هي إشباع حاجات الضرورية بما استقرار الحياة نفسها وهي الحاجات الفسيولوجية مثل: الغذاء، الملابس، الرعاية الصحية،... الخ والحاجات النفسية والمعنوية مثل الأمان الانتماء الثقة، التجاوب... الخ.
  - ✓ الوظيفة الاقتصادية: لا تزال الأسرة تتشارك عن طريق أفرادها في عمليات الإنتاج الكلي للمجتمع، حيث أصبح الأبناء والزوجان يشاركون في العمل وزيادة دخل الأسرة.
  - ✓ الوظيفة التربوية: الأسرة هي البيئة الاجتماعية الأولى التي يبدأ فيها الطفل تكوين ذاته والتعرف على نفسه عن طريق التفاعل مع أعضائها الذين ينقلون إليه ثقافة المجتمع، كما للأسرة تأثيرات على التعليم والتنشئة الاجتماعية، وتوجيه الشباب، إضافة إلى ثقافة الوالدين وإشرافهما المباشر.
  - ✓ الوظيفة الدينية والأخلاقية: حيث الأسرة هي البيئة الأساسية التي يتم فيها غرس المعتقدات الدينية والطقوس والشعائر المختلفة والمبادئ الأخلاقية لدى أفرادها.
  - ✓ نقل التراث الحضاري: رغم أن هناك مؤسسات تعاون الأسرة في نقل التراث إلا أن الأسرة تظل هي المجال الذي يتعلم فيه الطفل الأساليب العامة للحياة والعرف والأنماط السلوكية السائدة في المجتمع، وكلما كانت الأسرة متعلمة ومدركة وواعية ساعدتها خبرتها على تحقيق هذه الوظيفة.<sup>(1)</sup>
- المطلب الرابع: خصائص ومقومات الأسرة.

أولاً: خصائص الأسرة:

تتمثل الخصائص فيما يلي:

يتمتع أفراد الأسرة بالحريات الفردية العامة لكل فرد كيانه الذاتي وشخصيته القانونية لاسيما إذا بلغ السن الذي يؤهله لذلك، فأصبح لكل فرد حق التملك، التصرف بحرية...).

(1) - السيد عبد العاطي وآخرون، الأسرة والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، 2006، ص12-13.

5- تغيير المركز الاجتماعي لعناصر الأسرة وخاصة المرأة التي نزلت إلى ميدان العمل مما أدى إلى استقلالها اقتصاديا.

6- سيادة الاتجاهات الديمقراطية وتحقيق قدر من المساواة وتكافؤ الفرص، وانتشار التعليم سواء للذكور أو الإناث على حد سواء.

7- العناية بمظاهر الحضارة والكماليات وإغفال الاحتياجات الأكثر ضرورة، فالاهتمام بالملبس وتنسيق المنزل والاهتمام بشئون الزينة والتظاهر بما يخرج عن حدود الإمكانيات كل هذه الأمور أصبحت سمة الأسرة المعاصرة.

8- العناية بتنظيم الناحية الترفيهية والمعنوية في محيط الأسرة مثل الذهاب إلى الحدائق والمنتزهات الهامة والسياحة، حيث أصبحت هذه الأمور من أهم مقومات حياة الأسرة الحديثة وتستأثر بنصيب يذكر من ميزانيتها.

9- أصبحت الأسرة الحديثة أسرة نوية صغيرة العدد ومحدودة النطاق، فهي تتكون من الزوج والزوجة والأولاد المباشرين وينذر أن تحتوي على بعض ذوى القربى، كما أنها تتميز بالاستقلالية السكنية والاقتصادية عن أسرها المرجعية. (1)

2- العمومية: حيث تعتبر أكثر الظواهر الاجتماعية عمومية وانتشارا في المجتمع الإنساني، ولا يخلو منها أي مجتمع.

3- توفر الأسرة لأعضائها الأساس العاطفي الذي يوفر الاستقرار والأمن تمارس الأسرة قواعد الضبط الاجتماعي على أفرادها، ويتم ذلك من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي توفرها الأسرة لأفرادها.

1- الأسرة أول خلية في المجتمع ومن مجموع الأسر يتكون المجتمع ومن خلالها يتم توفير الرعاية والغذاء. (2)

(1) - اليمين شعبان، الإعلام والتوعية الأسرية في المجتمع الجزائري دراسة ميدانية للأسر المقيمة بمدينة باتنة، شهادة الماجستير، جامعة الحاج

لخضر باتنة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية قسم علم الاجتماع، 2006، ص66.

(2) - سناء الخولي، الأسرة والحياة العائلية، دار المعرفة الجامعية، الازارطة، 2008، ص27.

## ثانيا: مقومات الأسرة

تعتمد الأسرة في حياتها على عدد من المقومات الأساسية حتى تتمكن من القيام بوظيفتها كمؤسسة اجتماعية، ونلاحظ أن نجاح الأسرة وتوافقها الاجتماعي يتوقف على تكامل هذه المقومات، الأسرة وتوافقها الاجتماعي يتوقف على تكامل هذه المقومات فالأسرة مثلا تحتاج إلى دخل اقتصادي ملائم يسمح لها بإشباع حاجاتها الأساسية من مسكن ومأكل وملبس، كما تحتاج إلى سلامة أعضائها الجسمية أو تدبير ما يلزمهم من خدمات صحية، كما تحتاج إلى صحة نفسية تساعد في مواجهة أزمات الحياة والتفاعل الإيجابي مع المواقف المختلفة، وهي تحتاج إلى علاقات اجتماعية سليمة تحقق لها القدرة على تخطي العقبات التي تحول بين إقامة التعاون والود محل الصراع والتوتر وهي فوق كل ذلك تحتاج إلى سياق من القيم الدينية التي تركز التضحية والإيثار وتدعو إلى التمسك بالأخلاق عند التعامل بين الأعضاء الأسرة مع الجماعات الأخرى.

وعلى هذا تتحدد مقومات الأسرة فيما يلي:

-مقومات اقتصادية.

-مقومات صحية

-مقومات اجتماعية

-مقومات نفسية

-مقومات دينية<sup>(1)</sup>

(1) - محمود حسن، الأسرة ومشكلاتها، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1981، ص52.

المطلب الخامس: دور الأسرة في التوعية.

تتمثل الوقاية من الانحرافات بعامة والانحراف السلوكي والفكري خاصة بالأدوار التربوية العديدة من المؤسسات تعني بالجانب التربوي والتنشئة كالأسرة والمؤسسات الدينية، فالجانب الأسري تتمثل الوقاية بالإجراءات التالية:

-مراحل تكوين الأسري:

\*التخطيط للحياة الزوجية

\*مرحلة للتربية الأسرية.

-مراحل السلوك.

\*العلم بفكر أو سلوك معين

\*الاقتناع بهذا الفكر أو السلوك

\*توجيه الغدارة لتنفيذ هذا الفكر والسلوك.

ويعزز تشكيل السلوك مصادر تغذي السلوك عن طريق الإحساس والانتباه ومن ثم الإدراك منها.<sup>1</sup>

الجانب العقائدي

الجانب النفسي

الجانب الاجتماعي

الجانب الإعلامي.

للإرشاد الأسري دور مهم في تنظيم مصادر تغذية الوعي السلوكي في النقاط التالية

- ✓ تنمية مهارات الاتصال -الحوار.
- ✓ تنمية مهارات حل المشاكل -القرار والمسؤولية
- ✓ المساعدة على إقامة علاقات سوية مع جماعة الرفاق.

<sup>1</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر ، مرجع سبق ذكره ، ص246.



- ✓ إكسابهم قيما اجتماعية وأخلاقية موجهة للسلوك<sup>(1)</sup>
  - ✓ تعزيز النضج الانفعالي والاتجاهات الايجابية ومهارة التفاعل
  - ✓ منحهم الثقة في اختيار خط مهني يتناسب مع قدراتهم
- كما وجب على الأسرة الأخذ بمفهوم النمو الوعي الإدراكي لدى الأبناء الذي يتم وفق مراحل عمرية. مثال على ذلك:

-اكتساب الثقة مقابل عدم الثقة

-المبادرة مقابل الشعور بالخجل

-الاجتهاد مقابل الشعور بالنقص

-الألفة مقابل العزلة

ومن مقومات التربية الأسرية:

-تعزيز الطلاقة الفكرية

-التمكين من صياغة المفاهيم

-خصوصية الخيال.

-الاستعداد لتحمل المسؤولية

-الثقة بالنفس

-سهولة التكيف مع المواقف

-القدرة على نقد الذات.<sup>(2)</sup>

ومن هنا نجد الأسرة دور في عملية الوعي في كيفية التعامل مع القضايا والأحداث من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الصفحات النسائية على الفيسبوك التي تعمل على نشر مضامين توعية أسرية التي تعمل على تحقيق الأمن والاستقرار الأسري والمجتمع، وتحافظ على سلامته.

(1) - عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره ، ص246.

(2) - عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره ، ص251.

## خلاصة الفصل:

ومن خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل نلخص أن تطور شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك من خلال ميزاته وخصائصه التي جعلت من أفراد المجتمع جمهور نشط يتابع ويتفاعل ويشارك يعلق يستفسر باستمرار مع كافة المضامين والمنشورات خاصة في الصفحات النسائية على الفيسبوك التي تقوم بطرح ومعالجة القضايا الأسرية التي تهتم بالجانب الأسري من أساسيات ومقومات ووظائف التي تقوم وتنشاء عبرها أسرة وذلك من اجل زيادة وتنمية مستوى الوعي الأسري ، حيث أصبحت هذه الصفحات مصدر في الحصول على المعلومات التي كانت مجهولة أو غير مدركة للبعض من خلال الإرشادات والتوجيهات والاستفادة من بعض المقترحات المقدمة لتحقيق اشباعاتهم من اجل أن تعم الفائدة على المجتمع كلل .

# الإطار التطبيقي

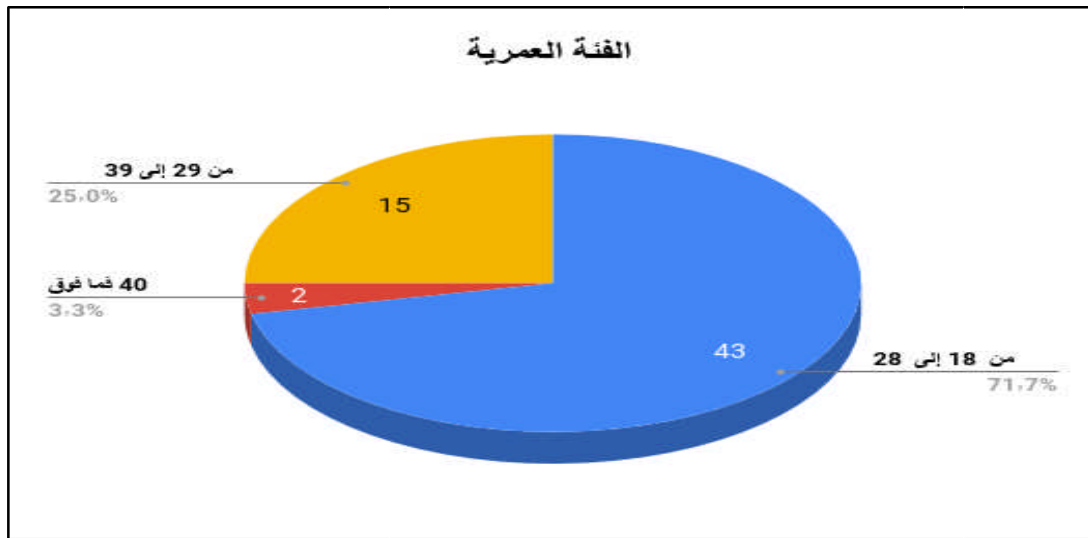
## الفصل الثالث:

### الإطار التطبيقي للدراسة

تحليل جداول البيانات الشخصية

جدول رقم 1: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن :

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
71.7%	43	من 18 إلى 28
25%	15	من 29 إلى 39
3.3%	2	40 فما فوق
100%	60	المجموع

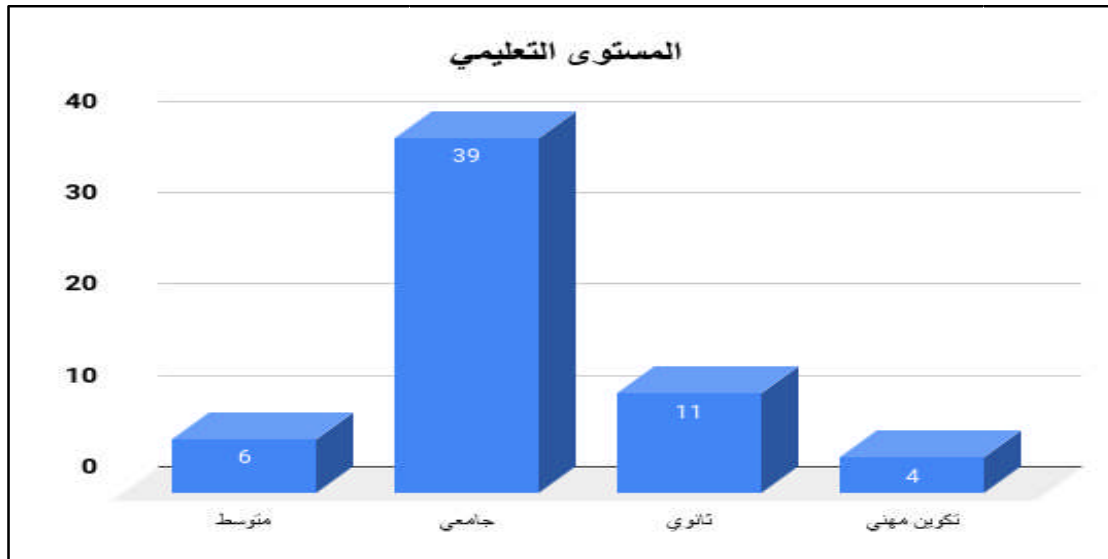


رسم بياني رقم 1 يوضح الفئة العمرية لعينة الدراسة

يوضح الجدول رقم 01 : متغير الفئة العمرية الأفراد العينة الدراسة ، حيث شكلت الفئة العمرية إلى بين (18 إلى 28) سنة أعلى نسبة مئوية مقدارها 71.7% والتي ثم تلتها الفئة العمرية التي ما بين (29 إلى 39) سنة حيث شكلت نسبة 25% ،ومن ثم الفئة الأخيرة المتمثلة من (40 فما فوق ) حصلت على نسبة 3.3% . 3.3% ومن هنا نستنتج ان اكبر نسبة للفئة العمرية محصورة ما بين (18 إلى 28) المقدره نسبتها 43% اي مرحلة الشباب المدركة أكثر في عملية استخدام لصفحة الأسرة .

جدول رقم 2: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي .

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار / الإجابة
10%	6	متوسط
65%	39	جامعي
18.33%	11	ثانوي
6.66%	4	تكوين مهني
100%	60	المجموع



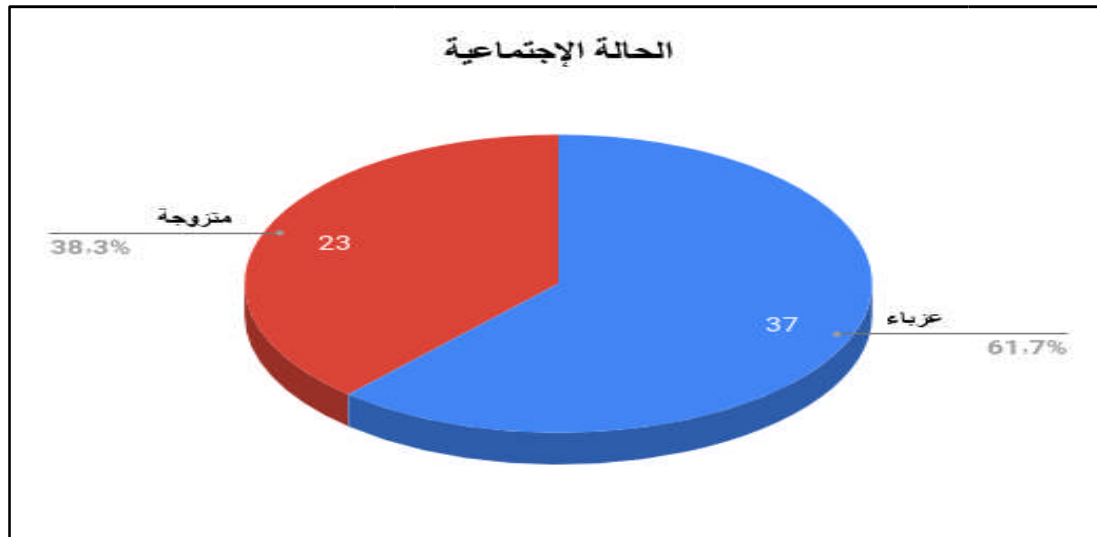
رسم بياني رقم 2 : يوضح المستوى التعليمي لعينة الدراسة .

يوضح الجدول رقم 02: متغير المستوى التعليمي حيث كانت نسبة أفراد العينة الذين يحملون المستوى الجامعي أعلى نسبة مئوية مقدارها 65%، ثم تلتها الفئة التي تحمل المستوى الثانوي المقدرة 18.33%، وبعدها تليها الفئة التي تحمل المستوى المتوسط الذي يمثل مقدارها 10%، وفي الأخير الفئة التي تحمل المستوى التكوين المهني المقدرة بـ 6.66%. ومن هنا نستنتج أن أكبر نسبة لأفراد العينة يحملون المستوى الجامعي المقدرة بـ 39%، حيث تعتبر هذه الفئة النخبة مثقفة وواعية في طريقة

استخدامهم لصفحة الأسرة.حيث مستوى الوعي لديهم مفتوح وأبعاد معرفية مختلفة في كافة المجالات ، كما أنهم يدركون لطريقة إشباع رغباتهم وتلبية حاجاتهم من خلال صفحة .

جدول رقم 3: يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
61.7%	37	عزباء
38.3%	23	متزوجة
100%	60	المجموع



رسم بياني رقم 3 : يوضح الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة .

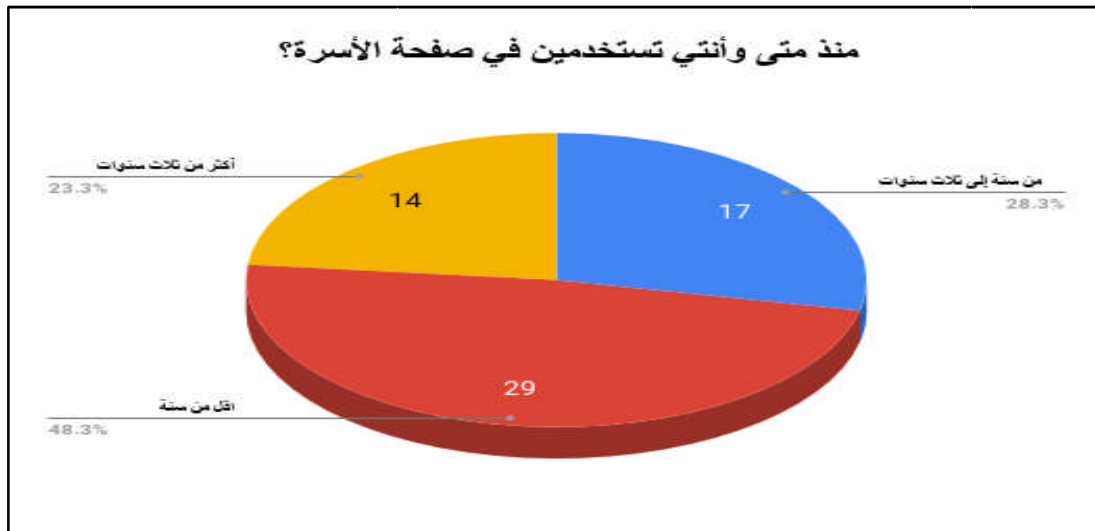
يوضح الجدول رقم 03: متغير الحالة الاجتماعية حيث نلاحظ ان النسبة تزيد عن النصف الاجمالي الافراد عينة الدراسة هي الحالة عزباء والمقدرة ب61.7%، ثم تليها الحالة المتزوجة المقدره 38.3%،ومن هنا نستنتج ان متابعات صفحة الأسرة اكثرهم حالة عازية وذلك للاستفادة من هذه الصفحة لتشكيل نظرة حول قيام أسرة على أسس معينة .

2- عرض ومناقشة النتائج :

المبحث الأول : عادات وأنماط استخدام الصفحات النسائية على الفيسبوك

جدول رقم 4: يوضح مدة استخدام المتابعات لصفحة الأسرة.

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
48.3%	29	أقل من سنة
28.3%	17	من سنة إلى ثلاث سنوات
23.3%	14	أكثر من ثلاث سنوات
100%	60	المجموع



رسم بياني رقم 4 : يوضح مدة استخدام متابعات صفحة الأسرة .

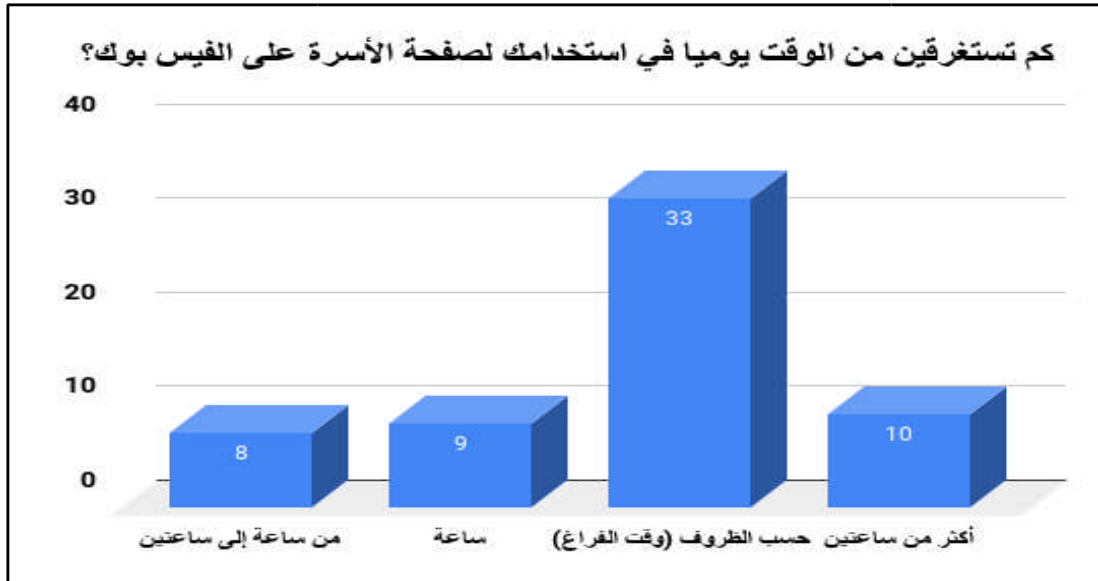
يوضح الجدول 04: مدة بدأ استخدام المبحوثين لصفحة الأسرة على الفيسبوك حيث تشير النتائج الى ان 48.3% من افراد العينة بدؤوا يستخدمون الصفحة الاسرة منذ اقل من سنة وتليها نسبة 28.3% من يستخدمونها من سنة الى ثلاث سنوات ، اما من يستخدمونها اكثر من ثلاث سنوات فنسبتهم لاتتعدى 23.3%، ونستنتج من خلال نتائج الجدول ان معظم افراد العينة بدأ استخدام الصفحة في اقل



من سنة ، وذلك راجع الى عدم التعريف بالصفحة من بين الصفحات الاخرى .واتم لانظام اليها ومتابعتها حديثا .

جدول رقم 5: يوضح مدة التي تقضيها المتابعات يوميا في استخدام لصفحة الأسرة على الفيسبوك.

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
15%	9	ساعة
13.33%	8	من ساعة إلى ساعتين
16.66%	10	أكثر من ساعتين
55%	33	حسب الظروف (وقت الفراغ)
100%	60	المجموع



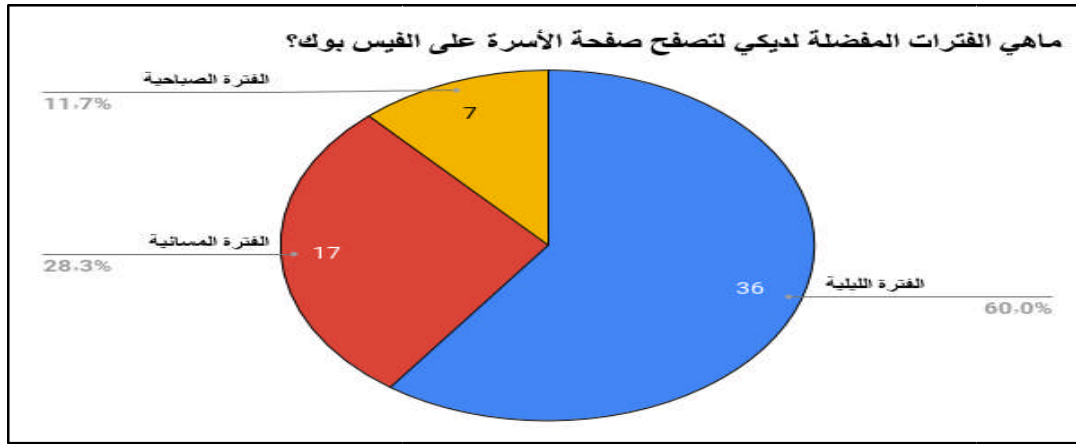
رسم بياني رقم 5: يوضح مدة التي تقضيها المتابعات يوميا في استخدام لصفحة الأسرة على الفيسبوك.

