

قيم المجتمع العربي كما تعكسها صفحات المشكلات على موقع Facebook واتجاهات المستخدمين نحوها

د/ آيات أحمد رمضان

مدرس الصحافة والنشر بقسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات
الإسلامية والعربية بنات - جامعة الأزهر

مقدمة:

شهدت الفترة المنصرمة في الواقع المصري المعاصر وما أعقبها دورًا كبيرًا لتأثير شبكة الإنترنت وخاصة ما يتعلق منها بمواقع التواصل الاجتماعي؛ والتي غيرت كثيرًا من طبيعة الشعوب العربية بوجه عام على كافة مستويات الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وأثرت في مستخدميها بطرق مباشرة وغير مباشرة.

وكانت ثورة الخامس والعشرين من يناير وما اكبتها من ثورات في الدول العربية- فيما عرف (بثورات الربيع العربي)- من أكثر الأحداث التي ظهر فيها تأثير هذا الوعاء الجديد ودلل على مدى خطورته.

وقد تنوع المضمون على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع (فيس بوك) FACEBOOK تنوعًا مفرطًا بما يتناسب مع اهتمامات الجمهور؛ حيث شمل كل نواحي الحياة الإنسانية، وقد شهد الموقع في الفترات الأخيرة إقبالًا ملحوظًا من مستخدميهِ على الصفحات الاجتماعية التي تعالج مشكلات الحياة اليومية للأفراد على اختلاف نمط هذه المشكلات واختلاف المستوى الاجتماعي للجمهور، وقد لاقت هذه الصفحات وما تحمله من مضمون رواجًا كبيرًا بين مستخدمي FACEBOOK؛ حيث وصل عدد المعجبين بإحدى هذه الصفحات إلى ٣٧١,٣٥١ مليون معجبًا، الأمر الذي يتضح معه تضاعف أعداد المعجبين بهذه الصفحات ومتابعتها من الفئات العمرية المختلفة ومدى التفاعل المتزايد مع المشكلات المطروحة، وبرز ذلك جليًا في تعليقات القراء، ومن هنا برزت أهمية هذه الدراسة، وزاد تعلق هذه الصفحات وما تعرضها بمنظومة من القيم التي قد تؤثر فيها سلبًا أو إيجابًا مع تزايد مساحتها؛ فالقيم من المفاهيم الفضفاضة؛ لأنه يقع على الخط الفاصل بين العلم والفلسفة، فهو مصطلح فلسفي النشأة يهتم بالبحث فيما ينبغي أن يكون^(١)، وهي الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهديًا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي أقرها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب فيه وغير المرغوب فيه من السلوك. ويعرفها "كلاكور" بأنها: قانون أو مقياس له شيء من الثبات على مر الزمن أو بعبارة أخرى أعم "أنها دستور ينظم نسق الأفعال والسلوك"^(٢).

وقد تم تقسيم الدراسة إلى: الإطار المنهجي والذي يتعرض لمشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها وتساؤلاتها وفروضها، الإطار النظري والمعرفي، ثم الدراسة التحليلية التي تتناول (٤) صفحات من صفحات المشكلات الاجتماعية التي تعرض المشكلة الاجتماعية، ويتم التعليق

على المشكلة وعرض حلول لها من قبل معجبي الصفحات- على الـ face Book وهذه الصفحات هي:

1- Problem Counseling Center Of Bride Group

2- society Problem

3- Real problems

4- يوميات زوجة مفروسة

أدبيات الدراسة:

قامت الباحثة بمراجعة الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة وهو: قيم المجتمع العربي كما تعكسها صفحات المشكلات على موقع (فيس بوك) واتجاهات المستخدمين نحوها، وتبين ندرة البحوث المتصلة اتصالاً مباشراً بموضوع الدراسة، حيث اقتصرت الدراسات المتوفرة في المكتبة الإعلامية على الآتي:

أولاً- الدراسات التي تناولت (القيم) وعلاقتها بشبكات التواصل الاجتماعي:

1- دراسة رباب رأفت الجمال (٢٠١٤)^(٣): هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل الإعلام الجديدة (شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت) على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب، بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية، وقد اعتمدت الدراسة في بنائها الأساسي على: نظرية المجال العام Public Sphere، ونموذج التلقي Reception Model، ومدخل الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency، وقد تمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب السعودي وذلك في المرحلة العمرية من (١٨ - ٣٥) سنة، وقد تمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية متعددة المراحل ممثلة من الشباب السعودي، قوامها (٦٠٠) مفردة من مدينة (جدة)، وقد استخدمت الباحثة أدواتي: "مجموعات النقاش المركزة"، "واستمارة الاستبيان" في جمع بيانات الدراسة، والتي انتهت إلى: جاءت شبكة الفيس بوك Face Book في المركز الأول في الاستخدام (بدرجة كبيرة) بنسبة (٦٣,٥٠٪)، أن متغير الثقة وهو العامل الأساسي في ارتباط المتلقي بالوسيلة الاتصالية منخفض جداً في مواقع التواصل الاجتماعي.

2- دراسة مهدي القصاص (٢٠١٤)^(٤) سعت الدراسة إلى معرفة أثر الإعلام الإلكتروني على منظومة القيم في القرى المصرية وكشف أهم التغيرات القيمية لدى الشباب استخدمت الدراسة المنهج الشبه تجريبي وطبقت الدراسة على ٢٠ مفردة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ - ٣٠ عاماً من الذكور والإناث من سكان قرية "ميت بدر خميس" التابعة لمركز مدينة المنصورة، وقسم الباحث العينة إلى مجموعة تجريبية وأخرى ضابطة وتوصلت الدراسة إلى حدوث التأثير السلبي على قيم الشباب وخصوصاً القيم الأسرية وقيم الانتماء إلى الوطن بسبب استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية (مواقع الشبكة العنكبوتية- تطبيقات الموبيل- القنوات

(الفضائية).

٣. دراسة محمد عبد البديع السيد (٢٠١٤)^(٥) سعت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديدة (الفييس بوك- المدونات- اليوتيوب- الواتس اب- تويتر) في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب في مدينة بنها (محافظة القليوبية) وقرية سواده (محافظة الشرقية) بعد ثورتي يناير ٢٠١١ ويونيو ٢٠١٣ والوقوف على أهمية الإعلام الجديد في رفع درجة الوعي السياسي لدى الشباب واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمسحي والمقارن وأجريت الدراسة على ٢٠٠ مفردة عمدية لمستخدمي الانترنت من المحافظتين واستخدم الباحث أداتي الملاحظة وصحيفة الاستقصاء لجمع البيانات.

ومن أهم نتائج الدراسة غيرت وسائل الإعلام الجديدة من قيمتي الحرية والديمقراطية لدى الشباب في المدينة والقرية- مجتمع الدراسة، بينما لم تغير وسائل الإعلام الجديدة من قيمتي الحرية والديمقراطية لدى الشباب بينما لم تغير في قيمتي الرموز الوطنية والعدالة والمساواة.

٣- دراسة خالد محمد البديري (٢٠١٢)^(٦): وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على نسق القيم الاجتماعية التي تؤثر في استخدام أفراد المجتمع السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد أجريت الدراسة مستخدمة منهج المسح بالعينة على مجموعتين عمريتين مختلفتين الأولى تمثل جيل الآباء (١٠٠ مفردة)، والثانية جيل الأبناء (١٠٠ مفردة)، وقد انتهت الدراسة إلى: أن النسق القيمي يؤثر على اتجاهات الباحثين- عينة الدراسة- ومن ثم على استخداماتهم لشبكة التواصل الاجتماعي، وأن اتجاهات الباحثين كانت ايجابية نحو قيم (التواصل مع الأهل والأقارب) والتي تيسرها الوسيلة، وقيمة (ثقافة الحوار)، وقيمة (التواصل مع الثقافات الأخرى)، وكانت اتجاهات الباحثين سلبية نحو السلوك السلبي الذي تسمح به طبيعة الوسيلة والمتمثل في جرائم النصب، التزوير الإلكتروني، ابتزاز المرأة.

٤- دراسة الغريب زاهر إسماعيل (٢٠١٢)^(٧): والتي سعت إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى طلاب الجامعات المصرية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من الباحثين من طلاب الجامعات المصرية، وقد طبقت الدراسة على (٩٠٠) مفردة من طلاب (١٠ كليات) بجامعة المنصور، وانتهت الدراسة إلى: أن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني لدى الطلاب كان ضعيفاً.

٥- دراسة وليد رشاد زكي (٢٠٠٩)^(٨): وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الانخراط في التفاعل مع العالم الافتراضي- الذي يتيح الانترنت- على القيم في الأسرة المصرية، واستخدم الباحث المنهج المسحي، وتم جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستبيان على عينة قوامها (٢٠٢) مفردة من رواد مقاهي الانترنت بمحافظة القاهرة الكبرى والسويس، وانتهت الدراسة إلى أن الانخراط في التفاعل على الانترنت أثر سلباً على قيمة (الحوار الأسري) وتم

استبداله بالانخراط في التفاعلات الافتراضية، كما أشار (٤٩٪) من أفراد العينة إلى أنهم من خلال تفاعلاتهم المختلفة على الإنترنت يشعرون بفكرة انضمامهم لمجتمع حقيقي يضاهاه المجتمع الواقعي.

ثانياً- الدراسات التي تناولت تأثير استخدام الانترنت على الجمهور:

١. دراسة هشام سعيد البرجي (٢٠١٥)^(٩) سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة المصرية والقاء الضوء على التأثيرات الاجتماعية المرتبطة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعية واستخدمت الدراسة منهج المسح وتم جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستبيان على عينة قوامها ٤٢٠ مفردة مقسمة بالتساوي بين الآباء والأبناء في ٣ محافظات هي المنيا والجيزة والشرقية وكان من ابرز النتائج: حصول موقع face book على نسبة الاستخدام الأعلى بين عينة الدراسة وأن ٥٣,٣ من الآباء عينة الدراسة يرون أن محتوى face book أثر على تكوين شخصية الأبناء وأن ٧٤,٣ من الآباء يرون أن face book قد عدل شخصية أبنائهم إلى الأفضل.

٢- دراسة "ياسمين محمد إبراهيم" (٢٠١٤)^(١٠): وقد سعت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تكوين رأس المال الاجتماعي على شبكات التواصل الاجتماعية، وحددت موقع Face Book كنموذج للدراسة، وقد أوضحت الباحثة سبب اختصاص "فيس بوك" بالدراسة، ويعرف رأس المال الاجتماعي بأنه حجم شبكة الفرد على موقع التواصل الاجتماعي (الأصدقاء والمتابعون)، ومقدار الثقة بين الأفراد والعمل المشترك بينهم والذي أتاحتها الشبكة، سواء كان العمل اجتماعياً أو سياسياً أو ترفيهياً أو تعليمياً أو دعمًا عاطفياً بين أفراد الشبكة، وانتهت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين الاستخدام المكثف لموقع فيس بوك Face Book وتحقيق المشاركة على كافة المستويات التي يتضمنها محتوى الوسيلة سواء كان محتوى المشاركة معرفياً أو سياسياً أو اجتماعياً أو مدنياً أو دعمًا عاطفياً.

