

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ. د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ. د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

أ. د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ. د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ. د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ. د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مصدق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثامن والخمسون - الجزء الرابع - ذو القعدة ١٤٤٢هـ - يوليو ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمود عبدعاطي (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة الأزهر.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ١٦٧٣ ■ مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجًا) أ.م.د. أسماء محمد مصطفى عرام
- ١٧٠٣ ■ التحليل السيميولوجي لصور جائحة كورونا في المواقع الإخبارية «دراسة مقارنة بين موقعي DW الألماني وFrance 24 الفرنسي في نسختهما الناطقة بالعربية» أ.م.د. نشوى يوسف أمين اللواتي
- ١٧٦٥ ■ استراتيجيات مكافحة الجرائم الإلكترونية في العصر المعلوماتي تعزيزًا لرؤية مصر 2030: دراسة استشرافية أ.م.د. أميرة محمد محمد سيد
- ١٨٠٩ ■ استخدام طلبة الجامعات للرموز التعبيرية (الايموجي) بموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وانعكاسه على إدراك جودة الصداقة الافتراضية أ.م.د. أحمد عبد الكافي عبد الفتاح
- ١٨٦٥ ■ التحليل السيميولوجي للصورة الإعلانية السياحية في الصحف الإلكترونية المصرية د. ساره عبد الفتاح السيد
- ١٩٠٣ ■ إستراتيجيات المؤسسات الصحفية المصرية في توظيف منصاتها الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة منصات التنظيمات الإرهابية د. فيروز عبد الحميد جابر
- ١٩٤١ ■ استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية «دراسة ميدانية» إسراء سامي فهمي أحمد

١٩٩١

■ دور الحملات الإعلامية لتعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب في مكافحة المخدرات: برنامج نبراس نموذجًا رائد بن علي عبد الرحمن العمروود

---

٢٠٣٥

■ Media in Saudi Arabia: The Challenge for Female Journalists

Dr. Khoulod Aljuaid

---

٢٠٧٥

■ Nostalgia from the Perspective of Intertextuality in the Newspaper Coverage: The Case of Prince Harry and Meghan Markle

Dr. Fedaa Mohamed

---

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يونيو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2636- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكنتية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2636- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستنشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقا على كل الأبحاث التي ستنشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



مستل من رسالة ماجستير

## استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية «دراسة ميدانية»

- Villagers Use of Social Websites and Its Impact  
on Familiar Relations “A Field Study”

● إسرائ سامي فهمي أحمد

باحثة ماجستير بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنصورة

esraasamy795@gmail.com

إشراف:

أ.د/ ندية عبد النبي القاضي

أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام جامعة المنوفية

## ملخص الدراسة

لقد تمحورت الدراسة في التعرف على أثر استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتها بأسرتها، من خلال دراسة عينة من النساء الريفيات العاملات. وتنتمي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية الميدانية، والتي تهدف إلى وصف الظاهرة وتحديد الأدوات التي يمكن من خلالها توظيف الإجابة عن التساؤلات المطروحة من خلال منهج المسح الإعلامي، إذ يعد هذا المنهج من أنسب المناهج العلمية ملائمة لهذه الدراسة. وقد تمثل مجتمع الدراسة في المرأة الريفية العاملة في المجتمع المصري. وقد تم الاعتماد في دراستنا هذه على أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات من المبحوثات، لعينة قوامها 400 مفردة من النساء الريفيات العاملات في المجتمع المصري، وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ❖ دوافع استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي هو لغرض التواصل مع الأصدقاء والترفيه.
- ❖ أشارت النتائج أن المرأة الريفية العاملة تلجأ لمواقع التواصل الاجتماعي لإشباع رغبتها بالحصول على المعلومات التي تقيدها، ولأجل التسوق والعمل.
- ❖ ويظهر من خلال النتائج أنه يوجد انعكاس كبير على علاقة المرأة بأسرتها، والتي تجمع بين الإيجاب والسلب، فمن الجزء الإيجابي أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جعل التواصل سهلاً مع أفراد الأسرة المقيمين بعيداً عن بعضهم البعض بالتالي تقوية علاقاتهم، ومن الجزء السلبي هو أن حضورهم في التجمعات العائلية بدأ يقل بسبب استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: المرأة الريفية- مواقع التواصل الاجتماعي- العلاقات الأسرية.

## Abstract

The study aims to identify the extent to which working rural women use social networking sites and the motives behind this use, whether utilitarian or ritual motives, and the satisfaction achieved from it and to identify the degree of influence of social networking sites on the patterns of family relationships.

The study sample consisted of 400 female rural workers who use social networking sites from different social and scientific levels and from various governmental and private jobs and entrepreneurship.

This study belongs to the category of field descriptive studies, which aim to describe the phenomenon and identify the tools through which it is possible to employ the answer to the questions posed through the media survey method, as this method is one of the most appropriate scientific methods suitable for this study.

Our study also relied on a questionnaire as a tool for data collection, and the study reached several results, the most important of which are: • The motives of working rural women's use of social networking sites is for the purpose of communicating with friends and entertainment. • The results indicated that working rural women resort to social networking sites to satisfy their desire to obtain information that benefits them, and for shopping and work.

Key words: Rural woman- social media- families' Relations.



شهد القرن الواحد والعشرون تطورًا تكنولوجيًا هائلًا في ميادين علمية مختلفة خاصة في مجال الإعلام؛ بالتالي أصبح هناك نمو كبير وملحوظ لشبكة الإنترنت وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي " Social Media " مثل الواتس آب والفيس بوك وتويتر وغيرهما، مما أحدثت نقلة نوعية وثورة فعلية في المجتمع المصري وبين الطبقات والفئات المختلفة.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر وسائل الاتصالات شعبية بين أفراد المجتمع بسبب ما تمتلكه من خصائص ومميزات؛ فقد انتشرت بشكل سريع في الدول المتقدمة وسرعان ما انتقلت إلى الدول العربية، خاصة بعد مرورها بالثورات المتعددة؛ مما عزز زيادة استخدام مواقع الاجتماعي، ويعتبر أكثر ما يجعلها مميزة هي كونها تخطت الحواجز الثقافية والاجتماعية والعرقية والجغرافية، هذا بالإضافة إلى أنها تقرب المفاهيم والرؤى مع الآخرين والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، كما إنها تعطي الفرد حرية التعبير عن رأيه ومناقشة القضايا المختلفة، كما إنها وسيلة لتبادل الاتصال والمعرفة والقضاء على عوائق الزمان والمكان، فتزيد في تقارب الناس وترفع درجة تفاعلهم.

وتُعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مواقع وتطبيقات مصممة لتسهيل عملية التواصل بين البشر في جميع أنحاء العالم، وذلك عبر التفاعل من خلال إما عبر المنشورات أو المحادثات أو المكالمات الصوتية والمرئية، بالإضافة إلى مشاركة الأشخاص اهتماماتهم ونشاطاتهم وآراءهم عبر تلك التطبيقات، والقدرة على مشاركة المحتوى من صورٍ ومنشوراتٍ وأحداثٍ؛ مما أدت إلى تغيير الطريقة التي نعيش بها. ويُمكن استخدام هذه المواقع لأهدافٍ اجتماعية؛ كتحقيق التفاعل بين الأصدقاء وأفراد العائلة وغيرهم أينما وجدوا، كما يُمكن استخدامها لأهدافٍ تجارية.

وتُعد مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع استخدامًا؛ بل أصبحت جزءًا في الحياة اليومية للفرد، فإن عدد مستخدميها تجاوز أكثر من نصف الكرة الأرضية، فقد أظهرت الإحصاءات العالمية الحديثة عام 2020 بأن عدد المستخدمين النشيطين لمختلف مواقع التواصل الاجتماعي حول العالم 3.96 مليار مستخدم نشط، ومن المتوقع أن يرتفع هذا العدد إلى ما يقرب من 4.41 مليار في عام 2025<sup>(1)</sup>.

هذا ولقد استشرى استخدام هذه المواقع بين المصريين في الآونة الأخيرة في مناطق كثيرة، ولأغراض متنوعة ومتعددة، حتى أصبح هذا الاستخدام يمثل ظاهرة واضحة بين المصريين في الريف والحضر على السواء، فقد شمل جميع جوانب الحياة ليصل إلى أيادي المرأة الريفية التي تعتبر عمود رئيس في المجتمع المصري والمسؤولة عن بناء الأسرة وعن تنشئة الأطفال، فمواقع التواصل الاجتماعي عامل كبير يؤثر عليها وعلى علاقاته بأسرتها.

فالعلاقة الأسرية الناجحة تطلب الرفق في التعامل أي اللين والحسن مع باقي الأفراد، وتطلب الاهتمام والتواصل المستمر والنقاش، كما تعتبر الأم هي القدوة الحسنة لأطفالها، وعادة يُعرف بأن الطفل يتأثر بسلوك والديه خاصة الأم ويحب تقليدها.

كما أن المرأة الريفية العاملة في القرن الحالي أصبحت على دراية كاملة بما يدور حولها في المجتمع العالمي إلى جانب المحلي ومُلمة بالعديد من الثقافات الغربية؛ وذلك بفضل توفر مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها له؛ فهل ذلك الاستخدام سيؤثر على طريقة تفكيرها وأسلوبها بالتالي هل سينتقل ذلك الأثر على علاقتها بأسرتها؟ وما الدافع وراء استخدام المرأة الريفية لمواقع التواصل الاجتماعي؟ وهل تم إشباع دوافعها؟ هذا ما سنتطرق لمعرفته خلال دراستنا والتي بعنوان "استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية".

#### الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بالاطلاع على التراث العلمي المتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي، وقد تسنى للباحثة رصد الدراسات ذات الصلة التالية إلى محورين أساسيين:

- المحور الأول: دراسات تناولت استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- المحور الثاني: دراسات تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية.

المحور الأول: دراسات تناولت استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي:

أولاً دراسات عربية:

1- دراسة (وفاء محمد علي محمد 2021) "مواقع التواصل الاجتماعي والخرس

الزوجي: دراسة ميدانية على عينة من الأزواج بمدينة سوهاج": (2)

هدفت الدراسة للكشف عن العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والخرس الزوجي ومدى انتشار ظاهرة الخرس الزوجي في مدينة سوهاج.

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية، وقد اعتمدت الباحثة على استخدام طريقة المسح بالعينة، وبلغ حجم عينة الدراسة 330 زوجاً وزوجة.

وقد كشف البحث عن وجود ظاهرة الخرس الزوجي بين الأزواج، اختلف الخرس الزوجي باختلاف كل من المستوى التعليمي، السن، ومدة الزواج، المهنة (بالنسبة لكل من العينتين).

كما اختلفت أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة، واختلفت آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للعينتين باختلاف العوامل الديموغرافية.

ويكتسب هذا البحث أهميته من محاولة الكشف عن مدى خطورة مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة وخاصة على مشكلة الصمت الزوجي أو الخرس الزوجي.

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة اختلاف أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة (أي أن هناك فروقاً في

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير المستوى التعليمي لكل من العينتين، حيث أبرزت النتائج وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة

ومواقع التواصل الاجتماعي. وأن هناك أسباباً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومنها الهروب من المشاكل، الفراغ العاطفي، التسلية، برود المشاعر بين الزوجين.... إلخ.

2- دراسة (عائشة بنت سعيد الغابشية 2020)، "استخدامات المرأة العمانية لمواقع

التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة": (3)

هدفت الدراسة إلى تحديد استخدام المرأة العمانية لمواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد دوافع الاستخدام والإشباع التي تتحقق لدى المرأة العمانية، وكذلك أبرز

المواقع والموضوعات التي تتعرض لها، ومدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقة المرأة العمانية بالمجتمع.

وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الظواهر ووصف العلاقات السببية لغرض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها، كما اعتمدت

الباحثة على منهج المسح survey ويعتبر نموذجًا معياريًا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، وتم جمع البيانات من خلال استمارة استقصاء (استبانة) إلكترونية على عينة 225 امرأة عمانية.

أوضحت هذه الدراسة عددًا من النتائج حول استخدام المرأة العمانية لوسائل التواصل الاجتماعي أبرزها:

❖ أن المرأة العمانية تتعرض لهذه الوسائل بشكل مستمر وأصبحت جزءًا من نظامها اليومي؛ حيث إن 78.2% من عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائمًا، 20.9% تستخدمه أحيانًا.

❖ أن أبرز وسائل التواصل الاجتماعي التي تحرص المرأة "عينة الدراسة" على متابعتها كان على الترتيب: موقع واتس أب "what's app" جاء في الترتيب الأول لدى عينة الدراسة بنسبة 13.5%، بينما في الترتيب الثاني جاء موقع إنستجرام "Instagram" بنسبة 12.9%، وجاء موقع يوتيوب "YouTube" في الترتيب الثالث من حيث تفضيل عينة الدراسة بنسبة 11.9%، وفي الترتيب الرابع جاء موقع توتير "Twitter" بنسبة 11.7%، وفي الترتيب الخامس جاء موقع سناب شات "Snap chat" بنسبة 11.6%.