جدول رقم 05: يمثل الجدول عدد الساعات التي تقضيها المتابعات على صفحة الاسرة حيث تشير النتائج الى ان اغلبهم ليس لهم وقت محدد يقضونها في استخدام الصفحة الاسرة ، فاكثر من نصف العينة اختارت حسب الظروف بانسبة 55%، في حين يقضي اكثر من ساعتين 16.66%، وتليها الذين

يقضون من ساعة الى ساعتين 13.33%، وفي الاخير الذين يقضون ساعة 15%، ويمكن تفسير ذلك الى ان اغلب المتابعات لصفحة الاسرة يكون استخدامهم معينة وذلك بغية تلبية حاجياتهم فقط ، وكذلك بالاضافة الى الاهتمامات الاخرى والخدمات اخرى عبر الفيسبوك

جدول رقم 6: يوضح الفترات المفضلة للمتابعات لتصفح صفحة الأسرة على الفيسبوك.

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
11.7%	07	الفترة الصباحية
28.3%	17	الفترة المسائية
60%	36	الفترة الليلية
100%	60	المجموع

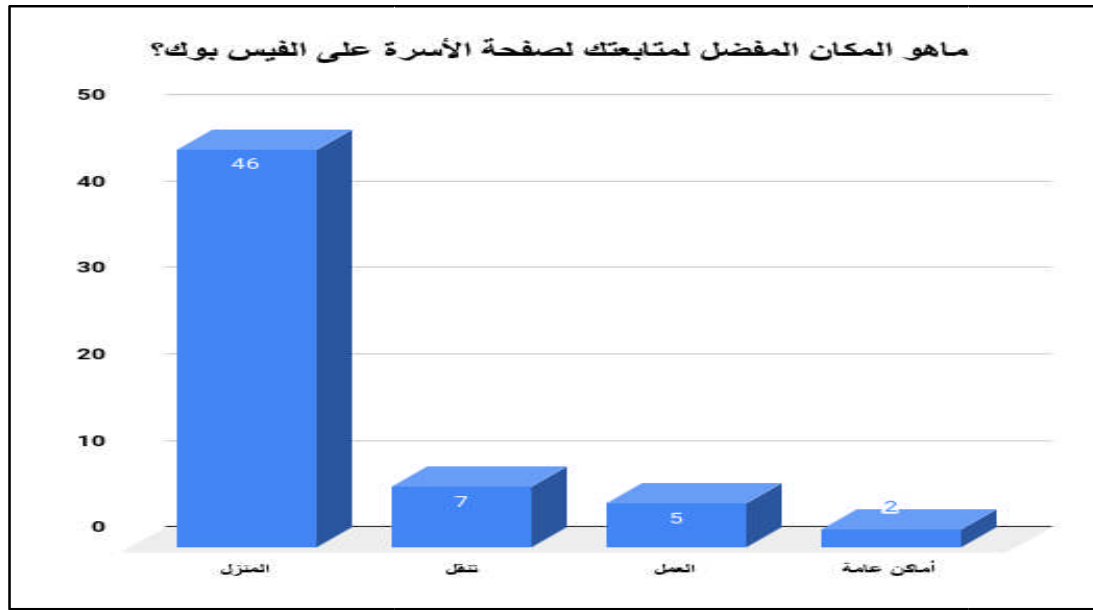


رسم بياني رقم 6: يوضح الفترات المفضلة للمتابعات لتصفح صفحة الأسرة على الفيسبوك

الجدول رقم 06: يمثل الجدول فترة استخدام المتابعات لصفحة الأسرة حيث بلغت فترة استخدام الفترة الليلية بنسبة 66%، ويلبها فترة المسائية بنسبة 28.3%، وفي الأخير تأتي لفترة الصباحية بنسبة 11.7%، ويمكننا تفسير ذلك بحكم الارتباط وانشغالات المتابعات ، فليس لهم الوقت الكافي للتفرغ ومتابعة واستخدام صفحة الأسرة في كل من الفترة الصباحية والمسائية ، كما ان الفترة الليلية هي الأخرى تمثل وقت الذروة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ووقت الراحة .

جدول رقم 7: يوضح المكان المفضل لمتابعة لصفحة الأسرة على الفيسبوك.

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
76.66%	46	المنزل
11.66%	7	تنقل
8.33%	5	العمل
3.33%	2	أماكن عامة
100%	60	المجموع

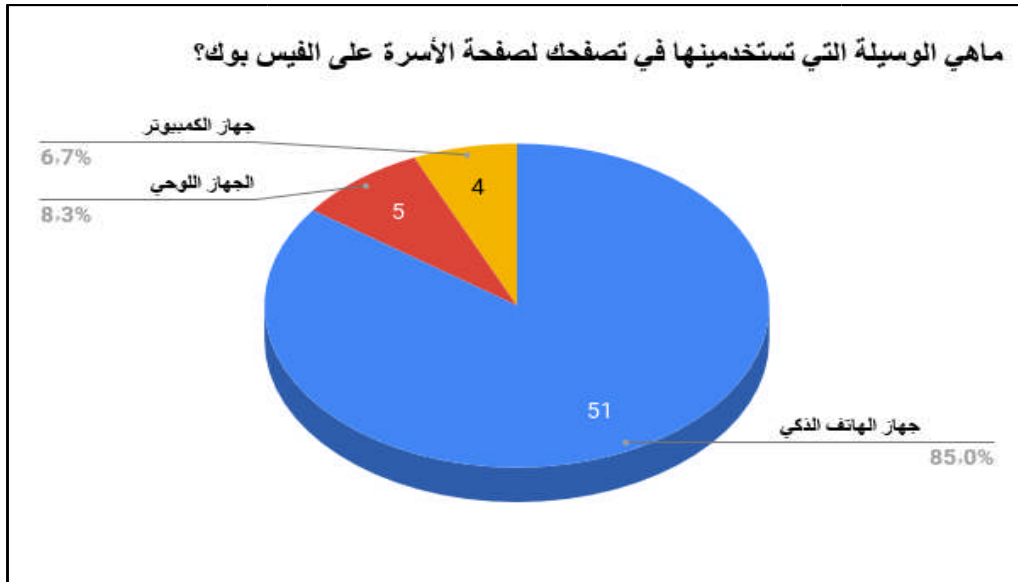


رسم بياني رقم 7: يوضح المكان المفضل لمتابعة لصفحة الأسرة على الفيسبوك.

الجدول رقم 07: يمثل الجدول لاماكن التي تفضلها المتابعات لصفحة الأسرة ، حيث نجد أن المنزل هو أكثر الأماكن التي تستخدمها المتابعات لتصفح صفحة الأسرة بنسبة 76.66%، ثم تليها التنقل بنسبة 11.66%، ثم يأتي بعدها العمل وذلك بنسبة 8.33%، وفي الأخير تأتي أماكن العامة بنسبة 3.33%، حيث نستنتج انه تلجا متابعات للمنزل في استخدامهم لصفحة الأسرة لكون هذا الأخير أكثر الأماكن التي تتمتع بالراحة والهدوء ويكون الفرد مرتاحا نفسيا ، وكذلك بالإضافة الانترنت عالية التدفق في المنزل ، حيث يكون سهولة في عملية تصفح الصفحة الأسرة .

جدول رقم 8: يوضح الوسيلة التي تستخدمها المتابعات في تصفح لصفحة الأسرة على الفيسبوك.

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
85%	51	جهاز الهاتف الذكي
8.3%	5	الجهاز اللوحي
6.7%	4	جهاز الكمبيوتر
100%	60	المجموع

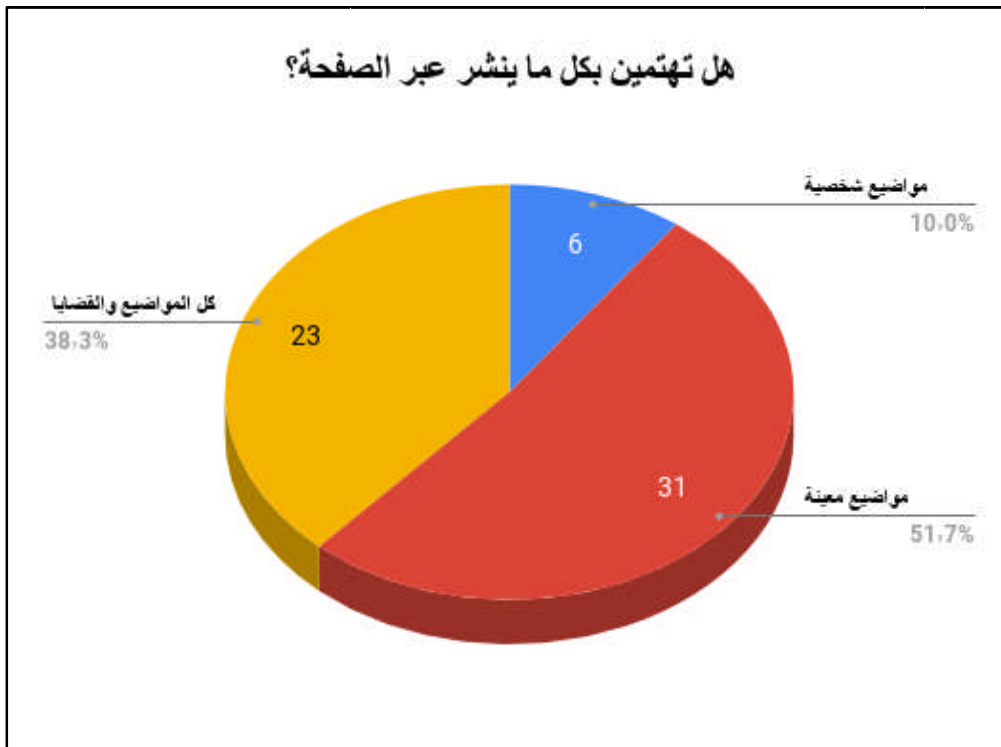


رسم بياني رقم 8 : يوضح الوسيلة التي تستخدمها المتابعات في تصفح صفحة الأسرة

الجدول رقم 08: نلاحظ من خلال الجدول الوسيلة التي تستخدمها متابعات صفحة الأسرة حيث انه أكثر من نصف العينة تستخدم الهاتف الذكي بنسبة مقدارها 85%، تليها الفئة التي تستخدم الجهاز اللوحي بنسبة مقدارها 8.3%، أما من يستخدمون جهاز الكمبيوتر تقدر نسبتهم 6.7%، حيث يمكننا تفسير ذلك على انه امتلاك أغلبية متابعات صفحة الأسرة للهاتف الذكي وذلك لسهولة حمله وتنقلهم من مكان الآخر ، كذلك لتوفره على تطبيقات من بينها الفيسبوك ، كما انه يسهل عملية الاتصال من خلال سهولة نظام التشغيل .

جدول رقم 9: يوضح اهتمام المتابعات للمواضيع التي تنشر عبر الصفحة الأسرة على الفيسبوك.

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار / الإجابة
10%	6	مواضيع شخصية
51.7%	31	مواضيع معينة
38.3%	23	كل المواضيع والقضايا
100%	60	المجموع

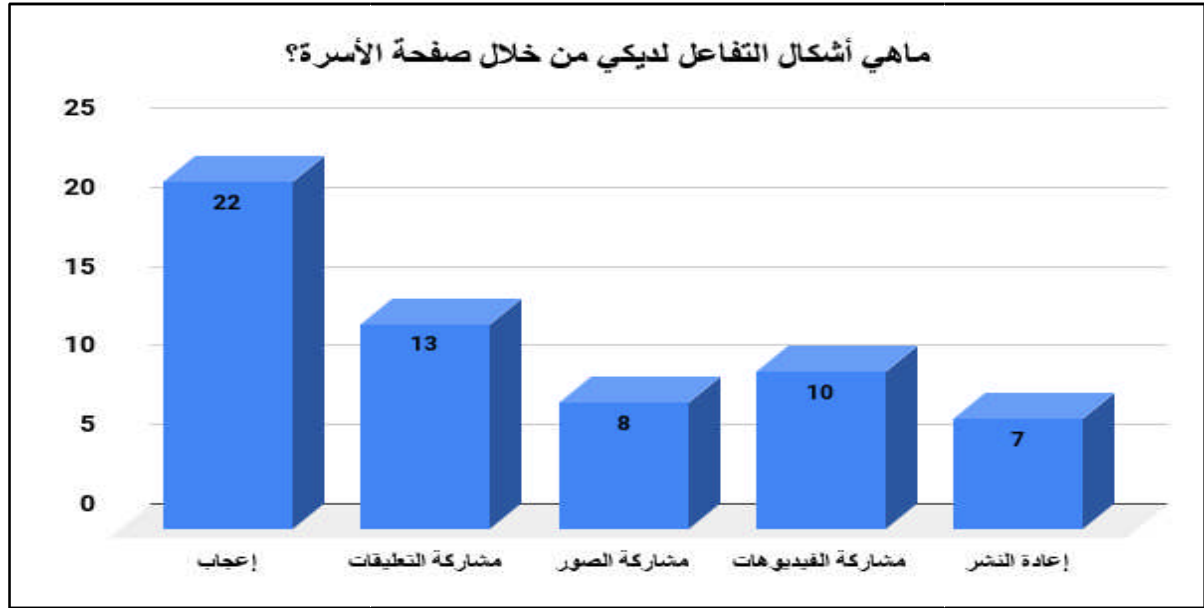


رسم بياني رقم 9 يوضح اهتمام المتابعات بكل ما ينشر في صفحة الأسرة

الجدول رقم 09: يمثل الجدول اهتمام المتابعات بكل ما ينشر في صفحة الأسرة ، حيث نجد أن مواضيع معينة تقدر بنسبة 51.7%، وتأتي بعدها كل المواضيع والقضايا بنسبة 38.3%، وفي الأخير تأتي المواضيع الشخصية نسبة تقدر 10%، ومن هنا نستنتج أن دافعهم الأساسي هو إشباع حاجيات

معينة لأنها تلبي رغبتهم تجعلهم يهتمون بالمضامين ومواضيع معينة تنتشر في صفحة الأسرة .  
جدول رقم 10: يوضح أشكال التفاعل متابعات مع صفحة الأسرة على الفيسبوك .

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
36.66%	22	إعجاب
21.66%	13	مشاركة التعليقات
13.33%	8	مشاركة الصور
16.66%	10	مشاركة الفيديوهات
11.66%	7	إعادة النشر
100%	60	المجموع



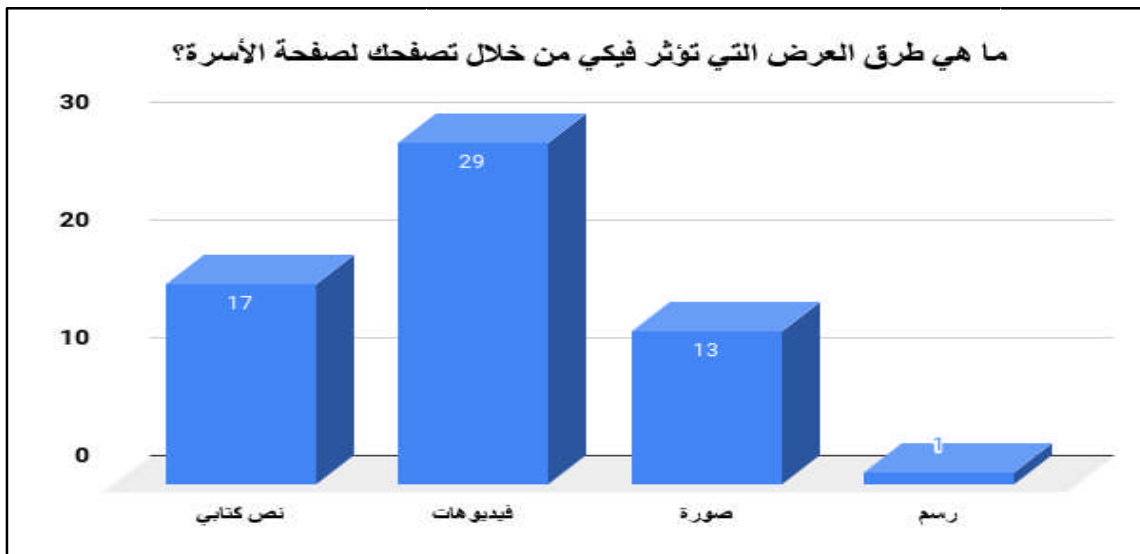
رسم بياني رقم 10 : يوضح أشكال التفاعل المتابعات مع صفحة الأسرة عبر الفيسبوك

الجدول رقم 10: يمثل الجدول طريقة التفاعل متابعات من خلال صفحة الأسرة ، حيث انه اغلبهم كانت إجاباتهم أنهم يسجلون إعجاب بنسبة مقدارها 36.66%، ومشاركة التعليقات بنسبة 21.66%، أما بالنسبة لمشاركة الفيديوهات مقدرة نسبتها 16.66%، كما نجد كذلك مشاركة الصور بنسبة 13.33%، وفي الأخير نجد إعادة النشر بنسبة تقدر 11.66%، توضح لنا هذه النتائج ان

المتابعات لصفحة يميلون إلى تسجيل إعجاب و تكون استفادة من المعلومات والمنشورات فردية لإشباع رغبة معينة دون مشاركتها مع الجماعة .

جدول رقم 11: يوضح طرق العرض التي تؤثر في متابعات من خلال تصفح لصفحة الأسرة.

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة / التكرار
28.33%	17	نص كتابي
48.33%	29	فيديوهات
21.66%	13	صورة
01.66%	1	رسم
100%	60	المجموع



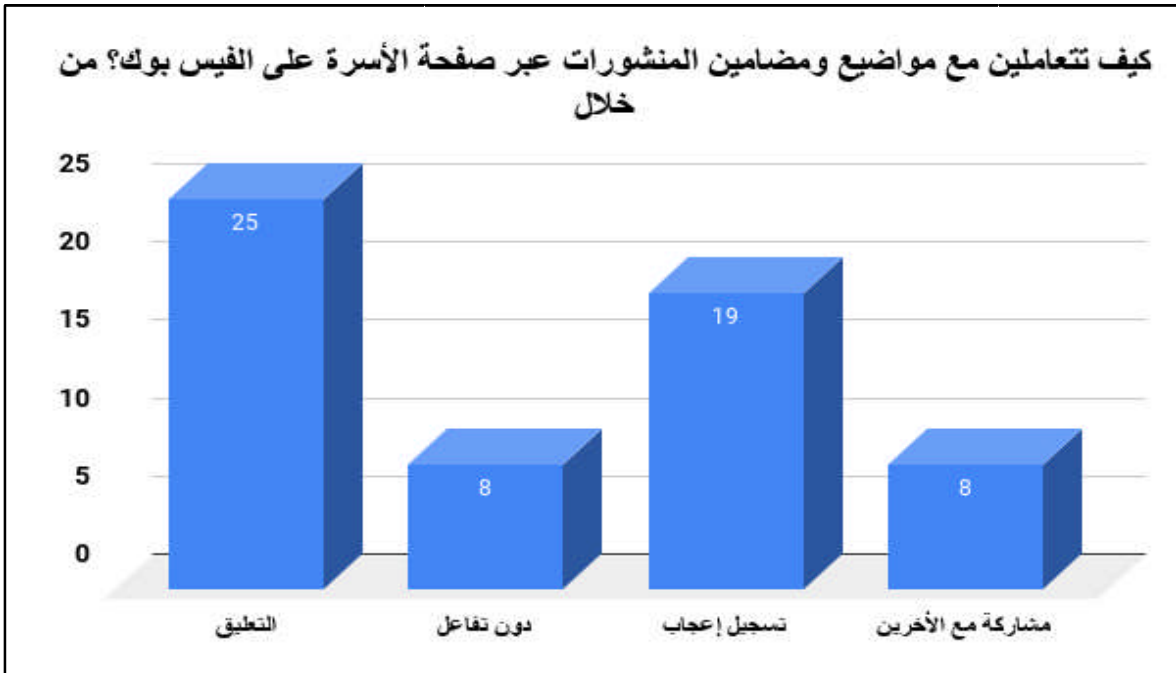
رسم بياني رقم 11 يوضح طرق العرض التي تؤثر في متابعات صفحة الأسرة .

الجدول رقم 11: يوضح الجدول طرق العرض التي تؤثر في متابعات صفحة الأسرة ، حيث نجد أن اكبر نسبة هي الفيديوهات وتقدر ب48.33%، ثم تليها النص الكتابي بنسبة 28.33%، ثم تأتي الصور بنسبة تقدر 21.66%، وفي الأخير يأتي الرسم بنسبة 01.66%، ونستنتج من هذا أن اكثر طرق العرض التي تؤثر في متابعات الصفحة هي الفيديوهات وذلك لخصوصيات متعددة منها الصوت والصورة

والحركة والرسم الالوان...اي كلها منبهات تاتر على المتلقي (اي متابعات الصفحة )، كما انها تزيد من درجة الاقناعهم ، وكذا زيادة درجة التفاعل مع هذه المضامين . كما انه طريقة عرض المضمون بطريقة الفيديوهات لديها درجة تاثير قوية وذلك راجع لخصوصيتها وكذا درجة وصول واستيعاب الرسالة الاتصالية.

جدول رقم 12: يوضح كيفية تعامل مع مواضيع ومضامين المنشورات عبر صفحة الأسرة على الفيسبوك

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار / الإجابة
41.66%	25	التعليق
13.33%	8	دون تفاعل
31.66%	19	تسجيل إعجاب
13.33%	8	مشاركة مع الآخرين
100%	60	المجموع



رسم بياني رقم 12: يوضح طرق العرض التي تؤثر في متابعات صفحة الأسرة .

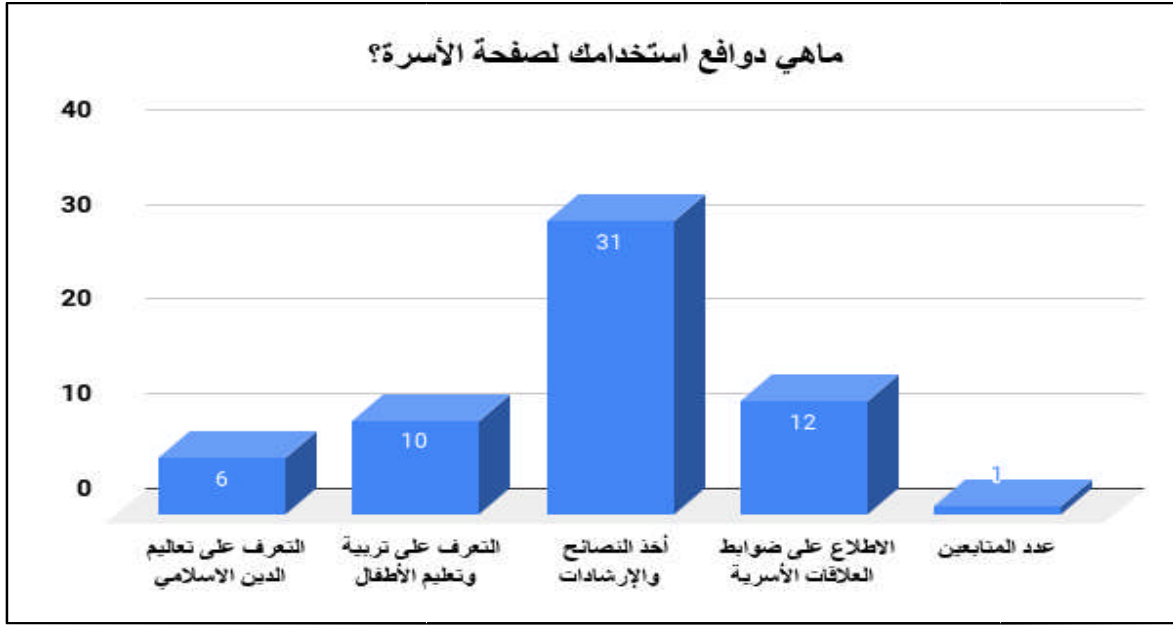


الجدول رقم 12: يوضح الجدول طريقة التعامل مع المضامين والمنشورات عبر صفحة الاسرة على الفيسبوك ، حيث نجد ان التعامل مع المضامين من خلال التعليق اكبر نسبة تقدر 41.66%، وبعدها تاتي تسجيل اعجاب بنسبة 31.33%، ثم تليها طريقة مشاركة مع الاخرين ودون تفاعل بنسبة 13.33%، ومن هنا نستنتج ان متابعات صفحة الاسرة يتعاملون مع مضامين ومنشورات صفحة الاسرة بطريقة التعليق اي التفاعل واعطاء ارائهم ومشاركة الاخرين بافكارهم واعطاء حلول واقتراحات حتى تكون الاستفادة عامة ، حيث يعتبر هنا المتابعات جمهور نشط لانهم يستجيبون للمنشورات ويعلقون عليها لانها تلبي لهم اشباع رغباتهم وحاجياتهم ، وكذا تعاملات فيما بينهم في فتح الحوار يجعلهم يشعرون كأنهم اسرة واحدة .

### المبحث الثاني : دوافع اقبال الاسر على الصفحات النسائية

جدول رقم 13: يوضح دوافع استخدام متابعات لصفحة الأسرة على الفيسبوك .