٣- دراسة "أرين كارينيكسي" Aren Karbnsky (٢٠١٠)^(١١): وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" على التحصيل الدراسي لطلاب الجامعة، واستخدم الباحث المنهج المسحي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٢١٩) مفردة من طلاب الجامعات، وانتهت الدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين درجة استخدام "موقع فيس بوك" Face Book ودرجة التحصيل الدراسي؛ مما يوضح التأثير السلبي للموقع، وقد كانت أبرز أسباب عدم التحصيل هي الاستغراق في الوسيلة، وإدمان الموقع في مقابل قصر الوقت المخصص للدراسة.

٤- دراسة أمين سعيد عبد الغني (٢٠٠٣)^(١٢): وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام الإنترنت على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا الأخلاقية، واستخدم الباحث

منهج المسح، وطبق الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من طلاب الجامعات المصرية، وانتهت الدراسة إلى أن (٧٤٪) من أفراد العينة يؤكدون على مخاطر الإنترنت، والتي كان في مقدمتها: إدمان دخول المواقع الإباحية، ثم الاختراق السياسي، ثم الغزو الفكري.

٥- دراسة علياء سامي عبد الفتاح (٢٠٠٧)^(١٢): وقد سعت الدراسة إلى معرفة شكل العلاقات الاجتماعية التي أحدث فيها استخدام الشباب للإنترنت تغييرات معينة، وحددت الباحثة العلاقات الداخلية في الأسرة، والخارجية بين الشباب والأصدقاء، واستخدمت الباحثة منهج المسح، وطبقت الدراسة على (٤٤٠) مفردة من شباب الجامعات المصرية، وانتهت الدراسة إلى أنه لا توجد أية حدود فاصلة بين المجتمع الحقيقي والمجتمع الافتراضي، واتفق (٧٠٪) من عينة الدراسة على أن الإنترنت قد وفر شكلاً جديداً من العلاقات الاجتماعية المؤثرة.

٦- دراسة فوزية عبد الله آل علي (٢٠٠٩)^(١٣) والتي سعت إلى محاولة التعرف على الآثار النفسية للإنترنت من قبل طلاب جامعة الشارقة، ومعرفة اتجاهاتهم نحو الوسيلة، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح وأجرت الدراسة على عينة قوامها (١٩٢) مفردة من الطلاب، وانتهت الدراسة إلى وجود الكثير من التأثيرات التي يحدثها الإنترنت على الطلاب والتي كان من أبرزها: العزلة، أعقبها الإدمان، أعقبها السعي إلى السرية، وأخيراً الشعور بالقلق.

٧- دراسة نرمين زكريا خضر (٢٠٠٩)^(١٤): وقد سعت الدراسة إلى تفسير الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام طلاب الجامعات لموقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، كما استخدمت في جمع البيانات أدوات: صحيفة الاستبيان بالمقابلة، ومجموعات المناقشة المركزة، وكانت أبرز نتائج الدراسة هو التفاعل مع المجتمع الافتراضي مقابل العزلة من المجتمع الحقيقي، والتي عدتها الدراسة أهم الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

٨- دراسة عفاف عبد الله إسماعيل (٢٠٠٩)^(١٥) وقد سعت الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام شبكة الإنترنت على الشباب، وخاصة الآثار النفسية والاجتماعية، واستخدمت الباحثة منهج المسح الميداني، واستخدمت لجمع البيانات أداة استمارة الاستبيان، وتم توزيع الاستبيان على (٩٦) مفردة بمدينة الخرطوم، وانتهت الدراسة إلى وجود تأثير سلبي لاستخدام الإنترنت على علاقات الشباب بأسرهم، الأمر الذي نتج عنه نوع من التفكك الأسري، أجمعت عينة الدراسة بنسبة (٩٤,٨٪) على وجود آثار سلبية نفسية، واجتماعية، وأخلاقية، وتربوية، وتعليمية، وثقافية، واقتصادية، وفكرية، ودينية.

مشكلة الدراسة:

بظهور الإنترنت- كوسيلة إعلامية جديدة- ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف أشكالها وخاصة موقع فيس بوك face book الذي انتشر وشاع استخدامه في الوطن

العربي في السنوات العشر الأخيرة وخاصة إبان فترة ثورات الربيع العربي، وعكوف الكثير من رواد هذا الموقع عليه لفترات طويلة؛ الأمر الذي زاد معه استغلال الموقع بالشكل الأمثل الذي أتاحه الموقع، وظهر على الموقع الكثير من الصفحات ذات الطابع الخاص؛ والتي تحمل مضامينًا نوعية، سواءً كانت دينية أو سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.

وقد ظهرت الصفحات الاجتماعية وخاصة التي تقدم طرحًا للمشكلات الفردية، وتحاول من خلال جمهور موقع التواصل (فيسبوك) مساعدة صاحب المشكلة - مجهول الهوية- في الاستفادة من تجارب المشاركين الشخصية أو خلفياتهم للتوصل إلى حل مناسب للمشكلة، والتي قد تحمل- في اختيارها لبعض المشكلات أو محاولة تصديرها للمستخدمين- العديد من القيم التي قد لا تتلاءم مع مجتمعاتنا العربية وقيمها وتقاليدها، ومن هنا برزت فكرة هذه الدراسة وهي: قيم المجتمع العربي كما تعكسها صفحات المشاكل على موقع face book واتجاهات المستخدمين نحوها ومدى توافقه مع قيم المجتمعات العربية وثقافتها.

حيث تحاول الدراسة معرفة اتجاهات الجمهور من خلال تحليل تعليقاتهم على المشكلات المطروحة على الصفحات- محل الدراسة- مع التركيز على الحلول المقدمة من مستخدمي هذه المواقع ذات الانتشار الواسع.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من عدد من المتغيرات والعوامل منها:

أولاً: تستمد هذه الدراسة أهميتها من موضوعها، نظرًا لأن موضوع القيم يمكن أن تغير في اتجاه الجمهور بما لا يخدم استمرارية الحفاظ على الهوية الثقافية للأمم والشعوب العربية والإسلامية، بل قد تتغير نظم القيم في اتجاهات معاكسة للقيم الثقافية العربية والإسلامية؛ مما ينتج عنه صراع قيمي على مستوى الفرد والجماعة، يتبعه في أغلب الأحوال سلوكيات تعمل على تمزيق النسيج الاجتماعي في نهاية الأمر.

ثانيًا: أهمية القيم على المستوى النظري والعملي، وخاصة عندما ترتبط برباط ثابت دائمًا في حياة الناس، الأمر الذي يجعل القيم ثابتة وراسخة في سلوكهم، تحدد لهم اتجاهاتهم في الحياة وبها يميزون بين الإيجابي والسلبي بين الخير والشر.

ثالثًا: تعد صفحات التواصل الاجتماعي من أهم أشكال الاتصال الاجتماعي وأبرزها والتي أتاحتها شبكة الإنترنت، وانتشرت انتشارًا واسعًا في الدول العربية والإسلامية، واحتلت مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فيس بوك face book موقعًا متميزًا ومساحة لا يستهان بها في الوقت الحالي على وجه الخصوص، وأصبح استخدامها من الضروريات اليومية لأفراد المجتمع على اختلاف مستوياتهم التعليمية والاجتماعية.

رابعًا: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي الواضحة، والتي من الممكن- إذا وظفت توظيفًا مناسبًا- أن تسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهي القيم التي

ينطلق منها أي مشروع تنموي ثقافي^{١٧}.

خامساً: تهتم هذه الدراسة بالبحث في طبيعة العلاقة بين القيم المتضمنة في المشكلات الاجتماعية المعروضة والتي تعتبر انعكاساً لا يستهان به لواقع المجتمع العربي، واتجاهات الجمهور المستهدف نحوها، انطلاقاً من كونها علاقة تفاعلية. خامساً: تعتبر هذه الدراسة من أولى الدراسات التي تعرضت لصفحات المشكلات الاجتماعية والنفسية على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، كما يتضح من خلال الدراسات السابقة.

وتأتى هذه الدراسة التي تهتم بالبحث في هذه الجزئية كمحاولة للمساهمة في توضيح دور هذه الصفحات التي وصفها البعض بالمستشار النفسي الموازي والتي توضح أرقام المعجبين بها مدى أهميتها وسرعة انتشارها وبالتالي تأثيرها.

سادساً: زيادة المنافسة بين هذه الصفحات بهدف كسب جمهور المستخدمين، وبالتالي زيادة إقبال المعلنين عليها، والحصول على الربح المادي كأحد أهدافها، وسعى كل منها نحو اجتذاب الجمهور بمختلف الأساليب، وبصرف النظر عن مدى ملائمة القيم الإيجابية أو السلوك السلبى المعروض في المشكلات المنشورة.

سابعاً: أن تحليل تعليقات المستخدمين والذي تراه الباحثة أداة لقياس اتجاه جمهور هذه الصفحات بطريقة غير مباشرة، واستعراض الحلول التي يطرحها مستخدمو هذه المواقع لصاحب المشكلة؛ الأمر الذي يعكس واقع المجتمع العربي بصورة أوضح. ثامناً: أن هذه الصفحات وما تحويها من مشكلات هي في الأساس انعكاس فعلي المسكوت عنه من قضايا المجتمعات العربية، والتي لم يفصح عنها الغالبية في الواقع، نظراً لعدة أمور: أهمها الخجل، والتخوف من مواجهة المجتمع أو أحد أفرادها بصورة علنية بهذه المشكلات، والتي تعد خرقاً لكثير من الثوابت في هذا المجتمع.

أهداف الدراسة:

وتهدف هذه الدراسة إلى:

- ١- تحديد أكثر المشكلات الاجتماعية ظهوراً على سطح المجتمع، من خلال نوعية المشكلات المعروضة على هذه الصفحات.
- ٢- التعرف على كيفية معالجة المواقع- محل الدراسة- للمشكلات المعروضة.
- ٣- التعرف على أهم القيم المطروحة من خلال هذه المشكلات.
- ٤- التعرف على السلوكيات السلبية التي تنتشرها هذه الصفحات من خلال مضمونها.
- ٥- رصد ردود أفعال المتفاعلين من مستخدمي هذه الصفحات على المشكلات المعروضة.
- ٦- رصد اتجاه الجمهور المستخدم نحو المشكلات المطروحة، من خلال رصد تعليقات الجمهور على المشكلات المطروحة وتحليلها.

٧- تحديد العلاقة بين القيم المطروحة من خلال هذه المشكلات، واتجاه الجمهور نحوها.