3- دراسة أميرة محمد محمود محمد (2019)، وعنوانها "استخدامات المرأة المصرية

للشبكات الاجتماعية على الإنترنت": (4)

استهدفت الدراسة التعرف على علاقة استخدام النساء المصريات للشبكات الاجتماعية على الإنترنت بمستوى الإشباع المتحققة لديهن، إضافة إلى اختبار الفروض الخاصة بمدى الاستخدامات والإشباع، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح باستخدام صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات، وتم تطبيقها على النساء المصريات اللاتي يستخدمن وسائل التواصل الاجتماعي من مختلف المستويات التعليمية، الاقتصادية، الاجتماعية والعلمية على عينة حصرية قوامها (444) مفردة ممن يمتلكن حسابًا أو أكثر على إحدى هذه الشبكات باستخدام أجهزة الاتصال الحديثة (محمول- حواسيب شخصية- ألواح معدنية إلكترونية).. دراسة ميدانية، وتم اختيار هذه العينة من محافظتي القاهرة والجيزة من مختلف المستويات التعليمية.

نتائج الدراسة:

• النسبة الأكبر من المبحوثات يفضلن استخدام الفضائيات والشبكات الاجتماعية عن استخدامهم لبقية وسائل الاتصال الأخرى، وذلك بسبب توفر جميع احتياجاتهن

فيهم، كما أن سرعة الإنترنت في مصر ما زالت محدودة، لكنها في تحسن مستمر، وهو ما جعلها تجتذب نسبة أكبر من المبحوثات.

- احتل Facebook المرتبة الأولى لدى المبحوثات، يليه Instagram و Twitter، يليها مواقع مشاركة مقاطع الفيديو مثل Youtube.
- من حيث المكان وحسب الوقت المتاح، جاء استخدام المبحوثات الشبكات الاجتماعية في المنزل في المرتبة الأولى يليه الجامعة، ثم المقاهي والكافيهات، وأخيرًا في أماكن العمل.
- يستخدمون الشبكات الاجتماعية بشكل يومي لأكثر من ساعتين خاصة خلال فترة السهرة من الثامنة مساءً وحتى الثانية عشرة ليلاً.

#### 4- دراسة (BrendaChawnerc - KevinCarilloa 2017) "لماذا الرجال

##### والنساء يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي": (5)

استهدفت الدراسة النساء والرجال مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضًا المؤسسات والمنظمات تستخدم حاليًا وبشكل متزايد وسائل التواصل الاجتماعي لدعم أجنحة التسويق الخاصة بهم، وتعزيز التعاون، وتطوير قدرات جديدة.

في هذه الدراسة، نجد بأن نيات المستخدمين المستمرة قد تكون حساسة للنوع، للتنظير والتحقيق في الفروق بين الجنسين في محددات نيات الاستمرارية، وتعتمد هذه الدراسة على نموذج تأكيد التوقع، ونظرية الاستخدامات والإشباع، وكذلك نظرية التفسير الذاتي وملحقاتها.

وأظهر الاستطلاع الذي تم على عينة 488 مستخدمًا أنه بينما يتم تحفيز الرجال والنساء على حد سواء بالقدرة على تعزيز الذات، إلا أن هناك بعض الاختلافات بين الجنسين على وجه التحديد، في حين أن النساء يحركهن بشكل أساسي الاستخدامات العاطفية، مثل الحفاظ على الروابط الوثيقة والوصول إلى المعلومات الاجتماعية على شبكات قريبة وبعيدة، فإن الرجال يبنون نواياهم المستمرة على قدرتهم على الحصول على معلومات ذات طبيعة عامة.

وتقدم الدراسة العديد من الإسهامات في الخطاب في أدبيات نظم المعلومات الاستراتيجية المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد والمنظمات، من الناحية النظرية، يوسع فهم ظاهرة نيات الاستمرارية وتحديدًا دور الفروق بين الجنسين في محدداتها على المستوى العملي، فإنه يقدم رؤى لموفري خدمات الشبكات

الاجتماعية والمسوقين حول كيفية تعزيز رضا واستمرار نيات مستخدمي خدمات الشبكات الاجتماعية من الذكور والإناث بشكل مختلف.

##### 5- دراسة نجات بريحة (2016) وعنوانها: "تأثير استخدام المرأة الجزائرية المتزوجة

لموقع الفيس بوك على علاقتها الأسرية" دراسة وصفية على عينة من النساء

##### الجزائريات المتزوجات: (6)

هدفت الدراسة إلى:

- دراسة عادات المرأة الجزائرية لموقع الفيس بوك باختلاف واجباتها.
- التعرف على الأسباب التي تدفع المرأة الجزائرية المتزوجة لاستخدام موقع الفيس بوك.

- التعرف على طبيعة انعكاسات استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيس بوك على علاقاتها بزوجها وأولادها.

واعتمدت الدراسة على العينة العرضية أو الصدفية، وقد تم اختيار 157 مفردة من المرأة الجزائرية المتزوجة، وقد تم استخدام ثلاث نظريات هي: نظرية العلاقات الاجتماعية، ثم نظرية التنظيم الاجتماعي وأخيرًا نظرية الاستخدامات والإشباع. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

1- أن استخدام أفراد العينة للإنترنت هو استخدام معتدل وبعيد عن حالات الإدمان الكبير.

2- ربع الزوجات والأزواج تقريبًا لا يشاركون بعضهم البعض فيما يقومون ويشاهدون على الشبكة، ولا يتنافسون في ذلك؛ مما يشير أن كل طرف يمكنه عمل ما يريد ورؤية ما يشاء دون معرفة الطرف الآخر.

3- ما يقرب من ثلث الآباء والأمهات لا يحرصون على استخدام برامج ووسائل الحماية التي تمنع الأبناء من الوصول إلى المواقع الإباحية؛ مما يؤكد عدم اهتمامهم باستخدام تلك البرامج والوسائل التي تعد أهم ما يمكن استخدامه لحماية الأبناء من أكثر الأمور سلبية على شبكة الإنترنت.

##### المحور الثاني: دراسات تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية:

1- دراسة (مريم قديد، سليمة مداني 2021)، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على

##### الاتصال الأسري- الفيس بوك نموذجًا:-

تهدف الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، وأثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الآباء والأبناء

والعلاقة بين الزوجين، وللكشف عن كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري.

وتتمثل أهمية الدراسة في التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها بيئة افتراضية تربط بين الأفراد من أماكن متباعدة ليسهل عملية التواصل بينهم، وتتمثل أهمية الدراسة أيضًا في التطرق للأسرة باعتبارها بيئة اجتماعية، فهي تعتمد على الاتصال بين أفرادها للمحافظة على العلاقات الأسرية.

وتم اتباع المنهج الوصفي في عملية البحث، وتكونت عينة الدراسة من 45 أسرة. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي إلى الحد من الحوار داخل الأسرة.
- مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على العمل الجماعي بين أفراد الأسرة.
- مواقع التواصل الاجتماعي لا تسهم في اتصال أو تماسك أفراد الأسرة فيما بينهم.

2- دراسة (م. د. زينب عبد الله محمد، م. بروين حسين علي 2020)، "مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية العراقية.. دراسة ميدانية لأسر موظفي

#### كليات مجمع باب المعظم": (7)

تعد وسائل التواصل الاجتماعي إحدى أهم المخاطر الكبيرة للكثير من الأسر، على الرغم مما تحمله من إيجابيات لا يمكن أن ينكرها أحد، إلا أنها تحمل بين ثناياها مخاطر عدة يصعب تجاهلها بفعل تأثيرها على أفرادها، فقد أثرت تلك الوسائل تأثيرًا سلبيًا على العلاقات الأسرية وأسهمت في تغيير سلوك أبنائها، ولأجل التحقق من مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية فقد قامت الباحثتان باختيار عينة عشوائية بسيطة قوامها (80) من أسر الموظفين والموظفات في مجمع كليات باب المعظم، وفي مختلف الأعمار، ولقد تبنى البحث فرضيتين، أعدت استبانة لهذا الغرض بوصفها الأداة الأساسية في عملية جمع البيانات، فضلًا عن المقابلات التي أجريت مع المبحوثين، من خلال استخدام قانون (كاي سكوير) للوصول إلى طبيعة العلاقة الدالة بين المتغيرات.

وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج، أبرزها:

1- لم تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على ضعف العلاقة العاطفية بين الزوج والزوجة؛ نظرًا لأن متوسط أعمار المبحوثين من الأزواج بلغ (42) عامًا وهذا دليل على أن العلاقة العاطفية بين الأزواج في هذا العمر أكثر استقرارًا؛ لذا فإن هذه المواقع لم تؤثر على علاقتهم العاطفية، فضلًا عن تأكيد أن أبناءهم هم أكثر استعمالًا منهم لهذه الوسائل.

2- أكد (65%) من المبحوثين على زيادة الفجوة بين الآباء والأبناء بسبب وسائل التواصل الاجتماعي.

3- أن (55%) من المبحوثين يؤيدون أن انشغال الأبناء بوسائل التواصل الاجتماعي أدى إلى انتشار مفاهيم الاستقلالية والحرية وعدم تدخل الأهل بأمورهم الشخصية.

1- دراسة الباحثة فاطمة أحمد علي عوض (2019) وعنوانها: "الكفاءة الإدارية للزوجة في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق الأسري": (8)

تهدف الدراسة إلى دراسة الكفاءة الإدارية للزوجة في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق الأسري.

وتحددت المشكلة في محاولة الإجابة على التساؤلات التالية:

ما هو معدل اتصال الزوجات عينة البحث بمواقع التواصل الاجتماعي عبر الأجهزة المحمولة يوميًا؟ وما هي الأهمية النسبية لمواقع التواصل الأكثر استخدامًا من الزوجات عينة البحث، وللمآكن التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي، وللمدة الزمنية لاستخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي؟ والأهمية النسبية للمشكلات (النفسية- الأسرية- الصحية) التي تعاني منها الزوجات نتيجة استخدامهن مواقع التواصل الاجتماعي؟

ما الفروق في التوافق الأسري بمحاورة (علاقة الزوج بالزوجة، علاقة الزوجين بالأبناء، علاقة الأبناء ببعضهم) وفقًا للعوامل الديموغرافية (المنطقة السكنية- عمل الزوجة- تعليم الزوجين- مهنة الزوجين- الدخل الشهري للأسرة- عمر الزوجين- مدة الحياة الزوجية- عدد الأبناء)؟

واتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (250) زوجة ممن تستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي، وتم اختيارهن بطريقة قصدية من المقيمتات في حضر وريف محافظة الفيوم ومن مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة، لتطبيق أدوات الدراسة التي تمثلت في استمارة البيانات العامة للأسر، واستمارة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للزوجة، بالإضافة إلى مقياس (استخدام مواقع التواصل الاجتماعي- مقياس الكفاءة الإدارية للزوجة- مقياس التوافق الأسري).

كما أسفرت نتائج الدراسة عن أن موقع الفيسبوك هو الأكثر استخدامًا بين مواقع التواصل الاجتماعي عند أغلب الزوجات عينة البحث، يليه (الواتس آب) بنسبة (12%)، يليه (اليوتيوب) بنسبة (9.6%)، يليه (فيسبوك ماسنجر) بنسبة (6%)، وأن أغلبهن تستخدمن مواقع التواصل (من ساعة إلى 5 ساعات) بنسبة (58.0%)، وأنهن تستخدمن



مواقع التواصل الاجتماعي بصورة أكبر في المنزل بنسبة (95.6%). كما أسفرت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الزوجات عينة البحث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً (للمنطقة السكنية- وعمل الزوجة- ومهنة الزوجة- ومدة الزواج- وعدد الأبناء)، وكانت الفروق في الاستخدام الأكثر رشداً لمواقع التواصل في المنطقة السكنية لصالح الحضر، وفي عمل الزوجة لصالح العاملات، وفي مهنة الزوجة لصالح الزوجات ذات المستوى المهني المتوسط.

## 2- دراسة محمد صفاء عبد الرحمن بيومي (2018) وعنوانها "أثر وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على قيم الأسرة الريفية في محافظة الشرقية": (9)

استهدفت الدراسة التعرف على أشكال وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة التي يستخدمها أفراد الأسرة الريفية وتحديد مدة استخدام، ودرجة تفضيل هذه الوسائل، وقياس درجة التمسك ببعض قيم الأسرة الريفية.

**محاورها** (قيم رعاية الأسرة وبنودها، والقيم الاجتماعية وبنودها، والقيم الاقتصادية وبنودها، والقيم الشخصية وتنمية الذات والقيم الدينية والصحية والتعليمية والفهم السياسي والثقافي)، وتحديد نسبة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على درجة التمسك بقيم الأسرة الريفية.