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
10%	6	التعرف على تعاليم الدين الإسلامي
16.66%	10	التعرف على تربية وتعليم الأطفال
51.66%	31	أخذ النصائح والإرشادات
20%	12	الإطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية
1.66%	1	عدد المتابعين
100%	60	المجموع

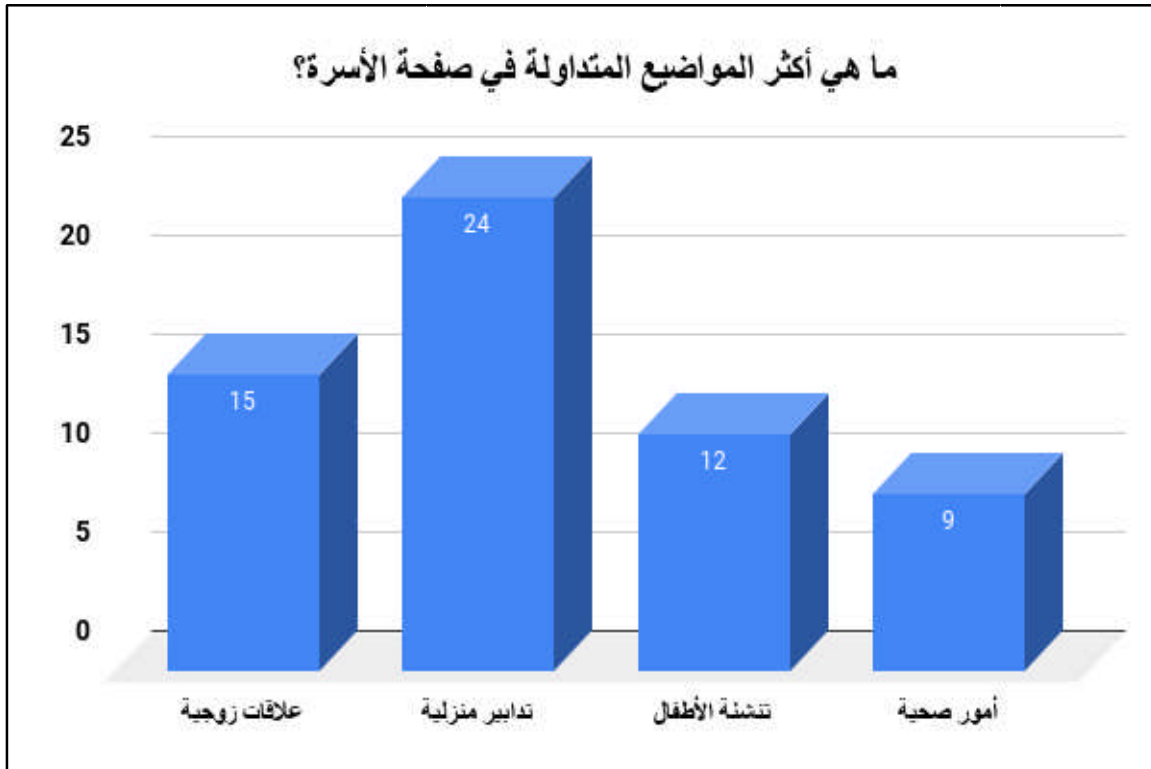


رسم بياني رقم 13: يوضح دوافع استخدام متابعات لصفحة الأسرة على الفيسبوك .

الجدول رقم 13: يوضح لنا الجدول دوافع استخدام لصفحة الأسرة من طرف متابعات ، حيث نجد أن اخذ بنصائح والإرشادات اكبر نسبة مقدرة 51.66%، وتليها الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية بقيمة نسبتها 20%، وتأتي بعدها التعرف على التربية وتعليم الأطفال بنسبة مقدرة ب16.66%، فلاحظ أن اغلب متابعات الصفحة كان دافعهم الأساسي هو الأخذ بالنصائح والإرشادات عبر المضامين هذه الصفحة لأنها تقوم بتقديم نصائح منزلية وصحية... و عملية تنمية لوعي من خلال ما يتم طرحه من مواضيع وقضايا مختلفة ومعلومات وأفكار جديدة وأسلوب حديث ومبتكر ذلك لتشكيل مهاراتهم وتطوير قدراتهم وحياتهم في حل وتخفيف المشاكل والصعوبات التي تواجههم بأقل جهد ووقت، لتكوين حياة أسرية على أسس سليمة وقائية وتنشئة اجتماعية واعية .

جدول رقم 14: يوضح أكثر المواضيع المتداولة في صفحة الأسرة على الفيسبوك .

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإيجابية
20%	12	تنشئة الأطفال
25%	15	علاقات زوجية
40%	24	تدابير منزلية
15%	9	أمور صحية
100%	60	المجموع

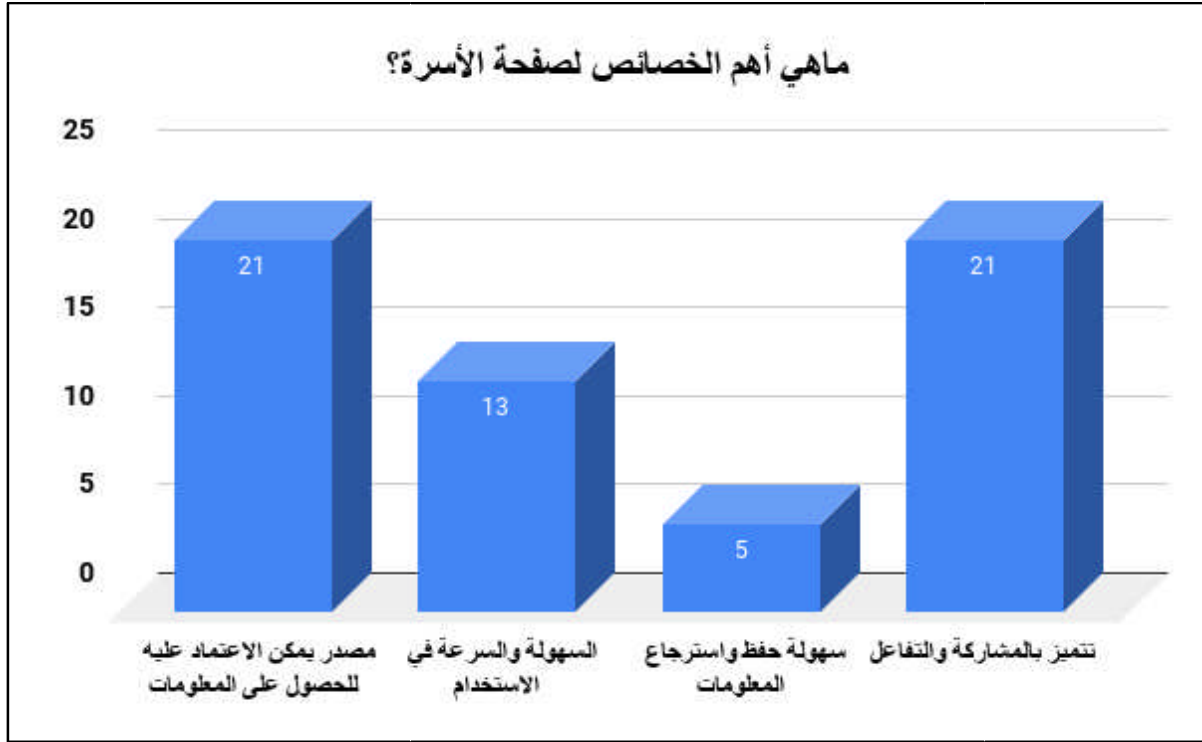


رسم بياني رقم 14: يوضح أكثر المواضيع المتداولة في صفحة الأسرة على الفيسبوك .

الجدول رقم 14: يوضح لنا الجدول أكثر المواضيع المتداولة في صفحة الأسرة ، حيث نجد أن أكبر نسبة هي التدابير المنزلية المقدرة 40%، ثم تليها علاقات الزوجية بنسبة 25%، وبعدها تنشئة الأطفال بنسبة 20%، وفي الأخير تأتي الأمور الصحية بنسبة 15%، حيث يمكننا تفسير ذلك أن استخدام متابعات لصفحة الأسرة تنتقي بوعي لما تتعرض له من المضامين والرسائل التي تلبى لهم حاجاتهم النفسية والاجتماعية وتحقيق اشباعاتهم ، والشعور بالرضي فيتالي لهم القدرة ووعي على تحديد وانتقاء أذواقهم وحاجاتهم وهذا ما يجعلهم يتفاعلون فيما بينهم وهذا ما يزيدهم من درجة الوعي والتكيف

جدول رقم 15: يوضح أهم الخصائص لصفحة الأسرة على الفيسبوك .

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإيجابية
35%	21	مصدر يمكن الاعتماد عليه للحصول على المعلومات
21.6%	13	السهولة والسرعة في الاستخدام
8.33%	5	سهولة حفظ واسترجاع المعلومات
35%	21	تتميز بالمشاركة والتفاعل
100%	60	المجموع

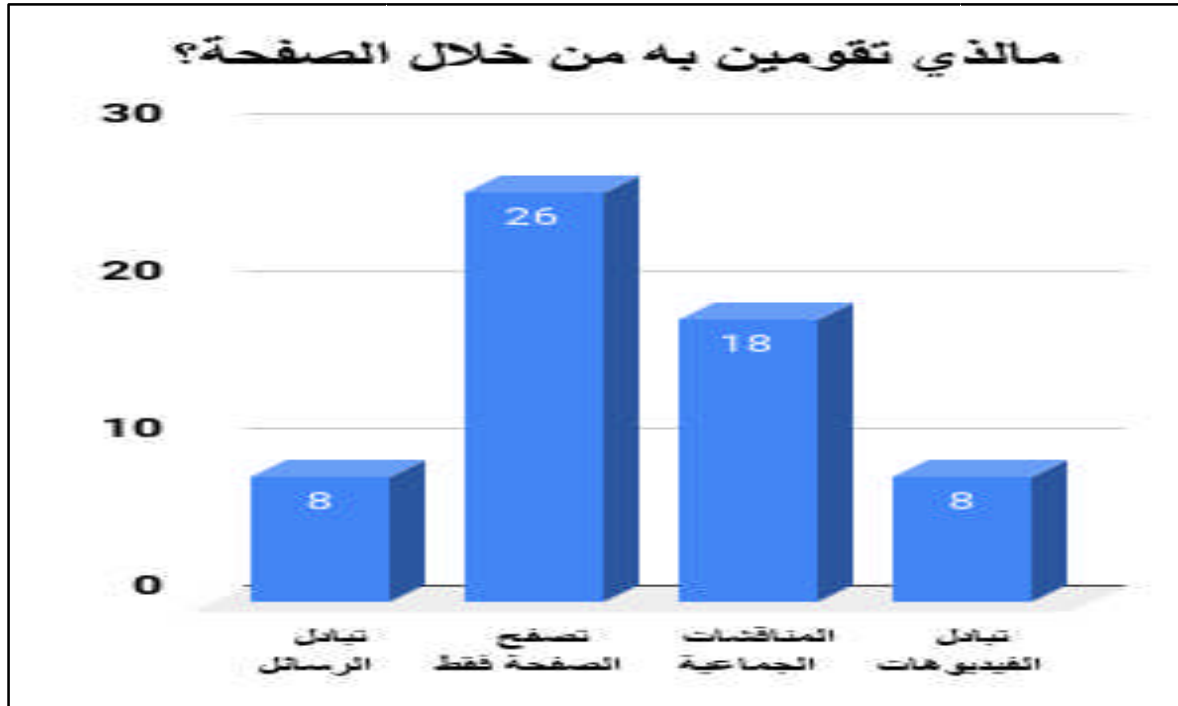


رسم بياني رقم 15: يوضح أهم الخصائص لصفحة الأسرة على الفيسبوك .

الجدول رقم 15: يوضح الجدول أهم الخصائص التي تميز الصفحة الأسرة ، حيث نجدها مصدر يمكن الاعتماد عليه للحصول على المعلومات وكذلك تتميز بالمشاركة والتفاعل اكبر نسبة مقدرة ب35%، وبعدها تليها السهولة والسرعة في الاستخدام بنسبة 21.6%، وفي الأخير تأتي سهولة حفظ واسترجاع المعلومات بنسبة 08.33%، حيث يمكننا إرجاع أن اغلب متابعات يرون أن من خصائص الصفحة أنها مصدر يمكن اعتماد عليه للحصول على المعلومات وزيادة درجة تنمية وعيهم وإدراكهم لما يدور حولهم من قضايا ومواضيع اجتماعية ، كما تقوم بتوسيع دائرة المعارف لديهم من خلال تزويدهم بالمعلومات ومهارات المفيدة مثل أمور المنزلية أو الصحية أو التعليمية أو دينية أو ثقافية ....لاكتساب ثقافة جديدة ، وهذا ما يجعلهم أكثر تفاعلا ومشاركة مع بعضهم البعض من خلال امتلاكهم للمعلومات وتميرها لبعض لتكون الاستفادة جماعية وتكون تنشئة اجتماعية ، وكنتيجة للتفاعل يتم تبلور الوعي لديهم في تسير شؤونهم وحياتهم الشخصية والاجتماعية والاطلاع وإدراكهم لما يدور حولهم في المحيط الخارجي.

جدول رقم 16: يوضح كيفية التعامل والقيام به من خلال الصفحة الأسرة على الفيسبوك

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
13.33%	8	تبادل الرسائل
43.33%	26	تصفح الصفحة فقط
30%	18	المناقشات الجماعية
13.33%	8	تبادل الفيديوهات
100%	60	المجموع



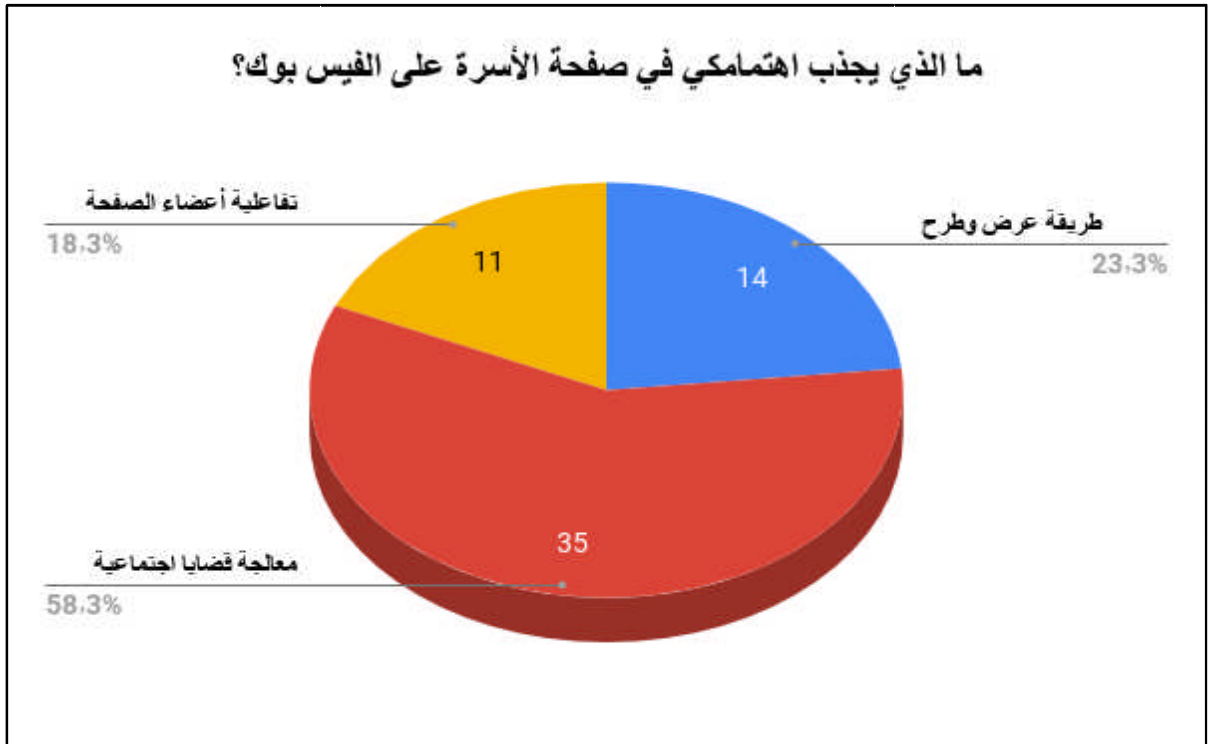
رسم بياني رقم 16: يوضح كيفية التعامل والقيام به من خلال الصفحة الأسرة على الفيسبوك

الجدول رقم 16: نلاحظ من خلال الجدول كيفية التعامل والقيام به من خلال الصفحة الأسرة ، حيث نجد أن نسبة تصفح الصفحة فقط بنسبة 43.33%، وتليها بعدها المناقشات الجماعية بنسبة 30 % ، وفي الأخير تأتي تبادل الرسائل والفيديوهات بنسبة 13.33%، يمكننا تفسير ذلك أن اغلب متابعات الصفحة الأسرة تقوم بتصفح الصفحة فقط أي هنا تكون الاستفادة من المضامين والمنشورات و المعلومات ... بصفة فردية وعدم مشاركتها مع الآخرين ، أي عملية التحفظ عن آراءهم ووجهات نظرهم حول

القضايا التي تطرح والاكتفاء بتحقيق إشباعاتهم لذاتهم أي يكون الدافع نفسي شخصي وقدرة على تلبية حاجاتهم دون التفاعل مع الآخرين .

جدول رقم 17: يوضح طريقة يجذب اهتمام المتابعات في صفحة الأسرة على الفيسبوك.

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
23.33%	14	طريقة عرض وطرح المضامين
58.3%	35	معالجة قضايا اجتماعية
18.3%	11	تفاعلية أعضاء الصفحة
100%	60	المجموع



رسم بياني رقم 17 يوضح طريقة جذب اهتمام متابعات صفحة الأسرة على الفيسبوك.

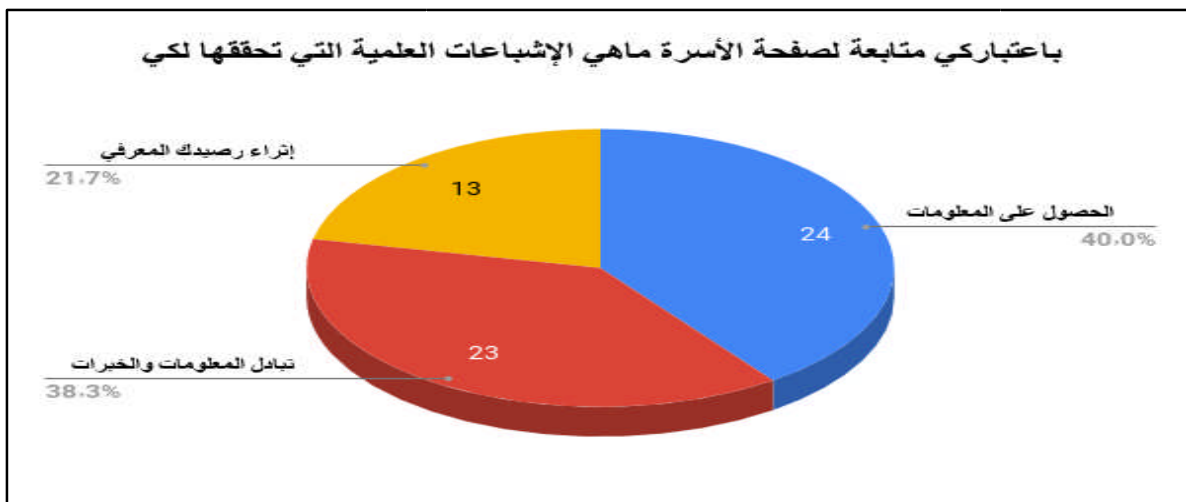
الجدول رقم 17: يمثل الجدول طريقة جذب اهتمام متابعات لصفحة الاسرة على الفيسبوك ، حيث نجد ان معالجة القضايا الاجتماعية بنسبة 58.3%، تم تاتي بعدها طريقة عرض وطرح المضامين

بنسبة مقدرة 23.33%، وفي الاخير نجد تفاعلية اعضاء الصفحة بنسبة 18.3%، ويمكننا تفسير ذلك انه اكثر شئ يجذب اهتمام متابعات صفحة الاسرة على الفيسبوك هو معالجة قضايا الاجتماعية المتعلقة بما يعيشونه في حياتهم اليومية داخل الاسرة وخارجها في كافة الميادين الثقافية والترفيهية الصحية.....، حيث ان دافع تعرض لمضامين بطريقة قصدية ومباشرة وتاثر فيهم ويستجيبون بالتفاعل معها ، كما لهم القدرة ووعي على اختيار والتعبير عن اتجاهاتهم وطرح اراءهم بما يحقق لهم الرغبة في اشباع حاجاتهم بشكل مباشر .

المبحث الثالث : الاشباع التي تحققها الصفحات النسائية على الفيسبوك

جدول رقم 18: يوضح الاشباع العلمية التي تحققها صفحة الأسرة على الفيسبوك

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار / الإجابة
40%	24	الحصول على المعلومات
21.66%	13	إثراء رصيدك المعرفي
38.33%	23	تبادل المعلومات والخبرات
100%	60	المجموع



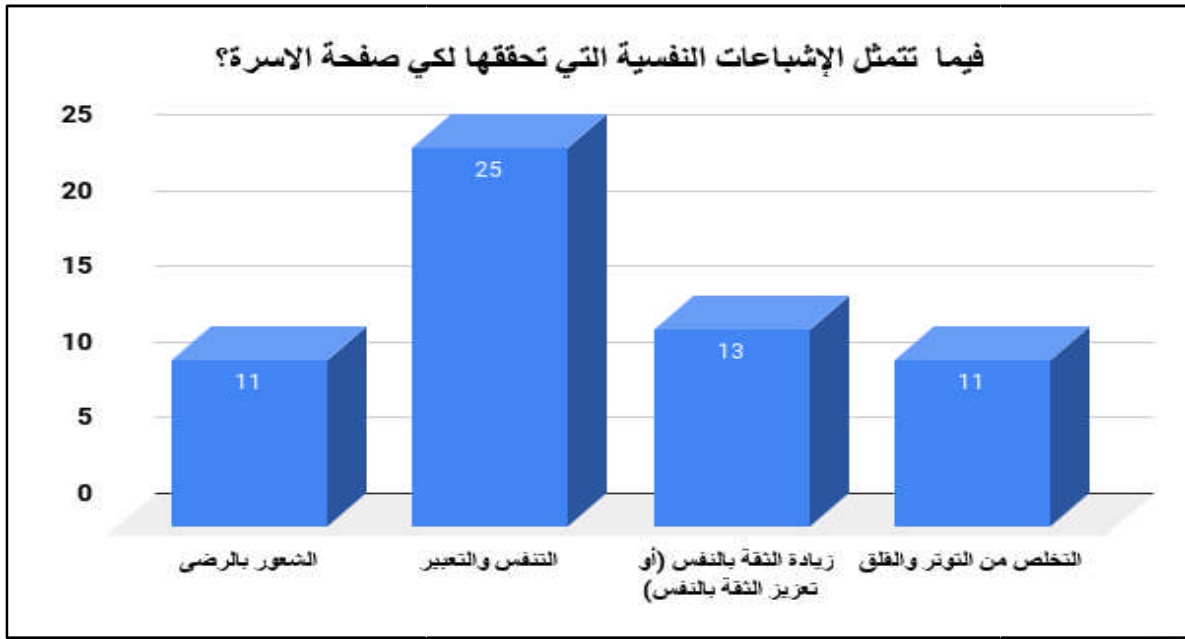
رسم بياني رقم 18: يوضح الاشباع العلمية التي تحققها صفحة الأسرة على الفيسبوك



الجدول رقم 18: يمثل الجدول الاشباعات العلمية التي تحققها صفة الأسرة على الفيسبوك لمتابعاتها ، حيث نجد أن أولى الاشباعات العلمية التي تحققها الصفحة الأسرة هي الحصول على المعلومات بنسبة 40%، وبعدها تأتي تبادل المعلومات والخبرات بنسبة 38.33%، وفي الأخير تأتي إثراء رصيدك المعرفي 21.66%، ومن هنا نستنتج أن متابعات الصفحة الأسرة يعتبرونها مصدرا للحصول على المعلومات وذلك لزيادة الوعي الثقافي لديهم بتوسيع دائرة المعارف ورؤية المجتمع من منظور شامل وكذلك من خلال أدوات الوعي الرسمية حيث تعمل الصفحة الأسرة بدور حيوي وفعال في تنمية الوعي للمتابعات من خلال ما تقدمه من معلومات وأخبار لتشكيل مهاراتهم وأفكارهم وآرائهم ومعرفتهم لما يدور من حولهم ولتكوين مشاعر الانتماء والولاء لمجتمعهم ولتهيئتهم للتعبير بحرية عن القضايا والظواهر المختلفة ، وهذا ما يؤدي إلى اكتساب بعد معرفي كنتيجة لتفاعل أو بسبب التعرض لرسالة اتصالية من أجل صياغة أو تبلور الوعي وهذا ما يحقق لهم إشباع في تحقيق المشاركة الفعلية لما ينشده المجتمع .

جدول رقم 19: يوضح الإشباعات النفسية التي تحقّقها صفحة الأسرة على الفيسبوك .