تساؤلات الدراسة:

تنطلق هذه الدراسة من تساؤل رئيس هو:

ما أهم القيم المتضمنة في المشكلات التي تطرحها صفحات المشكلات الاجتماعية والنفسية على موقع فيس بوك، وما هي اتجاهات مستخدمي هذه الصفحات نحوها؟ ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس، عدد من التساؤلات الفرعية على النحو الآتي:

١- ما القيم التي تعكسها صفحات المشكلات الاجتماعية على "فيس بوك" خلال فترة الدراسة؟

٢- ما السلوكيات السلبية التي تعكسها الصفحات؟

٣- هل هذه الصفحات قيماً محددة ومكررة في أكثر الأحيان؟ ولماذا؟

٤- ما اللغة المستخدمة في هذه الصفحات؟

٥- ما المستوى الاجتماعي والاقتصادي الذي تعكسه المشكلات المطروحة في هذه الصفحات؟

٦- ما أوجه التشابه والاختلاف في انتقاء الصفحات للمشكلات الاجتماعية؟

٧- ما اتجاه جمهور المستخدمين نحو ما تعرضه صفحات المشكلات الاجتماعية والنفسية من قيم؟

٨- ما أكثر الموضوعات المطروحة استقطاباً لجمهور المستخدمين؟

الدراسة الاستطلاعية على موقع "فيس بوك" face book

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" face book؛ وذلك لرصد صفحات المشكلات الاجتماعية والنفسية ومتابعة المواد المنشورة بها، للوقوف على أكثر هذه الصفحات انتشاراً وجذباً للمعجبين على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، ومعرفة ما تقدمه هذه الصفحات من قضايا اجتماعية، ومشكلات نفسية، وأسرية، وغيرها من القضايا المطروحة، وبمقتضى هذه الدراسة تم تحديد مجتمع الدراسة من بين صفحات المشكلات الاجتماعية المتعددة والمنتشرة وهي:

١- Problem Counseling Center Of Bride Group

٢- society Problem

٣- Real problems

٤- يوميات زوجة مفروسة

وكذلك تحديد المحتوى الذي سيتم تحليله من محتويات هذه الصفحات، حيث حددت الباحثة المحتوى المكتوب فقط على هيئة مشكلة للتحليل، إضافةً لردود مستخدمي الموقع على المشكلة المطروحة، واستبعدت أشكال المحتويات الأخرى التي قد تحويها بعض الصفحات

كالفيديو، والصور، وإعلانات المواقع الأخرى، والكوميكسات.

نوعية الدراسة والمنهج المستخدم:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تستهدف تحليل وتصوير وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، وبغض النظر عن وجود فروض محددة مسبقاً^(١٨).

وتعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة، وهو ما يعرف بالجهد العلمي المنظم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة محل الدراسة.^(١٩) كما يعرف منهج المسح بالعينة بأنه: أحد الأشكال الخاصة لجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، وهو الشكل الرئيس لجمع المعلومات عندما تشتمل الدراسة على المجتمع الكلي، أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب معه الاتصال بمفرداتها، مما يوفر جانباً كبيراً من الوقت والنفقات والجهد المبذول، وهو المنهج الرئيس لدراسة الجمهور ووسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي^(٢٠).

وتسعى الباحثة من خلال الدراسة الوصفية إلى: وصف اتجاهات مستخدمي صفحات المشكلات الاجتماعية على موقع «فيس بوك» نحو القيم التي تعكسها هذه الصفحات.

مجتمع عينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في:

- أ- المشكلات المطروحة على صفحات المشكلات الاجتماعية على الفيس بوك، حيث تم اختيار (٤) صفحات للمشكلات الاجتماعية على موقع (فيس بوك).
- ب- تعليقات القراء على هذه المشكلات؛ بهدف معرفة اتجاه القراء نحو القيم التي تعرضها الصفحات من خلال المشكلات.

وقد حددت الباحثة اختيار أول (١٠) تعليقات على المشكلة؛ لتقوم بتحليلها كعينة لتعليقات القراء؛ نظراً لكثرة التعليقات، الأمر الذي يتعذر معه مسح شامل لكل التعليقات، كما أن نظام الصفحة يرشح التعليقات التي حازت نصيباً أكبر من علامات الإعجاب لتكون على رأس التعليقات في أي منشور.

أي أن العينة المختارة- العشر تعليقات الأول- هم خليط من عينة عشوائية من التعليقات، بالإضافة إلى موافقة أكبر عدد من المتفاعلين على ما ورد بها من اتجاه نحو القيمة التي تشير إليها المشكلة، أو الحل الذي يقدمه صاحب التعليق.

وقد تم اختيار هذه الصفحات بناءً على الدراسة الاستطلاعية على النحو الآتي:

- ١- عدد الإعجابات التي تتميز بها كل صفحة، والتي تعتبر بمثابة ميزة لها على الصفحات الأخرى ومؤشراً لانتشارها.
- ٢- عدد المشكلات التي تعرضها كل صفحة، وعدد التعليقات من قبل المستخدمين؛ وذلك لضمان ثراء المادة التحليلية، وهذه الصفحات هي:
 - ١- Problem Counseling Center Of Bride Group
 - ٢- society Problem
 - ٣- Real problems
 - ٤- يوميات زوجة مفروسة

- الفترة الزمنية: شهر كامل، بدأت في الأول من نوفمبر وحتى نهايته في العام ٢٠١٦

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة تحليل المضمون بشقيها الكمي والكيفي: حيث قامت الباحثة باستخدام استمارة تحليل مضمون المشكلات في كل من صفحات المشكلات الاجتماعية- عينة الدراسة- على موقع " فيس بوك " وذلك من خلال الفئات العلمية لتحليل المضمون^(١).

إجراءات الصدق والثبات للدراسة التحليلية:

تحققت الباحثة من صدق أداة جمع البيانات من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين والذين أقروا بصلاحية الاستمارة للتطبيق، ولتحقيق الثبات قامت الباحثة بإجراء إعادة الترميز بعد فترة زمنية " أسبوع " من الانتهاء من التحليل، وبمساعدة باحثة أخرى (حيث دمجت بين إعادة الباحثة لترميز عينة مما تم ترميزه، مع إدخال رمز آخر في العملية) للتأكد من ثبات الاستمارة.

- ١- وقد أعطت الباحثة رمز (أ) للترميز الأول الذي قامت به، ورمز (ب) للترميز الثاني، ورمز (ج) لترميز الباحثة المعاونة^{١٢}، وقد أجرت الباحثة إعادة الترميز لعدد (٣٧٨) مفردة

١- قامت الباحثة بتحكيم الاستمارة لدى عدد من أساتذة الإعلام، وهم:

- ١- د/ جمال عبد الحي النجار أستاذ الصحافة المتفرغ بقسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات بالقاهرة
- ١- د/ محمد شعبان وهدان أستاذ ورئيس قسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات بالقاهرة
- ١- د/ أماني عبد الرؤوف أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات بالقاهرة
- ٢- استعانت الباحثة في إعادة الترميز ب د/ نهى السيد ناصر مدرس العلاقات العامة والإعلان بقسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات بالقاهرة

بما يعادل (٢٠٪) من العينة الكلية التي تم تحليلها والتي بلغت (١٨٩٠) مشكلة، مقسمة إلى (١٠٨٠) society Problem، و(٣٠٠) مشكلة من صفحة يوميات زوجة مفروسة، و(١٥٠) من صفحة Real Problems، و (٣٦٠) مشكلة من صفحة Problem Counseling Center Of Bride Group

وعن طريق تطبيق معادلة "هولستي" للثبات: حيث معامل الثبات = $M \times 2$

- حيث $M =$ عدد الوحدات التي اتفق عليها المرزمان. $N_2 + N_1$
 - $N_2 + N_1 =$ مجموع الوحدات التي تم تحليلها وهي (٣٧٨) وحدة (المشكلة + عينة من التعليقات)

جدول رقم (١)

يوضح معامل الثبات لاستمارة تحليل المضمون

المرمزان	الخلاف	الاتفاق	نسبة الاتفاق
أ، ب	٢٨	٣٥٠	٩٢٪
أ، ج	٢١	٣٥٧	٩٤٪
ب، ج	٢٤	٣٥٤	٩٣,٦٪

$$\text{معامل الثبات بين أ، ب} = \frac{350 \times 2}{774} = 90\%$$

$$\text{معامل الثبات بين أ، ج} = \frac{357 \times 2}{774} = 92\%$$

$$\text{معامل الثبات بين ب، ج} = \frac{354 \times 2}{774} = 91\%$$

$$\text{معامل الثبات} = \frac{90\% + 92\% + 91\%}{3} = 91\%$$

- وتبين أن معامل الثبات = ٩١٪، مما يدل على وجود درجة تطابق كبيرة نسبياً بين التحليل الأول والثاني.

مفاهيم الدراسة:

القيم: هي أحكام يطلقها الفرد على الأشياء المرغوب فيها، أو التي يفضلها عن غيرها، وذلك وفقاً لمعايير الجماعة، والعوامل البيئية المختلفة، ونتيجة لخبرات الفرد وتفاعله مع هذه الأشياء. (٢٢)

السلوك السلبي: المراد به في هذه الدراسة هو ما تعكسه المشكلة مغايرًا للقيمة ومضادًا لها (حيث أطلق عليه البعض: القيم السلبية)؛ بيد أن الباحثة أيدت الرأي القائل بأن القيمة لا يمكن أن تكون سلبية ولكن (القيم) إيجابية فقط، يحترمها المجتمع السوي، ويحاول تعميمها بما يناهض السلوك السلبي ويستنكر وجوده.

الاتجاه: هو تنظيم من المعتقدات له طابع الثبات النسبي حول موضوع أو موقف معين يؤدي بصاحبه إلى الاستجابة بشكل تفضيلي، والاتجاه من هذا المنظور هو تنظيم يختلف في مدى عموميته أو خصوصيته وفي اتساعه أو ضيقه طبقًا لما يتضمن من أجزاء أو عناصر. (٢٣)

كما عرفه البعض بأنه: «نزوع ثابت للاستجابة نحو أحد المؤثرات، وهو حالة من الاستعداد داخل الفرد لتأييد أو رفض موضوع ما»، ويعرف إجرائيًا بأنه: «مجموعة من المكونات الإدراكية المعرفية (معارف- معلومات)، والوجدانية (مشاعر، معتقدات، تقييمات)، والسلوكية القابلة للقياس» (٢٤).

مواقع التواصل الاجتماعي: هي مواقع إلكترونية اجتماعية على الإنترنت، تعد الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي (٢٥).

المشكلات الاجتماعية: هي الحوادث الناتجة بسبب عدم إشباع الاحتياجات بين أفراد المجتمع سواء كانت احتياجات اجتماعية أو نفسية أو اقتصادية أو بيولوجية أو صحية أو تعليمية أو ترويحية؛ ويرجع عدم الإشباع لمجموعة من العوامل المرتبطة بالفرد ذاته «عوامل ذاتية»، أو أسرته «عوامل أسرية»، أو للعوامل الاجتماعية، أو البيئية، أو العوامل المجتمعية.