بالإضافة إلى التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على الأسرة الريفية بمحافظة الشرقية، وتحديد مقترحات الباحثين للحد من الآثار السلبية وتدعيم الآثار الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة، والاستفادة منها بريف محافظة الشرقية.

وأجريت الدراسة على عينة مكونة من 376 مبعوثاً بقريتي أمر الزين والفحيجي بمحافظة الشرقية، في الفترة من بداية شهر يناير حتى نهاية شهر مارس سنة 2018، وجمع البيانات باستخدام استمارة استبانة بالمقابلة الشخصية.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها:

- ❖ أن أكبر موقع مفضل لدى الباحثين هو موقع ماسنجر، يليه موقع الفيسبوك.
- ❖ وأن درجة التمسك بالقيم الريفية متوسطة بنسبة (64.90%)، وبلغ معدل التمسك بالقيم الريفية المدروسة نحو 75.9%، وبالتالي بلغ معدل التحرر من هذه القيم 24.1%.
- ❖ كما تبين وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بين درجة تمسك الباحثين بالقيم الريفية وبين متغيراته: عدد سنوات استخدام الوسائل التواصل الاجتماعي، ودرجة ترشيد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأيضاً وجود علاقة ارتباطية سالبة مع

متغيرات: الاتجاه نحو التجديدية، وعدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

### 3- دراسة الباحث مصطفى عباس محمد علي (2018) وعنوانها "استخدام الجمهور العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على العلاقات الأسرية" - دراسة ميدانية: (10)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أسباب الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد أبرز مواقع الاتصال الاجتماعي عبر الإنترنت التي يقدم الأفراد على الاشتراك بها؛ وكشف الدوافع من وراء استخدام هذه الشبكات من قبل الفرد.

كما تتمثل مشكلة الدراسة في تساؤل رئيس: هل استطاعت التكنولوجيا الحديثة أن تكون وسيلة اتصال صادقة وفعالة بين أفراد الأسرة؟ أم أنها كانت على العكس من ذلك عملت على تقليص المشاعر والعطف فيما بين الأفراد وبالتالي ينتج تفكك في العلاقات والروابط الأسرية؟

وتم إجراء تلك الدراسة لقلة الدراسات التي أجريت في هذا المجال، وتأتي أهمية الدراسة نتيجة الأهمية المتزايدة التي اكتسبتها مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت وسهولة الاشتراك بها، بالإضافة إلى ارتفاع عدد المشتركين بها من مختلف الأعمار في الأسر العراقية.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تتجاوز وصف الظاهرة إلى تفسيرها، والعوامل التي أدت إلى وقوعها، والتوصل إلى نتائج يمكن تعميمها، حيث اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح كأحد المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية التي نستطيع من خلالها دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. تم اختيار مجتمع الدراسة من جمهور مدينة بغداد، إذ تم اختيار عينة من الجمهور العام قوامها (400) مفردة بالاعتماد على العينة العشوائية المتعددة المراحل، وذلك من مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة وكذلك مستويات تعليمية مختلفة، كما اعتمدت تلك الدراسة على الاستبانة للحصول على بيانات تعبر عن استجابات الباحثين عن الأسئلة التي أُعدت.

وتوصلت الدراسة لتلك النتائج:

- وجود انعكاسات عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بصورة عامة بنسبة 3.46% وهذه النتيجة تُرجح استطاعة شبكات التواصل الاجتماعي من التأثير على العلاقات الأسرية سواء في بالإيجاب أو السلب.

- يرى 50% من المبحوثين أن هناك آثارًا سلبية من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة جاءت منسجمة مع الآراء التي تقر بوجود تأثيرات ذلك؛ لما لحق بالمجتمع من حالات تفكك للترابط الأسري وغياب الأجواء العائلية التي كانت عليها الأسر في السابق.

- أثبتت نتائج الدراسة بأن هناك انعكاسات إيجابية لاستخدام مواقع التواصل على العلاقات الأسرية بنسبة 52.44% من عينة الدراسة.

#### 4- دراسة إسماعيل بحاش وإسماعيل فايد (2018) وعنوانها "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التفكك الأسري": (11)

هدفت الدراسة إلى إبراز ما إذا كان لموقع التواصل الاجتماعي تأثير على التفكك الأسري، ومعرفة طبيعة العلاقات الأسرية في ظل استخدام الزوج لحساب الفيس بوك. وقد تم استخدام نظرية الاستخدامات والإشباع. وتم اختيار عينة من الأستاذات المتزوجات اللاتي يبلغن حوالي 283 أستاذة بجامعة المسيلة تم أخذ 10 من العدد الإجمالي.

والمنهج المستخدم هو المنهج المسحي، فهو منهج يهدف إلى دراسة الظاهرة، أو تحديد المشكلة، أو تبرير الظروف والممارسات، أو التقديم والمقارنة، وأيضًا هو ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطته استجواب جميع أفراد مجتمع البحث، أو عينة البحث.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن الاستخدام المفرط من طرف الزوج لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على العلاقات الأسرية بنسبة 28.39%.
- استخدام الأزواج المفرط لحساب الفيس بوك وتخصيصهم مدة طويلة يجعلهم ينزولون عن أسرهم حتى وإن كانوا يستخدمونه في البيت، وذلك بنسبة 50%.
- أنه قد أسهم في خلق مشاكل داخل الأسرة، من بينها غياب الحوار بين الزوج والزوجة، ونسيان الواجبات، وعدم توفير جو عائلي ملائم.

#### 5- دراسة أحمد فتیان ياسين علي (2017) عنوانها "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغيير القيمي لدى الشباب الريفي بمحافظة سوهاج": (12)

هدفت الدراسة إلى تحديد أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغيير القيمي لدى الشباب الريفي، وتم اختيار محافظة سوهاج مجالًا جغرافيًا للدراسة، وتم اختيار عينة عمدية من الشباب الريفي من سن 18 إلى 35 سنة من العضوية العاملة بمراكز الشباب في خمس مراكز إدارية موزعة جغرافيًا على مستوى المحافظة، وتم اختيار فريقين من كل

مركز، وتم جمع البيانات منها باستخدام استمارة الاستبانة وباستخدام المجموعات البؤرية، وتم التوصل إلى النتائج التالية: أظهرت النتائج أن الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر عددًا من الشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن موقع الفيس بوك هو أكثر المواقع الاجتماعية التي يستخدمها الشباب الريفي، وأن الهاتف المحمول المتصل بالإنترنت هو الوسيلة الأكثر استخدامًا من قبل الشباب الريفي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

6- دراسة بن عبود نسرین (2017) وعنوانها "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري": (13)

هدفت الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأسرة، والكشف عن الدوافع والاستخدامات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأسرة، وعن كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري. وتتمثل أهميتها بالتعرف على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها بيئة افتراضية تربط بين الأفراد من أماكن متباعدة ليسهل عملية التواصل فيما بينهم، وتطرقها للأسرة باعتبارها بيئة اجتماعية، فهي تعتمد على الاتصال بين أفرادها لخلق التواصل بينهم والمحافظة على العلاقات الأسرية.

بالإضافة إلى أن المنهج المستخدم هو المنهج المسحي، وقد تم تطبيق الدراسة باستخدام عينة عمدية، بالاعتماد على 100 مفردة، وباستخدام استمارة الاستبانة والملاحظة لجمع البيانات من المبحوثين.

وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- أن معظم الأفراد يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى ثلاث سنوات، ويفضل أغلبهم خدمة الإعجاب والردشة بالدرجة الأولى.
- أن الأفراد يقضون وقتًا كبيرًا في التحدث مع أصدقائهم. كما أنه يوجد اختلاف بين المبحوثين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

9- دراسة (2015) Alsanie, Saleh Ibrahim "علاقة وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر وواتس آب) المستخدمة بطلاب الجامعات وتواصلهم مع عائلاتهم في السعودية": (14)

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والوسائط الاجتماعية التالية: WhatsApp و Twitter و Facebook واستمرار طلاب الجامعة مع عائلاتهم. وتكونت العينة من طلاب من كلية العلوم الاجتماعية بجامعة الإمام

محمد بن سعود الإسلامية بالرياض، من الأقسام الأربعة التي درست فيها البكالوريوس حتى المستوى الثامن، وبلغ إجمالي العينة 658 طالبًا من أقسام: علم النفس، علم الاجتماع والجغرافيا والتاريخ، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

(1) وجود علاقة سلبية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ذات الأهمية الإحصائية وعلاقة الطلاب بعائلاتهم.

(2) عدم وجود تأثير على نوع القسم العلمي على وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة.

(3) الوقت الذي يقضيه في وسائل الاتصال: جاء الوقت أقل من ساعة في المرتبة الأولى (37.6%) من WhatsApp، و (54.4%) من تويتر، و (76.5%) لفيس بوك.

(4) في انتشار الوسائل، تم تصنيف WhatsApp بالطريقة الأولى (93.4%) ثم (46.4) Twitter و(36.8) Facebook، وخلص الباحث إلى مناقشة مجموعة من التوصيات المستمدة من نتائج البحث.

10- وداد قسم السيد فرج (2014) وعنوانها "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة بولاية بالخرطوم": (15)

هذه الدراسة تهدف إلى الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات داخل الأسرة، ومعرفة العلاقات الاجتماعية داخلها سلبيًا وإيجابيًا، والأدوار الوظيفية لكل فرد داخل الأسرة، والأنماط السلوكية والاجتماعية السائدة فيها ودور التنشئة الاجتماعية. واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي؛ لأنه أكثر مناهج العلوم الاجتماعية بساطة من حيث الاستخدام، فهو يتيح استخدام أدوات جمع البيانات بصورة مجتمعة، كما أنه الأنسب لتصوير مشكلة الدراسة، وأيضًا لكشفه أبعاد المشكلة وتحليلها ودراستها وكيفية الحصول على معلومات دقيقة عنها، استخدمت الباحثة هذا المنهج للوقوف على أثر التغيير الثقافي والاجتماعي الذي أحدثته مواقع التواصل داخل الأسرة سلبيًا وإيجابيًا. اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية طبقية، وقد تمت الاستبانة على (150) مفردة من داخل محلية الخرطوم وسط (وحدتي العمارات والديوم) والتي يبلغ عدد سكانها (5000) بنسبة 33%.

كما استخدمت نظرية التبادل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

• أثبتت الدراسة التطبيقية بأن هناك أثرًا واضحًا لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات داخل الأسرة.

- ما تبثه مواقع التواصل الاجتماعي من ثقافات مغايرة تتعارض من نسق القيم الدينية والأخلاقية والثقافية داخل الأسرة.
- انشغال وانغماس أفراد الأسرة لفترات زمنية طويلة سبب في ضعف العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة.

#### مشكلة الدراسة:

يُعد الإنترنت من المظاهر التكنولوجية الأكثر انتشارًا واستخدامًا في عصرنا الحالي؛ كما إنه لم يعد يؤدي دوره في التواصل بين الأفراد ونقل المعلومات فقط، وإنما أصبح لديه العديد من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية؛ فثورة الجيل الثاني من الإنترنت والتي على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت واسعة الانتشار ومتاحة لجميع فئات المجتمع ولجميع الأعمار، إذ استطاعت تلك الوسائل أن تجعل الفرد يتعلق بها كثيرًا؛ نظرًا لتلك الخدمات التي تنتجها وتقدمها والتي غالبًا ما تتعلق بالدرجة الأولى باهتمامات الفرد وتطلعاته، بالتالي أصبحت ذا أهمية وأثر كبير لجميع طوائف المجتمع.

كما أن المرأة خاصة المرأة الريفية انتقل تعرضها لوسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والإذاعة إلى فضاء الإنترنت الذي فتح أبوابًا متعددة أمامها؛ خاصة فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي بأنواعه المختلفة مثل الفيس بوك واليوتيوب والواتس آب وتويتر والانستغرام... وكل نوع من تلك المواقع لديه ما يميزه وما يجذب إليه المرأة فمنه الثقافي، التعليمي، الترفيهي، الاقتصادي والسياسي وغيرهم، كما اختلفت استخدامات المرأة له، فمنها من تستخدمه كمكان لعرض مواهبها، أو متنفسًا لتفريغ همومها، أو إنشاء مجموعات للتواصل والنقاش، أو للطبخ أو الترفيه، أو للتواصل مع الأصدقاء؛ ومنها من تجده مكانًا للتعليم، كما أن بعض النساء يستخدمنه لإشباع فضولهن بمعرفة أخبار الناس، أو لغرض نشر صور لها أو لعائلتها وأصدقائها وغيره، فقد تعددت أسباب الاستخدام لكن يجمعهن شيء واحد وهو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة في عصرنا الحالي.