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
18.33%	11	الشعور بالرضى
41.66%	25	التنفس والتعبير
21.66%	13	زيادة الثقة بالنفس (أو تعزيز الثقة بالنفس)
18.33%	11	التخلص من التوتر والقلق
100%	60	المجموع

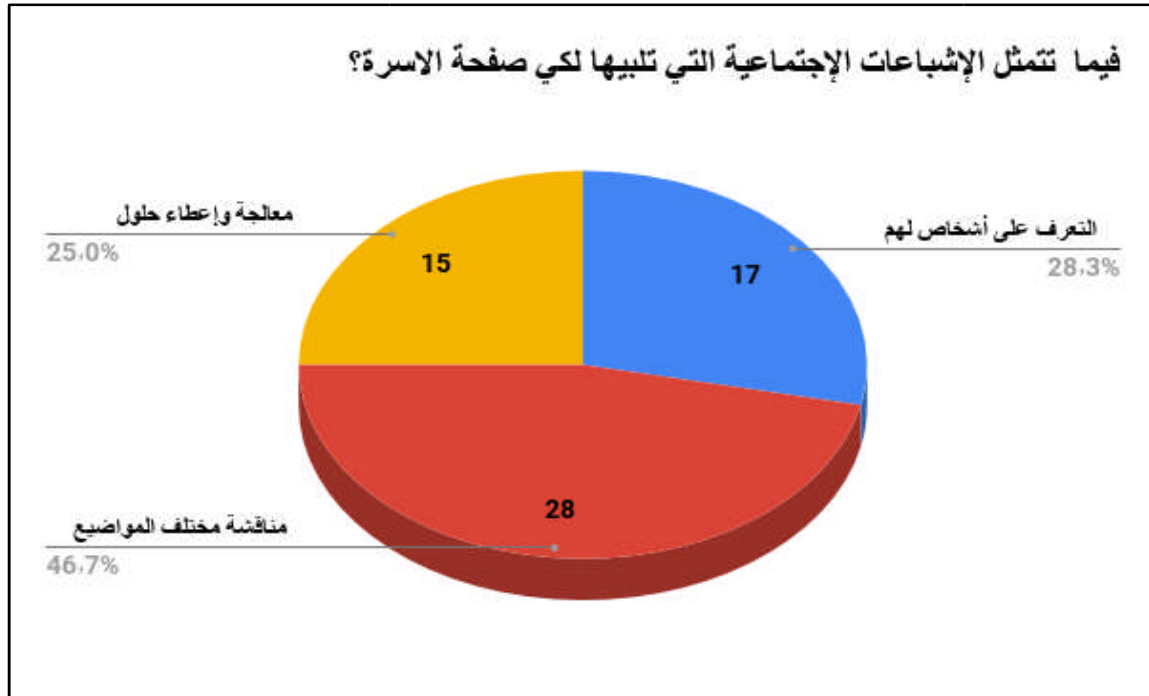


رسم بياني يوضح 19: يوضح الإشباعات النفسية التي تحقّقها صفحة الأسرة على الفيسبوك

الجدول رقم 19: نلاحظ من خلال الجدول ما تحققه صفحة الأسرة من حيث جانب الإشباعات النفسية نجد التنفس والتعبير بنسبة 41.66%، وتليها زيادة الثقة بالنفس أو تعزيز الثقة بالنفس بنسبة 21.66%، وفي الأخير نجد أن الشعور بالرضى والتخلص من التوتر والقلق متساوية بنسبة 18.33%، ويمكننا تفسير ذلك بان الغاية الأولى من استخدام صفحة الأسرة هو التنفس والتعبير وذلك باعتبار أن الصفحة الأسرة هي صفحة افتراضية تجمعهم كاسرة ثانية داخل مجتمع افتراضي لهم الحرية للتعبير والنقاش وفتح باب حرية إبداء الرأي وهذه من سمات الأسرة من خلال التفاهم والحوار وذلك بتوطيد العلاقة مع بعضهم البعض بالتفاهم والتواصل للتفاعل فيما بينهم وذلك لإشباع رغباتهم وتحقيق حاجاتهم التي تساهم بالشعور بوحدة الانتماء إلى هذه الصفحة بالمشاركة بآراءهم ومساهمة في إعطاء الحلول والاستفادة من بعض المقترحات المقدمة لحل بعض المشاكل أو الصعوبات التي تواجههم في حياتهم أو زيادة استيعابهم لبعض الأمور التي كانت مجهولة أو غير مدركة لبعض الآخر وتعم الفائدة على جميع متابعات الصفحة الأسرة .

جدول رقم 20: يوضح الإشباعات الاجتماعية التي تلبها صفحة الأسرة على الفيسبوك .

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
28.3%	17	التعرف على أشخاص لهم نفس الاهتمامات
46.7%	28	مناقشة مختلف المواضيع
25%	15	معالجة وإعطاء حلول القضايا الاجتماعية
100%	60	المجموع

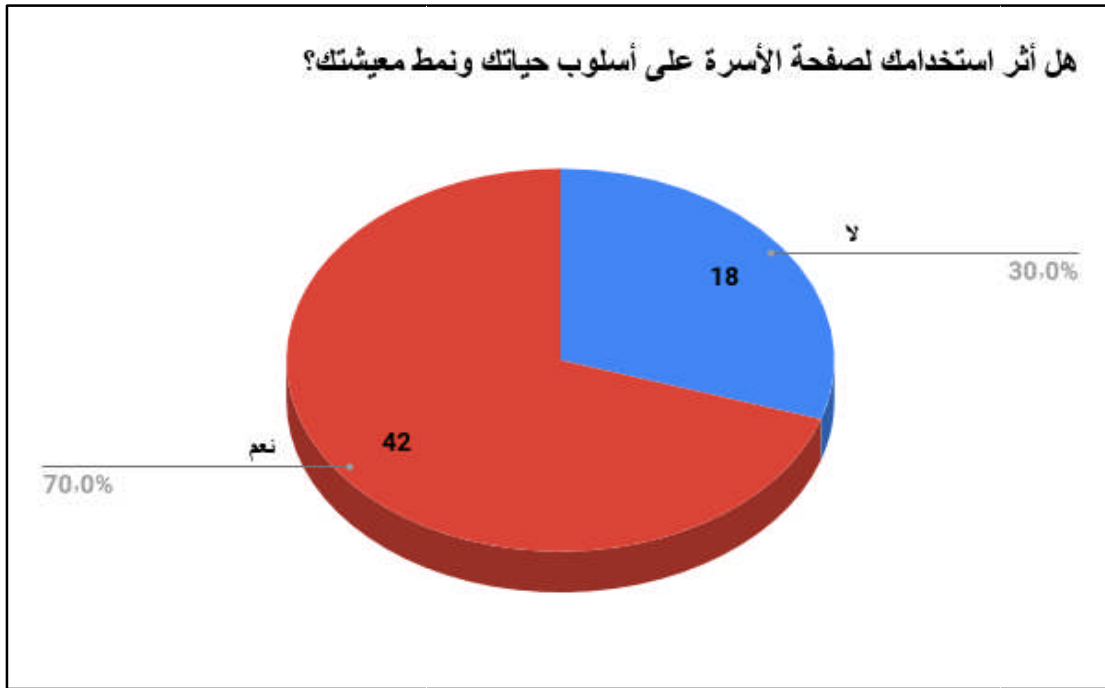


رسم بياني رقم 20: يوضح الإشباعات الاجتماعية التي تلبّيها صفحة الأسرة على الفيسبوك .

الجدول رقم 20: نلاحظ من خلال الجدول ما تلبّيه صفحة الأسرة من اشباعات اجتماعية حيث نجد مناقشة مختلف المواضيع بنسبة مقدرة 46.7%، وتأتي بعدها التعرف على أشخاص لهم نفس الاهتمامات بنسبة مقدرة 28.3%، وفي الأخير تأتي معالجة وإعطاء حلول القضايا الاجتماعية بنسبة مقدرة 25%، ومن هنا نستنتج أن صفحة الأسرة تقوم بنشر مختلف المضامين والرسائل في جميع الميادين الاجتماعية منها الثقافية والتعليمية والتربوية الصحية الدينية... الخ التي تلبّي حاجات ورغبات متابعات الصفحة ، وتعمل على مناقشتها بكافة الزوايا وبمختلف الآراء حولها وذلك بإثراء النقاش بالحجج والبراهين للتأكيد والإقناع والتأثير من أجل بناء الوعي متحضر في المجتمع مثل الوعي ( ثقافي ، أخلاقي، قانوني ، ديني، إعلامي....) وبناء على هذا الوعي يجعل من اتخاذ القرارات تصدر من أحكام وقناعات ومدى شعور بالمسؤولية اتجاه أنفسهم والآخرين .

جدول رقم 21: يوضح أثر استخدام صفحة الأسرة على أسلوب حياة ونمط معيشة المتابعات

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار / الإجابة
70%	42	نعم
30%	18	لا
100%	60	المجموع



رسم بياني رقم 21: يوضح أثر استخدام صفحة الأسرة على أسلوب حياة ونمط معيشة المتابعات

الجدول رقم 21: نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل مدى تأثير استخدام صفحة الأسرة على أسلوب حياتهم ونمط معيشة متابعات ، حيث نجد الإجابة بنعم بنسبة تقدر 70%، وتأتي الإجابة بلا بنسبة 30 %، حيث نستنتج استخدام وتعرض لمضامين صفحة الأسرة أثرت على أسلوب حياتهم ونمط معيشتهم وذلك باعتبارهم مدفوعين بالموثرات نفسية واجتماعية بغية الحصول على نتائج يطلق عليها الاشباع التي تلبى له رغباته وتوقعاتهم حول مواضيع وقضايا التي تمس اهتماماتهم وميولاتهم

وحياتهم الخاصة داخل الأسرة أو العامة داخل المجتمع ككل ذلك بزيادة درجة ومستوى الوعي النصح والإرشاد والتوجيه للتعامل مع مختلف المواقف التي يتعرضون لها وتوعيتهم بالواقع المحيط بهم من أجل تشكيل رأي عام موحد حول كيفية التعامل مع هاته المواضيع.

جدول رقم 22: يوضح إمكانية استغناء المتابعات لصفحة الأسرة .

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
26.7%	16	نعم
73.3%	44	لا
100%	60	المجموع



رسم بياني رقم 22: يوضح إمكانية استغناء المتابعات لصفحة الأسرة .

الجدول رقم 22: نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل إمكانية الاستغناء عن استخدام صفحة الأسرة ، حيث نجد الإجابة بلا بنسبة 44%، والإجابة بنعم بنسبة 16%، ومن هنا نستنتج أن متابعات الصفحة الأسرة لا تستطيع الاستغناء عن هاته الصفحة وذلك لما تحققه من اشباعات نفسية واجتماعية وتلبية رغبات كل متابعات على كافة المستويات وذلك باعتبارهم داخل أسرة واحدة ، يتواصلون ويتفاعلون بإثراء الحوار والنقاش حول كافة المواضيع التي تمس حياتهم برغبة في توسيع دائرة معارفهم حول كل ما يدور حولهم من تطورات حياتية على كافة الأصعدة ، والوقاية من الأخطاء الانحرافات التي قد يتعرضون لها، كما أنها قامت بدعمهم وتشجيعهم من خلال اكتساب الثقة في أنفسهم والمبادرة في طرح الأفكار، الألفة مع بعضهم البعض كاسرة واحدة تجمعهم اهتمامات مشتركة يسعون إلى تحقيق ذاتهم داخل أسرهم والمجتمع ككل.

2-الجدول المركبة

جدول رقم 23 : يوضح مدة استخدام متابعات في صفحة الأسرة على الفيسبوك ؟

منذ متى وأنتي تستخدمين في صفحة الأسرة؟								الإجابة	
المجموع		أكثر من ثلاث سنوات		من سنة إلى ثلاث سنوات		أقل من سنة			
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%71.6	43	%15	09	%18.3	11	%38.3	23	18 إلى 28	الفئة العمرية
%25	15	%5	03	%10	06	%10	06	29 إلى 39	
%3.3	02	%3.3	02	% 00	00	% 00	00	40 فما فوق	
%100	60	%23.3	14	%28.3	17	%48.3	29	المجموع	
%10	06	%01.6	01	%01.6	01	%06.6	04	متوسط	المستوى التعليمي
%18.3	11	%01.6	01	%08.3	05	%08.3	05	ثانوي	
%65	39	%15	09	%18.3	11	%31.6	19	جامعي	
%06.6	04	%5	03	%00	00	%01.6	01	تكوين مهني	
%100	60	%23.3	14	%28.3	17	%48.3	29	المجموع	
%61.6	37	%10	06	%15	09	%36.6	22	عزباء	الحالة الإجتماعية
%38.4	23	%13.3	08	%13.3	08	%11.6	07	متزوجة	
%100	60	%23.3	14	%28.3	17	%48.3	29	المجموع	



تعليق على الجدول :

من خلال معطيات الجدول التي توضح مدة استخدام المرأة لصفحة الأسرة نلاحظ ما يلي :

من حيث السن نجد أن الفئة العمرية من 18 إلى 28 سنة بدأت في استخدام الصفحة منذ أقل من سنة وهذا بنسبة 38.3 تليها نسبة 10 بالنسبة للفئة العمرية من 29 إلى 39 سنة أما الفئة العمرية من 40 فما فوق كانت النسبة منعدمة ، في حين جاءت نسبة 18.3 للفئة العمرية من 18 إلى 28 سنة التي بدأت في استخدام الصفحة من سنة إلى ثلاث سنوات و 15 بالنسبة للواتي بدان في استخدام الصفحة منذ أكثر من ثلاث سنوات أما فيما يخص الفئة العمرية من 29 إلى 39 سنة كانت نسبة 10 للتي بدأت تستخدم الصفحة من سنة إلى ثلاث سنوات و 5 للتي تستخدم الصفحة أكثر من ثلاث سنوات تليها أقل نسبة هي ذوات الفئة العمرية من 40 فما فوق اللواتي بدان في استخدام الصفحة منذ أكثر من ثلاث سنوات .

من حيث المستوى التعليمي نلاحظ أن معظم المستويات بدان في استخدام الصفحة منذ أقل من سنة وكانت أعلى نسبة للجامعيات بنسبة 31.6 تليها الثانويات بنسبة 8.3 تليها المتوسط بنسبة 6.6 وأخيرا التكوين المهني بنسبة 1.6 .

من حيث الحالة الاجتماعية نجد أن المرأة العزباء بدأت في استخدام الصفحة منذ أقل من سنة بنسبة 36.6 والمتزوجة بدأت في استخدام الصفحة من سنة إلى ثلاث سنوات وأكثر من ثلاث سنوات بنسبة متساوية قدرت ب 13.3 .

من هنا نستنتج أن معظم المبحوثات على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم وحالتهم الاجتماعية أن مدة استخدامهم للصفحة كانت منذ أقل من سنة وهذا يمكن تفسيره على أن الصفحة كانت غير معروفة لديهم مما أدى بهم إلى الانضمام إليها حديثا.

جدول رقم 24: يوضح مدة تستغرق من الوقت يوميا في استخدام متابعات لصفحة الأسرة على الفيسبوك؟

كم تستغرقين من الوقت يوميا في استخدامك لصفحة الأسرة على الفيس بوك؟										الإجابة	
المجموع		حسب الظروف (وقت الفراغ)		أكثر من ساعتين		من ساعة إلى ساعتين		ساعة		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
71.6%	43	43.3%	26	10%	06	08.3%	05	10%	06	18 إلى 28	الفئة العمرية
25%	15	11.7%	07	06.6%	04	03.4%	02	03.4%	02	29 إلى 39	
03.3%	02	00%	00	00%	00	01.6 %	01	01.6%	01	40 فما فوق	
100%	60	55%	33	%16.6	10	13.3%	08	15%	09	المجموع	
08.3%	05	03.4%	02	01.6%	01	00%	00	03.4%	02	متوسط	المستوى التعليمي
20%	12	06.6%	04	10%	06	01.6%	01	01.6%	01	ثانوي	
65%	39	41.6%	25	05%	03	10%	06	08.4%	05	جامعي	
06.6%	04	03.4%	02	00%	00	01.6%	01	01.6%	01	تكوين مهني	
100%	60	55%	33	%16.6	10	13.3%	08	15%	09	المجموع	
61.6%	37	33.4%	20	10%	06	06.6%	04	11.6%	07	عزباء	الحالة الإجتماعية
38.4%	23	21.6%	13	06.6%	04	06.6%	04	03.4%	02	متزوجة	
100%	60	55%	33	%16.6	10	13.3%	08	15%	09	المجموع	

## تعليق على جدول رقم 24:

من خلال الأرقام الموجودة على الجدول أعلاه التي تمثل الوقت التي تستغرقه المرأة يوميا عند استخدامها لصفحة الأسرة نلاحظ ما يلي :

من حيث السن نجد أن الوقت التي تستغرقه الفئة العمرية من 18 إلى 28 سنة عند استخدامها للصفحة حسب الظروف أي وقت الفراغ لديهم وهذا بنسبة 43.3 وهي أكبر نسبة مقارنة مع النسب الأخرى تليها أكثر من ساعتين وساعة بنسبة متساوية وهي 10 تليها 8.3 التي تستغرق من ساعة إلى ساعتين يوميا عند استخدامها للصفحة أما الفئة العمرية من 29 إلى 39 سنة فهي تستخدم الصفحة حسب الظروف بنسبة 11.7 وأخيرا كانت الفئة العمرية من 40 فما فوق كأقل نسبة قدرت بـ 1.6 التي تستغرق من الوقت يوميا ساعة ومن ساعة إلى ساعتين حيث جاءت النسبة متساوية .

من حيث المستوى التعليمي نلاحظ أن ذوات المستوى الجامعي تستخدم الصفحة حسب الظروف بنسبة 41.6 والتي جاءت كأعلى نسبة تليها نسبة 5 للثانويات التي تستغرق من الوقت يوميا عند استخدامها للصفحة أكثر من ساعتين تليها نسبة 3.4 للمتوسط والتكوين المهني التي تستخدمن الصفحة حسب الظروف .

حسب الحالة الاجتماعية نجد أن المرأة العزباء والمتزوجة يستخدمن الصفحة يوميا حسب الظروف وهذا بنسبة 55 منها 33.4 للمرأة العزباء و 21.6 للمرأة المتزوجة .

من هنا نستنتج أن الوقت التي تستغرقه عينة الدراسة يوميا في استخدام الصفحة كان حسب الظروف وهذا حسب آراء كل المبحوثات تقريبا و يمكن تفسيره على أن استخدامهم للصفحة راجع إلى اهتماماتهن للصفحة والحاجيات التي يرغبون في تحقيقها من خلال المواضيع المطروحة مما يؤدي بهم إلى الاستخدام حسب ال

جدول رقم 25: يوضح الفترات المفضلة لدى متابعات لتصفح صفحة الأسرة على الفيسبوك؟

منذ متى وأنتي تستخدمين في صفحة الأسرة؟								الإجابة	
المجموع		الفترة الليلية		الفترة المسائية		الفترة الصباحية		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%71.6	43	%43.3	26	%21.6	13	%06.6	04	18 إلى 28	الفئة العمرية
%25	15	%15	09	%05	03	%05	03	29 إلى 39	
%03.4	02	%01.6	01	%01.6	01	%00	00	40 فما فوق	
100%	60	%60	36	%28.3	17	%11.7	07	المجموع	
%10	06	%06.6	04	%01.6	01	%01.6	01	متوسط	المستوى التعليمي
%18.3	11	%10	06	%06.6	04	%01.6	01	ثانوي	
%65	39	%38.3	23	%18.3	11	%08.3	05	جامعي	
%06.6	04	%05	03	%01.6	01	%00	00	تكوين مهني	
100%	60	%60	36	%28.3	17	%11.7	07	المجموع	
%61.6	37	%43.3	26	%18.3	11	%00	00	عزباء	الحالة الإجتماعية
%38.3	23	%16.6	10	%10	06	%11.7	07	متزوجة	
100%	60	%60	36	%28.3	17	%11.7	07	المجموع	

تعليق على الجدول 25:

من خلال أرقام الجدول التي توضح الفترات المفضلة لدى المرأة عند استخدامها للصفحة نلاحظ ما يلي من حيث السن نجد أن الفئة العمرية من 18 إلى 28 سنة تفضل الفترة الليلية عند تصفح صفحة الأسرة بنسبة 43.3 والفترة المسائية بنسبة 21.6 والصباحية بنسبة 6.6 أما الفئة العمرية من 29 إلى 39 سنة تفضل الفترة الليلية بنسبة 15 في حين جاء تفضيلها للفترة المسائية والصباحية بنسبة متساوية هي 5 وأخيرا الفئة العمرية من 40 فما فوق تفضل الفترة الليلية والمسائية بنسبة متساوية هي 1.6 .

من حيث المستوى التعليمي نجد أن كل المستويات يفضلن الفترة الليلية عند تصفح الصفحة حيث جاءت النسب كالتالي ، الجامعي 38.3، الثانوي 10، المتوسط 6.6 والتكوين المهني 5.

من حيث الحالة الاجتماعية نجد أن المرأة العزباء تفضل الفترة الليلية بنسبة 43.3 والمسائية بنسبة 18.3 أما الصباحية كانت منعدمة والمرأة المتزوجة تفضل الفترة الليلية بنسبة 16.6 والمسائية بنسبة 10 والصباحية بنسبة 11.7.

من هنا نستنتج أن الفترة المفضلة لدى المستخدمين للصفحة هي الفترة الليلية والتي جاءت كأكبر نسبة ويمكن تفسير ذلك على أنها الفترة الملائمة لهن كونها فترة راحة لا توجد فيها أعمال وفيها وقت كافي لتصفح الصفحة والاستفادة من كل منشور فيها مما تحقق حاجاتهم واشباعاتهم التي يرغبون في تحقيقها من خلال صفحة الأسرة التي تسعى دائما لتعليمهم .

جدول رقم 26: يوضح المكان المفضل لمتابعة

ما هو المكان المفضل لمتابعتك لصفحة الأسرة على الفيس بوك؟										الإجابة	
المجموع		تنقل		أماكن عامة		العمل		المنزل		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%71.6	43	06.6%	04	%01.6	01	%06.6	04	%56.6	34	28 إلى 18	الفئة العمرية
%25	15	%05	03	%00	00	%01.6	01	%18.3	11	39 إلى 29	
%03.4	2	%00	00	%01.6	01	% 00	00	%01.6	01	40 فما فوق	
%100	60	%11.6	07	%3.3	02	%8.3	05	%76.6	46	المجموع	
%10	6	%01.6	01	%00	00	%00	00	%8.4	05	متوسط	المستوى التعليمي
%18.3	11	%5	03	%00	00	%03.4	02	%10	06	ثانوي	
%65	39	%03.4	02	%03.3	02	%01.6	01	%56.6	34	جامعي	
%6.7	4	%01.6	01	%00	00	%03.4	02	%01.6	01	تكوين مهني	
%100	60	%11.6	07	%3.3	02	%8.3	05	%76.6	46	المجموع	
%61.6	37	%06.6	04	%00	00	%06.6	04	%48.3	29	عزباء	الحالة الإجتماعية
%38.4	23	%05	03	%03.3	02	%01.6	01	%28.3	17	متزوجة	
%100	60	%11.6	07	%3.3	02	%8.3	05	%76.6	46	المجموع	

## تعليق على جدول رقم 26:

من خلال معطيات الجدول التي تمثل المكان المفضل لدي عينة الدراسة عند متابعتها لصفحة الأسرة نلاحظ ما يلي :

من حيث السن نجد أن كل الفئات العمرية تفضل المنزل عند متابعة الصفحة حيث جاءت النسب كالتالي من 18 إلى 28 سنة بنسبة 56.6 تليها الفئة العمرية من 29 إلى 39 سنة بنسبة 18.3 تليها من 40 فما فوق بنسبة 1.6.

من حيث المستوى التعليمي نجد أن كل المستويات التعليمية تفضل المنزل حيث جاءت نسبة 53.6 للجامعيات و10 للثانويات و8.4 للمتوسط و1.6 للتكوين المهني .

أما من حيث الحالة الاجتماعية نلاحظ أن المرأة العزباء والمتزوجة يفضلون كذلك المنزل عند متابعة صفحة الأسرة حيث جاءت نسبة 48.3 للعزباء و28.3 للمتزوجة .

من خلال النسب الموضحة في الجدول نستنتج أن معظم المبحوثات على اختلاف أعمارهن ومستوياتهن يفضلن المنزل عند متابعة صفحة الأسرة وهذا راجع إلى أن المنزل هو المكان المناسب للمتابعة كونه يتمتع بالهدوء حيث لا يوجد فيه تشويش مثل الأماكن العامة والتنقل وغيرها من الأماكن التي فيها الفوضى مما تشعر المرأة بالراحة النفسية وهذا يزيد في استيعابها وفهمها لكل المواضيع المنشورة في الصفحة مما يحقق لها اشباعاتها.

جدول رقم 27: يوضح الوسيلة التي تستخدمها متابعات في تصفحك لصفحة الأسرة على

الفيس بوك؟

ماهي الوسيلة التي تستخدمينها في تصفحك لصفحة الأسرة على الفيس بوك؟								الإجابة	
المجموع		الجهاز اللوحي		جهاز الكمبيوتر		جهاز الهاتف الذكي		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%71.6	43	%03.3	02	%03.3	02	%65	39	إلى 18	الفئة العمرية
								28	
%25	15	%03.3	02	%03.3	02	%18.3	11	إلى 29	
								39	
%03.4	2	%01.6	01	%00	00	%01.6	01	فما 40	
								فوق	
%100	60	%08.3	05	%06.6	04	%83.3	51	المجموع	
%10	6	%00	00	%00	00	%10	06	متوسط	المستوى التعليمي
%18.3	11	%05	03	%00	00	%13.3	08	ثانوي	
%65	39	%01.6	01	%05	03	%58.3	35	جامعي	
%06.6	4	%01.6	01	%01.6	01	%03.3	02	تكوين مهني	
%100	60	%08.3	05	%06.6	04	%83.3	51	المجموع	
%61.6	%37	%01.6	01	%01.6	01	%58.3	35	عزباء	الحالة الاجتماعية
%38.4	%23	%06.6	04	%05	03	%26.6	16	متزوجة	
%100	60	%08.3	05	%06.6	04	%83.3	51	المجموع	



## تعليق على الجدول رقم 27:

من خلال معطيات الجدول التي تمثل الوسيلة التي تستخدمها المرأة عند تصفحها لصفحة الأسرة نلاحظ ما يلي :

من حيث السن نجد أن أكثر فئة تستخدم الصفحة عبر جهاز الهاتف الذكي هي الفئة العمرية من 18 إلى 28 سنة بنسبة 65 تليها الفئة العمرية من 29 إلى 39 سنة بنسبة 18.3 ثم الفئة العمرية من 40 فما فوق بنسبة 1.6 وهي أقل نسبة .

من حيث المستوى التعليمي نلاحظ أن كل المستويات يفضلن جهاز الهاتف الذكي عند متابعة الصفحة حيث جاءت النسب كالتالي الجامعي 58.3 ، الثانوي 13.3 ، المتوسط 10 وأخيرا التكوين المهني 3.3.