صفحات المشكلات الاجتماعية: هي صفحات أتاحتها موقع التواصل الاجتماعي «فيس بوك» يتم إنشائها من قبل أي مستخدم للموقع - له حساب على الموقع - ويتولى هو إدارتها، كما يمكنها ضم أي مستخدم من معجبي الصفحة بعد إنشائها من إدارتها معه، وقد يكون للصفحة (٣) أو (٤) مديرين (أدمن)، ويزيد الرقم أو ينقص وفق نشاط الصفحة، وطبيعة التفاعل داخلها. وتعرض هذه الصفحات محتوى اجتماعي ونفسي تمثل في مشكلات شخصية للأفراد، تصل هذه المشكلات للصفحة عن طريق صندوق الرسائل الخاصة والتي تسمح إدارة الصفحة بفتحها لفترات محددة من اليوم وفقًا لحجم متابعي الصفحة وحجم التفاعل والمشاركة، وتنتقي الصفحة المشكلات التي تتناسب مع سياستها وفقًا للمحددات الخاصة بها سواء أعلنت تلك المحددات أم لا، ثم يعيد مدير الصفحة نشر المناسب منها بعد إخفاء هوية المرسل؛ حيث يعد الحفاظ على سرية شخصية صاحب المشكلة من أهم ما يميز هذه الصفحات؛ الأمر الذي زاد من حجم الإقبال عليها حيث يعتبرها مستخدموها (المستشار النفسي الموازي) الذي يوفر قدرًا وافرًا من النصائح والإرشادات والخبرات من

خلفيات مختلفة دون مقابل مادي أو مشقة في الحجز والوصول إلى المستشار، ومع ضمان حيادية الحكم بسبب إخفاء شخصية صاحب المشكلة، مما يساعد صاحب المشكلة في اتخاذ قرار أو تصحيح وضع قائم، وخاصة أن من بين المستخدمين فئة من أصحاب الخلفيات العاملة في مجال الاستشارات النفسية كما يتضح من عناوينهم على صفحاتهم، ومن ذوي الخبرات في المجالات الحياتية المختلفة والتجارب المماثلة، ويتفاعل جمهور المستخدمين من خلال أيقونات الإعجاب الموجودة أسفل كل منشور، ومن خلال التعليقات على المنشورات، ويمكن للصفحة حظر المشاركين عند الخروج عن سياسات الصفحة المعلنة حظرًا مؤقتًا أو حظرًا نهائيًا وفقًا للقواعد المتبعة.

صفحات المشكلات الاجتماعية محل الدراسة:

١. صفحة المشكلات الاجتماعية: (problem counseling center of bride group) بدأت الصفحة في الظهور على موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) في عام ٢٠١٢، وبلغ عدد المعجبين بالصفحة حتى آخر يناير ٢٠١٧ حوالي (٤٢٥٨٣٧) معجبًا، وقد قسمت الصفحة داخليًا إلى (٥) أقسام، وهي:

أولاً-الصفحة الرئيسية:

وهي التي تعرض من خلالها مشكلات المستخدمين وتفاعلات المعجبين بالصفحة،

ثانياً - ملاحظات:

ويضم هذا القسم عدد من التقسيمات الفرعية الداخلية المهمة، وهي:

أ- **قواعد حظر المستخدمين (Banning rules)**: والتي تعد نوعًا من تنظيم العمل والنشر على الصفحة الرئيسية، وقد أوجزت الصفحة الحالات التي تستوجب الحظر في النقاط الآتية:

- كل تعليق ساخر يحمل نوعًا من التهكم على صاحب المشكلة سيتم حظره نهائيًا لمدة يوم كامل حتى يتقدم باعتذار لصاحب المشكلة، ويتم إعادته للمشاركة ورفع الحظر عنه، وفي حالة التكرار مرة أخرى يتم الحظر نهائيًا ولن يقبل منه أي اعتذار.
- التعليقات غير المهذبة يتم عمل حظر لأصحابها في الحال بلا رجعة، ولن تقبل منه أي اعتذار.

- التعليقات السخيفة، والتي تشمل:

١. التريفة على صاحب المشكلة مثال: "ممكن تهزر بشكل لائق" مع وضع حل للمشكلة.
٢. إهانة أي طرف من أطراف المشكلة "مثال: "حماكي ده راجل أهبل، أبوكي متخلف، إنتي مجنونة ولسعتي".

٣. وجود تعليقات سخيفة مثال: "هات الشبشب، امشي يا أهبل، ماله الكاسيت، حباية الضغط من على الجمل، مرارتي، أنا لسه هقرأ كل ده؟، احجز أول تعليق، أخاف أرد لا

- أخذ حظر، كنت هرد بس بعد كلمة كذا والله ما انا رادد... الخ“
٤. التريقة على مشكلة باللغة الإنجليزية أو بالفرانكو.. ”ممكن تقول حل للمشكلة وبعدين تطلب من صاحب المشكلة يبقي بيعتها بالعربي“
٥. الضحك على المشكلة واستدعاء أصدقاء للضحك“لو عايزين صديق يحل المشكلة ممكن تستدعوه وتقولوله عندك حل“.
٦. إقحام السياسة في المشكلة.

ب_ قواعد نشر المشكلات على الصفحة الرئيسية:

- في هذا الجزء حدد القائمون على الصفحة المشكلات التي لا يمكن نشرها من خلال الصفحة أو عرضها على الجمهور، وهي:
١. المشكلات الخاصة بالعذرية والاعتصاب.
 ٢. المشكلات الخاصة بالعلاقات الجنسية.
 ٣. نصيحة من أحد الأعضاء إلى بقية الأعضاء في الصفحة يفضل أن يكتبها بنفسه. على الوول لكي يخلق جو من المناقشة مع بقية الأعضاء.
 ٤. المشكلات الدينية أو الإلحاد.
 ٥. المشكلات السياسية.
 ٦. نشر طلب الدعاء أو تفسير الأحلام.
 ٧. الأسئلة المالية أنا عندي ظروف وعايزة فلوس أو أنا محتاجة رصيد ضروري.“
 ٨. أسئلة: أجب هدية إيه، بشرتي حساسة، أسئلة للدايت.
 ٩. أسئلة عامة حيث بررت الصفحة رفضها لهذه النوعية من الأسئلة العامة بقولها: نحن نقوم بنشر المشكلات التي يعاني منها الأفراد بصفة شخصية للمساعدة في إيجاد حلول لها من خلال معجبي الصفحة.
 ١٠. أسئلة عن الأشباح والجن والظواهر الغريبة.
 ١١. المشكلات القانونية.
 ١٢. إعجاب لأحد أعضاء الصفحة.
 ١٣. رسائل من أحد فقد صديقه ويبحث عنه في الصفحة
 ١٤. الرسائل الشخصية زي“بحبك يانونا- عايزة أقول لصاحبتي انها أجمل واحدة في الدنيا- عايزة أقول لحبيبي انى بحبه أوى- عايزة أصبح على خطيبي واكل له فلانة“بتحبك موت“.

ج- قضايا مهمة للنقاش:

هي محاولة لتوحيد الجهد وجذب الجمهور المستخدم نحو قضايا محددة بعيداً عن المشكلات الفردية التي تحاول الصفحة إيجاد حلول لها من قبل المتفاعلين عليها.

ويعد هذا الجزء نوعاً من التركيز على المشكلات المجتمعية المتفق عليها، والتي يراها مستخدم الصفحة على أنها ظاهرة في المجتمعات العربية تجاوز البعض وصفها بكونها مشكلة ويُعد الحديث عنها أو طرحها، ثم تلقي آراء المتفاعلين نوعاً من إثراء الجو العام بالتجارب الفردية التي أسهمت في تجاوز الظاهرة أو التغلب عليها أو التعايش معها بطريقة أفضل، ومن أبرز القضايا التي طرحتها الصفحة مشاهدة المواقع الإباحية، وقد لقي الطرح إقبلاً كبيراً من المتفاعلين.

ثالثاً - الفيديو:

خصّصت الصفحة للفيديوهات المجمعة على صفحتها هذا الرابط كنوع من التيسير على المستخدم؛ للوصول للمادة المطروحة من خلال الصفحة، وخاصة أن (٨٠٪) من المادة المنشورة على الصفحة عبارة عن مشكلات فردية.

رابعاً - الإعجابات:

لم تعلن الصفحة على الصفحة الرئيسة لها عدد المعجبين والمتابعين لها، وأحالت ذلك إلى صفحة فرعية من خلال الرابط المخصص؛ حيث تقدم الصفحة الفرعية أعداد المعجبين وأعداد المتابعين ورسم بياني يوضح معدل نشاط الصفحة في الأسبوع الأخير.

خامساً - من نحن:

في هذا الجزء تحاول الصفحة توضيح الهدف الأساسي من وجودها وتاريخ الإنشاء، وتضمن بعض الصفحات رابطاً للصفحات الشخصية لمدير الصفحة كنوع من زيادة فرص التواصل بينه وبين المستخدمين في حال وجود عدد أكبر من المديرين الفرعيين للصفحة.

٢- صفحة المشكلات الاجتماعية (Society Problem):

بدأت الصفحة في الظهور على موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) في ٢٣ سبتمبر ٢٠١٤، ووصل عدد المعجبين بها حتى نهاية يناير ٢٠١٧ إلى (٩٥٧٣٤٥) معجباً من خلال متابعة الصفحة، وتنتشر الصفحة يومياً حوالي (٣٦) مشكلة، وبذلك تعد الصفحة من أكثر صفحات المشكلات الاجتماعية ثراءً بهذا النوع من المضمون الاجتماعي؛ حيث لا تنتشر الصفحة أي نوع آخر من المضامين الإعلانية أو الترفيهية، وتلتزم فقط بمشكلات القراء على خلاف الصفحات الأخرى .

وأوردت الصفحة للتعريف عن نفسها تحت عنوان "من نحن" وباللغة العامية المصرية (إحنا في البيج هنا هنبسطك مشكلتك على قد ما نقدر ونحلها مهما كان حجمها من وجهه نظرك، أيًا كانت المشكلة بمجرد ما تحكيها وتقولها لناس ولا تعرفك، بس عارفين إنهم بس هيساعدو صاحب المشكلة من غير ما يعرفو هو مين، دا هيساعدك تحلها وتأخذ أحسن

الآراء، وحتى لو ملقئت آراء هترياح لمجرد إنك حكته، المشكلة إنت لما تحكيها هترياح ولازم متدهاش أكبر من حجمها وخليك واثق إنك أكبر من أي مشكله تقابلك، لأن طول مانت واثق إن المشكلة صغيره وأنت أكبر منها يبقى هتقدر تحلها بسهولة، ولما تنزل المشكله مع الناس هتساعدك وتستفيد من خبراتهم وتجاربهم اللي أكيد عندك زيها وممكن تكون بتمر بيها دلوقتي، اسمع منهم رأيهم وحاول تستفيد متنسوش إن المشاكل كلها بتنزل في سرية تامة^(٢٦).

٣ - صفحة المشكلات الاجتماعية^(٢٧) (Real problems):

لم تظهر الصفحة أي معلومات عن بداية ظهورها ولا عن الهدف من انتشارها عبر موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك)، وقد وصل عدد المعجبين بالصفحة حتى نهاية يناير ٢٠١٧ حوالي (١٤٨,٧٨٤) معجباً من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك)^(٢٨).