بالتالي يُعد ذلك الاستخدام مضيعةً لوقت كبير من حياة المرأة العاملة وعامل مؤثر على طريقة تفكيرها وأسلوبها، فهل سيؤثر ذلك الاستخدام على علاقتها بأسرتها وبمجتمعتها؟ ومن هنا تتلخص مشكلة الدراسة في معرفة علاقة المرأة الريفية العاملة بمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بالتطبيق على مواقع الفيس بوك والواتس آب وتويتر واليوتيوب والانستغرام، وتحديد علاقة المرأة الريفية بهما، ونوعية المحتوى التي تتعرض له؛ ودوافع

استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة لها من وراء ذلك الاستخدام، وأثر ذلك الاستخدام عليها وعلى علاقاتها بأسرتها وبمجتمعتها.

### أهمية الدراسة

تتمثل هذه الأهمية فيما يلي:

- 1- إثراء الدراسات والبحوث التي تجرى في مجال شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- تناول الدراسة شريحة مهمة من شرائح المجتمع، وهي شريحة "الريفيات العاملات"، وهي شريحة لا يمكن التغاضي عن دورها السياسي والاجتماعي في الوقت الحالي في المجتمع المصري.
- 3- التطور التكنولوجي الدائم لشبكة الإنترنت وبالتحديد شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت مثل (الفايس بوك، الواتس آب، تويتر، يوتيوب، الانستغرام).
- 4- ارتفاع معدلات استخدام أدوات الاتصال الجديدة.
- 5- كثير من الدراسات اهتمت بالفتاة الجامعية التي لا يزيد عمرها عن (22) ولم تهتم أو تركز على السيدة العاملة وخاصة الريفية العاملة.
- 6- قلة الدراسات الحديثة التي تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وانعكاسها على العلاقات الأسرية.
- 7- الأهمية المتزايدة التي اكتسبتها مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي، وتنوع مجالات استخداماتها وظهور استخدامات حديثة لها.
- 8- توفير معلومات جديدة للباحثين عن دوافع استخدام المرأة الريفية لمواقع التواصل الاجتماعي والحاجات التي تبحث عنها من خلال تلك المواقع لإشباعهن.

### أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس وهو: التعرف على استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية، ويتفرع من هذا الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية، وهي:

- 1- التعرف على مدى استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- دوافع استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت دوافع منفعية أو طقوسية والإشباع المتحققة منه.
- 3- إلقاء الضوء على أهم مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت التي تقبل عليها المبحوثات-عينة الدراسة- على الاشتراك فيها.

4- التعرف على نوعية الموضوعات التي يفضلونها المبحوثات والملفات التي يتبادلنها معاً، وفيما إذا كانت المبحوثات يراقبن أبناءهن أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أم لا؟

5- التعرف على أسباب الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت (الفيس بوك، تويتر، يوتيوب...).

6- الكشف عن علاقة الريفيات العاملات بوسائل الإعلام الجديد والإشباع المتحققة منها.

7- الكشف عن كيفية استخدام المبحوثات -عينة الدراسة- لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت.

8- الكشف عن طبيعة تعامل الريفيات العاملات داخل المجتمعات الافتراضية المتاحة عبر الإنترنت، والتعرف على تفضيلهم لها ومدى تأثير ذلك على حياتهم الواقعية.

**الإطار النظري:**

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات " Uses and Gratifications Theory":

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على فرض أساسي وهو "أن الفرد له دور إيجابي في عملية الاتصال، وذلك لأنه لديه دوافع وحاجات تدفعه لاستخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاته ورغباته"، فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات يرى أن الفرد هو المسؤول عن اختيار وسيلة الإعلام التي تُشبع احتياجاته، وعندما تتحقق الوسيلة أي الإشباع المتوقعة فإن ذلك يقود لاستمرار استخدام الوسيلة. (16)

**أسباب تطبيق النظرية على الدراسة الحالية:**

يعتبر مدخل الاستخدامات والإشباعات من المداخل النظرية التي تفسر دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الحديثة "مواقع التواصل الاجتماعي"؛ على اعتبار كونهم جمهوراً نشطاً يسعى بشكل فعال وهادف وراء تلك الوسائل لإشباع احتياجاته.

وفي تلك الحالة فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات ملائم في دراسة تشمل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الثري بالعديد من أشكال الاتصال؛ مثل قدرة المستخدات على التواصل مع الآخرين والمشاركة في أنشطة المواقع وإسهاماتهن بأفكارهن، والتعبير عن آرائهن، واكتساب معلومات جديدة والتعرف على مجتمعات أخرى، مما أدى إلى خلق دوافع جديدة تختلف عن تلك النابعة من وسائل الإعلام التقليدية، دفعت الباحثة إلى



توظيف هذا المدخل في الدراسة للكشف عن دوافع استخدام المرأة الريفية لمواقع التواصل الاجتماعي، وللتعرف على الإشباعات التي حققتها من خلال استخدامها لتلك المواقع.

### تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة التساؤلات التالية:

- 1.. ما المواقع التي تفضلها الريفيات العاملات -عينة الدراسة- من بين جميع مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 2.. ما المكان الذي تستخدم فيه الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 3.. ما أفضل الأوقات التي تتعامل فيها الريفيات العاملات مع مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 4.. ما عدد الساعات التي تقضيها الريفيات العاملات مع مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 5.. ما نوعية الموضوعات التي تفضلها الريفيات العاملات على مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 6.. ما الذي تتبادله الريفيات العاملات مع الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 7.. ما دوافع استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 8.. هل تستخدم الريفيات العاملات -عينة الدراسة- مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل فقط أم في الأماكن العامة أيضاً ؟
- 9.. ما الإشباعات المتحققة لدى الريفيات العاملات من استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 10.. ما انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية "بين المرأة وأفراد أسرتها".

### نوعية الدراسة ومنهجها:

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الميدانية والتي تهدف الى التعرف على الأوصاف الدقيقة لطبيعة استخدام المرأة الريفية لمواقع التواصل الاجتماعي، والعلاقة بين مدى استخدامهن وبين مدى تأثيره على علاقتهم الأسرية.

منهجها: تعتمد على منهج المسح الإعلامي إذ يعد هذا المنهج من أنسب المناهج العلمية ملائمة لهذه الدراسة.

### مجتمع الدراسة وعينتها:

يعرف مجتمع الدراسة على أنه: مجموعة من العناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تتميز عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي. (17)

يشمل مجتمع الدراسة المرأة الريفية العاملة في المجتمع المصري. عينة الدراسة: تتكوّن من (400) مبحوثة من العاملات الريفيات اللاتي تستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي (الفايس بوك، تويتر، انستغرام، يوتيوب..). من مختلف المستويات الاجتماعية والعلمية ومن مختلف الوظائف الحكومية والخاصة والأعمال الحرة، وقد تمّ اختيار عينة الدراسة من محافظتين مختلفتين لكنهم يمثلون محافظات الجمهورية وهم (200) مفردة من محافظة الشرقية؛ لأنها تمثل الوجه البحري و(200) مفردة من محافظة المنيا لكونها تمثل الوجه القبلي.

### أدوات جمع البيانات:

للوصول إلى المعلومات لابد من جمع المعلومات حول الظاهرة المقصودة باستخدام المنهج المناسب، وطبيعة هذا المنهج تحدد أداة جمع البيانات التي تعتبر من الخطوات الأساسية في إجراء أي بحث، ولقد استخدمت هذه الدراسة استمارة الاستبانة (Questionnaire)، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبانة حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة.

### اختبار الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبانة في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

#### ❖ اختبار الصدق (Validity):

ويعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبانة) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

#### ❖ اختبار الثبات (Reliability):

ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحثة تخفيض

نسب التباين لأقل حد ممكن؛ من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي:

قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبانة، ثم أعادت تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول، والذي وصل إلى 92.8%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

#### التحليل الإحصائي للبيانات:

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

#### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أولاً: المقاييس الوصفية.

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.

الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة:

(المتوسط الحسابي  $\times 100$ )  $\div$  الدرجة العظمى للعلاقة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
- كاي (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية.

#### التعريفات الإجرائية:

##### الاستخدام:

نظرياً: يتضمن معنيين أساسين هما:

الأول: الممارسة الاجتماعية لشيء ما وتكراره؛ مما يجعله عادياً في ثقافة ما، وبالتالي تقترب من العادات والطقوس.

الثاني: استعمال شيء ما لإشباع غاية خاصة، ويعني ذلك أن الجمهور هو الذي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ويتابع المحتوى والمضمون بإرادته واختياره. إجرائيًا: يقصد بالاستخدام في تلك الدراسة عملية تصفح المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي.

#### الريفيات:

نظريًا: هي امرأة عاملة في المناطق الريفية، يعتمد غالبيتها على الموارد الطبيعية والزراعة لكسب عيشهن، ويشكلن أكثر من ربع مجموع سكان العالم، وفي البلدان النامية، تمثل المرأة الريفية حوالي 43% من القوة العاملة الزراعية، وينتج الكثير من المواد الغذائية المتوفرة ويعدونها، مما يجعلهن المسؤولات الأساسيات عن الأمن الغذائي، وإذا وضع في الاعتبار أن 76% من الذين يعيشون في فقر مدقع، يتواجدون في المناطق الريفية، فإن ضمان وصول المرأة الريفية إلى الموارد الإنتاجية الزراعية يسهم في خفض الجوع والفقر في العالم، ويجعل المرأة الريفية عنصرًا مهمًا<sup>(1)</sup>. إجرائيًا: يقصد بالمرأة الريفية هنا التي وُلدت ونشأت في بيئة ومجتمع ريفي مصري.

#### الريفيات العاملات:

نظريًا: هن جزء من المجتمع، فقد اعتادت الخروج والذهاب إلى عملها، كانت عنصرًا منتجًا وفعالًا في المجتمع، كما أنها كانت تتمتع باستقلال مادي سواء كانت عزباء أم متزوجة، تجمع بين عملها ومنزلها وواجباتها تجاه أسرته. (18) إجرائيًا: هن النساء اللاتي نشئن في بيئة ومجتمع ريفي يختلف عن المَدُن من حيث المنشأ والعادات والتقاليد؛ فهؤلاء كافحن للحصول على تعليم عالٍ ووظيفة تناسبهن في مختلف المجالات الزراعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والتعليمية وغيرها؛ رغم الصعاب اللاتي واجهتهن للوصول لتلك المرحلة التي جعلها مميزة ليس فقط داخل المجتمع الريفي، ولكن أيضًا داخل المجتمع المصري.

#### مواقع التواصل الاجتماعي:

نظريًا: هي مجموعة التقنيات المتاحة على الشبكة العنكبوتية والتي يستعملها الناس لغايات التواصل والتفاعل، وقد تقدم هذا المفهوم مؤخرًا ليثير ضجة ضخمة، ويعني هذا المفهوم جميع وسائل التواصل الإلكتروني المتاحة في القرن 21.

كما أنها كل ما يطلق على المواقع المختلفة التي تسهل وصول الناس لبعضهم البعض وتسهيل التعارف بين الناس ونشر كل ما يخص الأشخاص وعن حياتهم وتفاصيلهم اليومية؛ ولها عدة أشكال كالفيسبوك والإنستغرام والتويتير واليوتيوب والياهو والجي ميل،

وغيرها من الوسائل التي فتحت الأفق بين الناس للتعارف ومعرفة الثقافات المختلفة، وأصبح العالم بسبب هذه المواقع كالقريبة الصغيرة.  
**إجرائياً:**

مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها "فيس بوك، تويتر، انستغرام، واتس اب" يستخدمونه الأفراد للتواصل مع الآخرين مما يتيح باب التعارف بمختلف الشخصيات كما يوفر معلومات كثيفة في مختلف المجالات وايضاً معرفة ما يحدث حول العالم من قضايا وأحداث مما يكثف من ثقافة المستخدم لهم.

#### الأثر:

نظرياً: كل ما أنشأه الإنسان أو أنتجه أو اكتشفه أو عثر عليه أو عدّله أو رمّمه.  
إجرائياً: الأثر الناتج من استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل على أسرتها وعليها.

#### الأسرة:

لغة: يصدق على الدرع الحصين، وعلى أهل الرجل وعشيرته، وعلى الجماعة التي يربطها أمر مشارك، وجمعها أُسْر، وهي الربط والقيّد، ومنها أيضاً الأسير أي أسير الحرب<sup>(1)</sup>.  
نظرياً: هي المجموعة التي يرتبط ركنها بالزواج الشرعي، والتزمت بالحقوق والواجبات بين طرفيها، وما ينتج عنها من ذرية، وما يتصل بها من أقارب.  
او كما يعرفها أوجست كونت: أنها الخلية الأولى في جسم المجتمع، والنقطة الأولى التي يبدأ منها التطور، والوسط الطبيعي والاجتماعي الذي يتعرّع فيه الفرد.  
إجرائياً: يقصد بالأسرة في الدراسة العائلة، أي أفراد أهل المنزل الواحد من زوج وزوجة وأخ وأخت، وابن، وجد وجدة.

## - نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (1) بيانات شخصية متعلقة بالريفيات العاملات

الإجمالي		البيانات الشخصية	
%	ك		
90.3	361	من 20 أقل من 30	السن
7.5	30	من 30 أقل من 40	
2.3	9	من 40 50	
100.0	400	الإجمالي	
8	32	متوسط	المستوى التعليمي
77.5	310	جامعي	
14.5	58	دراسات عليا	
100.0	400	الإجمالي	
77.0	308	عزباء	الحالة الاجتماعية
20.3	81	متزوجة	
2.5	10	مطلقة	
.3	1	أرملة	
100.0	400	الإجمالي	
15.0	60	موظفة في قطاع خاص	طبيعة الوظيفة
9.0	36	موظفة في قطاع عام	
8.5	34	أعمال حرة	
12.3	49	ربة بيت	
55.3	221	طالبة	
100.0	400	الإجمالي	
66.5	266	أقل من 3000	مستوى الدخل الشهري
22.5	90	3000 إلى أقل من 5000	
4.8	19	5000 إلى أقل من 7000	
2.8	11	7000 إلى 10000	
3.5	14	أكثر من 10000	
100.0	400	الإجمالي	
45.8	183	ريف	مكان المسكن الحالي
54.3	217	حضر	
100.0	400	الإجمالي	

26.0	104	نعم	هل سافرت للخارج؟
74.0	296	لا	
100.0	400	الإجمالي	
43.3	45	التعليم	إذا كانت الإجابة بنعم أي الأماكن سافرت إليها؟
27.9	29	العمل	
101.0	105	مرافقة الأسرة	
35.6	37	سياحة	
104		الإجمالي	
27.3	109	ضعيف	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
66.5	266	متوسط	
6.3	25	عالي	
100	400	الإجمالي	

يشير الجدول السابق إلى الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة؛ حول السن، حيث تبلغ نسبة من تتراوح أعمارهم من 20 إلى 30 عامًا (3,90٪)، ومن تتراوح أعمارهم من 30 إلى 40 عامًا (5,7٪)، وأخيرًا من تتراوح أعمارهم من 40 إلى 50 عامًا (3,2٪). وحول المستوى التعليمي، تبلغ نسبة الحاصلات على مؤهل "جامعي" (5,77٪)، وتبلغ نسبة الحاصلات على "دراسات عليا" (5,14٪)، وأخيرًا تأتي نسبة الحاصلات على مؤهل "متوسط" (8٪). وبالنسبة للحالة الاجتماعية، تصل نسبة "العازبات" إلى (77٪)، ثم تأتي "المتزوجات" بنسبة (3,20٪)، وأخيرًا "الأرامل" بنسبة (3,0٪). وحول طبيعة الوظيفة، تصل نسبة "الطالبات" إلى (3,55٪)، ثم "ربات البيوت" (3,12٪)، وأخيرًا "صاحبات الأعمال الحرة" (5,8٪). أما بالنسبة لمستوى الدخل الشهري، فبلغت نسبة من تقل دخولهن عن "3000 ج" (5,66٪)، ثم من تتراوح دخولهن بين "3000 و5000 ج" (5,22٪)، وأخيرًا تبلغ نسبة من تتراوح دخولهن بين "7000 و10000 ج" (8,2٪). وفيما يتعلق بمكان المسكن الحالي، بلغت نسبة "ساكنات الحضر" (3,54٪)، ثم جاءت نسبة "ساكنات الريف" (8,45٪). وحول سفر المبحوثات للخارج، فأجبن بـ"لا" بنسبة (74٪)، ثم بـ"نعم" بنسبة (26٪). وكان السفر "مرافقةً للأسرة" بنسبة (101٪)، ثم "للتعليم" بنسبة (3,43٪)، وأخيرًا "للعمل" بنسبة (9,27٪). وفيما يتعلق بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي، فقد كان "متوسطًا" (5,66٪)، ثم "ضعيفًا" بنسبة (3,27٪)، وأخيرًا "عاليًا" (3,6٪).

## جدول (2) يوضح مدى الاستخدام اليومي للريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي

ك	%	مدى الاستخدام اليومي للمبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي
339	84.8	دائمًا
59	14.8	أحيانًا
2	.5	نادرًا
400	100.0	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن مدى الاستخدام اليومي للمبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكرن "دائمًا" بنسبة (84,8%)، ثم "أحيانًا" بنسبة (14,8%)، وأخيرًا "نادرًا" بنسبة (0,5%).

## جدول (3) يوضح درجة استخدام الريفيات العاملات لهذه المواقع

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرًا		أحيانًا		دائمًا		العبرة
				ك	%	ك	%	ك	%	
1	94.0	.445	2.82	10	2.5	52	13.0	338	84.5	الواتس آب 'Whatsapp'
2	85.3	.618	2.56	27	6.8	121	30.3	252	63.0	الفيس بوك 'Facebook'
3	67.3	.807	2.02	126	31.5	140	35.0	134	33.5	الانستغرام 'Instagram'
4	67.0	.725	2.01	190	47.5	190	47.5	107	26.8	اليوتيوب 'Youtube'
5	56.0	.876	1.68	236	59.0	54	13.5	110	27.5	تويتر 'Twitter'
6	53.7	.711	1.61	211	52.8	136	34.0	53	13.3	تليجرام 'Telegram'

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة استخدام المبحوثات لهذه المواقع؛ يتصدرها "الواتس آب" بوزن نسبي (94%)، ثم "الفيس بوك" بوزن نسبي (85,3%)، وأخيرًا "التليجرام" بوزن نسبي (53,7%).



جدول (4) المقياس العام حول درجة استخدام المبحوثات لمواقع التواصل

المقياس العام حول درجة استخدام المبحوثات لمواقع التواصل	ك	%
ضعيف	26	6.5
متوسط	294	73.5
عالي	80	20
الإجمالي	400	100

توضح بيانات الجدول السابق المقياس العام حول درجة استخدام المبحوثات لمواقع التواصل؛ فكان الاستخدام "متوسطاً" بنسبة (73,5%)، ثم "مرتفعاً" بنسبة (20%)، وأخيراً "ضعيفاً" بنسبة (6,5%). الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثات في درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (5) يوضح عدد مرات تسجيل المبحوثات للدخول عبر مواقع التواصل الاجتماعي أسبوعياً

عدد مرات تسجيل المبحوثات للدخول عبر مواقع التواصل الاجتماعي أسبوعياً	ك	%
كل يوم	345	86.3
أوقات الفراغ فقط	41	10.3
من مرتين إلى أربع مرات في الأسبوع	13	3.3
مرة واحدة في الأسبوع	1	.3
الإجمالي	400	100.0

تكشف بيانات الجدول السابق عن عدد مرات تسجيل المبحوثات للدخول عبر مواقع التواصل أسبوعياً؛ فذكرن "كل يوم" بنسبة (86,3%)، ثم "أوقات الفراغ فقط" بنسبة (10,3%)، وأخيراً "مرة واحدة في الأسبوع" بنسبة (0,3%). الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثات في عدد مرات تسجيل الدخول عبر مواقع التواصل أسبوعياً.

## جدول (6)

يشمل عدد الساعات التي تقضيها الريفيات العاملات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

عدد الساعات التي تقضيها المبحوثات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
أكثر من 5 ساعات	187	46.8
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	103	25.8
من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات	94	23.5
أقل من ساعة	16	4.0
الإجمالي	400	100.0

تكشف بيانات الجدول السابق عن عدد الساعات التي تقضيها المبحوثات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكرن "أكثر من 5 ساعات" بنسبة (46,8%)، ثم "من ساعة إلى أقل من 3 ساعات" بنسبة (25,8%)، وأخيراً "أقل من ساعة" بنسبة (4%). الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثات في عدد الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

## جدول (7)

يوضح أفضل الأوقات التي تستخدم فيها الريفيات العاملات مواقع التواصل الاجتماعي

أفضل الأوقات التي تستخدم فيها المبحوثات مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
ليلاً	230	57.5
مساءً	148	37.0
ظهرًا	12	3.0
صباحًا	10	2.5
الإجمالي	400	100.0

تكشف بيانات الجدول السابق عن أفضل الأوقات التي تستخدم فيها المبحوثات مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكرن "ليلاً" بنسبة (57,5%)، ثم "مساءً" بنسبة (37%)، وأخيراً "صباحًا" بنسبة (2,5%). الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثات حول أفضل الأوقات التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (8) التصفح التي تستخدمها المبحوثات

وسائل التصفح التي تستخدمها المبحوثات	ك	%
الهاتف المحمول	360	90.0
لابتوب	81	20.3
آي باد / تابلت	30	7.5
الكمبيوتر المكتبي	15	3.8
الإجمالي	400	

تكشف بيانات الجدول السابق عن وسائل التصفح التي تستخدمها المبحوثات؛ فذكرن "الهاتف المحمول" بنسبة (90%)، ثم "اللاب توب" بنسبة (20,3%)، وأخيراً "الكمبيوتر المكتبي" بنسبة (3,8%).

جدول (9) الأماكن التي تتصفح فيها الريفيات العاملات مواقع التواصل الاجتماعي

أماكن تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
المنزل	370	92.5
الأماكن العامة	117	29.3
العمل	57	14.3
الإجمالي	400	

تكشف بيانات الجدول السابق عن أماكن تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكرن "المنزل" في المقدمة بنسبة (92,5%)، ثم "الأماكن العامة" بنسبة (29,3%)، وأخيراً "العمل" بنسبة (14,3%).

جدول (10) طبيعة الاسم الذي تستخدمه الريفيات العاملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

طبيعة الاسم الذي تستخدمه المبحوثات عبر مواقع التواصل	ك	%
اسمي الحقيقي	378	94.5
اسم الشهرة	16	4.0
اسم مزيف	6	1.5
الإجمالي	400	100.0

تكشف بيانات الجدول السابق عن طبيعة الاسم الذي تستخدمه المبحوثات عبر مواقع التواصل؛ فذكرن "اسمي الحقيقي" في المقدمة بنسبة (94,5%)، ثم "اسم الشهرة" بنسبة (4%)، وأخيراً "اسم مزيف" بنسبة (1,5%).

جدول (11) سبب استخدام المبحوثات للاسم الحقيقي

سبب استخدام المبحوثات للاسم الحقيقي	ك	%
الرغبة في الظهور بهويتي الحقيقية	279	69.8
لكي يجدي أصدقائي ومعارفي بسهولة	157	39.3
حتى يثق المتفاعل بي وبمحتواي	28	7.0
الإجمالي	400	

تكشف بيانات الجدول السابق عن سبب استخدام المبحوثات للاسم الحقيقي؛ فذكرن "الرغبة في الظهور بهويتي الحقيقية" في المقدمة بنسبة (69,8%)، ثم "لكي يجدي أصدقائي ومعارفي بسهولة" بنسبة (39,3%)، وأخيراً "حتى يثق المتفاعل بي وبمحتواي" بنسبة (7%).

جدول (12) استخدام المبحوثات للاسم المزيف

سبب استخدام المبحوثات للاسم المزيف	ك	%
للخصوصية	220	55.0
لتحقيق الشهرة	80	20.0
لإخفاء الهوية	60	15.0
لأن المجتمع لا يسمح بذلك	30	7.5
لأنني معروفة باسمي المستعار	10	2.5
الإجمالي	400	100.0

تكشف بيانات الجدول السابق عن سبب استخدام المبحوثات للاسم المزيف؛ فذكرن "للخصوصية" في المقدمة بنسبة (55%)، ثم "لتحقيق الشهرة" بنسبة (20%)، وأخيراً "لأنني معروفة باسمي المستعار" بنسبة (2,5%).

جدول (13) أصدقاء المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي

٪	ك	أصدقاء المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي
90.8	363	الأصدقاء
75.3	301	الأهل
75.0	300	زملاء دراسة
49.5	198	أشخاص تعرفت عليهم في مواقع التواصل الاجتماعي
32.5	130	زملاء العمل
21.5	86	لا أعرفهم
400		الإجمالي

تكشف بيانات الجدول السابق عن أصدقاء المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكرن "الأصدقاء" في المقدمة بنسبة (90,8٪)، ثم "الأهل" بنسبة (75,3٪)، وأخيراً "لا أعرفهم" بنسبة (21,5٪).

جدول (14) أسس اختيار الريفيات العاملات لأصدقائهن عبر مواقع التواصل

٪	ك	أسس اختيار المبحوثات لأصدقائهن عبر مواقع التواصل
60.3	241	على أساس الصداقة
39.0	156	على أساس القرابة
38.8	155	على أساس الاهتمام المشترك
33.5	134	على أساس المستوى المعرفي والثقافي
17.3	69	لا يوجد معيار
400		الإجمالي

تكشف بيانات الجدول السابق عن أسس اختيار المبحوثات لأصدقائهن عبر مواقع التواصل؛ فذكرن "على أساس الصداقة" في المقدمة بنسبة (60,3٪)، ثم "على أساس القرابة" بنسبة (39٪)، وأخيراً "لا يوجد معيار" بنسبة (17,3٪).