من حيث الحالة الاجتماعية نجد أن المرأة العزباء تفضل جهاز الهاتف الذكي والتي جاءت كأكثر نسبة هي 58.3 تليها المتزوجة بنسبة 26.6 أما بالنسبة لجهاز الكمبيوتر والجهاز اللوحي جاءت كأقل نسبة متساوية هي 1.6 بالنسبة للمرأة العزباء أما المتزوجة 6.6 الجهاز اللوحي و5 جهاز الكمبيوتر .

من خلال النسب الموضحة في الجدول نلاحظ أن أغلبية المستخدمين للصفحة يفضلن جهاز الهاتف الذكي عند تصفح الصفحة وهذا راجع إلى انه يتمتع بخصائص تميزه عن غيره من الوسائل الأخرى منها سهولة حمله وتصفح الصفحة في أي مكان بالإضافة إلى انه صغير الحجم يمكن تحميله إلى أي مكان كما انه متوفر لدى الجميع ويحتوى على تطبيقات جديدة تساعد على الاتصال بالصفحة .

جدول رقم 28: يوضح اهتمام متابعات بكل ما ينشر عبر الصفحة الأسرة على الفيسبوك ؟

هل تهتمين بكل ما ينشر عبر الصفحة؟								الإجابة	
								المتغيرات	
المجموع		كل المواضيع والقضايا		مواضيع معينة		مواضيع شخصية			
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%71.7	43	%30	18	%35	21	%06.6	04	18 إلى 28	الفئة العمرية
%25	15	%06.6	04	%15	09	%03.3	02	29 إلى 39	
%03.3	2	%01.6	01	%01.7	01	%00	00	40 فما فوق	
المجموع									
%100	60	%38.3	23	%51.7	31	%10	6	المجموع	
%10	6	%03.3	02	%03.3	02	%03.3	02	متوسط	المستوى التعليمي
%18.3	11	%06.6	04	%08.3	05	%03.3	02	ثانوي	
%65	39	%25	15	%40	24	%00	00	جامعي	
%6.7	4	%03.3	02	%00	00	%03.3	02	تكوين مهني	
المجموع									
%100	60	%38.3	23	%51.7	31	%10	6	المجموع	
%61.6	37	%18.3	11	%33.3	20	%10	06	عزباء	الحالة الإجتماعية
%38.4	23	%20	12	%18.3	11	%00	00	متزوجة	
المجموع									
%100	60	%38.3	23	%51.7	31	%10	6	المجموع	

تعليق على الجدول رقم 28 :

تبين نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 35% من الفئة العمرية ما بين 18-28 تهتم بمواضيع معينة، في حين أن 30% منهم يهتمون بكل المواضيع والقضايا ، بينما تفضل 07% بالمواضيع الشخصية ، بينما تفضل الفئة العمرية 29-39 يهتمون بنسبة 15% بمواضيع معينة ، في حين 06% يهتمون بكل المواضيع والقضايا و 07% بالمواضيع الشخصية. أما الفئة العمرية من 40 فما فوق فسجلت نسب ضئيلة لجميعهم. ومنه نستنتج أن الفئة الأكثر اهتماما بما ينشر عبر الصفحة هي الفئة ما بين 18-28 باختيارهم لمواضيع معينة.

أما من خلال المستوى التعليمي فنلاحظ أن نسبة 07% من المستوى الثانوي ممن يهتمون بكل المواضيع و القضايا ، في حين نلاحظ تشابه في كل النسب من خلال المستويات التعليمية الأربعة .

أما متغير الحالة الاجتماعية فنلاحظ تشابه في النسب من خلال اهتمامهم بمواضيع معينة و كل المواضيع والقضايا .

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية الأولى الأكثر اهتماما بالمواضيع المعينة ذات المستوى التعليمي الجامعي، راجع ذلك إلى أن المواضيع التي تنشر عبر الصفحة تحقق إشباعا بالمواضيع التي تتلاءم مع كل المتغيرات .

جدول رقم 29: يوضح أشكال التفاعل المفضلة لدى متابعات صفحة الأسرة على الفيسبوك ؟

ماهي اشكال التفاعل المفضلة لديكي من خلال صفحة الأسرة؟												الإجابة		
المجموع		إعجاب		إعادة النشر		مشاركة التعليقات		مشاركة الصور		مشاركة الفيديوهات				المتغيرات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار			
%71.6	43	%28.3	17	%10	06	%15	09	%10	06	%08.3	05	18 إلى 28	الفئة العمرية	
%25	15	%06.6	04	%01.6	01	%05	03	%03.3	02	%08.3	05	29 إلى 39		
%03.3	2	%01.6	01	%00	00	%01.6	01	%00	00	%00	00	40 فما فوق		
المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		
%10	6	%03.3	02	%00	00	%05	03	%01.6	01	%00	00	متوسط	المستوى التعليمي	
%18.3	11	%00	00	%08.3	05	%03.3	02	%01.6	01	%05	03	ثانوي		
%65	39	%30	18	%03.3	02	%13.3	08	%10	06	%08.3	05	جامعي		
%06.6	4	%03.3	02	%00	00	%00	00	%00	00	%03.3	02	تكوين مهني		
المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		
%61.6	37	%23.3	14	%08.3	05	%13.3	08	%06.6	04	%10	06	عزباء	الحالة الاجتماعية	
%38.3	23	%13.3	08	%03.3	02	%08.3	05	%06.6	04	%06.6	04	متزوجة		
المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		

## تعليق على الجدول رقم 29:

تبين نتائج الجدول أعلاه أشكال التفاعل المفضلة لدى المبحوثات , حيث سجلت نسبة 28% من الفئة العمرية 18-28 للتفاعل بالإعجاب, أما نسبة 10% فكانت لإعادة النشر للفئة العمرية من 39-29, في حين سجلت نسب متقاربة لكل الفئات العمرية لأشكال التفاعلات المقترحة.

أما متغير المستوى التعليمي فنلاحظ تقارب كذلك في النسب لكل المستويات، في حين نرى متغير الحالة الاجتماعية فسجلت نسبة 23% للحالة العزباء من خلال التفاعل بالإعجاب, في حين تقارب النسب للتفاعلات الأخرى لكلا الحالتين .

ومنه نستنتج أن التفاعل من خلال الإعجاب كان من الأشكال المفضلة راجع ذلك إلى أن الميزة الأكثر بروزا في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك هو التسجيل بإعجاب كونها صفحة عبر ذلك الموقع .

جدول رقم 30: يوضح طرق العرض التي تؤثر في متابعات من خلال تصفحك لصفحة الأسرة على الفيسبوك ؟

ما هي طرق العرض التي تؤثر فيكي من خلال تصفحك لصفحة الأسرة؟										الإجابة	
المجموع		رسم		فيديوهات		نص كتابي		صورة		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%71.6	43	%01.6	01	%31.6	19	%20	12	%18.3	11	18 إلى 28	الفئة العمرية
%25	15	%00	00	%15	09	%06.6	04	%03.3	02	29 إلى 39	
%03.3	2	%00	00	%01.6	01	%01.6	01	%00	00	40 فما فوق	
المجموع											
%100	60	%01.6	1	%48.3	29	%28.3	17	%21.6	13	المجموع	
%10	6	%00	00	%01.6	01	%05	03	%03.3	02	متوسط	المستوى التعليمي
%18.3	11	%00	00	%06.6	04	%8.3	05	%03.3	02	ثانوي	
%65	39	%01.6	01	%35	21	%13.3	08	%15	09	جامعي	
%06.6	4	%00	00	%05	03	%01.6	01	%00	00	تكوين مهني	
المجموع											
%100	60	%01.6	1	%48.3	29	%28.3	17	%21.6	13	المجموع	
%61.6	37	%01.6	01	%28.3	17	%16.6	10	%15	09	عزباء	الحالة الإجتماعية
%38.3	23	%00	00	%20	12	%11.6	07	%06.6	04	متزوجة	
المجموع											
%100	60	%01.6	1	%48.3	29	%28.3	17	%21.6	13	المجموع	

## تعليق على الجدول 30:

- أوضحت نتائج الجدول المبينة أعلاه أن كلا الفئتين يرون أن طرق العرض التي تؤثر فيهم تعرض عن طريق الفيديوهات وعليه فإن طريقة العرض عبر الفيديوهات له ميزات أكثر تأثيراً فيهم وشرحه المفصل للمضامين .
- وباختبار متغير المستوى التعليمي نجد أن المستوى الجامعي ترى بنسبة 35% الفيديوهات 15% صور في حين أن المستويات الأخرى تتقارب بنسب ضئيلة .
- وعليه فإن متغير الحالة الاجتماعية ترى أن الفيديوهات هي التي تؤثر فيهم بنسبة لم تتجاوز ال 30% هذا راجع لخصائص التي يتميز بها عن غيره ولمخاطبته العقل والعاطفة في اللحظة ذاتها مما يساهم في شد انتباه وتركيز على ما تحتوى هذه المضامين عكس الصور والنصوص الكتابية .

جدول رقم 31: يوضح -كيفية تتعامل متابعات مع مواضيع ومضامين المنشورات عبر صفحة الأسرة على الفيسبوك؟

كيف تتعاملين مع مواضيع ومضامين المنشورات عبر صفحة الأسرة على الفيس بوك؟ من خلال										الإجابة	
										المتغيرات	
التعليق		تسجيل إعجاب		مشاركة مع الآخرين		دون تفاعل		المجموع			
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
18	30%	14	23.3%	05	8.3%	06	10%	43	71.6%	18 إلى 28	الفئة العمرية
06	10%	05	8.3%	02	3.3%	02	3.3%	15	25%	29 إلى 39	
01	1.6%	00	0%	01	1.6%	00	0%	2	3.3%	40 فما فوق	
25	41.6%	19	31.3%	08	13.3%	08	13.3%	60	100%	المجموع	
04	6.6%	02	3.3%	00	0%	00	0%	6	10%	متوسط	المستوى التعليمي
05	8.3%	04	6.6%	00	0%	02	3.3%	11	18.3%	ثانوي	
15	25%	13	21.6%	06	10%	05	8.3%	39	65%	جامعي	
01	1.6%	00	0%	02	3.3%	01	1.6%	4	6.6%	تكوين مهني	
25	41.6%	19	31.3%	08	13.3%	08	13.3%	60	100%	المجموع	
15	25%	15	25%	03	5%	04	6.6%	37	61.6%	عزباء	الحالة الإجتماعية
10	16.6%	04	6.6%	05	8.3%	04	6.6%	23	38.3%	متزوجة	
25	41.6%	19	31.3%	08	13.3%	08	13.3%	60	100%	المجموع	



## الجدول المركب رقم 31 :

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (12) كيفية استخدام وتعامل مع المواضيع والمضامين ومنشورات صفحة الأسرة على الفيسبوك ، التعليق قدرت نسبتهم ب41.6%، وهي اعلي نسبة تليها تسجيل إعجاب 31.3%، أما الذين يقومون بالمشاركة مع الآخرين ودون تفاعل قدرت نسبتهم 13.3%، بالنسبة لمتغير السن ، فقد عادت اعلي نسبة للفئة العمرية (18-28) للخيار للتعليق بنسبة 30%، تليها تسجيل إعجاب بنسبة 23.3%، ثم بعدها تليها دون تفاعل بنسبة 10%، في الأخير تأتي مشاركة مع الآخرين بنسبة 08.3%، أما فيما يخص الفئة العمرية (29-39)

فلقد بلغت اعلي نسبة لها بالنسبة للتعامل مع مضامين والمواضيع ومنشورات صفحة الأسرة على الفيسبوك للتعليق بنسبة 10%، ثم تسجيل إعجاب بنسبة 08.3%، وأخيرا تأتي مشاركة مع الآخرين ودون تفاعل بنسبة 03.3%، أما بالنسبة للفئة العمرية (40 فما فوق ) لقد بلغت نسبة استخدام وتعامل مع مواضيع والمضامين بالتعليق والمشاركة مع الآخرين بنسبة 1.6%، وانعدمت في باقي الإجابات .

ومن هنا نستنتج أن الفئتين العمريتين (18-28) و(29-39) يتعاملون مع المواضيع ومضامين ومنشورات صفحة الأسرة من خلال التعليق والمشاركة مع الآخرين وذلك بدافع التفاعل والتقارب من بعضهم البعض لتعم الفائدة على جميع متابعات الصفحة وذلك بتداول تلك المواضيع بإعطاء كل متابعات فرصة الإبداء والتعبير والمشاركة برأيها بكافة الطرق من (تعليق ومشاركة وتسجيل إعجاب ..) التي تؤدي إلى لإشباع رغباتهم وحاجاتهم التي هم بحاجة لها من اجل تكوين وعي حول أساسيات ومبادئ تكوين الأسرة ، في حين نجد الفئة العمرية (40 فما فوق ) فنتعامل مع مواضيع و مضامين ومنشورات صفحة الأسرة من خلال التعليق والمشاركة مع الآخرين، لأنها الطرق التي يجدونها مناسبة و تتيح لهم المناقشة

والحوار حول القضايا المنشورة في حرية التعبير عن أفكارهم حولها وتتعدم في الاختيارات الأخرى .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فقد كانت أعلى إجابة بالنسبة للمستوى الجامعي المتمثلة في التعليق مقدرة ب 25%، وتليها تسجيل إعجاب بنسبة 21.6%، وبعدها تأتي المشاركة مع الآخرين بنسبة 10%، وفي الأخير تأتي دون تفاعل بنسبة 8.3%، أما بالنسبة للمستوى الثانوي فلقد بلغت اعلي نسبة فيها في التعليق بنسبة 8.3%، وبعدها تسجيل إعجاب بنسبة 6.6%، وتليها دون تفاعل بنسبة 3.3%، وتتعدم في اختيار مشاركة مع الآخرين . أما بالنسبة لمستوى متوسط فلقد بلغت أعلى نسبة فيها للإجابة مقدرة ب 6.6%، وتليها بعدها تسجيل إعجاب 3.3%، وتتعدم في الخيارات الأخرى مشاركة مع الآخرين ودون تفاعل ، أما بالنسبة للمستوى تكوين المهني فكانت اعلي نسبة فيها للإجابة مشاركة مع الآخرين مقدرة ب 3.3%، وتليها بعدها خيار التعليق ودون تفاعل بنسبة مقدرة ب 1.6%، وتتعدم في تسجيل إعجاب .

ومن هنا نستنتج أن المستوى الجامعي والثانوي يتعاملون مع مواضيع مضامين ومنشورات صفحة الأسرة على الفيسبوك ، وذلك باستخدام عدت خصائص من تعليق وتسجيل إعجاب ومشاركة مع الآخرين ، وذلك باعتبارهم جمهور نخبة واعين مثقفين نشطين يتفاعلون مع بعضهم البعض حول هاته المواضيع كما لهم القدرة على اختيار وانتقاء المضامين والمنشورات التي تلبى حاجاتهم التي تتفق مع توقعاتهم ، وهذا ما جاءت به النظرية الاستخدامات من خلال أن تعرض الجمهور للمضامين ، وقدرته و نشاطه على اختيار المعلومات التي تلبى حاجياته والتعبير عن اتجاهاته من خلال ارتباطه الكبير بالمستوى التعليمي وهناك الارتباط ايجابي بين المقدرة الفرد الذهنية ودرجة استيعابه للرسالة الاتصالية ، في حين المستوى المتوسط والتكوين المهني يتعاملون مع مواضيع ومنشورات ومضامين صفحة الأسرة وذلك من خلال رصيد المعرفي لديهم و مستوى وعيهم وإدراكهم

في طريقة الانتقاء المضامين معينة التي يتفاعلون معها والعبير عن أفكارهم وتوجهاتهم النفسية والاجتماعية مما تحقق لهم اشباعاتهم بشكل مباشر .

أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية نجد العزباء يتعاملون مع مواضيع ومضامين ومنشورات صفحة الأسرة ، حيث نجد أعلى نسبة للإجابة التعليق وتسجيل إعجاب المقدر ب 25%، وتأتي بعدها دون تفاعل بنسبة 6.6%، وفي الأخير تأتي المشاركة مع الآخرين بنسبة 5%، وفي حين نجد المتزوجة أعلى نسبة للإجابة التعليق المقدر ب 16.6%، وتأتي بعدها مشاركة مع الآخرين 8.3%، وفي الأخير يأتي الخيارين تسجيل إعجاب ودون تفاعل بنسبة 6.6%،

ومن هنا نستنتج أن الحالة الاجتماعية العازبة فئة نشطة تتفاعل وتتعامل مع كافة مضامين ومنشورات الصفحة بكل الطرق بدافع الاستفادة من كل ما ينشر من اجل تكوين وعي وإشباع رغباتهم النفسية والاجتماعية حول ما يدور داخل الأسرة والمجتمع ككل، من خلال الاهتمام بالاحتياجات الضرورية مثل الصحة والثقافة والتعليم التربية دين والاهتمام بالملبس والتنسيق المنزل ... الخ فتعامل مع هاته المنشورات يزيدهم من درجة الوعي وإدراك لمقومات وأساسيات بناء أسرة سليمة متطورة وتنشئة اجتماعية متحضرة ، أما بالنسبة للمتزوجة فتتعامل مع مواضيع ومضامين ومنشورات صفحة الأسرة بشكل خاص وذلك بحكم انشغالهم داخل أسرهم لان للأسرة عدت وظائف تقوم بإشباعها لأفراد أسرها مثل إشباع الحاجات الأساسية ، وظيفة تربية، .... الخ فالصفحة الأسرة تساعدهم على تطوير هذه الوظائف بنشر مواضيع تخصها، فتعامل بالانتقاء هاته المواضيع والمنشورات التي تزيدهم من درجة وعيهم في مواجهة الأزمات التي تواجههم في الحياة ومشاكل الأسرية التي يتعرضون لها وكيفية حلها بأقل وقت وبأقل خسائر وبأسهل الطرق ، كما انها تقوم بتثقيفهم حول ما يدور داخل المجتمع وتعمل على تنشئة اجتماعية واعية وجيل مثقف.

جدول رقم 32: بوضوح دوافع استخدام متابعات لصفحة الأسرة على الفيسبوك ؟

ماهي دوافع استخدامك لصفحة الأسرة؟												الإجابة	
المجموع		عدد المتابعين		الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية		أخذ النصائح والإرشادات		التعرف على تعاليم الدين الإسلامي		التعرف على تربية وتعليم الأطفال		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
61.6%	37	%01.6	01	15%	09	41.6%	25	%03.3	02	08.3%	05	18 إلى 28	الفئة العمرية
25%	15	%00	00	05%	03	10%	06	%03.3	02	%06.6	04	29 إلى 39	
5%	3	%00	00	%00	00	%00	00	%03.3	02	%01.6	01	40 فما فوق	
100%	60	%01.6	01	20%	12	51.6%	31	10%	06	16.6%	10	المجموع	
10%	6	%00	00	%01.6	01	%01.6	01	%03.3	02	%03.3	02	متوسط	المستوى التعليمي
18.3%	11	%00	00	%03.3	02	08.3%	05	%03.3	02	%03.3	02	ثانوي	
65%	39	%01.6	01	13.3%	08	38.3%	23	%01.6	01	10%	06	جامعي	
6.6%	4	%00	00	%01.6	01	03.3%	02	%01.6	01	%00	00	تكوين مهني	
100%	60	%01.6	01	20%	12	51.6%	31	10%	06	16.6%	10	المجموع	
61.6%	37	%01.6	01	11.6%	07	35%	21	%06.6	04	%06.6	04	عزباء	الحالة الاجتماعية
38.3%	23	%00	00	08.3%	05	16.6%	10	%03.3	02	10%	06	متزوجة	
100%	60	1.6%	01	20%	12	51.6%	31	10%	06	16.6%	10	المجموع	

تعليق على الجدول رقم 32:

يبين الجدول أعلاه دوافع استخدام المبحوثات لصفحة الأسرة ، حيث تشير أعلى نسبة للفئة العمرية الأولى 42% لأخذ النصائح والإرشادات ، في حين الفئة الثانية ترى نسب ضئيلة لم تتجاوز الـ 5% للتعرف على تعاليم الدين الإسلامي، بينما ترى الفئة العمرية الثالثة نفس النسبة للفئة العمرية الثانية للتعرف كذلك على تعاليم الدين الإسلامي .

بينما يرى متغير المستوى التعليمي نسبة 08% لأخذ النصائح والإرشادات للمستوى الثانوي ، ونسبة 38% للمستوى الجامعي أيضا باختياره لأخذ النصائح والإرشادات ، في حين يرى مستوى التكوين المهني ضئيلة مقارنة بالمستويات الأخرى لاختياره نفس ما اختير في المستويات الأخرى.

في حين ترى الحالة الاجتماعية الثانية نسبة 10% للتعرف على تعاليم وتربية الأطفال ونسبة 17% لأخذ النصائح والإرشادات بينما ترى الفئة الأولى نسبة 07% لكل من التعرف على تربية وتعاليم الأطفال و التعرف على تعاليم الدين الإسلامي ، و 35% لأخذ النصائح والإرشادات ، و 12% للاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية.

ومنه نستنتج أن دوافع استخدام المبحوثين لصفحة الأسرة كان بدافع اخذ النصائح والارشادات من اجل تنشئة اسرة سليمة لانها نواه المجتمع ككل اذا صلحت الاسرة صلح المجتمع والعكي ، لذا يقومون باستخدام ومتابعة الصفحة من اجل اكتساب خبرات ذهنية لمعرفة أو معلومة كنتيجة للتفاعل مع الآخرين أو بسبب تعرض لرسالة اتصالية جماهيرية أو عامة، ويتعلق هذا البعد بالمعرفة والمعلومات، التي تعد بمثابة المدخل أو الإدارة الرئيسية لصياغة وتبلور الوعي، فالوعي يطلب من المواطن أن يمتلك رصيذاً من المعارف والمعلومات عن محيط مجتمعه. الأثر الكبير والواضح في تحقيق مشاركته الفعلية نحو ما ينشده المجتمع.

جدول رقم 33: يوضح أكثر المواضيع المتداولة في صفحة الأسرة على الفيسبوك ؟

ما هي أكثر المواضيع المتداولة في صفحة الأسرة؟										الإجابة	
المجموع		تنشئة الأطفال		علاقات زوجية		أمور صحية		تدابير منزلية		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%71.6	43	%11.6	07	%20	12	%11.6	07	%28.3	17	28 إلى 18	الفئة العمرية
%25	15	%06.6	04	%05	03	%03.3	02	%10	06	39 إلى 29	
%03.3	2	%01.6	01	%00	00	%00	00	%01.6	01	40 فما فوق	
المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع			
%100	60	%20	12	%25	15	%15	09	%40	24	المجموع	
%10	6	%03.3	02	%03.3	02	%00	00	%03.3	02	متوسط	المستوى التعليمي
%18.3	11	%03.3	02	%03.3	02	%06.6	04	%05	03	ثانوي	
%65	39	%13.3	08	%15	09	%06.6	04	%30	18	جامعي	
%06.6	4	%00	00	%03.3	02	%01.6	01	%01.6	01	تكوين مهني	
المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع			
%100	60	%20	12	%25	15	%15	09	%40	24	المجموع	
%61.6	37	%13.3	08	%15	09	%13.3	08	%20	12	عزباء	الحالة الإجتماعية
%38.3	23	%06.6	04	%10	06	%01.6	01	%20	12	متزوجة	
المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع			
%100	60	%20	12	%25	15	%15	09	%40	24	المجموع	

## تعليق على الجدول رقم 33 :

تبين نتائج الجدول أعلاه أكثر المواضيع المتداولة في صفحة الأسرة، حيث سجلت نسب متقاربة لم تتجاوز 12% لكلا الفئتين الأولى والثانية باختيارهم للمواضيع الخاصة بالأمور الصحية و تنشئة الأطفال و 10% للفئة الثانية للتدابير المنزلية .

في حين سجل المستوى التعليمي نسب متقاربة لكل المواضيع راجع ذلك إلى أن متغير المستوى التعليمي لم يكن مؤثر بارز في اختيار المواضيع المتداولة في الصفحة.

بينما يرى متغير الحالة الاجتماعية نسب متساوية قدرت ب 20% لكلا الحالتين في اختيارهم للتدابير المنزلية و أيضا نسب متساوية لم تتجاوز ال 16% للعلاقات الزوجية ، بينما ترى الحالة الأولى نسبة 13% لاختيارهم لتنشئة الأطفال.

ومنه نستنتج ان اكثر المواضيع المتداولة في صفحة الاسرة ، هي المواضيع التي تكون خاصة بالأسرة مثل أمور الصحية والتدابير المنزلية تنشئة الاطفال وذلك لما لها من اهمية بالغة على الصعيد الاسري والاجتماعي تتمثل الوقاية من الانحرافات بعامة والانحراف السلوكي والفكري خاصة بالأدوار التربوية العديدة من المؤسسات تعني بالجانب التربوي والتنشئة كالأسرة والمؤسسات الدينية، فالجانب الأسري

ومن هنا نجد الأسرة دور في عملية الوعي في كيفية التعامل مع القضايا والأحداث من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الصفحات النسائية على الفيسبوك التي تعمل على نشر مضامين توعية أسرية التي تعمل على تحقيق الأمن والاستقرار الأسري والمجتمع، وتحافظ على سلامته.