٤ - صفحة المشكلات الاجتماعية (يوميات زوجة مفروسة)

إحدى الصفحات التي تعرف نفسها بصفحة اجتماعية كوميدية نسائية، تتيح للمرأة العربية التعبير عن مشاعرها، وتناقش وجهات النظر المختلفة في جميع مناحي الحياة، وتسمح للمرأة بطرح مشكلاتها الشخصية اليومية بدون نشر هوية صاحبة المشكلة كما هو متعارف عليه في صفحات المشكلات الاجتماعية.

وتختلف هذه الصفحة عن الصفحات الثلاث الأخرى المختصة بالمشكلات الاجتماعية في أنها تتخذ أسلوباً ساخراً في عرض بعض الضغوط اليومية التي تعاني منها المرأة في شكل (كوميكس) خاص بالصفحة يحمل شعار الصفحة وتوقيعها، وتحاول الصفحة من خلال هذه الكوميكسات إلى بث روح الفكاهة وتقليل التوتر الناتج عن المشكلات اليومية للمرأة على اختلاف دورها في المجتمع سواءً كانت بنتاً، أو أختاً، أو زوجة، أو أمّاً، أو امرأة عاملة، أو طالبة جامعية.

ورغم ان الصفحة قد تم إغلاقها من قبل إدارة (الفيس بوك) في الأسبوع الأخير من شهر نوفمبر؛ حيث كانت فترة الدراسة وحتى الثاني من ديسمبر من نفس العام، وقد بلغ عدد المعجبين بالصفحة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) حوالي (٧,٥٠٠,٣٤١) معجباً وذلك بنهاية يناير ٢٠١٧، وتعد صفحة « زوجة مفروسة » من أكبر صفحات المشكلات الاجتماعية من حيث عدد المعجبين وعدد المنشورات اليومية، وقد ظهرت صفحة «يوميات زوجة مفروسة» على موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) في بداية عام ٢٠١٣.

القيم والاتجاهات:

أولاً- القيم:

من أهم خصائص القيم أنها إنسانية، ذاتية نسبية، وترتب ترتيباً هرمياً، كما أنها تتضمن

نوعاً من الرأي والحكم، كما تتضمن الوعي بمظاهره الإدراكية والوجدانية والنزوعية^(٢٩). كما أن القيم ظاهرة دينامية متطورة؛ لذلك لا بد من النظر إليها من خلال الوسط الذي تنشأ فيه والحكم عليها حكماً موقفياً وذلك بنسبتها إلى المعايير التي يضعها المجتمع في زمن معين وبإرجاعها إلى الظروف المحيطة بثقافة المجتمع^(٣٠).

ويمكن تحديد أهم هذه الخصائص فيما يأتي:

١- القيم ذاتية: والمقصود بذلك أنها تتعلق بالطبيعة النفسية للفرد، وتشمل الرغبات والميول والعواطف، وهذه الخبرات النفسية غير ثابتة وتتغير من لحظة إلى أخرى ومن شخص إلى آخر.

٢- القيم نسبية: إن وجود القيم نسبي، فإذا زالت الأشياء وانعدم الأشخاص، زالت القيم وانعدمت.

٣- القيم مكتسبة: تتميز القيم بأن الفرد يكتسبها من خلال البيئة التي يعيش فيها، ومن خلال علاقات الفرد المتعددة مع من حوله والمنشآت الاجتماعية المتعددة.

٤- القيم دينامية: لأنها تخضع للحركة والتغير والتطوير^(٣١).

٥- القيم ظاهرة إنسانية: إذ تتميز القيم بأنها ظاهرة إنسانية، تاريخية، اجتماعية وثقافية، فهي إنسانية لأنها تبدو دائماً حاضرة في سلوك الإنسان، تحدد اتجاه هذا السلوك وترسم مقوماته، وهي تاريخية لأنها نشأت مع ميلاد المجتمع الإنساني، وهي اجتماعية بحكم وجودها كواقع في المجتمع، وهي ثقافية لأنها صفات يرغب فيها الناس في إطار ثقافتهم.

٦- الموضوعية: فأهم ما يميز القيم موضوعيتها، فعلى الرغم من ذاتية بعض القيم ونسبيتها إلا أن الباحثين يؤكدون على وجود بعض القيم الموضوعية التي يجمع عليها الناس، فللقيم وجودها المستقل استقلالاً تاماً عن الأشخاص؛ بدليل أنها تفرض ذاتها على كل وجدان بشري بطريقة أولية حدسية، وإذا احتج على ذلك بعدم إدراك الناس جميعاً للقيم، أو عدم استطاعتهم التمييز بينها، فإن ذلك يرجع إلى النسق القيمي الخلفي الذي يرجع إلى انعدام النصح أو نقص في التربية لديهم.

٧- ترتيب القيم: فالقيم مرتبة فيما بينها ترتيباً هرمياً، وذلك يعني أن هناك قيماً لها الأولوية في حياة الفرد عن باقي القيم، فالقيم الدينية عند رجل الدين مثلاً تقع في المنزلة الأولى عنده وتأتي بعدها باقي القيم، ولكن هناك ترتيباً هرمياً عاماً يرتضيه المجتمع للقيم الواجب توافرها وتمسك أفرادها بها، ويرتبها بحسب أولويتها وأهميتها وهو ما يعرف بالإطار القيمي أو النسق القيمي^(٣٢).

٨- القيم تلقائية: فهي ليست من صنع فرد أو بضعة أفراد، ولكنها من صنع المجتمع وخلقه وعقله الجمعي.

٩- القيم مترابطة: فهي تتميز بأنها تؤثر في غيرها من الظواهر الطبيعية وتتأثر بها، فهي ترتبط بالبناء الاجتماعي ارتباط الظواهر الاجتماعية ببعضها نتيجة اعتماد متبادل بينها

وبين المكونات الأخرى لهذا البناء.

١٠- القيم فردية واجتماعية: فهي ترتبط بإشباع حاجات الإنسان المباشرة حيوية كانت أو نفسية، والتي تمثل ظواهر يتناولها علماء النفس بالبحث والدراسة وبين قيم اجتماعية ترتبط بمعيشة الإنسان.

١١- القيم منتشرة: فهي منتشرة في أجزاء البناء الاجتماعي؛ لأن نسقها تتمثل فيه الأنساق الأخرى؛ لأنه يحوي بدوره أنساقاً فرعية للقيم البشرية والاقتصادية والدينية.

١٢- كما تتصف القيم بأنها أساليب وقوالب وأوضاع للتفكير والعمل الإنساني؛ وذلك لأنها تحدد الغايات المرغوبة والمستحقة اجتماعياً، كما تتسم بأنها ذات إلزام جمعي؛ حيث تخضع لمنطق المجتمع ونظمه وقوانينه.^(٣٣)

العلاقة بين القيم والاتجاهات:

١- قدم العلماء تعريفات متنوعة للاتجاه، وعلى الرغم من تباين تعريفات الاتجاه وتنوعها، إلا أن معظم هذه التعريفات أجمعت على أن الاتجاه: « استجابة قبول أو رفض من الفرد إزاء موضوع أو فكرة أو موقف جدلي معين يحتمل القبول أو الرفض، ولها مكوناتها الثلاثة الإدراكي، الوجداني، والنزوعي، ويكتسب الفرد هذه الاستجابة من خلال خبرته الحياتية.^(٣٤)

٢- ويعتبر العلماء أن لفظ الاتجاه يشير إلى القيم وأنها يعبران عن نفس الشيء، فعندما تتصاعد الاتجاهات في قوة أهميتها وعظم جدواها وعموميتها نحو الطرف الآخر تصبح قيماً ذات قوة فعالة ومنها القيم الجمالية والنظرية والدينية وغيرها.

٣- ويرى بعض علماء الاجتماع أن الاتجاه والقيم وجهان لعملة واحدة، ولكن يمكن القول بأن القيم تمثل مكانة مركزية أكثر من الاتجاهات داخل النسق المعرفي للأفراد، ومن ثم فهي محددات الاتجاهات والسلوك معاً، بمعنى أن الاتجاهات تعتمد على القيم وفي نفس الوقت هي وظائف للقيم.^(٣٥)

٤- وللقيم علاقة وثيقة بالاتجاهات وإن كانت هناك بعض الفروق بينهما حيث يتركز الاتجاه حول موضوع أو موقف معين، بينما تتجاوز القيمة الموضوعات والمواقف المحددة إلى تحديد الغايات النهائية المثلى في الحياة^(٣٦)، وينظر « كومتريل » Comtrill إلى القيم باعتبارها اتجاهات تقويمية، بينما يرى « ستاجنر Stagner » أن الاتجاهات تدل على ميل سلوكي يتميز بشعور سار أو مؤلم، في حين تمثل القيم الأمور التي تنتج نحوها رغباتنا واتجاهاتنا، ويؤكد هذا الرأي « بوجاردس Bogardus » بقوله « أن كل اتجاه مصحوب بقيمة، وأن الاتجاه والقيم وجهان لعملة واحدة، فإذا كان الاتجاه اتجاه إقدام وقبول كانت القيمة التي تصحبه إيجابية، وإذا كان اتجاه إجماع كانت القيمة سلبية^(٣٧)».

وفي المقابل يمكن رصد عدة فروق بين القيم والاتجاهات، تتمثل فيما يأتي:

١- القيم أكثر عمومية وتجريداً وشمولاً من الاتجاهات.

- ٢- القيم أكثر ثباتاً وأقل قابلية للتغيير من الاتجاه.
- ٣- تتطوي القيم عادة على جانب تفضيلي وأخلاقي، في حين يمكن أن تكون الاتجاهات سلبية.
- ٤- الاتجاه يتصل بميكانزمات الدفاع الأولية عن الذات وله صلة بالدافعية، أما القيم فهي تتكون بالتعلم، وتنتقل من الخاص إلى العام، وتنعكس من الذات على المجتمع (٣٨).
- ٥- تشير القيم إلى الأشياء والمواقف، ويركز الاتجاه على موقف أو موضوع محدد.
- ٦- تشير القيم إلى معتقد واحد، في حين يشير الاتجاه إلى تنظيم لمجموعة المعتقدات التي تدور حول موضوع أو موقف محدد.
- ٧- تحتل القيم مكانة مركزية أكثر أهمية من الاتجاهات في بناء شخصية الفرد ونسقه المعرفي.
- ٨- القيم تتكون ببطء، في حين أن الاتجاهات تتكون بسرعة.
- ٩- القيم تتطلب موافقة اجتماعية لإقرارها، أما الاتجاه لا يتطلب موافقة اجتماعية لإقراره.
- ١٠- القيم لها صفة العمومية، في حين أن الاتجاه له صفة الخصوصية (٣٩).
- ١١- أن القيم تتصل اتصالاً وثيقاً بالثقافة، وقد يُنظر إلى الثقافة على أنها مجموعة قيم، أما الاتجاهات فلا ترتبط مثل هذا الارتباط الوثيق بالثقافة، وقد يختلف أبناء الثقافة الواحدة في اتجاهاتهم.
- ١٢- تختلف القيم عن الاتجاهات في أن القيم أقل تأثراً بالظروف الموقفية وأقل عرضه للتغير، ويؤدي ذلك إلى وجود درجة من التشابه بين الأشخاص الذين يعيشون في ثقافة واحدة فيما يختص بترتيب القيم عندهم، لكن الاتجاهات تتغير ولذلك تختلف من شخص لآخر داخل الثقافة الواحدة (٤٠).
- ١٣- القيم أعم وأشمل من الاتجاهات، فالقيمة تتشكل من اتحاد مجموعة من الاتجاهات فيما بينها لتكون القيمة، لذلك فالقيم أكثر أهمية وتأثيراً في بناء شخصية الفرد من الاتجاهات، لذلك فالإنسان يمتلك عدداً قليلاً من القيم، بينما يمتلك الآلاف من الاتجاهات، والقيمة عبارة عن اتجاهات شاملة تتجمع حول محور مركزي هذا المحور هو القيمة (٤١).
- بينما تتفق القيم مع الاتجاهات فيما يأتي:

١- أنها تتكون من حالات دافعية وإدراكية توجه السلوك.