جدول (15) مدى موافقة المبحوثات على طلب الصداقة من شخص غريب

ك	%	مدى موافقة المبحوثات على طلب الصداقة من شخص غريب
314	78.5	لا
86	21.5	نعم
400	100.0	الإجمالي

تكشف بيانات الجدول السابق عن مدى موافقة المبحوثات على طلب الصداقة من شخص غريب؛ فذكرن "لا" في المقدمة بنسبة (78,5%)، ثم "نعم" بنسبة (21,5%).

جدول (16) أسباب موافقة المبحوثات على طلب الصداقة من شخص غريب

ك	%	أسباب موافقة المبحوثات على طلب الصداقة من شخص غريب
73	84.9	للتعرف على أشخاص جدد
56	65.1	لتبادل المعرفة والأخبار الجديدة
29	33.7	للتسلية وقضاء وقت الفراغ
9	10.5	للحصول على علاقات غرامية
86		الإجمالي

تكشف بيانات الجدول السابق عن أسباب موافقة المبحوثات على طلب الصداقة من شخص غريب؛ فذكرن "للتعرف على أشخاص جدد" في المقدمة بنسبة (84,9%)، ثم "لتبادل المعرفة والأخبار الجديدة" بنسبة (65,1%)، وأخيرًا "للحصول على علاقات غرامية" بنسبة (10,5%).

جدول (17) عدم موافقة المبحوثات على طلب الصداقة من شخص غريب

ك	%	أسباب عدم موافقة المبحوثات على طلب الصداقة من شخص غريب
254	80.9	لا أثق بأي شخص من على مواقع التواصل الاجتماعي
51	19.1	أخاف من أن أتأثر بأفكار من لا أعرفهم شخصيًا
314	100.0	الإجمالي

تكشف بيانات الجدول السابق عن أسباب عدم موافقة المبحوثات على طلب الصداقة من شخص غريب؛ فذكرن "لا أثق بأي شخص من على مواقع التواصل الاجتماعي" في المقدمة بنسبة (80,9%)، ثم "أخاف من أن أتأثر بأفكار من لا أعرفهم شخصيًا" بنسبة (19,1%).

جدول (18) يبين تقييم المبحوثات لمستوى علاقتهن في الواقع بعد دخولهن العالم الافتراضي

تقييم المبحوثات لمستوى علاقتهن في الواقع بعد دخولهن العالم الافتراضي	ك	%
بقيت كما هي لم تتغير	188	47.0
تراجعت	117	29.3
زادت	77	19.3
اختفت تماماً	18	4.5
الإجمالي	400	100.0

تكشف بيانات الجدول السابق عن تقييم المبحوثات لمستوى علاقتهن في الواقع بعد دخولهن العالم الافتراضي؛ فذكرن "بقيت كما هي لم تتغير" في المقدمة بنسبة (47%)، ثم "تراجعت" بنسبة (29,3%)، وأخيراً "اختفت تماماً" بنسبة (4,5%).

جدول (19)

يوضح مدى شعور المبحوثات بأن تفاعلهن في علاقتهن الافتراضية أكثر من علاقتهن الواقعية

مدى شعور المبحوثات بأن تفاعلهن في علاقتهن الافتراضية أكثر من علاقتهن الواقعية	ك	%
نعم	110	27.5
لا	290	72.5
الإجمالي	400	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى شعور المبحوثات بأن تفاعلهن في علاقتهن الافتراضية أكثر من علاقتهن الواقعية؛ فذكرن "لا" في المقدمة بنسبة (72,5%)، ثم "نعم" بنسبة (27,5%).

جدول (20) شعور المبحوثات بأن تفاعلهن في عالقاتهن الافتراضية أكثر من عالقاتهن الواقعية

الواقعية	سبب شعور المبحوثات بأن تفاعلهن في عالقاتهن الافتراضية أكثر من عالقاتهن الواقعية	ك	%
أثق في أصدقاء الإنترنت	20	18.2	
استفدت كثيرًا من تفكير الآخرين ووجهات النظر المختلفة	15	13.6	
لأنني منغمسة في الميديا ومنطوية على العالم	11	10.0	
لسهولة التواصل، حتى لو بعدت المسافات	6	5.5	
استسهال التعامل الإلكتروني عن التعامل الواقعي	5	4.5	
أجلس معظم يومي على الهاتف	5	4.5	
أحب أصدقاء الواقع وأصدقاء العالم الافتراضي	5	4.5	
أصبحت أكثر انشغالًا وتحديثًا مع أصدقاء السوشال ميديا	5	4.5	
أعرف جيدًا كيف أفضل بين الحياتين	5	4.5	
بسبب الاندماج والتغيير	5	4.5	
بسبب انشغالهم في حياتهم اليومية وانشغالي في حياتي اليومية أيضًا	5	4.5	
لأنني قريبة في الحقيقة كما في العالم الافتراضي	4	3.6	
تتيح مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك التقرب من الواقع أكثر عن طريق التعرف على الأحداث الجارية بشكل آني.	3	2.7	
جعلت التواصل أسهل ووطدت العالقات باهتمام الناس بالمناسبات التي تنشر على مواقع التواصل	3	2.7	
خرجت عن الانطوائية	3	2.7	
لضيق الوقت والاكتفاء بالتواصل الاجتماعي	3	2.7	
تواصلت مع أصدقاء وأقارب لم أتواصل معهم من زمن بعيد	2	1.8	
لحصولي على خبرات أكثر	2	1.8	
معرفة الأخبار عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي	2	1.8	
لأنني أصبحت أرى كل شيء وأؤمن بالذي يظهر في العالم الافتراضي وأصبح هو مكان الهروب بالنسبة لي، حتى أصبحت لا أعلم كثيرًا عن أهلي ولا بأي شيء	1	0.9	
الإجمالي	110	100.0	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب شعور المبحوثات بأن تفاعلهن في عالقاتهن الافتراضية أكثر من عالقاتهن الواقعية؛ يتصدرها "لأنني أثق في أصدقاء الإنترنت" بوزن



نسبي (2,18%)، ثم "لأنني استفدت كثيرًا من تفكير الآخرين ووجهات النظر المختلفة" بوزن نسبي (6,13%)، وأخيرًا "لأنني أصبحت أرى كل شيء وأؤمن بالذي يظهر في العالم الافتراضي، وأصبح هو مكان الهروب بالنسبة لي؛ حتى أصبحت لا أعلم كثيرًا عن أهلي ولا بأي شيء" بوزن نسبي (9,0%).

جدول (21) أسباب شعور المبحوثات بأن تفاعلهن في علاقاتهن الافتراضية أقل من

#### علاقاتهن الواقعية

ك	%	أسباب شعور المبحوثات بأن تفاعلهن في علاقاتهن الافتراضية أقل من علاقاتهن الواقعية
50	17.2	لأن السوشيال ميديا تغيب العقول أحيانًا وبعضها يضيع الوقت والآخر عكس الواقع تمامًا
45	15.5	مواقع التواصل الاجتماعي لا أجعلها تأخذ حيزًا كبيرًا من حياتي فهي بالنسبة لي مجرد وسيلة للتواصل مع الناس ومعرفة ما يدور حولي بالتالي لم تتأثر علاقتي في الواقع
40	13.8	لأنني لم أعط الفرصة لمواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على حياتي الاجتماعية.
30	10.3	لأن الاستخدام اليومي نادرًا
30	10.3	لأنني لا أحب العالم الافتراضي لذلك لا أتأثر به
30	10.3	لأنني لست متفاعلة على السوشيال، بل أراقب من بعيد
20	6.9	لأنني قريبة في الحقيقة كما في العالم الافتراضي
20	6.9	لأن مواقع التواصل الاجتماعي تقتل الوقت
15	5.2	لم تؤثر على حياتي بصورة كبيرة لأن العالم افتراضي هو خيالي وليس بالواقع
10	3.4	لأن السوشيال ميديا بالنسبة لي للتسلية فقط
290	100.0	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب شعور المبحوثات بأن تفاعلهن في علاقاتهن الافتراضية أقل من علاقاتهن الواقعية؛ يتصدرها "لأن السوشيال ميديا تغيب العقول أحيانًا، وبعضها يضيع الوقت، والآخر عكس الواقع تمامًا" بوزن نسبي (2,17%)، ثم "لا أجعل مواقع التواصل الاجتماعي تأخذ حيزًا كبيرًا من حياتي فهي بالنسبة لي مجرد وسيلة للتواصل مع الناس ومعرفة ما يدور حولي، وبالتالي لم تتأثر علاقتي في الواقع"

بوزن نسبى (6,13%)، وأخىراً "لأن السوشىال مىدفا بالنسبة لى للآسلىة فقط" بوزن نسبى (4,3%).

آءول (22) رأى المبحوآا آول ما إذا كان آواصلهن مع أصدقاآهن ومعارفهن وآهها لوجه أكثر من آواصلهن معهم افتراضىاً

رأى المبحوآا آول ما إذا كان آواصلهن مع أصدقاآهن ومعارفهن وآهها لوجه أكثر من آواصلهن معهم افتراضىاً	ك	%
نعم	183	45.8
لا	217	54.3
الإجمالى	400	100.0

آشفر بىانات الآءول السابق إلى رأى المبحوآا آول ما إذا كان آواصلهن مع أصدقاآهن ومعارفهن وآهها لوجه أكثر من آواصلهن معهم افتراضىاً؛ فآكرن "لا" فى المقءمة بنسبة (3,54%)، ثم "نعم" بنسبة (8,45%). وىوضآ بعمء وآوء فروق ءالة إحصائىاً بىن المبحوآا من آىآ رأىهن فىما إذا كان آواصلهن مع أصدقاآهن ومعارفهن وآهها لوجه أكثر من آواصلهن معهم افتراضىاً.

جدول (23) يوضح دوافع وراء استخدام المرأة الريضية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي ولتحقيق أهداف معينة، بالتالي يرجى وضع علامة (√) مكان ما يناسب وضعك ورأيك:

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	91.0	.481	2.73	1.8	7	23.3	93	75.0	300	من أجل التواصل مع الأصدقاء والأهل والمعارف
2	87.3	.575	2.62	4.8	19	28.3	113	67.0	268	للتسلية وقضاء أوقات الفراغ
3	85.3	.642	2.56	8.3	33	27.3	109	64.5	258	لفرض الدراسة أو للبحث العلمي
3	85.3	.606	2.56	6.0	24	32.0	128	62.0	248	للحصول على معلومات بشأن الموضوعات التي تهمني
4	85.0	.635	2.55	7.8	31	29.5	118	62.8	251	للتثقيف
5	84.3	.652	2.53	8.8	35	29.0	116	62.3	249	للحصول على وصفات أكلات جديدة لعائلتي
6	82.0	.640	2.46	8.0	32	37.5	150	54.5	218	من أجل العمل
7	81.3	.677	2.44	10.5	42	34.8	139	54.8	219	للتعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى
7	81.3	.649	2.44	8.8	35	39.0	156	52.3	209	لمعرفة أخبار العالم "السياسية والاقتصادية والفنية وغيرها"
8	81.0	.675	2.43	10.5	42	36.0	144	53.5	214	للتواصل مع زملاء العمل
9	77.0	.711	2.31	14.5	58	40.0	160	45.5	182	لمعرفة أماكن جديدة للترفيه

10	76.7	.734	2.30	16.3	65	37.0	148	46.8	187	لمتابعة القضايا التي لا تطرحها وسائل الإعلام التقليدي
11	75.7	.670	2.27	12.5	50	47.8	191	39.8	159	للتسوق
12	74.7	.715	2.24	16.3	65	43.0	172	40.8	163	لتبادل الآراء وللتحاور
13	73.0	.708	2.19	17.3	69	46.3	185	36.5	146	للتعبير عن رأيي بحرية دون قيود
14	72.0	.777	2.16	23.5	94	37.3	149	39.3	157	للترويج والإعلان عن مشروعى
15	70.3	.761	2.11	24.0	96	41.0	164	35.0	140	للدعوة الدينية
16	68.3	.827	2.05	31.8	127	31.5	126	36.8	147	لمتابعة ومراقبة أطفالي
17	64.7	.735	1.94	30.3	121	45.8	183	24.0	96	للتعارف وتكوين علاقات اجتماعية جديدة
18	48.7	.685	1.46	64.8	259	24.3	97	11.0	44	لمتابعة ومراقبة زوجي
19	47.3	.652	1.42	66.5	266	24.5	98	9.0	36	للمشاهدة
20	42.0	.562	1.26	80.8	323	13.0	52	6.3	25	لتكوين علاقات غرامية

تشير بيانات الجدول السابق إلى دوافع وراء استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي ولتحقيق أهداف معينة؛ يتصدرها "من أجل التواصل مع الأصدقاء والأهل والمعارف" بوزن نسبي (91%)، ثم "للتسلية وقضاء أوقات الفراغ" بوزن نسبي (87,3%)، وأخيراً "لتكوين علاقات غرامية" بوزن نسبي (42%). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ليلي رزيق- فتحة بن ورخو 2018) التي أكدت أن هناك نسبة استخدام لموقع فيسبوك لا بأس بها من النساء الماكثات بالبيت، كما أنه عزز ثقافتهن المعرفية، واكتسابهن لمعلومات في مختلف المجالات، والقضاء على الروتين، مع تمكينهن من مسابرة تكنولوجيا العصر، وكذلك دراسة أميرة محمد محمود محمد (2019) التي أكدت أن

دوافع الاستخدام تتحدد في الاستفادة المنفعية، بالإضافة إلى التعرف على أشخاص مختلفين وتوطيد العلاقات بعائلتهم.