جدول رقم 34: يوضح أهم الخصائص لصفحة الأسرة على الفيسبوك ؟

ماهي أهم الخصائص لصفحة الأسرة؟										الإجابة		
المجموع		بالمشاركة		تتميز والتفاعل		سهولة حفظ واسترجاع المعلومات		السهولة والسرعة في الاستخدام		مصدر يمكن الاعتماد عليه للحصول على المعلومات		المتغيرات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%71.6	43	%23.3	14	%05	03	%15	09	28.3	17	18 إلى 28	الفئة العمرية	
%25	15	%10	06	%03.3	02	%06.6	04	%05	03	29 إلى 39		
%03.3	2	%01.6	01	%00	00	%00	00	%01.6	01	40 فما فوق		
%100	60	%35	21	%8.3	5	%21.6	13	%35	21	المجموع		
%10	6	%01.6	01	%01.6	01	%01.6	01	%05	03	متوسط	المستوى التعليمي	
%18.3	11	%05	03	%05	03	%01.6	01	%06.6	04	ثانوي		
%65	39	%23.3	14	%00	00	%18.3	11	%23.3	14	جامعي		
%06.6	4	%05	03	%01.6	01	%00	00	%00	00	تكوين مهني		
%100	60	%35	21	%8.3	5	%21.6	13	%35	21	المجموع		
%61.6	37	%23.3	14	%03.3	02	%15	09	%20	12	عزباء	الحالة الإجتماعية	
%38.3	23	%11.6	07	%05	03	%06.6	04	%15	09	متزوجة		
%100	60	%35	21	%8.3	5	%21.6	13	%35	21	المجموع		



## تعليق الجدول رقم 34:

التعليق على الجدول : يتضح لنا من خلال الجدول اهم خصائص صفحة الاسرة على الفيسبوك حيث نجد متغير الفئة العمرية (18-28) كانت اعلى نسبة للاجابة مصدر يمكن الاعتماد عليه في الحصول على المعلومات بنسبة 28.3 %، وتاتي بعدها تتميز بالمشاركة والتفاعل بنسبة 23.4 % وتليها سهولة والسرعة في الاستخدام بنسبة 15%، وفي الاخير سهولة الحفظ واسترجاع المعلومات بنسبة 5% اما بالنسبة للفئة العمرية (29-39) فنجد اعلى نسبة للاجابة تتميز بالمشاركة والتفاعل 10% وتليها سهولة والسرعة في الاستخدام بنسبة 6% وتاتي بعدها مصدر يمكن الاعتماد عليه في الحصول على المعلومات بنسبة 5% وفي الاخير تاتي سهولة حفظ واسترجاع المعلومات بنسبة 3% ، اما بالنسبة للفئة العمرية من (40 فما فوق) فكانت اعلى نسبة للاجابة مصدر يمكن الاعتماد عليه للحصول على المعلومات وتتميز بالمشاركة والتفاعل بنسبة 1.6% وتتعدم الاجابة في الخيارين سهولة والسرعة في الاستخدام وسهولة حفظ واسترجاع المعلومات

اما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فنجد المستوى الجامعي كانت اعلى نسبة للاجابة مصدر يمكن الاعتماد عليه للحصول على المعلومات وتتميز بالمشاركة والتفاعل بنسبة 23.3%، وتليها السهولة والسرعة في الاستخدام بنسبة 18.3% وفي الاخير تتعدم الاجابة في سهولة الحفظ واسترجاع المعلومات اما بالنسبة للمستوى الثانوي فكانت اعلى اجابة مصدر يمكن الاعتماد عليه للحصول على المعلومات بنسبة 6.6% وتليها الاجابتين سهولة حفظ واسترجاع المعلومات وتتميز بالمشاركة والتفاعل بنسبة 5% وفي الاخير سهولة والسرعة في الاستخدام بنسبة 1.6% اما بالنسبة للمستوى المتوسط فكانت اعلى اجابة مصدر يمكن الاعتماد عليه في الحصول على المعلومات بنسبة 5% وتليها الاجابات سهولة حفظ واسترجاع المعلومات وسهولة وسرعة في الاستخدام وتتميز بالمشاركة والتفاعل بنسبة 1.6% اما بالنسبة تكوين المهني فكانت اعلى اجابة تتميز بالمشاركة والتفاعل بنسبة 5% وتليها سهولة حفظ واسترجاع المعلومات بنسبة 1.6% وتتعدم الاجابة في الخيارين مصدر يمكن اعتماده عليه في الحصول على المعلومات وسهولة والسرعة في الاستخدام اما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية فنجد عزباء فكانت اعلى اجابة تتميز بالمشاركة والتفاعل بنسبة 23.3% وتليها مصدر يمكن الاعتماد عليه في الحصول على المعلومات بنسبة 20% وتاتي بعدها سهولة والسرعة في الاستخدام 15% وفي الاخير سهولة حفظ واسترجاع المعلومات بنسبة 3.3% اما بالنسبة للحالة متروجة فنجد اعلى اجابة مصدر يمكن الاعتماد عليه للحصول على المعلومات بنسبة 15% وتليها تتميز بالمشاركة والتفاعل بنسبة 11.6% وتاتي بعدها

سهولة والسرعة في الاستخدام بنسبة 6.6% وفي الأخير تاتي سهولة حفظ واسترجاع المعلومات بنسبة 5%

ومن هنا نستنتج ان اهم خصائص الصفحة انها مصدر يمكن الحصول على المعلومات وذلك راجع لما تقدمه من معلومات واخبار وارشادات ونصائح عن الاسرة وما يتعلق بها من مواضيع التي تمسها ، حيث تعمل على تقديم حلول لما يتعلق بامشاكل التي تواجهها من اجل توعيتهم على مواجهتها وحلها ومعرفة مايتوجب عليهم من حقوقهم وواجباتهم مثل الوعي الحقوقي يمكن القول أن الوعي الحقوقي هم مجمل الآراء التي تعبر عن علاقة الناس بالحق القائم، والتصورات التي يملكونها حول حقوقهم وواجباتهم حول شرعية أو عدم شرعية هذا السلوك أو ذاك، والصفة النوعية الحقوقي تبدو في التعبير عن علاقة هذا الوعي مع النظم القانونية أو مع التنظيم القانوني للمجتمع.-الوعي القانوني من أجل مكافحة الجرائم كان القانون، ومن أجل تحقيق الاستقرار والأمن نظمت أيضا، وكان منطقيًا أن يتطور القانون ليوكب الجديد في مجال تطور الأساليب ارتكاب الجريمة والإخلال بالأمن وليحافظ الناس على أنفسهم وأموالهم الخاصة والممتلكات العامة التي هي حق الجميع.

كما قدمه عبد المطلب هو عملية حفظ وفهم واستيعاب الأفكار والمعلومات التي تتعلق بموضوع أو عدة موضوعات وثيقة الصلة بالنظم السائدة في المجتمع أو عدة مجتمعات، والقواعد والنصوص القانونية التي تنظم سلوك الأفراد هذا المجتمع أو تلك المجتمعات من وجوه متعددة.

-الوعي الأخلاقي يتضمن مفهوم الوعي الأخلاقي المشاعر الأخلاقية كالوطنية وروح المواطنة وغيرها من القيم القائمة نظرات حول سلوك الخلقى وغير الخلقى، ومبادئ ووصايا للسلوك وقيم أخلاقية وأهداف مثل، وغيرها من العناصر، كما يشتمل مفهوم الوعي الخلقى على نظريات أخلاقية التي تعلل ضرورة السلوك، وتصوغ أهدافا ومثلا أخلاقيا.

ومن هنا يتضح لنا أن الوعي الخلقى كموع مميز لبنية الوعي الاجتماعي يتميز به الإنسان ككائن واعٍ لا ينشكّل إلا عندما توجد روابط أخلاقية عملية بين البشر ، و إن هذه المنظومة تشكل المحرك الأساسي للسلوك الجمعي لدى الفرد، وتكون في نفس الوقت معيارًا اجتماعيًا يقيم من خلاله الفرد من قبل المجتمع سواء كبير أو صغير المتمثل بالأسرة وجماعة .

جدول رقم 35: يوضح ما الذي تقوم متابعات من خلال الصفحة الاسرة على الفيسبوك ؟

ما الذي تقومين به من خلال الصفحة الاسرة على الفيسبوك ؟										الإجابة	
المجموع		تبادل الفيديوهات		تبادل الرسائل		المناقشات الجماعية		تصفح الصفحة فقط		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%61.6	43	%06.6	04	%10	06	21.6	13	%33.3	20	18 إلى 28	الفئة العمرية
%25	15	%05	03	%03.3	02	%06.6	04	%10	06	29 إلى 39	
%03.3	02	%01.6	01	%00	00	%01.6	01	%00	00	40 فما فوق	
%100		%13.3		%13.3		%30		%43.3		المجموع	
%10	06	%01.6	01	%01.6	01	%03.3	02	%03.3	02	متوسط	المستوى التعليمي
%18.3	11	%01.6	01	%06.6	04	%03.3	02	%06.6	04	ثانوي	
%65	39	%08.3	05	%05	03	%20	12	%31.6	19	جامعي	
%08.3	04	%01.6	01	%00	00	%03.3	02	%01.6	01	تكوين مهني	
%100		%13.3		%13.3		%30		%43.3		المجموع	
%61.6	37	%08.3	05	%06.6	04	%13.3	08	%33.3	20	عزباء	الحالة الاجتماعية
%38.3	23	%05	03	%06.6	04	%16.6	10	%10	06	متزوجة	
%100		%13.3		%13.3		%30		%43.3		المجموع	

## تعليق على الجدول 35 :

وملاحظ من خلال الجدول الذي تقوم به متابعات صفحة الأسرة على الفيسبوك حيث نجد حسب متغير الفئة العمرية من (18-29) كانت اعلى اجابة تصفح الصفحة فقط بنسبة 33.3%، وتليها مناقشات الجماعة بنسبة 21.6% وتاتي بعدها تبادل الرسائل 10% وفي الاخير تاتي تبادل الفيديوهات بنسبة 6.6% اما بالنسبة للفئة العمرية ما بين (29-39) كانت اعلى اجابة لتصفح الصفحة فقط بنسبة 10% وتليها المناقشات الجماعة بنسبة 6.6% وتاتي بعدها 5% وفي الاخير تبادل الرسائل بنسبة 3.3% اما بالنسبة الى الفئة العمرية (40 فما فوق) فنجد اعلى اجابة مناقشات الجماعة وتبادل الرسائل بنسبة 1.6% وتتعدم الاجابة في الخيارين تصفح الصفحة فقط وتبادل الرسائل .

اما بالنسبة للمتغير المستوى التعليمي فنجد المستوى الجامعي فكانت اعلى اجابة لتصفح الصفحة فقط بنسبة 31.6% وتليها المناقشات الجماعة بنسبة 20% وتاتي بعدها تبادل الفيديوهات بنسبة 8.3% وفي الاخير تاتي تبادل الرسائل بنسبة 5% اما بالنسبة للمستوى الثانوي فكانت اعلى اجابة تصفح الصفحة فقط وتبادل الرسائل بنسبة 6.6% وتاتي بعدها المناقشات الجماعة بنسبة 3.3% وفي الاخير تبادل الفيديوهات بنسبة 1.6% اما بالنسبة للمستوى المتوسط فكانت اعلى اجابة تصفح الصفحة فقط ومناقشات الجماعة بنسبة 3.3%، وتاليها تبادل الرسائل وتبادل الفيديوهات بنسبة 1.6%، اما بالنسبة لتكوين المهني فكانت اعلى اجابة المناقشات الجماعة بنسبة 3.3% وتاتي بعدها تصفح الصفحة فقط وتبادل الفيديوهات بنسبة 1.6% وفي الاخير تتعدم الاجابة في تبادل الرسائل.

اما بالنسبة للحالة الاجتماعية فنجد في الحالة عزباء كانت اعلى اجابة تصفح الصفحة فقط بنسبة 33.3% وتاتي بعدها المناقشات الجماعة بنسبة 13.3% وتليها تبادل الفيديوهات بنسبة 8.3% وفي الاخير تاتي تبادل الرسائل 6.6% اما بالنسبة للحالة متزوجة فكانت اعلى اجابة مناقشات الجماعة بنسبة 16.6% وتاتي بعدها تصفح الصفحة فقط 10% وتليها تبادل الرسائل بنسبة 6.6% وفي الاخير تبادل الفيديوهات 5%

ومنه نستنتج ان متابعات صفحة الاسرة يقومون بتصفح الصفحة لكسب معلومات وخبرات جديدة التي تهمهم على صعيد حياتهم الشخصية والاجتماعية ولكسب مهارات جديدة لتوعيتهم مثل-الوعي العفوي التلقائي وهو ذلك النوع من الوعي الذي يكون أساس قيامنا بنشاط معين، دون أن يتطلب منا مجهودا ذهنيا كبيرا، بحيث لا يمنعنا من مزاوله أنشطة ذهنية أخرى.

-والوعي التأملي وهو على عكس الأول يتطلب حضورا ذهنيا قويا، ويرتكز على قدرات عقلية عليا، كالذكاء، والإدراك والذاكرة.... ومن ثم فإنه يمنعنا من أن نزول أي نشاط آخر.

-والوعي الحدسي وهو الوعي المباشر والفجائي الذي يجعلنا ندرك أشياء أو علاقات، أو معرفة دون أن تكون قادرين على الإتيان بأي استدلال.

جدول رقم 36: يوضح ما الذي يجذب اهتمام متابعات في صفحة الأسرة على الفيسبوك؟

ما الذي يجذب اهتمامكي في صفحة الأسرة على الفيس بوك؟								الإجابة	
المجموع		أعضاء		تفاعلية		معالجة		طريقة عرض وطرح	
المجموع		الصفحة		قضايا		اجتماعية		المضامين	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%71.6	34	%10	06	%45	27	%16.6	10	18 إلى 28	الفئة العمرية
%25	15	%08.3	05	%11.6	07	%05	03	29 إلى 39	
%03.3	02	%00	00	%01.6	01	%01.6	01	40 فما فوق	
%100	60	%18.3	11	%58.3	35	%23.3	14	المجموع	
%08.3	5	%01.6	01	%06.6	04	%00	00	متوسط	المستوى التعليمي
%20	12	%01.6	01	%15	09	%03.3	02	ثانوي	
%65	39	%11.6	07	%33.3	20	%20	12	جامعي	
%06.6	4	%03.3	02	%03.3	02	%00	00	تكوين مهني	
%100	60	%18.3	11	%58.3	35	%23.3	14	المجموع	
%71.6	37	%06.6	04	%36.6	22	%18.3	11	عزباء	الحالة الإجتماعية
%38.3	23	%11.6	07	%21.6	13	%05	03	متزوجة	
%100	60	%18.3	11	%58.3	35	%23.3	14	المجموع	

## تعليق على الجدول :

ملاحظ من خلال الجدول اعلاه ما الذي يجذب متابعات صفحة لصفحة الاسرة حيث نجد حسب متغيرات الدراسة الفئة العمرية بالنسبة للفئة من (18-28) حيث نجد اعلى اجابة معالجة القضايا الاجتماعية بنسبة 45% وتليها طريقة عرض وطرح المضامين بنسبة 16% وفي الاخير تفاعلية اعضاء الصفحة بنسبة 10% اما بالنسبة للفئة العمرية من (29-39) فنجد اعلى اجابة معالجة القضايا الاجتماعية بنسبة 11.6% وتليها تفاعلية اعضاء الصفحة 8.3% وفي الاخير طريقة عرض وطرح المضامين بنسبة 5% اما بالنسبة للفئة العمرية (40 فما فوق) فكانت الاجابة متساوية بين طريقة طرح وعرض المضامين ومعالجة القضايا الاجتماعية بنسبة 1.6% وتتعدم الاجابة في تفاعلية اعضاء الصفحة.

اما بالنسبة للمتغير المستوى التعليمي ، فنجد المستوى الجامعي فكانت اعلى اجابة معالجة القضايا الاجتماعية بنسبة 33.3% وتليها طريقة عرض وطرح المضامين بنسبة 20% وفي الاخير تفاعلية اعضاء الصفحة بنسبة 11.6% اما بالنسبة للمستوى الثانوي فنجد اعلى اجابة معالجة القضايا الاجتماعية بنسبة 15% وتاتي بعدها طريقة عرض وطرح المضامين بنسبة 3.3% وفي الاخير تاتي تفاعلية اعضاء الصفحة بنسبة 1.6% اما بالنسبة المستوى المتوسط نجد اعلى اجابة معالجة القضايا الاجتماعية بنسبة 6.6% وتليها تفاعلية اعضاء الصفحة بنسبة 1.6% وتتعدم الاجابة في الاخير طريقة عرض وطرح المضامين ، اما بالنسبة لتكوين المهني فنجد اعلى اجابة متساوية بين معالجة القضايا الاجتماعية وتفاعلية اعضاء الصفحة بنسبة 3.3% وتتعدم الاجابة في طريقة عرض وطرح المضامين .

اما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية فنجد الحالة عزباء كانت اعلى اجابة معالجة القضايا الاجتماعية بنسبة 36.6% وتاتي بعدها طريقة عرض وطرح مضامين بنسبة 18.3% وتليها في الاخير تفاعلية اعضاء الصفحة 6.6%، اما بالنسبة الحالة متزوجة فنجد اعلى اجابة معالجة القضايا الاجتماعية بنسبة 21.6% وتاتي بعدها تفاعلية اعضاء الصفحة بنسبة 11.6% وفي الاخير تاتي طريقة طرح وعرض المضامين بنسبة 5%

ومنه نستنتج انه اكثر شئ يجذب متابعات صفحة الاسرة هو معالجة القضايا الاجتماعية وذلك من اجل الامام بكافة المواضيع التي تمس حياة الاسرية لانها هي نواة المجتمع لذا وجب على الصفحة تقديم مختلف المواضيع في منشوراتها وذلك لتوعية الأسرة واطلاعها على كافة الميادين منها الوعي الديني كان

الدين على مر التاريخ أحد مكونات المنظومة القيمية للفرد وتشكل ضابطا له أمام المجتمع، ومن هنا إن مفهوم الوعي الديني يشير إلى أنه يحتوي على أشكال معرفية وقيمية متنوعة ومتعددة حول أبعاد العلاقات بين البشر، وبين البشر والطبيعة، وبين البشر والكون، وصولا إلى علاقة الفرد بالخالق عز وجل حتى لو تعددت أشكال هذا الرابط، وهو يتألف من وعي فردي يعبر عن إدراك الفرد للمعارف والقيم والأحكام الدينية. الوعي الثقافي ونعني به المستوى الملائم الذي يجب أن يصل إليه الإنسان بتوسيع دائرة معارفه، حتى يقف على أحدث التطورات المحلية والعالمية في الاقتصاد والقانون والعلوم المختلفة والفنون إلى جانب تعمقه في نوع المعرفة التي تخصص فيها أو يعمل في مجالها، وبالتأكيد ليس الإنسان المثقف من أتقن القراءة والكتابة، ولا من حصل على درجات جامعية وإن كان إتقان القراءة والكتابة يعد مطلباً مهماً ووسيلة لاكتساب الثقافة، وإنما المثقف هو من امتلك قدرا من الوعي الاجتماعي والثقافي الذي يمكنه من رؤية مجتمعه من منظور شامل، وبالتالي يستطيع أن يحل هذه القضايا على مستوى نظري متماسك



جدول رقم 37: يوضح الإشباعات العلمية التي تحققها صفحة الاسرة لمتابعاتها على الفيسبوك ؟

باعتباركي متابعة لصفحة الأسرة ماهي الإشباعات العلمية التي تحققها لكي								الإجابة		
المجموع		المعلومات تبادل والخبرات		إثراء رصيدك المعرفي		الحصول على المعلومات		المتغيرات		
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار			
%71.6	43	%33.3	20	%11.6	07	%26.6	16	18 إلى 28	الفئة العمرية	
%25	15	%03.3	02	%10	06	%11.6	07	29 إلى 39		
%03.3	2	%01.6	01	%00	00	%01.6	01	40 فما فوق		
المجموع		%100	60	%38.3	23	%21.7	13	%40	24	
المجموع		%10	6	%00	00	%03.3	02	%06.6	04	متوسط
المجموع		%18.3	11	%05	03	%01.6	01	%11.6	07	ثانوي
المجموع		%48.3	29	%31.6	19	%15	09	%18.3	11	جامعي
المجموع		%06.6	4	%01.6	01	%01.6	01	%03.3	02	تكوين مهني
المجموع		%100	60	%38.3	23	%21.7	13	%40	24	
المجموع		%61.6	37	%21.6	13	%08.3	05	%31.6	19	عزباء
المجموع		%38.3	23	%16.6	10	%13.3	08	%08.3	05	متزوجة
المجموع		%100	60	%38.3	23	%21.7	13	%40	24	

### تعليق على الجدول 37:

ملاحظ من خلال الجدول اعلاه الاشباعات العلمية التي تحققها صفحة الاسرة لمتابعاتها وذلك حسب متغيرات الدراسة حيث نجد الفئة العمرية ما بين (18-28) فكانت اعلى اجابة تبادل المعلومات والخبرات بنسبة 33.3% وتاتي بعدها الحصول على المعلومات بنسبة 26.6% وفي الاخير تاتي اثارك رصيدك المعرفي بنسبة 11.6% اما بالنسبة للفئة العمرية ما بين (29-39) فنجد اعلى اجابة الحصول على المعلومات بنسبة 11.6% تاتي بعدها اثارك الرصيد المعرفي بنسبة 10% وتليها تبادل الخبرات

والمعلومات بنسبة 3.3% اما بالنسبة للفئة العمرية (40 فما فوق) فكانت اعلى اجابة متساوية بين تبادل المعلومات والخبرات وبين الحصول على المعلومات بنسبة 1.6% وتتعدم الاجابة اثره رصيدك المعرفي اما بالنسبة للمتغير الثاني المستوى التعليمي فنجد المستوى الجامعي ، حيث كانت اعلى اجابة تبادل الخبرات والمعلومات بنسبة 31.6% وتاتي بعدها الحصول على المعلومات بنسبة 18.3% وفي الاخير تاتي اثره رصيدك المعرفي بنسبة 15% ، اما بالنسبة للمستوى الثانوي فنجد اعلى اجابة الحصول على المعلومات بنسبة 11.6% وتاتي بعدها تبادل الخبرات والمعلومات بنسبة 5% وتليها في الاخير اثره رصيدك المعرفي بنسبة 1.6% ن اما بالنسبة للمستوى المتوسط فنجد اعلى اجابة متمثلة في الحصول على المعلومات بنسبة 6.6% وتاتي بعدها اثره رصيدك المعرفي بنسبة 3.3% وفي الاخير تتعدم الاجابة في الخيار تبادل الخبرات والمعلومات اما بالنسبة تكوين المهني فنجد اعلى اجابة متمثلة في الحصول على المعلومات بنسبة 3.3% ، وتليها الاجابتين المتساويتين اثره رصيدك المعرفي تبادل المعلومات والخبرات بنسبة 1.6%.

اما بالنسبة للحالة الاجتماعية فنجد الحالة عازية كانت اعلى اجابة الحصول على المعلومات بنسبة 31.6% وتليها تبادل المعلومات والخبرات بنسبة 21.6% وفي الاخير تاتي اثره رصيدك المعرفي بنسبة 8.3% ، اما بالنسبة للحالة متزوجة فكانت اعلى اجابة تبادل المعلومات والخبرات بنسبة 16.6% وتليها اثره رصيدك المعرفي بنسبة 13.3% وفي الاخير تاتي الحصول على المعلومات 8.3%

ومنه نستنتج ان الاشباع العلمية التي تحققها الاسرة لمتابعاتها هي تبادل الخبرات والمعلومات وذلك من خلال الحوار والنقاش المتبادل في التعليقات على المنشوات والمواضيع والقضايا الاجتماعية المطروحة وذلك باعتبار ان المتابعات لها سمات التي تمتع بها باعتبارها الإنسان المثقف الدور الاجتماعي الملموس الذي ينتج مباشرة من وعيه الاجتماعي والثقافة الاجتماعية، فضلا عن القدرات والمهارات الخاصة التي يكتسبها الإنسان من خلال تخصصه المهني أو كفاءته العلمية والفكرية.

جدول رقم 38: يوضح الإشباع الاجتماعي التي تلبها الأسرة لمتابعتها على الفيسبوك ؟

فيما تتمثل الإشباع الاجتماعي التي تلبها لكي صفحة الأسرة؟								الإجابة المتغيرات	
المجموع		معالجة وإعطاء حلول القضايا الاجتماعية		مناقشة مختلف المواضيع		التعرف على أشخاص لهم نفس الاهتمامات			
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
71.6%	43	20%	12	36.6%	22	15%	09	18 إلى 28	الفئة
25%	15	5%	03	8.3%	05	11.6%	07	29 إلى 39	العمر
3.3%	02	00%	00	1.6%	01	1.6%	01	40 فما فوق	ية
100%	60	25%	15	46.7%	28	28.3%	17	المجموع	
10%	06	3.3%	02	1.6%	01	5%	03	متوسط	المستوى التعليمي
18.3%	11	5%	03	6.6%	04	6.6%	04	ثانوي	
65%	39	15%	09	36.6%	22	13.3%	08	جامعي	
6.6%	04	1.6%	01	1.6%	01	3.3%	02	تكوين مهني	
100%	60	25%	15	46.7%	28	28.3%	17	المجموع	
61.6%	37	15%	09	25%	15	21.6%	13	عزباء	الحالة الاجتماعية
38.3%	23	10%	06	21.6%	13	6.6%	04	متزوجة	
100%	60	25%	15	46.7%	28	28.3%	17	المجموع	

### التعليق على الجدول 38:

الملاحظ من خلال الجدول الإشباع الاجتماعي التي تلبها الأسرة للمتابعات ، حيث نجد حسب متغيرات الدراسة الفئة العمرية ما بين (18-28) كانت اعلى اجابة مناقشة مختلف المواضيع بنسبة 36.6% وتليها معالجة واعطاء حلول للقضايا الاجتماعية بنسبة 20% وفي الاخير تاتي التعرف على اشخاص لهم نفس الاهتمامات بنسبة 15%، اما بالنسبة للفئة العمرية المحصورة ما بين (29-39) فكانت اعلى اجابة التعرف على اشخاص لهم نفس الاهتمامات بنسبة 11.6% ثم تليها مناقشة مختلف

المواضيع بنسبة 8.3% وفي الاخير تاتي معالجة واعطاء حلول للقضايا الاجتماعية بنسبة 5%، اما بالنسبة للفئة العمرية ما بين (40 فما فوق ) فنجد اعلى اجابة كانت متساوية ما بين التعرف على اشخاص لهم نفس الاهتمامات و مناقشة مختلف المواضيع بنسبة 1.6%، وتتعدم الإجابة في الخيار معالجة واعطاء حلول للقضايا الاجتماعية .