٢- أنها مكتسبة يتعلمها الفرد في عملية التطبيع الاجتماعي.

ويتضح من خلال الرصد السابق لأوجه الاختلاف والتشابه بين القيم والاتجاهات أن: الاتجاهات تمثل متغيراً تابعاً للقيم، ومن ثم يمكن تغيير اتجاهات الأفراد إذا أمكننا تغيير قيمهم والتي تمثل الأساس خلف اتجاهاتهم، فالقيم تؤثر على مواقف الأفراد ومدى تقبلهم للمحتوى الإعلامي، فقيم مثل التعصب العرقي - والتي تتبع من الميول الفردية لإظهار المجموعة التي ينتمي إليها الفرد كمجموعة أساسية ومركزية في المجتمع الداخلي أو الخارجي - إنما تؤثر

بشكل كبير على اتجاهات المتقنين نحو المحتوى الإعلامي^(٤٢).

وعن علاقة الاتجاهات بالإنترنت كوسيلة حديثة ونحو المواقع الإلكترونية ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، فالواقع أن الاتجاهات تعد من الموضوعات المهمة والرئيسة في إعلاء القيم المجتمعية وتدعيمها من خلال الوسيلة، فالجمهور هنا يؤدي الدور الفاعل في تأييد محتوى الوسيلة وخاصة تلك الوسائل المجانية، فالإتجاهات تكون عاملاً رئيساً في تحديد المستخدم للمواقع الإلكترونية بصفة عامة لمضمونها، ومن خلال اتجاهه نحوها وعرض الإتجاه يمكن تغيير سياسة الموقع أو غلقه أو تحسين أدائه، بل إن نشاط المواقع الإلكترونية والمتخصصة منها يعتمد في أهدافه على دراسة القائم بالاتصال لاتجاهات المستخدمين؛ حتى يتمكن من الاستمرار وتكوين الثراء المعروف (برأس المال الاجتماعي).

نتائج الدراسة التحليلية

جدول رقم (١)

يوضح ترتيب صفحات المشكلات من حيث الإقبال عليها

عدد المعجبين		صفحات المشكلات
الترتيب	التكرار	
الأولى	٧,٥٠٠,٣٤١	يوميات زوجة مفروسة
الثانية	٩٥٧,٣٤٥	society Problem
الثالثة	٤٢٥,٨٣٧	Problem Counseling Center Of Bride Group
الرابعة	١٤٨,٧٨٤	Real problems
	٩,٠٣٢,٣٠٧	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أعداد المعجبين بصفحات المشكلات الاجتماعية على موقع التواصل الاجتماعي face book، حيث بلغ إجمالي المتابعين لهذه الصفحات والمعجبين بمحتواها (٩,٠٣٢,٣٠٧) متابعًا؛ الأمر الذي يشير إلى مدى انتشار هذه الصفحات وديوعها على مستوى الموقع ومدى استجابة المستخدمين لها إعجابًا وتفاعلاً؛ الأمر الذي يوضح أن الإعلام البديل المتمثل في هذه الصفحات والتي أطلق عليها البعض (المستشار النفسي الموازي) كان سبباً للكثيرين للتعبير عن آرائهم في قضايا قد تكون شائكة، أو مشكلة لأفراد آخرين قد تتشابه مع مشكلاتهم الحياتية أو لأحد معارفهم، ولكن لا يمكنهم الإفصاح عنها أو طرحها للنقاش في المجتمع الحقيقي، بيد إن الإعلام البديل تعد هذه

الصفحات تمثيلاً له، وبشكل ملموس هي الفرصة لأفراد المجتمع ليقدموا مكونات المجتمع الحقيقية والمختلفة، وليتعرفوا بعضهم على بعض وليتحاوروا فيما بينهم، وهو الإمكانية المفتوحة لكل فرد للدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من الاحترام المتبادل^(٤٣). ويوضح الجدول الآتي: ترتيب الصفحات- عينة الدراسة- من حيث جماهيرتها على موقع التواصل (فيس بوك)؛ حيث تصدرت صفحة «يوميات زوجة مفروسة» قائمة العينة بعدد معجبيين تجاوز (٥,٧) مليون مستخدم للموقع وتحديداً (٧,٥٠٠,٣٤١) معجباً حتى ٢ فبراير ٢٠١٧، رغم ما واجهته الصفحة من إغلاق إدارة (الفيس بوك) لها واضطرار مديري الصفحة لفتحها من جديد، جاء بعدها في المركز الثاني من حيث الجماهيرية صفحة Society Problems بواقع (٩٥٧,٣٤٥) معجباً، ثم صفحة Problem Counseling Center Of Bride Group بواقع (٤٢٥,٨٣٧) معجباً، وفي المرتبة الأخيرة جاءت صفحة Real problems بعدد (١٤٨,٧٨٤) معجباً.

جدول رقم (٢)

يوضح حجم عينة الدراسة التحليلية

عدد المشكلات		صفحات المشكلات
النسبة	التكرار	
٥٧%	١٠٨٠	society Problem
١٩%	٣٦٠	Problem Counseling Center Of Bride Group
١٦%	٣٠٠	يوميات زوجة مفروسة
٨%	١٥٠	Real problems
١٠٠	١٨٩٠	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى: تكرارات عدد المشكلات التي قامت الباحثة بتحليلها خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وقد بلغ إجمالي عدد المشكلات المدروسة (١٨٩٠) مشكلة في الصفحات الأربع محل الدراسة، ويتضح من الجدول أن صفحة المشكلات الاجتماعية society problems حيث عرضت الصفحة (١٠٨٠) مشكلة خلال شهر كامل، بعد حذف المنشورات المكررة بنسبة (٥٧%) من إجمالي المشكلات التي عرضتها الصفحات الأربع خلال فترة الدراسة، فهي أولى الصفحات من حيث استعراض المشكلات؛ حيث كان المتوسط الزمني لعرض المشكلات في الصفحة وفقاً لمتابعة الباحثة هو مشكلة لكل (٢٠) دقيقة؛ وقد يرجع ارتفاع نسبة العرض في الصفحة إلى عدم وجود محاذير في النشر كغيرها من الصفحات الأخرى، كما أن الصفحة لم تتعرض خلال فترة الدراسة الاستطلاعية أو الفعلية لأية محاولة

للغلق من قبل إدارة (فيس بوك)، كما أن محتوى الصفحة مخصص فقط لعرض المشكلات الاجتماعية والنفسية فقط خلافاً لغيره، مما زاد من عدد المشكلات المطروحة، وجاء في المرتبة الثانية من حيث عدد المشكلات المعروضة صفحة Problem Counseling Center Of Bride Group بنسبة (١٩٪) بواقع (٣٦٠) مشكلة خلال فترة الدراسة، ويرجع سبب انخفاض عدد المشاركات الفعلية للصفحة فيما يتعلق بالمشكلات إلى المحددات الصارمة التي تضعها الصفحة لنشر المشكلات والتي تم الإشارة إليها سابقاً، كذلك وجود مساحات تفاعلية أخرى للصفحة المتمثلة في القضايا النقاشية المطروحة من قبل إدارة الصفحة والتي تستغرق حيزاً على مدار اليوم بعيداً عن المشكلات الفردية التي تُعد قوام الصفحة، وتأتي في المرتبة الثالثة صفحة "يوميات زوجة مفروسة" بنسبة (١٦٪) وتكرار (٣٠٠) مشكلة خلال فترة الدراسة، وتُعد صفحة "يوميات زوجة مفروسة" من الصفحات التي يتنوع مضمونها اليومي رغم تصنيفها من صفحات المشكلات الاجتماعية والنفسية وإقبال المستخدمين عليها بصورة كبيرة، وتخصص الصفحة فترة "ما بعد العاشرة مساءً" لنشر المشكلات الاجتماعي بالتوالي؛ حيث تعطي الصفحة ترتيباً للمشكلات المطروحة يومياً من (١) إلى (١٠) كحد أقصى، وخلال فترة الدراسة كان العدد المنشور يومياً ثابتاً، وجاء في المرتبة الأخيرة صفحة المشكلات الاجتماعية "Real Problems" بواقع مشكلة (١٥٠) وبنسبة (٨٪) فقط من إجمالي المشكلات التي تم رصدها خلال فترة الدراسة بعد حذف المشكلات المكررة؛ ويعزو ذلك إلى انخفاض نسبة التفاعل على الصفحة في هذه الفترة مما أدى إلى انخفاض مستوى الظهور على الصفحات الرئيسية للمستخدمين.

جدول رقم (٣)

يوضح درجة تفاعل المستخدمين مع المشكلة

عدد تعليقات المستخدمين		عدد علامات الإعجاب		صفحات المشكلات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٥١,١٪	١٠٣٧٥٣	٨٠,١٪	٣١١,٥٤٤	society Problem
٤٤,٣٪	٩,٠١٢٥	٩,٣٪	٣٦,٢٥٠	يوميات زوجة مفروسة
٣,٢٪	٦٥٢٠	٧,٢٪	٢٨,٠٨٠	Problem Counseling Center Of Bride Group
١,٤٪	٢٩٨٠	٣,٤٪	١٣٢٠٠	Real problems
١٠٠	٢٠٣,٣٧٨	١٠٠	٣٨٩,٠٧٤	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى: درجة تفاعل مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي face

(book) مع المشكلات المطروحة على صفحات المشكلات الاجتماعية محل الدراسة. ويوضح الجدول أن رواد صفحة Society Problem “هم الأكثر تفاعلية مع مشكلات الصفحة على مستوى التفاعل الخامل أو التفاعل النشط؛ وتفسر الباحثة ذلك بسبب زيادة معدل نشر الصحيفة للمشكلات الاجتماعية على خلاف الصفحات الأخرى بشكل ملحوظ، الأمر الذي يمكن من خلاله أن تستقطب جمهورها طيلة ساعات اليوم المختلفة، بينما يتراجع مستوى تفاعل مستخدمي الصفحات الأخرى في مستويي التفاعل التي حددتهما الباحثة إلى انخفاض مستوى النشر، كذلك إلى وجود محتوى آخر بخلاف المنشورات التي تطرح المشكلات والتي تُعد أساس هذه الصفحات بوجه عام أو تحديد فترة النشر للمشكلات، كما تفعل صفحة (يوميات زوجة مفروسة) والتي جاءت في المرتبة الثانية من حيث مستويي التفاعل الخامل والنشط، جاء بعدها صفحة Problem Counseling Center Of Bride Group، ثم صفحة Real Problem “في المرتبة الأخيرة.