جدول (24) المقياس العام حول دوافع استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل

الاجتماعي

المقياس العام حول دوافع وراء استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي ولتحقيق أهداف معينة	ك	%
محدودة	20	5
متوسطة	228	57
متعددة	152	38
الإجمالي	400	100

توضح بيانات الجدول السابق المقياس العام حول دوافع وراء استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي ولتحقيق أهداف معينة؛ فكان الاستخدام "متوسطاً" بنسبة (57%)، ثم "متعدداً" بنسبة (38%)، وأخيراً "محدوداً" بنسبة (5%).

جدول (25) الإشباعات المتحققة من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
				ك	%	ك	%	ك	%	
1	88.0	.514	2.64	7	1.8	128	32.0	265	66.3	حصلت على المعلومات التي تفيديني
2	86.0	.588	2.58	20	5.0	130	32.5	250	62.5	ملأت وقت فراغي
3	85.7	.567	2.57	15	3.8	143	35.8	242	60.5	تطرح أفكاراً جديدة
4	83.7	.625	2.51	28	7.0	141	35.3	231	57.8	تشبع رغبتني في حب الاستطلاع
5	83.0	.625	2.49	28	7.0	146	36.5	226	56.5	معرفة آراء الآخرين في القضايا التي تخص مجتمعنا
5	83.0	.641	2.49	32	8.0	142	35.5	226	56.5	مواكبة آخر الأخبار التي لا تطرحها وسائل الإعلام التقليدية
6	82.0	.663	2.46	38	9.5	139	34.8	223	55.8	مواكبة الموضة
7	80.7	.693	2.42	47	11.8	138	34.5	215	53.8	تجعلني قريبة من أصدقائي وأهلي

7	80.7	.667	2.42	10.0	40	38.0	152	52.0	208	تحقق لي معرفة أخبار أفراد العائلة
8	78.0	.718	2.34	14.5	58	37.3	149	48.3	193	اقتناء السلع والمنتجات التي أرغب بها
9	77.7	.694	2.33	13.0	52	41.3	165	45.8	183	سهولة عرض آرائي حول جميع القضايا داخل مجتمعنا
9	77.7	.669	2.33	11.3	45	44.3	177	44.5	178	تحقق إشباعًا دينيًا بالتعرف على أمور الدين ولتفاعلي مع النصوص الدينية
10	76.7	.694	2.30	13.5	54	42.8	171	43.8	175	تخلق جوًا اجتماعيًا جيدًا مع زملائي بالعمل
11	76.0	.773	2.28	19.8	79	32.5	130	47.8	191	الهروب من الواقع
12	72.7	.736	2.18	19.8	79	42.8	171	37.5	150	اكتساب خبرة من علاقات أصدقائي مع شركائهم
13	71.3	.738	2.14	21.0	84	43.5	174	35.5	142	تطورت مهاراتي التقنية
14	66.7	.798	2.00	31.8	127	36.5	146	31.8	127	التعرف على طريقة تفكير أطفالي
15	59.7	.755	1.79	41.5	166	38.5	154	20.0	80	إيجاد حلول للمشاكل الزوجية
16	59.3	.807	1.78	46.3	185	30.0	120	23.8	95	تشبع رغبة حب الذات "مثل وضع صورتي"
17	58.3	.745	1.75	43.5	174	38.3	153	18.3	73	تحقق لي الاتزان النفسي
18	43.3	.591	1.30	77.5	310	15.5	62	7.0	28	مراقبة زوجي
18	43.3	.607	1.30	78.5	314	13.5	54	8.0	32	ربط علاقة مع الجنس الآخر
19	40.7	.542	1.22	83.8	335	10.3	41	6.0	24	زاد دخلي المادي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الإشباعات التي حققتها وسائل التواصل الاجتماعي للمبحوثات؛ يتصدرها "حصلت على المعلومات التي تفيدني" بوزن نسبي (88%)، ثم "ملأت وقت فراغي" بوزن نسبي (86%)، وأخيراً "زاد دخلي المادي" بوزن نسبي (40,7%).

#### الجدول (26) المقياس العام حول الإشباعات التي حققتها وسائل التواصل الاجتماعي للمبحوثات

المقياس العام حول الإشباعات التي حققتها وسائل التواصل الاجتماعي للمبحوثات	ك	%
محدودة	38	9.5
متوسطة	252	63
متعددة	110	27.5
الإجمالي	400	100

توضح بيانات الجدول السابق المقياس العام حول الإشباعات التي حققتها وسائل التواصل الاجتماعي للمبحوثات؛ فكانت الإشباعات "متوسطة" بنسبة (63%)، ثم "متعددة" بنسبة (27,5%)، وأخيراً "محدودة" بنسبة (9,5%).

#### الجدول (27) انعكاس استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتها الأسرية

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جعل التواصل سهلاً مع أفراد الأسرة المقيمين بعيداً عني	283	70.8	101	25.3	16	4.0	2.67	.550	89.0	1
أتاحت لي مواقع التواصل الاجتماعي معرفة آخر أخبار أفراد العائلة	192	48.0	169	42.3	39	9.8	2.38	.657	79.3	2
أكتفي بالدرشة (الشات) للتهنئة في الأعياد والمناسبات وللتعزية	164	41.0	191	47.8	45	11.3	2.30	.660	76.7	3

4	74.3	.727	2.23	17.5	70	42.0	168	40.5	162	ساعدتني مواقع التواصل الاءتماعي على توسيع دائرة علاقاتي الاءتماعية
5	72.7	.704	2.18	17.3	69	47.3	189	35.5	142	تساعدني مواقع التواصل الاءتماعي في التعرف على اهتمامات أفراد أسرتي
6	71.3	.799	2.14	26.0	104	34.5	138	39.5	158	أفراد أسرتي دائماً يشكون بسبب الوقت الكثير الذي أقضيه على مواقع التواصل الاءتماعي
7	71.0	.738	2.13	21.5	86	44.0	176	34.5	138	يزعجني إلحاح البعض من أقاربي أو أصدقائي على الدردشة داخل مواقع التواصل الاءتماعي
8	70.3	.776	2.11	25.3	101	38.8	155	36.0	144	تفاعلي مع أفراد أسرتي بدأ يقل منذ استخدامي لمواقع التواصل الاءتماعي
9	68.3	.771	2.05	27.3	109	40.5	162	32.3	129	تتيح لي الدردشة التكلم بجرأة وبصراحة مع أفراد العائلة أكثر من التواصل المباشر معهم
10	67.7	.711	2.03	24.0	96	49.5	198	26.5	106	استخدام مواقع التواصل الاءتماعي رفع الكلفة بين زملاء العمل
11	65.0	.776	1.95	32.5	130	39.8	159	27.8	111	يشعرني استخدام مواقع التواصل الاءتماعي بأنني بعيدة عن أفراد الأسرة



12	63.0	.798	1.89	37.8	151	35.3	141	27.0	108	أشعر بالتقصير تجاه أصدقائي لاعتمادي على التواصل معهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من التواصل المباشر
13	62.7	.767	1.88	35.8	143	40.0	160	24.3	97	منذ بدأت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قلت اللقاءات مع زملائي بعد أوقات العمل
14	61.3	.776	1.84	39.0	156	37.5	150	23.5	94	زياراتي لأقاربي بدأت تقل بسبب اعتمادي على مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل وصلة الرحم
14	61.3	.805	1.84	41.8	167	32.8	131	25.5	102	استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي جعلني مدمنة على التسوق
15	60.7	.807	1.82	43.3	173	31.8	127	25.0	100	لم أعد أمارس الرياضة منذ استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي ولا أسجل في النوادي الرياضية والثقافية
16	60.3	.812	1.81	44.0	176	30.8	123	25.3	101	استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي يشعرني بأن عملي أقل منزلة من الغير
17	60.0	.801	1.80	44.0	176	32.0	128	24.0	96	أقصر في واجباتي المنزلية التسوق، العناية بالأطفال، تنظيف المنزل... تجاه أسرتي بسبب انشغالي باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى جانب العمل

18	55.3	.789	1.66	54.0	216	26.3	105	19.8	79	حضور في التجمعات العائلية بدأ يقل بسبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
----	------	------	------	------	-----	------	-----	------	----	--

تشير بيانات الجدول السابق إلى انعكاس استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتها الأسرية؛ فذكرت المبحوثات "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جعل التواصل سهلاً مع أفراد الأسرة المقيمين بعيداً عني" في المقدمة بنسبة (89%)، ثم "أتاحت لي مواقع التواصل الاجتماعي معرفة آخر أخبار أفراد العائلة" بنسبة (79,3%)، وأخيراً "حضور في التجمعات العائلية بدأ يقل بسبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة (55,3%).

الجدول (28) المقياس العام حول انعكاس استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتها الأسرية

المقياس العام حول انعكاس استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتها الأسرية	ك	%
محدودة	83	20.8
متوسطة	220	55
متعددة	97	24.3
الإجمالي	400	100

توضح بيانات الجدول السابق المقياس العام حول انعكاس استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتها الأسرية؛ فكانت الإنعكاسات "متوسطة" بنسبة (55%)، ثم "متعددة" بنسبة (24,3%)، وأخيراً "محدودة" بنسبة (20,8%).

#### الخاتمة:

سعت الدراسة إلى تناول موضوع استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي وأثر ذلك الاستخدام على علاقاتها الأسرية، ومحاولين الكشف عن هذا الأثر من خلال الدور الكبير الذي تؤديه هذه المواقع في بناء العلاقات الأسرية للمرأة الريفية العاملة. وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

- 1- الاستخدام اليومي للمبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي؛ ذكرن "دائمًا" بنسبة (84,8%)، ثم "أحياناً" بنسبة (14,8%)، وأخيراً "نادراً" بنسبة (0,5%).
- 2- درجة استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي؛ يتصدرها "الواتس آب"، ثم "الفيسبوك".

- 3- تصدر مرات تسجيل المبحوثات للدخول عبر مواقع التواصل أسبوعيًا "كل يوم" المرتبة الأولى.
- 4- عدد الساعات التي تقضيها المبحوثات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ "أكثر من 5 ساعات".
- 5- أفضل الأوقات التي تستخدم فيها المبحوثات مواقع التواصل الاجتماعي الفترة الليلية.
- 6- يتم استخدام الهاتف المحمول بنسبة (90%) للتصفح.
- 7- أماكن تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي؛ جاء "المنزل" في المقدمة.
- 8- معظم الأسماء التي تستخدمها المبحوثات عبر مواقع التواصل؛ جاء "اسمي الحقيقي".  
للرغبة في الظهور بالهوية الحقيقية.
- 9- وذكرن بأن أصدقائهن على مواقع التواصل الاجتماعي؛ "الأصدقاء" في المقدمة بنسبة (90,8%)، ثم "الأهل" بنسبة (75,3%)، وأخيرًا "لا أعرفهم" بنسبة (21,5%).
- 10- وبالنسبة إلى شعور المبحوثات بأن تفاعلهن في علاقاتهن الافتراضية أكثر من علاقاتهن الواقعية؛ فذكرن "لا" في المقدمة بنسبة (72,5%)، ثم "نعم" بنسبة (27,5%).
- 11- تتواصل المبحوثات مع أصدقائهن ومعارفهن وجهًا لوجه أكثر من تواصلهن معهم افتراضيًا؛ "لا" في المقدمة بنسبة (54,3%)، ثم "نعم" بنسبة (45,8%).
- 12- دوافع استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي؛ يتصدرها "من أجل التواصل مع الأصدقاء والأهل والمعارف" بوزن نسبي (91%)، ثم "للتسلية وقضاء أوقات الفراغ" بوزن نسبي (87,3%)، وأخيرًا "لتكوين علاقات غرامية" بوزن نسبي (42%).
- 13- وقد توصلت النتائج إلى أن دوافع استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي؛ "متوسطًا" بنسبة (57%)، ثم "متعددًا" بنسبة (38%)، وأخيرًا "محدودًا" بنسبة (5%).
- 14- الإشباع التي حققتها وسائل التواصل الاجتماعي للمبحوثات؛ يتصدرها "حصلت على المعلومات التي تفيدني" بوزن نسبي (88%)، ثم "ملأت وقت فراغي" بوزن نسبي (86%)، وأخيرًا "زاد دخلي المادي" بوزن نسبي (40,7%).