اما بالنسبة للمتغير الثاني المستوى التعليمي فنجد المستوى الجامعي كانت اعلى اجابة متمثلة في مناقشة مختلف المواضيع بنسبة 36.6% وتليها معالجة واعطاء حلول للقضايا الاجتماعية بنسبة 15% وفي الاخير تاتي التعرف على اشخاص لهم نفس الاهتمامات بنسبة 13.3% ، اما بالنسبة للمستوى الثانوي فنجد اعلى اجابة متساوية ما بين التعرف على اشخاص لهم نفس الاهتمامات ومناقشة مختلف المواضيع بنسبة 6.6% وتاتي بعدها معالجة واعطاء حلول للقضايا الاجتماعية بنسبة 5% ، اما بالنسبة للمستوى المتوسط فنجد اعلى اجابة متمثلة في التعرف على اشخاص لهم نفس الاهتمامات بنسبة 5% وتاتي بعدها معالجة واعطاء حلول للقضايا الاجتماعية بنسبة 3.3% وفي الاخير معالجة مختلف المواضيع بنسبة 1.6%، اما بالنسبة للتكوين المهني فكانت اعلى اجابة التعرف على اشخاص لهم نفس الاهتمامات بنسبة 3.3% وتليها الاجابتين متساويتين معالجة مختلف المواضيع ومعالجة واعطاء حلول للقضايا الاجتماعية بنسبة 1.6% .

اما بالنسبة للمتغير الثالث الحالة الاجتماعية فنجد الحالة عزباء كانت أعلى إجابة مناقشة مختلف المواضيع بنسبة 25% وتليها التعرف على أشخاص لهم نفس الاهتمامات بنسبة 21.6% وفي الأخير نجد معالجة واعطاء حلول للقضايا الاجتماعية بنسبة 10% اما بالنسبة للحالة متزوجة فنجد أعلى إجابة مناقشة مختلف المواضيع 21.6% وتاتي بعدها معالجة واعطاء حلول للقضايا الاجتماعية بنسبة 10% وفي الاخير تاتي التعرف على اشخاص لهم نفس الاهتمامات بنسبة 6.6%.

ومنه نستنتج ان الاشباعات الاجتماعية التي تليها صفحة الاسرة لمتابعاتها فكانت الاجابة مناقشة مختلف المواضيع وذلك من اجل الامام بكافة الميادين وارضاء كافة الازواق الاهتمامات والميولات واشباعها لهم ، لذا تقوم الصفحة بتنوع في طرح القضايا وفتح باب لابداء الراي والحوار والنقاشات بالادلة والبراهين من اجل اقناع طرف الاخر ، وذلك مثل ما هو موجود في الادوات الرسمية في وسائل الاعلام لم يعد الوعي الفردي معتمد على خيروه الشخصية المحضة، بل أصبح أكثر اعتماداً على ما يصل من خيارات الآخرين وأصبح الاعتماد بصورة متزايدة وأكبر من ذي قبل على وسائل الإعلام الجماهيرية،

حيث تقوم هذه الوسائل بدور حيوي وفعال في تنمية الوعي المواطنين بصفة عامة من خلال ما تقدمه من معلومات ومعارف وأخبار ، وذلك لتشكيل مهاراتهم وأفكارهم وآرائهم ومعرفتهم لما يدور من حولهم ولتكوين مشاعر الانتماء والولاء لمجتمعهم ولتهيئتهم للتعبير بحرية عن القضايا والظواهر المختلفة وكذلك ثبت وسائل إعلام المعنقات والقيم التي تناسب النظام الاجتماعي السائد.

جدول رقم 39: يوضح كيفية تعامل مع مواضيع ومضامين المنشورات عبر صفحة الأسرة على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة .

كيف تتعاملين مع مواضيع ومضامين المنشورات عبر صفحة الأسرة على الفيس بوك؟ من خلال										الإجابة	
المجموع		دون تفاعل		مشاركة مع الآخرين		تسجيل إعجاب		التعليق		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%71.6	43	%10	06	%08.3	05	%23.3	14	%30	18	28 إلى 18	الفئة العمرية
%25	15	%03.3	02	%03.3	02	%08.3	05	%10	06	39 إلى 29	
%03.3	2	%00	00	%01.6	01	%00	00	%01.6	01	40 فما فوق	
المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع			
%100	60	%13.3	08	%13.3	08	%31.3	19	%41.6	25	متوسط	المستوى التعليمي
%10	6	%00	00	%00	00	%03.3	02	%06.6	04	ثانوي	
%18.3	11	%03.3	02	%00	00	%06.6	04	%08.3	05	جامعي	
%65	39	%08.3	05	%10	06	%21.6	13	%25	15	تكوين مهني	
المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع			
%100	60	%13.3	08	%13.3	08	%31.3	19	%41.6	25	عزباء	الحالة الإجتماعية
%61.6	37	%06.6	04	%05	03	%25	15	%25	15	متزوجة	
%38.3	23	%06.6	04	%08.3	05	%06.6	04	%16.6	10		
المجموع		المجموع		المجموع		المجموع		المجموع			
%100	60	%13.3	08	%13.3	08	%31.3	19	%41.6	25		

## التعليق :

الجدول المركب رقم 23: يتضح لنا من خلال الجدول رقم 23 يفية استخدام وتعامل مع المواضيع والمضامين ومنشورات صفحة الأسرة على الفيسبوك ، التعليق قدرت نسبتهم ب41.6%، وهي اعلي نسبة تليها تسجيل إعجاب 31.3%، أما الذين يقومون بالمشاركة مع الآخرين ودون تفاعل قدرت نسبتهم 13.3%، بالنسبة لمتغير السن ، فقد عادت اعلي نسبة للفئة العمرية (18-28) للخيار للتعليق بنسبة 30%، تليها تسجيل إعجاب بنسبة 23.3%، ثم بعدها تليها دون تفاعل بنسبة 10%، في الأخير تأتي مشاركة مع الآخرين بنسبة 08.3%، أما فيما يخص الفئة العمرية (29-39) فلقد بلغت اعلي نسبة لها بالنسبة للتعامل مع مضامين والمواضيع ومنشورات صفحة الأسرة على الفيسبوك للتعليق بنسبة 10%، ثم تسجيل إعجاب بنسبة 08.3%، وأخيرا تأتي مشاركة مع الآخرين ودون تفاعل بنسبة 03.3%، أما بالنسبة للفئة العمرية (40 فما فوق ) لقد بلغت نسبة استخدام وتعامل مع مواضيع والمضامين بالتعليق والمشاركة مع الآخرين بنسبة 1.6%، وانعدمت في باقي الإجابات .

ومن هنا نستنتج أن الفئتين العمريتين (18-28) و(29-39) يتعاملون مع المواضيع ومضامين ومنشورات صفحة الأسرة من خلال التعليق والمشاركة مع الآخرين وذلك بدافع التفاعل والتقارب من بعضهم البعض لتعم الفائدة على جميع متابعات الصفحة وذلك بتداول تلك المواضيع بإعطاء كل متابعات فرصة الإبداء والتعبير والمشاركة برأيها بكافة الطرق من (تعليق ومشاركة وتسجيل عجاب ..) التي تؤدي إلى لإشباع رغباتهم وحاجاتهم التي هم بحاجة لها من اجل تكوين وعي حول أساسيات ومبادئ تكوين الأسرة ، في حين نجد الفئة العمرية (40 فما فوق ) فتتعامل مع مواضيع و مضامين ومنشورات صفحة الأسرة من خلال التعليق والمشاركة مع الآخرين ، لأنها الطرق التي يجدونها مناسبة و تتيح لهم المناقشة والحوار حول القضايا المنشورة في حرية التعبير عن أفكارهم حولها وتتعدم في الاختيارات الأخرى .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فقد كانت أعلى إجابة بالنسبة للمستوى الجامعي المتمثلة في التعليق مقدرة ب 25%، وتليها تسجيل إعجاب بنسبة 21.6%، وبعدها تأتي المشاركة مع الآخرين بنسبة 10%، وفي الأخير تأتي دون تفاعل بنسبة 8.3%، أما بالنسبة للمستوى الثانوي فلقد بلغت اعلي نسبة فيها في التعليق بنسبة 8.3%، وبعدها تسجيل إعجاب بنسبة 6.6%، وتليها دون تفاعل بنسبة 3.3%، وتتعدم في اختيار مشاركة مع الآخرين . أما بالنسبة لمستوى متوسط فلقد بلغت أعلى نسبة فيها للإجابة

تعليق مقدرة ب 6.6%، وتليها بعدها تسجيل إعجاب 3.3%، وتتعدم في الخيارات الأخرى مشاركة مع الآخرين ودون تفاعل ، أما بالنسبة للمستوى تكوين المهني فكانت اعلي نسبة فيها للإجابة مشاركة مع الآخرين مقدرة ب 3.3%، وتليها بعدها خيار التعليق ودون تفاعل بنسبة مقدرة ب 1.6%، وتتعدم في تسجيل إعجاب .

ومن هنا نستنتج أن المستوى الجامعي والثانوي يتعاملون مع مواضيع مضامين ومنشورات صفحة الأسرة على الفيسبوك ، وذلك باستخدام عدت خصائص من تعليق وتسجيل إعجاب ومشاركة مع الآخرين ، وذلك باعتبارهم جمهور نخبة واعين مثقفين نشطين يتفاعلون مع بعضهم البعض حول هاته المواضيع كما لهم القدرة على اختيار وانتقاء المضامين والمنشورات التي تلبى حاجاتهم التي تنفق مع توقعاتهم ، وهذا ما جاءت به النظرية لاستخدامات من خلال أن تعرض الجمهور للمضامين ، وقدرته و نشاطه على اختيار المعلومات التي تلبى حاجياته والتعبير عن اتجاهاته من خلال ارتباطه الكبير بالمستوى التعليمي وهناك الارتباط ايجابي بين المقدرة الفرد الذهنية ودرجة استيعابه للرسالة الاتصالية ، في حين المستوى المتوسط والتكوين المهني يتعاملون مع مواضيع ومنشورات ومضامين صفحة الأسرة وذلك من خلال رصد المعرفي لديهم و مستوى وعيهم وإدراكهم في طريقة الانتقاء المضامين معينة التي يتفاعلون معها والتعبير عن أفكارهم وتوجهاتهم النفسية والاجتماعية مما تحقق لهم اشباعاتهم بشكل مباشر .

أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية نجد العزباء يتعاملون مع مواضيع ومضامين ومنشورات صفحة الأسرة ، حيث نجد أعلى نسبة للإجابة التعليق وتسجيل إعجاب المقدرة ب 25%، وتأتي بعدها دون تفاعل بنسبة 6.6%، وفي الأخير تأتي المشاركة مع الآخرين بنسبة 5%، وفي حين نجد المتروجة أعلى نسبة للإجابة التعليق المقدرة ب 16.6%، وتأتي بعدها مشاركة مع الآخرين 8.3%، وفي الأخير يأتي الخيارين تسجيل إعجاب ودون تفاعل بنسبة 6.6%،

ومن هنا نستنتج أن الحالة الاجتماعية العازبة فئة نشطة تتفاعل وتتعامل مع كافة مضامين ومنشورات الصفحة بكل الطرق بدافع الاستفادة من كل ما ينشر من اجل تكوين وعي وإشباع رغباتهم النفسية والاجتماعية حول ما يدور داخل الأسرة والمجتمع ككل، من خلال الاهتمام بالاحتياجات الضرورية مثل الصحة والثقافة والتعليم التربوية دين والاهتمام بالملبس والتنسيق المنزل ... الخ فتعامل مع هاته المنشورات يزيدهم من درجة الوعي وإدراك لمقومات وأساسيات بناء أسرة سليمة متطورة وتنشئة



اجتماعية متحضرة، أما بالنسبة للمتزوجة فتتعامل مع مواضيع ومضامين ومنشورات صفحة الأسرة بشكل خاص وذلك بحكم انشغالاتهم داخل أسرهم لان للأسرة عدت وظائف تقوم بإشباعها لأفراد أسرها مثل إشباع الحاجات الأساسية ، وظيفة تربية، ... الخ فالصفحة الأسرة تساعدهم على تطوير هذه الوظائف بنشر مواضيع تخصصها، فتعامل بالانتقاء هاته المواضيع والمنشورات التي تزيدهم من درجة وعيهم في مواجهة الأزمات التي تواجههم في الحياة ومشاكل الأسرية التي يتعرضون لها وكيفية حلها بأقل وقت وبأقل خسائر وبأسهل الطرق ، كما انها تقوم بتثقيفهم حول ما يدور داخل المجتمع وتعمل على تنشئة اجتماعية واعية وجيل مثقف.

الجدول رقم 40: يوضح الإشباع النفسى التي تحققها صفحة الأسرة على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة .

فيما تتمثل الإشباع النفسى التي تحققها لكي صفحة الأسرة؟										الإجابة	
المجموع		زيادة الثقة بالنفس (أو تعزيز الثقة بالنفس)		التنفس والتعبير		الشعور بالرضى		التخلص من التوتر والقلق			
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%71.6	43	%15	09	%30	18	%13.3	08	%13.3	08		
%25	15	%06.6	04	%10	06	%03.3	02	%05	03	29 إلى 39	
%03.3	2	%00	00	%01.6	01	%01.6	01	%00	00	40 فما فوق	
%100	60	%21.6	13	%41.6	25	%18.3	11	%18.3	11	المجموع	
%08.3	5	%03.3	02	%00	00	%03.3	02	%01.6	01	متوسط	
%18.3	11	%03.3	02	%05	03	%05	03	%05	03	ثانوي	
%65	39	%08.3	05	%36.6	22	%08.3	05	%11.6	07	جامعي	
%06.6	04	%06.6	04	%00	00	%00	00	%00	00	تكوين مهني	
%100	60	%21.6	13	%41.6	25	%18.3	11	%18.3	11	المجموع	
%61.6	37	%13.3	08	%26.6	16	%10	06	%11.6	07	عزباء	
%38.3	23	%08.3	05	%15	09	%08.3	05	%06.6	04	متزوجة	
%100	60	%21.6	13	%41.6	25	%18.3	11	%18.3	11	المجموع	

## التعليق :

تعليق على الجدول 24 من خلال بيانات الجدول أعلاه الاشباعات النفسية التي تحققها صفحة الأسرة ، حيث نجد اعلي نسبة التنفس والتعبير بنسبة 25%، وبعدها زيادة الثقة بالنفس بنسبة 13%، وتليها في الأخير التخلص من التوتر والقلق والشعور بالرضى بنسبة متساوية مقدرة ب11%، أما بالنسبة لمتغيرات الدراسة فنجد بالنسبة للفئة العمرية من (18-28) أعلى نسبة للإجابة التنفس والتعبير بنسبة 18%، وتليها زيادة الثقة بالنفس (تعزيز الثقة بالنفس ) بنسبة 09%، وفي الأخير تأتي التخلص من التوتر والقلق والشعور بالرضى بنسبة متساوية 08%، اما بالنسبة للفئة العمرية من (29-39) فكانت أعلى إجابة التنفس والتعبير 06%، وتليها زيادة الثقة بالنفس ( او تعزيز الثقة بالنفس ) بنسبة 4%، وبعدها تخلص من التوتر والقلق بنسبة 3%، وفي الأخير الشعور بالرضى 2%، وأما بالنسبة للفئة العمرية (40 فما فوق ) أعلى نسبة للإجابتين التنفس والتعبير والشعور بالرضى بنسبة 1.6%، وتتعدم في الإجابتين التخلص من التوتر والقلق و زيادة الثقة بالنفس (أو تعزيز الثقة بالنفس )

ومن هنا نستنتج ان الفئة العمرية من (18-28) و(29-39) ان الاشباعات النفسية تحقق لهم من خلال التنفس والتعبير داخل الصفحة عن طريق التعبير عن آراءهم خلال الموضوعات

المطروحة وهذا وفق نظرية الاستخدامات والإشباعات يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات حيث هذه الاشباعات نوعين هما إشباعات المحتوى و التي تنتج عن التعرض لمضمون وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين إشباعات توجيهية مثل مراقبة البيئة والحصول على المعلومات التي يحصل عليها بشبكة علاقات الاجتماعية و إشباعات العملية وهي التي تنتج عن عملية الاتصال والارتباط لوسيلة محدد ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين إشباعات شبه توجيهية وتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات الإشباعات شبه الاجتماعية وتتحقق من خلال التواجد مع شخصيات ووسائل الإعلام وتزويد هذه الإشباعات اما بالنسبة للفئة العمرية من (40 فما فوق ) نجد هذه الفئة تتعرض لمضامين صفحة الأسرة ، حيث تقدم لها اشباعات معينة مثل التنفس داخل هذا الفضاء الافتراضي والشعور بالرضى اتجاه نفسه والمجتمع تخلصها من التوتر والقلق ، حيث ماكانو يتوقعونه يجدونه في مضامين هاته الصفحة تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد وتعد التوقعات سببا في عملية التعرض

لوسائل الإعلام وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فقد كانت أعلى إجابة بالنسبة للمستوى الجامعي التنفس والتعبير بنسبة 22%، وتليها التخلص من التوتر والقلق بنسبة 7%، وفي الأخير تأتي الشعور بالرضى وزيادة الثقة بالنفس (أو تعزيز الثقة بالنفس) بنسبة متساوية مقدرة ب5%، أما بالنسبة للمستوى الثانوي فكانت الإجابة متساوية بالنسبة إلى التخلص من التوتر والقلق الشعور بالرضى والتنفس والتعبير بنسبة 3%، وفي الأخير تأتي زيادة الثقة بالنفس (أو تعزيز الثقة بالنفس) بنسبة 2%، أما بالنسبة للمستوى المتوسط كانت أعلى إجابة متساوية بين الشعور بالرضى وزيادة الثقة بالنفس (أو تعزيز الثقة بالنفس) بنسبة 2%، وتليها التخلص من التوتر والقلق بنسبة 1%، وفي الأخير تتعدم في التنفس والتعبير، أما بالنسبة تكوين المهني فنجد أعلى إجابة زيادة الثقة بالنفس (أو تعزيز الثقة بالنفس) بنسبة 4%، وتتعدم الإجابة في التخلص من التوتر والقلق و الشعور بالرضى وفي التنفس والتعبير،

ومن هنا نستنتج المستوى التعليمي الجامعي والثانوي يتجهون إلى التنفس والتعبير لتخلص من التوتر والقلق من أجل الشعور بالرضى حيث لهم القدرة على تبادل وتجاوز من خلال مستوى الفكر لديهم من أجل تحقيق اشباعاتهم، حيث تعتبر مرحلة التنفس والتعبير اللجوء الوحيد لتصريح بوجهات نظرهم اتجاه المواضيع والقضايا المطروحة بمستوى عال من إدراك لإعطاء حلول لهذه القضايا، من خلال ميزة التفاعلية التي بينهم حيث يعتبرون مستقبلون وقراء في نفس الوقت، فهو مرسل وكاتب والمشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم لإعطاء ميزة المشاركة والتجاوز بدافع الوصول إلى تحقيق رغباتهم، أما بالنسبة للمستوى المتوسط والتكوين المهني فالاشباع النفسية المحققة لهم من خلال زيادة الثقة بالنفس لانهم يشعرون بالنقص والعجز وذلك راجع لنسبة مستواهم وعيهم الثقافي والعلمي، فيحاولون كسب ثقتهم بأنفسهم وكسب مهارات وسلوكات جديدة بدافع التخلص من التوتر والقلق

أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية فنجد الحالة العازية أعلى إجابة التنفس والتعبير بنسبة 16%، وتليها زيادة الثقة بالنفس (أو تعزيز الثقة بالنفس) بنسبة 8%، وبعدها تأتي التخلص من التوتر والقلق بنسبة 7%، وفي الأخير تأتي الشعور بالرضى بنسبة 6%، أما بالنسبة للمتروجة كانت أعلى إجابة التنفس والتعبير بنسبة 9%، وتليها الشعور بالرضى وزيادة الثقة بالنفس (أو تعزيز الثقة بالنفس) بنسب متساوية مقدرة ب5%، وفي الأخير تأتي التخلص من التوتر والقلق بنسبة 4%،

ومن هنا نستنتج أن كلا من الحالتين اختارت التنفس والتعبير وذلك راجع أن صفحة الأسرة يعتبرونها أسرتهن الثانية يأخذون منها النصائح والإرشادات المتعلقة بالأسرية من أجل زيادة كسب معارف جديدة فيقومون بفتح باب الحوار والتفاعل والمناقشة وطرح المواضيع واخذ بآراء بعضهم ومن تجاربهم الخاصة، من أجل بناء أسرة على أسس وقيم ووعي متحضر، حيث يساعدها في مواجهة أزمات الحياة والتفاعل الإيجابي مع المواقف المختلفة، وهي تحتاج إلى علاقات اجتماعية سليمة تحقق لها القدرة على تخطي العقبات التي تحول بين إقامة التعاون والود محل الصراع والتوتر وهي فوق كل ذلك تحتاج إلى سياج من القيم الدينية والثقافية والتربوية والصحية... الأخ التي تدعو إلى التمسك بالأخلاق عند التعامل بين الأعضاء الأسرة مع الجماعات الأخرى، وفي المقابل القدرة على التخلص من التوتر والقلق ، باعتبار أن صفحة الأسرة تحقق لهم إشباعات متطابقة مع إشباعهم المتوقعة وبالتالي فإن الصفحة تشبع كافة الحاجات التي يرغبون بها.

## النتائج الجزئية للدراسة :

لقد تم التوصل من خلال هاته الدراسة المتمثلة في دور الصفحات النسائية على الفيسبوك في نشر الوعي الأسري ، على مجموعة من النتائج منها :

## المحور الاول : عادات وأنماط استخدام الصفحات النسائية على الفيسبوك

- ✓ أثبتت الدراسة بدا استخدام المبحوثين لصفحة الاسرة على الفيسبوك اقل من سنة بنسبة 48.3% ، وذلك راجع الى عدم التعريف بالصفحة من بين الصفحات الاخرى .واتم لانضمام اليها ومتابعتها حديثا وذلك راجع لفعاليتها في التجديد في طرح وعرض المضامين
- ✓ أظهرت الدراسة أن عدد ساعات التي تقضيها المتابعات استخدام صفحة الأسرة فكانت اغلبهم ليس لهم وقت محدد يقضونه في الاستخدام فكانت حسب الظروف بنسبة 55%، وذلك راجع إلى أن اغلب المتابعات لصفحة الأسرة يكون استخدامهم بدافع معين وذلك بغية تلبية حاجياتهم فقط وكذلك بانشغالهم العملية والحياتية وكذلك بالإضافة إلى اهتمامات أخرى عبر الفيسبوك.
- ✓ كشفت الدراسة الفترات المفضلة استخدام المتابعات لصفحة الأسرة حيث بلغت فترة استخدام الفترة الليلية بنسبة 66% ، ويمكننا تفسير ذلك بحكم الارتباط وانشغالات المتابعات ، فليس لهم الوقت الكافي للتفرغ ومتابعة واستخدام صفحة الأسرة في كل من الفترة الصباحية والمسائية ، كما ان الفترة الليلية هي الأخرى تمثل وقت الذروة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ووقت الراحة.
- ✓ أكدت الدراسة ان لاماكن التي تفضلها المتابعات لصفحة الأسرة ، حيث نجد ان المنزل هو أكثر الأماكن التي تستخدمها المتابعات لتصفح صفحة الأسرة بنسبة 76.66%، حيث نستنتج انه تلجا متابعات للمنزل في استخدامهم لصفحة الأسرة لكون هذا الأخير أكثر الأماكن التي تتمتع بالراحة والهدوء ويكون الفرد مرتاحا نفسيا ، وكذلك بالإضافة الانترنت عالية التدفق في المنزل ، حيث يكون سهولة في عملية تصفح الصفحة الأسرة .
- ✓ أثبتت الدراسة أن الوسيلة التي تستخدمها متابعات صفحة الأسرة حيث انه أكثر من نصف العينة تستخدم الهاتف الذكي بنسبة مقدارها 85% ، حيث يمكننا تفسير ذلك على انه امتلاك أغلبية متابعات صفحة الأسرة للهاتف الذكي وذلك لسهولة حمله وتنقلهم من مكان الأخر ، كذلك لتوفره على تطبيقات من بينها الفيسبوك ، كما انه يسهل عملية الاتصال من خلال سهولة نظام التشغيل .

✓ أوضحت الدراسة أن اهتمام المتابعات بمواضيع معينة بنسبة 51.7% التي نشر في صفحة الأسرة ، ومن هنا نستنتج أن دافعهم الأساسي هو إشباع حاجيات معينة لأنها تلبى رغبتهم تجعلهم يتابعون يهتمون بالمضامين ومواضيع معينة تنشر في صفحة الأسرة

✓ أكدت الدراسة ان طريقة التفاعل متابعات من خلال صفحة الاسرة ، عن طريق تسجيل إعجاب 36.66%، وذلك راجع الى ان المتابعات يميلون إلى تسجيل اعجاب و امكانية العودة إلى المضامين و منشورات الصفحة حيث تكون استفادة من هاته المعلومات والمنشورات فردية لإشباع رغبة معينة دون مشاركتها مع الجماعة .