جدول رقم (٤)

يوضح درجة تفاعل المستخدمين مع المشكلة

التفاعل النشط (التعليقات)		التفاعل الخامل (الإجابات)		عدد معجبي الصفحة		صفحات المشكلات
% التفاعل النشط	التكرار	% التفاعل الخامل	التكرار	التكرار		
١,٥%	٦٥٢٠	٦,٥%	٢٨,٠٨٠	٤٢٥,٨٣٧		Problem Counseling Center Of Bride Group
٢%	٢٩٨٠	٨,٩%	١٣٢٠٠	١٤٨,٧٨٤		Real problems
١,١%	١٠٣٧٥٣	٣٢,٥%	٣١١,٥٤٤	٩٥٧,٣٤٥		society Problem
١,٢%	٩,٠١٢٥	٠,٥%	٣٦,٢٥٠	٧,٥٠٠,٣٤١		يوميات زوجة مفروسة
٢,٣%	٢٠٣,٣٧٨	٤,٣%	٣٨٩,٠٧٤	٩,٠٣٢,٣٠٧		المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى: حجم تفاعل معجبي الصفحة بالمشكلات المطروحة عليها، وقد قسمت الباحثة مستوى تفاعل المستخدمين لهذه الصفحات إلى:

١. مستخدم نشط (أصحاب التعليقات).
٢. مستخدم خامل، في حين أن المستوى الثاني هو التفاعل الخامل الذي يكتفي بضغط زر

الإعجاب فقط.

٣. مستخدم غير فاعل، ولكن هذه الفئة لا يمكن معرفتها إلا من خلال مديري الصفحات فقط.

ومن خلال اختبار (١٠) عينات عشوائية للمشكلات المطروحة، ومقارنة قائمة ممن أعجبوا بالمشكلة من خلال الضغط على زر الإعجاب (like) بالمستخدمين الذين تفاعلوا من خلال التعليقات، تبين للباحثة أن (١٠٠٪) من المستخدمين الذين تفاعلوا مع المشكلة بالتعليق قد أعلنوا أولاً رضاهم عن طرح المشكلة من خلال الضغط على زر الإعجاب، أو من خلال ما وفره موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) من الأشكال التعبيرية التي تعطي وصفاً لمشاعر المتلقي تجاه المادة المنشورة، سواءً كان الشعور إعجاباً أو تعاطفاً أو استهجاناً أو عدم الرضا أو الغضب، وعليه فإن المستخدمين إما فاعلين نشطين وهم أصحاب التعليقات أو مستخدمين خاملين وهم أصحاب إظهار الإعجاب فقط وهم من يمكن معرفة حجمهم عند طرح عدد التعليقات من عدد الإعجابات الكلية، ليكون الفارق هو عدد المستخدمين الخاملين، وكان من الممكن التقسيم لثلاثة مستويات ليكون المستوى الثالث المستخدمين غير الفاعلين، ولكن هذه الفئة لا يمكن معرفتها إلا من خلال مديري الصفحات فقط، وهو ما يتيح نظام موقع (فيس بوك)؛ حيث يمكن معرفة هذه الفئة من الخانة الظاهرة لمديري الصفحة تحت عنوان (تم رؤية المنشور لعدد) الأمر الذي تعذر على الباحثة الوصول إليه؛ لعدم تعاون مديري الصفحات.

جدول رقم (٥)

يوضح نوع صاحب المشكلة

صفحات المشكلات	ذكور		إناث		%
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
Problem Counseling Center Of Bride Group	١٤٩	٤١,٤%	٢١١	٥٨,٦%	١٠٠%
Real problems	١١٤	٧٦%	٣٦	٢٤%	١٠٠%
society Problem	٨١٣	٧٥,٣%	٢٦٧	٢٤,٧%	١٠٠%
يوميات زوجة مفروسة	١٧١	٥٧%	٩٢١	٤٣%	١٠٠%
المجموع	٢٤٧١	٦٥,٩%	٦٤٣	٣٤,١%	١٠٠%

يوضح بيانات الجدول السابق: حجم تمثيل الذكور والإناث كأصحاب للمشكلات التي تم طرحها من خلال الصفحات الأربع- عينة الدراسة- وقد تبين أن نسبة مشاركة الذكور لمشكلاتهم على الصفحة جاء في المرتبة الأولى بنسبة أعلى من الإناث؛ حيث كانت نسبة

مشاركة الذكور لمشكلاتهم هي (٦٥,٩٪)، وهي نسبة كبيرة مقارنة بالإناث التي كانت نسبة مشاركتهم خلال فترة الدراسة هي (٣٤,١٪)؛ وقد يعود ذلك إلى عدة أسباب على رأسها سمات المجتمع العربي الذي يرى في الواقع أن الرجل هو الأقدر على حل مشكلاته بصفة شخصية دون الإفصاح عنها للغير، فيصبح مجرد الحديث عن المشكلة ودواعيها بصورة علنية أمر قد يقلل من قدر الرجل في المجتمع، كذلك ثقافة المجتمع التي لا تشجع الرجل على الإفصاح، الأمر الذي يجعل من الصفحات المستقبلية للمشكلات الاجتماعية والنفسية مع وجود عدد كبير من المتفاعلين من مستخدمي هذه الصفحات على اختلاف ثقافتهم ودرجاتهم العلمية وخلفياتهم؛ الأمر الذي يعطي إثراءً للحلول المقدمة من خلال الصفحة، مع الحفاظ على سرية هوية صاحب المشكلة يجعل منها بيئة ملائمة للنشر من الذكور.

ويرجع انخفاض مستوى المشاركات من الإناث على هذه الصفحات خلال المشكلات نفسها؛ لطبيعة المرأة في الواقع والتي تسمح لها بالحديث عن مشكلاتها سواءً بغرض البحث عن الحلول أو بسبب الفضفضة ليس إلا بين أفراد أسرته من الإناث أو الذكور أو بين صديقاتها في العالم الحقيقي حولها، الأمر الذي قلل من حجم احتياجها لمشاركة مشكلاتها على العالم الافتراضي إلا بسبب نوع المشكلة كالعلاقات غير المشروعة أو مشكلات النفسية أو المشكلات التي يمكن تسميتها بالتأبؤ أو المشكلات المسكوت عنها في المجتمع العربي ولا يمكن التصريح بها بسبب عادات المجتمع المحيط بها والذي يختلف تبعاً للدولة ومكان الإقامة من الريف للحضر.

جدول رقم (٦)

مضمون المشكلات على صفحات (Face book)

المجموع	العاطفية		النفسية		العقدية		الاقتصادية		الأسرية		محتوى المشكلات صفحات المشكلات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٦٠	١٩	٣٦	١٣	٣٠	٢١,٤	٣	١٣	٥١	٢٢	٢٤٠	Problem Counseling Center Of Bride Group
١٥٠	٨	١٥	٦	١٤	٠	٠	٨	٣٣	٨	٨٨	Real problems
١٠٨٠	٤٦	٨٧	٦٠	١٣٥	٧٨,٦	١١	٦٢	٢٤٢	٥٦	٦٠٥	society Problem
٣٠٠	٢٧	٥٢	٢٠	٤٥	٠	٠	١٦	٦٤	١٤	١٤٧	يوميات زوجة مفروسة
١٨٩٠	١٠٠	١٩٠	١٠٠	٢٢٤	١٠٠	١٤	١٠٠	٣٩٠	١٠٠	١٠٨٠	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى: المضامين الرئيسية التي تحويها المشكلات المعروضة على الصفحات عينة الدراسة، ويوضح الجدول أن المشكلات التي تتناول الجوانب الأسرية بمختلف أشكالها جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٥٧٪)، الأمر الذي بدا طبيعيًا؛ حيث إن هذه الصفحات بدأت بالمشكلات الخاصة بالأسرة، ثم تفرع منها مشكلات فردية متفرعة، وجاءت في المرتبة الثانية المشكلات الاقتصادية بنسبة (٢١٪) من بين المشكلات الاجتماعية الرئيسية، حيث تُعد الحالة الاقتصادية في غالبية الدول لعربية هي أحد أهم أسباب المشكلات الاجتماعية، بل وتتفرع منها عدد من المشكلات الفرعية الأخرى المؤثرة، وجاء في المرتبة الثالثة «المشكلات العاطفية» بنسبة (١١,٨٪)، وجاء في المرتبة الرابعة «المشكلات النفسية» بنسبة (١٠٪)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت «المشكلات العاطفية» بنسبة (٧,٠٪)، وتوضح هذه النسب بترتيبها أولًا: كبر حجم المشكلات الأسرية في الوطن العربي والتي أوضحت المنشورات على الصفحة أسبابها المتعددة تبعًا لكل مشكلة. ثانيًا: إن تصدر المشكلات الأسرية والاقتصادية يدل على اهتمام الأفراد في مجتمع الدراسة بأولويات الأسرة وأسباب تحسين أحوالهم المعيشية، وهو ما أوضحه تحليل عينة الدراسة.

ويوضح أن اتفاق عينة الدراسة- إلى حد كبير في ترتيب المشكلات الاجتماعية بأنواعها الخمسة التي حددتها الدراسة- هو انعكاس لحالة المجتمع الحقيقية طبقًا لما تملّيه على الصفحة الرسائل الواردة إليها، وهو ما يوضح تأثير المستخدم في الإعلام الجديد على الوسيلة بشكل أكبر من الوسائل التقليدية، ويعطي ذلك مصداقية أكثر إلى أن هذه المشكلات هي حالات لأشخاص حقيقيين وليست صناعة كما يروج لها البعض أو كما يعتقد البعض.

كما يوضح مدى ما تعاني الأسرة من مشكلات داخلية كبيرة على مستوى كل أفرادها سواءً كان الزوج أو الزوجة أو الأبناء، وربما ارتبطت كثير من المشكلات الأسرية ببعض المشكلات الأخرى، ولكن يبقى التركيز على إنقاذ هذا الكيان الأسري هو الهدف الأول لصاحب المشكلة.