وقد توصلت النتائج إلى أن الإشباعات التي حققتها وسائل التواصل الاجتماعي للمبحوثات؛ "متوسطة" بنسبة (63%)، ثم "متعددة" بنسبة (27,5%)، وأخيراً "محدودة" بنسبة (9,5%).

15- انعكاس استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتها الأسرية؛ ذكرت المبحوثات "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جعل التواصل سهلاً مع أفراد الأسرة المقيمين بعيداً عني" في المقدمة بنسبة (89%)، ثم "أتاحت لي مواقع التواصل الاجتماعي معرفة آخر أخبار أفراد العائلة" بنسبة (79,3%)، وأخيراً "حضورني في التجمعات العائلية بدأ يقل بسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة (55,3%).

16- وقد توصلت النتائج بأن انعكاس استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتها الأسرية؛ "متوسطة" بنسبة (55%)، ثم "متعددة" بنسبة (24,3%)، وأخيراً "محدودة" بنسبة (20,8%).

#### التوصيات:

توصي الدراسة- وفقاً لما تم التوصل إليه من النتائج- بمجموعة من التوصيات:

- 1- إجراء المزيد من الدراسات حول مواقع التواصل الاجتماعي وبشكل أعمق يشمل مختلف شرائح المجتمع، وخاصة فئة المرأة الريفية العاملة.
- 2- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فترات محددة وألا تكون على حساب العلاقات الأسرية.
- 3- ترتيب أوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المرأة حتى لا تؤدي إلى التفكك الأسري.
- 4- يجب على المرأة استغلال مواقع التواصل الاجتماعي من خلال بعض المعلومات والفوائد التي تتداول فيها والتي تسهم في بناء الأسرة.
- 5- ضرورة توعية المرأة الريفية بأضرار كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال مختلف وسائل الإعلام؛ لبيان سلبيات كثرة الاستخدام لهذه المواقع على سلوكياتهن وعلى علاقاتهن بالمجتمع.

## المراجع والمصادر

- 1- زعرور، معاوية، ما هي وسائل التواصل الاجتماعي وأهميتها وأشهرها، مقال، موقع مجتمع، 2020
- 2- محمد، وفاء محمد علي، مواقع التواصل الاجتماعي والخرس الزوجي: دراسة ميدانية على عينة من الأزواج بمدينة سوهاج، بحث منشور، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 10، العدد (02)، 2021
- 3- الغابشية، عائشة بنت سعيد، "استخدامات المرأة العمانية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة"، بحث، مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال، العدد الخامس، 2020
- 4- محمد، أميرة محمد محمود، "استخدامات المرأة المصرية للشبكات الاجتماعية على الإنترنت والإشباع المتحققة منها" رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 2019
- 5- Carilloa, Kevin /Chawnerc Brenda, "Why men and women continue to use social networking sites", article, "The Journal of Strategic Information Systems", Volume 26, Issue 4, 2017, P.g 322-359
- 6- ربيعة، نجاة، "تأثير استخدام المرأة الجزائرية المتزوجة لموقع الفيس بوك على علاقتها الأسرية: دراسة وصفية على عينة من النساء الجزائريات المتزوجات"، رسالة ماجستير، جامعة قصدي مرياح، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2016
- 7- عبد الله، زينب / حسين، بروين، "مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاسرية العراقية دراسة ميدانية لأسر موظفي كليات مجمع باب المعظم"، مجلة "journal of the college of basic education" العدد 101، الطبعة 24، Pages 465-492
- 8- عوض، فاطمه أحمد علي، "الكفاءة الادارية للزوجة في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق الاسري"، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية، قسم الاقتصاد المنزلي، 2019
- 9- بيومي، محمد صفاء عبدالرحمن، "اثر وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على قيم الأسرة الريفية في محافظة الشرقية"، رسالة ماجستير، جامعة الزقازيق، كلية الزراعة، قسم الاقتصاد، 2018
- 10- علي، مصطفى عباس محمد، "استخدام الجمهور العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على العلاقات الاسرية"، رسالة ماجستير، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم إعلام، 2018
- 11- بحاش، اسماعيل / فايد، اسماعيل، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التفكك الأسري"، رسالة ماجستير، جامعة محمد بو ضياف، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، 2018
- 12- علي، احمد فتیان ياسين، "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغيير القيمي لدى الشباب الريفي بمحافظة سوهاج"، رسالة دكتوراه، جامعة أسيوط، كلية زراعة، قسم المجتمع الريفي، 2017
- 13- نسرين بن عبود، "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري"، رسالة ماجستير، جامعة ام البواقي، قسم العلوم الانسانية، 2017
- 14- البواقي، قسم العلوم الانسانية، 2017
- 15- Alsanie, Saleh Ibrahim, "Social Media (Facebook, Twitter, WhatsApp) Used, and it's Relationship with the University Students Contact with their Families in Saudi Arabia", Department of Psychology, Imam M. S. I. University, Saudi Arabia, 2015

- 16- فرج, وداد قسم السيد, "اثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية داخل الاسرة بولاية بالخرطوم", رسالة ماجستير, كلية الدراسات الاقتصادية والاجتماعية, جامعة النيلين, 2014
- 17- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد, نظريات الاتصال (القاهرة: دار النهضة العربية, 2006), ص231"
- 18- طعيمة, إيمان, "تعرف على سبب اختيار 15 أكتوبر ليكون اليوم العالمي للمرأة الريفية", مقال, أخبار اليوم, 2020

## References

- 1- Hadad, N. (2019). alharakat alnasawiat alearabiat eabr shabakat altawasul alaijtimaeii, risalat dukturah, kuliyyat aleulum al'iinsaniat waleulum alaijtimaeiati, qasm aleulum al'iinsaniata, shuebat eulum Al'ielam walaiitaisali, jamieat Mohamed Khider, Biskra, s 235, 236.
- 2- Bayoumi, S. (2018). "'athar wasayil altawasul alaijtimaeii alhadithat ealaa qiym al'usrat alriyfiyt fi muhafazat alsharqia" risalat majistir, jamieat alzaqaziq, kuliyyat alziraeati, qism Alaiqtisad Alziraei, 31-32.
- 3- Ibn Khaldun, A. (2013), kitab muqadimat abn khaldun (ta2). dar Alfajr liltarathi, 163.
- 4- Muhammad, N. (2002). "altanshiat alaijtimaeiat wasimat alshakhsiati", dar Althaqafat aleilmia liltibaeati, Aleskandaria, ta1, 92.
- 5- Saiwd, I. (2012). althaqafat alsiyasiat wamusharakat almar'at fi rif saeid masra: dirasat maydaniat fi 'iihdaa quraa muhtafizat alminya, risalat majistir, kuliyyat Alaiqtisad waleulum alsiyasiati, qism aleulum alsiyasiati, jamieat Alqahira, 18.
- 6- Abdel-Fattah, S. (2001). dawr almar'at fi eamaliat altanshiat alaijtimaeiat fi al'usrat alriyfiat waealaqatih bibaed almutaghayirat alaijtimaeiat walaiqtisadiat biqaryatayn bimuhafazat aljizati, risalat majistir, kuliyyat alziraeati, qism alaijtimae alriyfii wal'irshad alziraei, jamieat Alqahira, 41.
- 7- Muhammad, W. (2021). mawaqie altawasul alaijtimaeii walkhuras alzwaji: dirasatan maydaniatan ealaa eayinat min al'azwaj bimadinat suhaj, bahath manshur, majalat eulum al'iinsan walmujtama, 2(10).
- 8- Al-Ghabshiyeh, A. (2020). "astikhdamat almar'at aleumaniat limawaqie altawasul alaijtimaeii wal'iishbaeat almutahaqiqati", bahath manshur, majalat aithad aljamieat alearabiat libuhuth al'ielam watiknulujia alaitisal, 5, 63-257.
- 9- Qadeed, M., Madani, S. (2021). mawaqie altawasul alaijtimaeii wa'athariha ealaa alealaqat al'usariati, majalat almuhtarif lieulum alriyadat waleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati , 2(8), 461 ,478.
- 10- Abdullah, Z., Hussein, B. "makhatir wasayil altawasul alaijtimaeii ealaa alealaqat al'usariat aleiraqiati, dirasat maydaniatan li'asar muazafi kuliyyat mujamae bab almueazama", "majalati" journal of the college of basic education 101, 465-492
- 11- Muhammad, A. (2019). "astikhdamat almar'at almisriat lilshabakat alaijtimaeiat ealaa al'iintirnit wal'iishbaeat almutahaqiqat minha" risalat majistir, kuliyyat Al'ielam, jamieat Alqahira.
- 12- Riha, N. (2016). "tathir aistikhdam almar'at aljazayiriat almutazawijat limawqie alfis buk ealaa ealaqatiha al'usariati: dirasat wasfiatan ealaa eayinat min alnisa' aljazayiriaat almutazawijati", risalat majistir, kuliyyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, jamieat Kasdi Merbah.
- 13- Awad, F. (2019). "alkafa'at al'iidariat lilzawjat fi zili aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatiha bialtawafuq al'usri", risalat majistir, jamieat eayn shams, kuliyyat altarbiat alnaweiat, qism alaiqtisad almanzili.
- 14- Bayoumi, S. (2018). 'athar wasayil altawasul alaijtimaeii alhadithat ealaa qiam al'usrat alriyfiat fi muhafazat alsharqiat, risalat majistir, jamieat Alzaqaziq, kuliyyat alziraeati, qism Alaiqtisadi.

- 15- Ali, M. 2018. "astikhdam aljumphur aleiraqii limawaqie altawasul alaijtimaeii waineikasatiha ealaa alealaqat al'usariati", risalat majistir, kuliyat Aladab, qism 'iielami, jamieat Alzaqaziq.
- 16- Bahash, I., Fayed, I. (2018). astikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii wadawriha fi altafakuk al'usri, risalat majistir, kuliyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, qiam eulum al'iielam walaitisali, jamieat Mohamed Boudiaf.
- 17- Ali, A. (2017). "'athar mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa altaghyir alqiamii ladaa alshabab alriyfi bimuhafazat suhaj", risalat dukturah, kuliyat ziraeatin, qism almujtamae alriyfi, jamieat Assut.
- 18- Bin Aboud, N. (2017). "tathir mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa aliatisal al'usri", risalat majistir, qism aleulum al'iinsaniati, jamieat Oum El Bouaghii.
- 19- Farag, W. (2014). "'athar mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa alealaqat alaijtimaeiat dakhil al'usrat biwilayat bialkhartuma", risalat majistir, kuliyat Aldirasat alaiqtisadiat walaijtimaeiati, jamieat Alniyli.
- 20- Carilloa, Kevin /Chawnerc Brenda, "Why men and women continue to use social networking sites", article, "The Journal of Strategic Information Systems", Volume 26, Issue 4, 2017, P.g 322-359
- 21- Denise Ante-Contreras,"Distracted Parenting How Social Media Affects P arent -Child Attachment", California state University, 2016
- 22- Oberst, Ursula/Renau, Vanessa/Chamarro, Andres/ Carbonell, Xavier),"Gender stereotypes in Facebook profiles: Are women more female, article, Ramon Lull University, 2016
- 23- Siobhan McGrath,"THE IMPACT OF NEW MEDIA TECHNOLOGIES ON SOCIAL INTERACTION IN THE HOUSEHOLD ", Bilkent University, 2012
- 24- Mark A. Urista, Qingwen Dong, Kenneth D. Day, 2009, "Explaining Why Young Adults Use Myspace & Facebook Through Uses and Gratifications Theory", Human Communication
- 25- Albeladi, Najwa/ Palmer, Emma, "The Role of Parental Mediation in the Relationship between Adolescents' Use of Social Media and Family Relationships in Saudi Arabia Magazine "Journal of Information Technology Management",2020, Volume 2, Issue 12, pages 163-183
- 26- Alsanie, Saleh Ibrahim, "Social Media (Facebook, Twitter, WhatsApp) Used, and it's Relationship with the University Students Contact with their Families in Saudi Arabia", Department of Psychology, Imam M. S. I. University, Saudi Arabia, 2015
- 27- Russell B. Clayton, Alexander Nagurney, and Jessica R. Smith, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, "Cheating, Breakup, and Divorce: Is Facebook Use to Blame?", Mary Ann Liebert, 16 Issue, 2013
- 28- Lahouari Addi, Femme, famille et lieu social en Algérie, in Famille et mutation socio-politiques, l'approche culturalistes à l'épreuve, édition de la maison des sciences de l'homme, Paris, 2005, p 78
- 29- H. Tankovska, Jan 28, 2021, **Number of social network users worldwide from 2017 to 2025, Statista**  
[/https://www.statista.com/markets/424/topic/540/social-media-user-generated-content](https://www.statista.com/markets/424/topic/540/social-media-user-generated-content)



# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawyd

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Designed by: Dr. Mohammed Kamel - Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 58 July 2021 - part 4

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.