✓ أظهرت الدراسة ان طرق العرض التي تؤثر في متابعات صفحة الاسرة ، حيث نجد ان اكبر نسبة هي الفيديوهات وتقدر ب 48.33%، %، ونستنتج من هذا ان اكثر طرق العرض التي تؤثر في متابعات الصفحة هي الفيديوهات وذلك لخصوصيات متعددة منها الصوت والصورة والحركة والرسم الالوان...اي كلها منبهات تآثر على المتلقي (اي متابعات الصفحة )، كما انها تزيد من درجة الإقناعهم ، وكذا زيادة درجة التفاعل مع هذه المضامين . كما انه طريقة عرض المضمون بطريقة الفيديوهات لديها درجة تأثير قوية وذلك راجع لخصوصيتها وكذا درجة وصول واستيعاب الرسالة الاتصالية

✓ كشفت الدراسة ان طريقة التعامل مع مضامين و منشورات عبر صفحة الاسرة على الفيسبوك عن طريق التعليق بنسبة 14.66%، وذلك راجع الى ان متابعات يتعاملون بالتعليق على هاته المضامين والمنشورات أي التفاعل وإعطاء آراءهم ومشاركة الاخرين بافكارهم واعطاء حلول واقتراحات حتى تكون الاستفادة عامة ، حيث تعتبر متابعات الصفحة جمهور نشط لانهم يستجيبون للمنشورات ويعلقون عليها لانها تلبى لهم اشباعاتهم ورغباتهم وكذا تعاملات فيما بينهم في فتح الحوار يجعلهم يشعرون كأنهم كاسرة واحدة.

#### المحور الثاني : دوافع إقبال الأسر على صفحات النسائية على الفيسبوك

✓ أثبتت الدراسة ان دوافع استخدام متابعات الصفحة الاسرة وذلك للاخذ بالنصائح والارشادات بنسبة 51.66%، وذلك راجع الى ان دافعهم الاساسي هو الاخذ بنصائح والارشادات التي تمرر بعبر المضامين والمنشورات في الصحة لانها تقوم بتقديم نصائح منزلية وتعليمية وصحية...الخ وكذلك عملية تنمية الوعي من خلال طرح افكار جديدة واسلوب حديث ومبتكر لتشكيل

مهاراتهم وتطوير قدراتهم في حل وتخطي المشاكل والعراقيل التي تواجههم، من أجل تكوين حياة اسرية على اسس سليمة وتنشئة اجتماعية واعية .

✓ توضح الدراسة ان اكثر المواضيع المتداولة في صفحة الاسرة ، هي التدابير المنزلية بنسبة 40%، وذلك راجع الى ان استخدام متابعات لصفحة الاسرة تنتقي بوعي لما تتعرض له من مضامين والرسائل التي تلبي لهم حاجاتهم النفسية والاجتماعية ، والشعور بالرضي اتجاه انفسهم فبتالي لهم القدرة ووعي على تحديد وانتقاء اذواقهم وما يحقق لهم حاجاتهم وهذا مايجعلهم يتفاعلون فيمل بينهم وهذا يزيدهم من مستوى الوعي والتثقيف .

✓ كشفت الدراسة ان اهم الخصائص التي تميز الصفحة الاسرة ، هي انها مصدر يمكن الاعتماد عليها للحصول على المعلومات وكذلك المشاركة والتفاعل بنسبة 35%، وذلك راجع لقدرة الصفحة على الالمام بجميع المواضيع والقضايا التي تدور في المجتمع ، وذلك لتنمية وعي وادراك متابعات الصفحة ، كما تقوم بتوسيع دائرة المعارف لديهم من خلال تزويدهم بالمعلومات والمهارات المفيدةمثل الامور المنزلية او الصحية او التعليمية او الدينية او الثقافية...الخ ، لاكتساب ثقافة جديدة وهذا مايجعلهم اكثر تفاعلا ومشاركة مع بعضهم البعض ، وكنتيجة للتفاعل يتم تبلور الوعي لديهم في تسيير شؤونهم وحياتهم الشخصية والاجتماعية

✓ توضح الدراسة كيفية تعامل والقيام به من خلال صفحة الاسرة ، وذلك من خلال تصفح الصفحة فقط بنسبة 43.33%، أي الاطلاع على محتوى ومنشورات الصفحة تكون الاستفادة فردية وعدم مشاركتها مع الاخرين أي عملية التحفظ على آراءهم ووجهات نظرهم والاكتفاء بتحقيق اشباعاتهم لذاتهم أي يكون الدافع ذاتي شخصي .

✓ أكدت الدراسة أن طريقة جذب اهتمام متابعات لصفحة الأسرة على الفيسبوك ، من خلال معالجة القضايا الاجتماعية بنسبة 58.3%، حيث تلك القضايا يعيشونها في حياتهم اليومية داخل الاسرة وخارجها وفي كافة الميادين الثقافية التعليمية الصحية التربوية...الخ حيث أن دافع تعرض لمضامين بطريقة قصدية ومباشرة وتأثر فيهم ويستجيبون بالتفاعل معها ، كما لهم قدرة ووعي على اختيار وتعبير عن اتجاهاتهم وطرح آرائهم بما يحقق لهم الرغبة في إشباع حاجاتهم بشكل مباشر .



## المحور الثالث: الاشباع التي تحققها الصفحات النسائية على الفيسبوك

✓ اثبتت الدراسة ان الاشباع العلمية التي تحققها الاسرة على الفيسبوك لمتابعاتها من خلال الحصول على المعلومات بنسبة 40 %، وذلك راجع الى أن متابعات صفحة الأسرة يعتبرونها مصدرا للحصول على المعلومات وذلك لزيادة الوعي الثقافي لديهم بتوسيع دائرة المعارف ورؤية المجتمع من منظور شامل ، وكذلك من خلال أدوات الوعي الرسمية حيث تعمل الصفحة الأسرة بدور حيوي وفعال في تنمية الوعي للمتابعات من خلال ما تقدمه من معلومات وأخبار لتشكيل مهاراتهم وأفكارهم وآرائهم ومعرفتهم لما يدور من حولهم ولتكوين مشاعر الانتماء والولاء لمجتمعهم ولتهيئتهم للتعبير بحرية عن القضايا والظواهر المختلفة ، وهذا ما يؤدي إلى اكتساب بعد معرفي كنتيجة لتفاعل أو بسبب التعرض لرسالة اتصالية من اجل صياغة أو تبلور الوعي وهذا ما يحقق لهم إشباع في تحقيق المشاركة الفعلية لما ينشده المجتمع .

✓ اظهرت الدراسة ان الاشباع النفسية التي تحققها صفحة الاسرة ،تتمثل في التنفس والتعبير بنسبة 14.66%، وذلك باعتبار أن الصفحة الأسرة هي صفحة افتراضية تجمعهم كاسرة ثانية داخل مجتمع افتراضي لهم الحرية للتعبير والنقاش وفتح باب حرية إبداء الرأي وهذه من سمات الأسرة من خلال التفاهم والحوار وذلك بتوطيد العلاقة مع بعضهم البعض بالتفاهم والتواصل للتفاعل فيما بينهم وذلك لاشباع رغباتهم وتحقيق حاجاتهم التي تساهم بالشعور بوحدة الانتماء إلى هذه الصفحة بالمشاركة بآراءهم ومساهمة في إعطاء الحلول والاستفادة من بعض المقترحات المقدمة لحل بعض المشاكل أو الصعوبات التي تواجههم في حياتهم أو زيادة استيعابهم لبعض الأمور التي كانت مجهولة أو غير مدركة لبعض الأخر وتعم الفائدة على جميع متابعات الصفحة الأسرة

✓ اكدت الدراسة ان الاشباع الاجتماعية التي تلبها صفحة الأسرة متمثلة في المناقشة في مختلف المواضيع بنسبة 46.7%، وذلك باعتبار أن صفحة الأسرة تقوم بنشر مختلف المضامين والرسائل في جميع الميادين الاجتماعية منها الثقافية والتعليمية والتربوية الصحية الدينية... الخ التي تلب حاجات ورغبات متابعات الصفحة ، وتعمل على مناقشتها بكافة الزوايا وبمختلف الآراء حولها وذلك بإثراء النقاش بالحجج والبراهين للتأكيد والإقناع والتأثير من اجل بناء الوعي متحضر في المجتمع مثل الوعي ( ثقافي ، أخلاقي، قانوني ، ديني، إعلامي....) وبناء على هذا الوعي يجعل من اتخاذ القرارات تصدر من أحكام وقناعات ومدى شعور بالمسؤولية اتجاه أنفسهم والآخرين.

✓ توضح الدراسة مدى تأثير استخدام صفحة الأسرة على أسلوب حياتهم ونمط معيشة متابعات ، حيث نجد الإجابة بنعم بنسبة تقدر 70%، وذلك راجع لاستخدام وتعرض لمضامين صفحة الأسرة أثرت على أسلوب حياتهم ونمط معيشتهم وذلك باعتبارهم مدفوعين بالمؤثرات نفسية واجتماعية بغية الحصول على نتائج يطلق عليها الاشباعات التي تلبي له رغباته وتوقعاتهم حول مواضيع وقضايا التي تمس اهتماماتهم وميولا تهم وحياتهم الخاصة داخل الأسرة أو العامة داخل المجتمع ككل ذلك بزيادة درجة ومستوى الوعي النصح والإرشاد والتوجيه للتعامل مع مختلف المواقف التي يتعرضون لها وتوعيتهم بالواقع المحيط بهم من اجل تشكيل رأي عام موحد حول كيفية التعامل مع هاته المواضيع

✓ توصلت الدراسة الى عدم امكانية الاستغناء عن استخدام صفحة الاسرة بنسبة 44%، وذلك بسبب ما تحققه من اشباعات نفسية واجتماعية وتلبية رغبات كل متابعات على كافة المستويات وذلك باعتبارهم داخل أسرة واحدة ، يتواصلون ويتفاعلون بإثراء الحوار والنقاش حول كافة المواضيع التي تمس حياتهم برغبة في توسيع دائرة معارفهم حول كل ما يدور حولهم من تطورات حياتية على كافة الأصعدة ، والوقاية من الأخطاء الانحرافات التي قد يتعرضون لها كما أنها قامت بدعمهم وتشجيعهم من خلال اكتساب الثقة في أنفسهم والمبادرة في طرح الأفكار الألفة مع بعضهم البعض كاسرة واحدة تجمعهم اهتمامات مشتركة يسعون إلى تحقيق ذاتهم داخل أسرتهن والمجتمع ككل .

## النتائج العامة :

تضمنت الدراسة ثلاثة أسئلة فرعية وتم الاعتماد عليها كمحاور أساسية في الاستمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة، فبعد عرض النتائج العامة يمكننا الإجابة على هذه الأسئلة على النحو التالي:

❖ **عادات وأنماط استخدام الصفحات النسائية على الفيسبوك :**

يستخدم متابعات صفحة الأسرة منذ اقل من سنة، لذا ترسخت لديهم مجموعة من العادات كاستخدام خاصة في الفترات الليلية ، حيث أصبحوا لا يقدرّون عدد الساعات التي يقضونها في تصفح الصفحة وذلك راجع بحسب ظروفهم يتصفحون الصفحة ، ويعتبر المنزل أنسب مكان ، ويتصفحون الصفحة عبر الهاتف الذكي باعتباره أكثر الوسيلة سهلة الحمل والاستخدام ، كما يهتمون بالمواضيع المعينة التي تلبي رغباتهم ويفضلون طرق العرض المضامين عبر الفيديوهات ويتعاملون مع هاته المنشورات والمضامين بالتعليق عليها للاستفادة منها وكسب معلومات جديدة .

❖ **دوافع إقبال الأسر على الصفحات النسائية على الفيسبوك :**

حيث وجدنا مجموعة من الدوافع والأسباب وراء استخدام متابعات لصفحة الأسرة ، فدافعهم الأساسي هو الأخذ بالنصائح و الإرشادات كما أن أكثر المواضيع المتداولة هي التدابير المنزلية من اجل تنشئة أسرية متحضرة ، كما انه من خصائصها مصدر يمكن الاعتماد عليه في الحصول على المعلومات ذلك لان مواضيعها لها علاقة بالواقع الاجتماعي المعاش ، كما يقومون بخاصية تصفح الصفحة وذلك بالاستفادة مما تقدمه دون تمريره للآخرين ، كما انه أكثر شيء يجذب متابعات الصفحة هو من خلال معالجة المواضيع الاجتماعية والإمام بكافة الميادين من اجل إعطاءهم صورة مباشرة عن البيئة المحيطة

❖ **الاشباكات التي تحققها الصفحات النسائية على الفيسبوك :**

يحقق استخدام صفحة الأسرة جملة من الاشباكات منها ما هو علمي كتوفر ما يحتاجونه من معلومات من خلال إثراء رصيد معرفتهم، واشباكات نفسية من خلال التنفس والتعبير بحرية وإبداء آراءهم حول ما ينشر والتعليق عليه ، كما أن استخدامهم لصفحة يشعرهم بالرضويخلصهم من التوتر والقلق ويعزز ثقتهم بأنفسهم، وكذلك الاشباكات الاجتماعية من خلال مناقشة مختلف المواضيع سواء كان داخل الأسرى أو في المجتمع ، كما أنها أثرت في استخدامهم على أسلوب حياتهم ونمط معيشتهم وذلك بزيادة وعيهم وإدراكهم لتقدم والتطور بحياتهم ولا يمكنهم الاستغناء عنها.

خاتمة

سعت هذه الدراسة إلى تعرف على دور صفحات النسائية على الفيسبوك في نشر الوعي الأسري محاولة الكشف عن أهم العادات والأنماط والدوافع وإشباعات هذا الاستخدام ، لذا اعتمدنا على فروض وعناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات لوضع تساؤلات الدراسة ومحاور الاستبيان

وكشفت الدراسة أن المتابعات يستخدمون الصفحة منذ اقل من سنة وحسب الظروف وخاصة الفترات الليلية ، وحسب الوسائل المتاحة من أكثرها الهاتف الذكي وتعددة أنماط استخدام الصفحة في كل القضايا والمواضيع التي تتناولها الصفحة ذلك بدافع الأخذ بنصائح والإرشادات المنزلية لحل مشاكل حياتهم والأسرية والاجتماعية ، حيث يحقق لهم هذا الاستخدام اشباعات علمية تتمثل في اثناء رصيد المعرفة الثقافي وتبادل وجهات النظر وحصولهم وتزويدهم بالمعلومات التي يحتاجونها في تسيير حياتهم اجتماعية ، كما تعتبر مصدرا للحصول على المعلومات لتعزيز ثقافتهم ووعيهم الاسري ، وتصحيح مكان خاطئا بالنسبة لهم ، أما الإشباعات النفسية فتتمثل التنفس والتعبير عن كل مايجول في خاطرهم الاجابة عن كافة الاستفسارات بعبء حلول له كما تخلصهم من التوتر و القلق وتحقيق الشعور بالرضى ومن خلال هذا الاستخدام من طرف المتابعات فإن التأثير واضح في معاملات الفرد على مستوى الأسرى والمجتمع ، ويرون بأن الصفحة لها تأثير على حياتهم واسلوب معيشتهم ولايستطيعون الاستغناء عنها . .

وفي الأخير يمكننا القول بأن التحكم في إستخدام ومعرفة اشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي ينطلق من المستخدم نفسه حيث تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصل لاستكشاف العديد من ميادين البحث في مجال شبكات التواصل الاجتماعي ، ولايمكننا القول بأننا بلغنا لنتائج تعبر عن كل ما يتعلق بمستخدمي الصفحات النسائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ،ولكن قد حاولنا من خلال هذه الدراسة فقط الكشف عن أهم الجوانب ممهدين السبيل لباحثين آخرين لاستكشاف جوانب أخرى لم تتعرض لها هذا الدراسة في دراسة الاستخدامات المتابعات لصفحات الأسرية والاشباعات المحققة منها خاصة حول شبكات التواصل الاجتماعي ك " اليوتيوب ... وغيرها من شبكات مع تزايد المستمر لاستخدام هذا النوع من الصفحات لدى مختلف الفئات .

# قائمة المصادر والمراجع

1. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

ثانياً: الكتب:

2. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، مكتبة الأكاديمية.

3. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديون المطبوعات الجامعية، ط4، 2010.

4. إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

5. حبيب الله طاهري، مشاكل الأسرة وطرق حلها، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 1997.

6. حسن شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، 2014.

7. حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

8. حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي، نظريات الإعلام، 2007.

9. حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، دار الكتاب الجامعي لبنان، 2015.

10. حسين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي ادوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص92.

11. حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، عمان، 2015.

12. رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار الدجلة، الأردن، 2007.

13. سامية أبو النصر، الصحافة الإلكترونية وثورة الفيسبوك، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2014.

14. سناء الخولي، الأسرة والحياة العائلية، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، 2008.

15. سوزان بلا كمور، الوعي مقدمة قصيرة جداً، ترجمة مصطفى محمد فؤاد، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، 2012.

16. السيد عبد العاطي وآخرون، الأسرة والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، 2006.

17. شريف العرضاوي، الاعلام الجديد بين التأصيل والتنظير، عالم الكتب الحديث ، الأردن 2016 .
18. شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الاعلامية، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2015، ص239.
19. صادق السامرائي، الوعي النفسي العربي للشبكة، شبكة العلوم النفسية العربية، للمدرسة العربية للعلوم النفسية، أمريكا، العراق، 2014-2015.
20. عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي في الصحافة والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
21. عبد الخالق محمد العيفي، بناء الأسرة والمشكلات الأسرية المعاصرة المكتب الجامعي الحديث، 2011.
22. عبد الرحمان إبراهيم الشاعر ، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عملن ، 2014.
23. عبد الرزاق محمد الديلمي ، صناعة الاعلام العالمي المعاصر ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015 .
24. علاء الدين محمد عيفي المليحي، الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية ، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية ، 2015 .
25. فاطمة عوض صابر ومرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، كلية التربية والرياضة، جامعة الإسكندرية، مكتبة ومطبعة الأشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002.
26. فضة عباسي بصلي و محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الاتصال والإعلام الوسائل والنماذج والنظريات، دار اسامة للنشر والتوزيع الاردن 2017 .
27. مايكل نبيل، سيكولوجية الأسرة الرجل - المرأة - تربية الأبناء، ماجستير في التربية (قسم معلم فصل)، مؤسسة شباب الجامعة، إسكندرية، 2014.
28. محسن السيد العريني، مناهج البحث العلمي، القاهرة، 2016.
29. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2014
30. محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية (أسسها أساليبها، مجالاتها)، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004.
31. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، قواعد ومراحل وتطبيقات، دار وائل، ط2، عمان، 1999.



32. محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية للنشر والتوزيع ،مصر 2003.
33. محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.
34. محمود حسن، الأسرة ومشكلاتها، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1981.
35. محمود طارق هارون : الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية النظرية والتطبيق ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،مصر ، 2017 .
36. محي الدين إسماعيل محمد الديهي ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور متلفين، مكتبة الفوفاء القانونية الإسكندرية ، 2015 .
37. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، المكتبة الوطنية، 2000.
38. منال هلال المزاهرة، نظريات الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012.
39. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية، الجزائر، 2004.

ثالثا: الملتقيات:

1. نبيل حليلو، الأسرة وعوامل نجاحها، ملتقى الوطني الثاني حول الإتصال وجودة الحياة في الأسرة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، قسم علوم اجتماعية أيام. 10/09 أبريل 2013.

رابعا: المجلات:

1. حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 176، ج2، ديسمبر 2018.

2. رواحي محمد، الهرمنيوطيقا والوعي الفني في الخطاب الفلسفي الغربي المعاصر، مشروع الثقافة وفلسفة الجمال، شهادة ماجستير، جامعة وهران، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الفلسفة، 2012-2013.

خامسا: المذكرات:

3. مريم نريمان نومار ،استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة الحاج لخضر - باتنة ، 2011/2012 .

4. إلهام بنت فرج بن سعيد العويضي، أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة، رسالة الماجستير، وكالة كليات البنات، الإرادة العامة لكليات البنات بجدة. 2004
5. هاجر قرين، إستخدام المراهقين لشبكات التواصل الإجتماعي على الفيسبوك والاشباعات المحققة منها، مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص إتصال وعلاقات عامة ،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ،جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2017 / 2018 .
6. هدى مصطفى عبد العالي محمد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي للشبابالريفي، دون ذكر الدرجة العلمية، دراسة ميدانية على الطلاب الريفيين بجامعة سوهاج، قسم الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، كلية الزراعة، جامعة سوهاج، 2014.
7. اليمين شعبان، الإعلام والتوعية الأسرية في المجتمع الجزائري دراسة ميدانية للأسر المقيمة بمدينة باتنة، شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية قسم علم الاجتماع، 2006.

ملاحق

ملحق رقم : 01: استمارة الدراسة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر – بسكرة –

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – قطب شتمة –



في إطار التحضير لانجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة :

بعنوان :

## دور الصفحات النسائية على الفيسبوك في نشر الوعي الأسري

دراسة مسحية على عينة من متابعات صفحة الأسرة

إشراف الأستاذة :

قوراري صونيا

إعداد الطالبة :

زينوني رندة

.....وبعد :

نضع بين أيديكم هذه الاستمارة في إطار متطلبات انجاز بحث علمي ميداني تحضيراً لشهادة الماستر ، فالرجاء قراءة الأسئلة بتأني والإجابة عنها حسب رأيك الخاص علماً أن هذه الاستمارة تستخدم لغرض علمي بحت.

السنة الجامعية : 2019/2019

## البيانات الشخصية :

1- الفئة العمرية : من 18 إلى 28  من 29 إلى 39  من 40 فما فوق

2- المستوى التعليمي: متوسط  جامعي  ثانوي  تكوين مهني

3- الحالة الاجتماعية: عزباء  متزوجة

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام المبحوثين لصفحة الأسرة على الفيسبوك :

4- منذ متى وأنت تستخدمين في صفحة الأسرة الفيسبوك ؟

أقل من سنة  من سنة إلى ثلاث سنوات  أكثر من ثلاث سنوات

5- كم تستغرقين من الوقت يوميا في استخدامك لصفحة الأسرة على الفيس بوك؟

ساعة  من ساعة إلى ساعتين  أكثر من ساعتين

حسب الظروف (وقت الفراغ)

6- ماهي الفترات المفضلة لديك لتصفح صفحة الأسرة على الفيسبوك ؟

الفترة الصباحية  الفترة المسائية  الفترة الليلية

7- ماهو المكان المفضل لمتابعتك لصفحة الأسرة على الفيس بوك ؟

المنزل  التنقل  العمل  الأماكن العامة

8- ماهي الوسيلة التي تستخدمينها في تصفحك لصفحة الأسرة على الفيس بوك ؟

جهاز الهاتف الذكي  جهاز اللوحي  الجهاز الكومبيوتر

9- هل تهتمين بكل ما ينشر عبر الصفحة الأسرة على الفيسبوك ؟

مواضيع شخصية  مواضيع معينة  كل المواضيع والقضايا

10- ماهي أشكال التفاعل لديك من خلال صفحة الأسرة ؟

إعجاب  مشاركة التعليقات  مشاركة الصور  مشاركة الفيديوهات

إعادة النشر

**11-** ماهي طرق العرض التي تؤثر فيك من خلال تصفحك لصفحة الأسرة ؟

نص كتابي  فيديوهات  صور  رسم

**12-** كيف تتعاملين مع مواضيع ومضامين المنشورات عبر صفحة الأسرة على الفيس بوك ؟  
من خلال :

التعليق  دون تفاعل  تسجيل إعجاب  المشاركة مع الآخرين

**المحور الثاني : أسباب ودوافع إقبال الأسر (المبحوثين) لصفحة الأسرة على الفيسبوك.**

**13-** ماهي دوافع استخدامك لصفحة الأسرة ؟

التعرف على تعاليم الدين الإسلامي  التعرف على تربية وتعليم الأطفال   
اخذ النصائح والإرشادات  الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية   
عدد المتابعين

**1-** ماهي أكثر المواضيع المتداولة في صفحة الأسرة ؟

تنشئة الأطفال  علاقات زوجية  تدابير منزلية   
أمور صحية

**15-** ماهي أهم الخصائص لصفحة الأسرة ؟

مصدر يمكن الاعتماد عليه للحصول على المعلومات   
السهولة والسرعة في الاستخدام  سهولة حفظ واسترجاع المعلومات   
تتميز بالمشاركة والتفاعل

**16-** ما الذي تقومين به من خلال الصفحة ؟

تبادل الرسائل  تصفح الصفحة فقط  المناقشات الجماعية   
تبادل الفيديوهات

**17-** ما الذي يجذب اهتمامك في صفحة الأسرة على الفيس بوك؟

طريقة عرض وطرح المضامين

معالجة قضايا اجتماعية

تفاعلية أعضاء الصفحة

**المحور الثالث : الاشباعات المحققة من استخدام صفحة الأسرة .**

**18-** باعتبارك متابع لصفحة الأسرة ماهي الاشباعات العلمية التي تحققها لك؟

الحصول على المعلومات

إثراء رصيدك المعرفي

تبادل المعلومات والخبرات

**19-** في ما تتمثل الاشباعات النفسية التي تحققها لك صفحة الأسرة ؟

الشعور بالرضي

التنفس والتعبير

زيادة الثقة بالنفس ( أو تعزيز الثقة بالنفس )

التخلص من التوتر والقلق

**20-** في ما تتمثل الاشباعات الاجتماعية التي تلبها لك صفحة الأسرة؟

التعرف على أشخاص لهم نفس الاهتمامات

مناقشة مختلف المواضيع

معالجة وإعطاء حلول القضايا الاجتماعية

**21-** هل اثر استخدامك في صفحة الأسرة على أسلوب حياتك ونمط معيشتك؟

نعم  لا

**22-** بعد استخدامك ومتابعتك لصفحة الأسرة هل بإمكانك الاستغناء عنها؟

نعم  لا

ملحق رقم 02: يبين واجهة صفحة الأسرة.



الأسرة  
موقع ويب تعليمي



تعرف على المزيد

حاز هذا على إعجاب Sonia و Somou و Khadidja و ٦٦,٧٢٩ من الأشخاص...



الصفحة الرئيسية المنشورات مقاطع الفيديو الصور

اقترح تعديلات

حول

<http://elosrah.com/>