جدول رقم (٦)
مضمون المشكلات الاجتماعية على صفحات (Face book)

يوميات زوجة مفروسة		society Problem		Real problems		Problem Counseling Center Of Bride Group		موضوع المشكلة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
١١	٣٤	٨	٨٦	١٠	١٥	٦	٢٢	زواج	أسرية
٥	١٤	٩	٩٨	١٣	٢٠	١٨	٦٥	خطئة	
٨	٢٤	٩	٩٨	٤	٦	١٢	٤٤	طلاق	
٦	١٩	٥	٥٠	٢	٣	٣	١٢	نفقة	
٢	٥	٢	٢١	٣	٤	٣	١٠	إنجاب	
٣	٨	٢	٢٠	٦	٩	١,٤	٤	نسب	
١	٢	٠	٥	٠	٠	١	٢	تعدد	
٣	٩	٢	١٧	٧	١١	٣	١١	انفصال	
٠	٠	٢	٢٠	٤	٦	٢	٧	هجر	
٥	١٤	٩	١٠٢	٦	٩	٩	٣٢	خيانة	
٦	١٨	٨	٨٨	٣	٥	٩	٣١	عقوق	
٤٩	١٤٧	٥٦	٦٠٥	٥٩	٨٨	٦٦,٧	٢٤٠	المجموع	
٨	٢٤	٦	٦٨	١٠	١٥	٦	٢١	بطالة	اقتصادية تنظيمية
١٠	٣٠	١٠	١١٣	٤	٦	٦	٢٠	محدودية الدخل	
١	٢	٦	٦١	٨	١٢	٣	١٠	عدم تكافؤ الفرص	
٢١,٣	٥٦	٢٢,٦	٢٤٢	٢٢	٣٣	١٤,١	٥١	المجموع	
٠	٠	١	٦	٠	٠	١	٢	الإلحاد	عقدية
٠	٠	٠	٥	١	١	٠	١	تغيير الديانة	
٠	٠	١	١١	٠	٠	٠,٨	٣	المجموع	
٠	١	١	٩	٠	٠	٠	٠	الشذوذ	تنظيمية مرتبطة
٥	١٤	٢	٢٥	٥	٧	١	٥	خوف	
٢	٧	١	١٢	٤	٦	٤	١٣	انعدام ثقة	
٢	٥	١	١٠	٠	٠	٢	٨	سلوك إجرامي	
٦	١٨	٧	٧٤	٠	٠	١	٢	إيمان	
٠	٠	٠	٥	١	١	١	٢	ازدواجية الشخصية	
١٥	٤٥	١٢,٥	١٣٥	٩,٣	١٤	٨,٣	٣٠	المجموع	
٣	١٠	٢	١٧	٧	١٠	١	٥	مشروعة	عاطفية
١٤	٤٢	٦	٧٠	٣	٥	٩	٣١	غير مشروعة	
١٧	٥٢	٨	٨٧	١٠	١٥	١٠	٣٦	المجموع	
١٠٠	٣٠٠	١٠٠	١٠٨٠	١٠٠	١٥٠	٪١٠٠	٣٦٠	المجموع	

توضح بيانات الجدول السابق: المشكلات الاجتماعية التي عرضتها صفحات المشكلات محل الدراسة، ويوضح الجدول المشكلات الفرعية التي تتكون منها المشكلات الاجتماعية والتي استقتها الباحثة من أهم عنصر من عناصر المشكلة المنشورة وأدرجتها في جداول التحليل كنتيجة لتكرار وجودها في الدراسة الاستطلاعية.

أولاً- موقع Problem Counseling Center Of Bride Group: والذي كان الموقع الأول من حيث الترتيب في نشره للقضايا الأسرية على اختلافها، وكانت الموضوعات المتصلة بالخطوبة باعتبارها أولى خطوات تكوين الأسرة هي المحور الأول للمشكلات الأسرية من حيث الترتيب، يليها "الطلاق" في المرتبة الثانية، ثم يأتي "الزواج" في المرتبة الثالثة وتتساوى رتبة "الخيانة" و "عقوق الآباء"، ثم يأتي في المرتبتين الرابعة والخامسة "الإنجاب والانفصال"، ثم في المرتبة السادسة "الهجر"، وفي السابعة "النسب"، وفي الأخيرة "التعدد".

ثانياً- موقع Real Problems:

كان على رأس القضايا التي تضمنها محور القضايا الأسرية والتي طرحتها الصفحة خلال فترة الدراسة أولاً الخطبة بنسبة ١٣٪ ثم الزواج بنسبة ١٪ ثم الانفصال في المرتبة الثالثة بنسبة ٧٪ ثم جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة ٦٪ قضايا النسب بسبب العلاقات غير الشرعية وما هو معروف بالزنا أو بسبب الزواج غير الرسمي بكل الصورة المنتشرة في المجتمعات العربية .

جاء بعد ذلك في المرتبة الخامسة ونسبة ٤٪ قضايا الطلاق الذي أصبح ظاهرة وما يترتب على الطلاق من مشكلات فرعية بالنسبة للزوج أو الزوجة أو الأبناء وقد أشارت بعض المشكلات إلى طلاق احد أبناء واثر ذلك على الأم والأب الأمر الذي اتسعت معه مساحة الآثار السلبية على الأسرة ككل، وكذلك حال المطلقات في المجتمعات العربية وما يصاحب المطلقة من خوف داخلي من البيئة المحيطة وخاصة الذكورية التي تنظر إلى المطلقة كأحد الفرص السهلة التي يمكن الحصول عليها نظراً لضعفها وحاجتها إلى الحماية نتيجة للخوف الداخلي للمطلقة نفسها، كذلك الخوف من المجتمع الأنثوي ثم كونها عبيء جديد على أسرته الأصلية الأب والأم والإخوة والذين يحاولون في كل وقت الحد من حريتها وفرض المزيد من القيود تخوفاً من المجتمع ونظرته للمطلقة. وفي نفس المرتب جاءت قضية الهجر تليها في المرتبة السادسة العقوق بنسبة ٣,٤٪ ثم الإنجاب في المرتبة السابعة بنسبة ٣٪ ثم جاءت النفقة بنسبة ٢٪ في المرتبة الأخيرة.

ثالثاً: صفحة society Problem

في إطار القضايا الأسرية التي طرحتها الصفحة حيث تعتبر الصفحة من أكثر الصفحات نشاطاً في نشر المشكلات الاجتماعية والنفسية دون قيود جاءت مشكلات الخيانة في المرتبة الأولى بنسبة ٩,٩٪ وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالصفحات الثلاثة الأخرى تلتها الخطبة في

المرتبة الثانية بنسب ٩٪ وكذلك مشكلة الطلاق بنفس النسبة والتكرارات جاء في المرتبة الثالثة العقوق بنسبة ٨,٩٪ ثم الزواج في المرتبة الرابعة بنسبة ٨٪ ويليهما في المرتبة الخامسة النفقة بنسبة ٥٪ وتساوت قضايا الإنجاب والنفقة والنسب والهجر والانفصال في الترتيب النسبي حيث كانت نسبة ظهورهم على الصفحة محل الدراسة ٪ تقريبا وبفارق تكرارات لا يكاد يذكر.

رابعًا: يوميات زوجة مفروسة.

في إطار القضايا الأسرية تصدرت مشكلات الزواج بنسبة ١١٪ في المرتبة الأولى تلتها قضايا الطلاق في المرتبة الثانية بنسبة ٨٪ ثم النفقة بنسبة ٤,٦٪ وتعتبر هذه القضايا الأكثر انتشارًا على الصفحة نظرًا لغلبة الطابع الأنثوي على صفحة المشكلات- يوميات زوجة مفروسة- وجذبها للسيدات وخاصة فئة المتزوجات بصورة اكبر من غيرهن الأمر الذي يزيد معه التعرض لهذا النوع من المشكلات ثم يأتي في المرتبة الرابع وبفارق تكرارات بسيط مشكلة العقوق بنسبة ٦٪ تلتها بعد ذلك القضايا المتعلقة بالخطبة بنسبة ٥٪ ثم الخيانة بنفس النسبة ثم تأتي مشكلات الانفصال سواء كانت انفصال بعد فترة الخطبة أو انفصال بعد الزواج دون طلاق بغرض المحافظة على الأبناء في المرتبة السادسة بنسبة ٣,٣٪ ثم تأتي قضايا النسب في المرتبة السابعة بنسبة ٣٪ ثم الإنجاب بنسبة ٢٪ وفي المرتبة الأخيرة جاءت قضية التعدد بنسبة ١٪.

جدول رقم (٧)

يوضح القيم مقابل السلوكيات السلبية التي تتضمنها المشكلات المعروضة

النسبة	التكرار	المضمون القيمي للمشكلة
٦٤,٩	١٢٢٧	سلوك سلبي
٢٦,٥٦	٥٠٢	قيمة
٨,٥	١٦١	خاليه من القيم والسلوكيات
٪١٠٠	٠١٨٩	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق المضمون القيمي والسلوكي الذي تضمنتها المشكلات المنشورة على الصفحات محل الدراسة الاجتماعية والتي تعتبر انعكاسًا لمواطن المجتمع العربي والذي يمثل أصحاب المشاكل هذا المجتمع بكل خفاياه بشكل صريح كنتيجة لعدم الإفصاح عن هوية صاحب المشكلة

ويبين الجدول مدى تفشي السلوك السلبي في المجتمع العربي بشكل غالب وواضح حيث بلغت نسبة السلوكيات السلبية المرصودة ١٢٢٧ سلوكًا سلبيًا وبنسبة ٦٤,٩٪ ويوضح الجدول رقم ١٠ تفصيل هذه السلوكيات كما أظهرها التحليل الكمي للعينة وهي نسبة مرتفعة للسلوكيات

السلبية مقابل القيم الايجابية التي بلغت ٦,٥٦٢٪ في حين خلت بعض المشكلات من وجود القيم أو السلوكيات السلبية تماما، وهي الأقل حيث وصلت نسبتها إلى ٨,٥٪ فقط من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (٨)

يوضح القيم الأساسية التي تتضمنها المشكلة المعروضة

النسبة	التكرار	القيم الأساسية
٢٣,٩٠	١٢٠	التضحية
٢١,٣١	١٠٧	التعاون
٩,٣٦	٤٧	الأمان
٨,٧٦	٤٤	الالتزام في معاملة الجنس الآخر
٨,٣٦	٤٢	الطموح
٥,٣٧	٢٧	الشجاعة
٣,٥٨	١٨	العدل
٣,٣٨	١٧	مراعاة شعور الغير
٣,١٨	١٦	بر الوالدين
٢,٩٨	١٥	صلة الرحم
٢,٥٨	١٣	السعادة
٢,١٩	١١	التميز
١,٧٩	٩	قيمة العلم
١,٧٩	٩	المساواة
٠,٩٩	٥	العمل الجماعي
٠,٣٩	٢	التواضع
٪١٠٠	٥٠٢	

توضح بيانات الجدول السابق إجمالي القيم التي تضمنتها صفحات المشكلات الاجتماعية- عينة الدراسة- في فترة التحليل حيث وصل إجمالي القيم التي تم رصدها ٥٠٢ قيمة ايجابية أبرزتها المشكلات الاجتماعية المعروضة وكان ابرز القيم التي ظهرت في عينة التحليل قيمة التضحية في المرتبة الأولى بنسبة ٢٣,٩٠٪ ولعل زيادة نسبة ظهور هذه القيمة دون غيرها

يرجع إلى أن راوي المشكلة هو احد أطرافها وهو غالبا ما يصف الحالة كما يراها، وقد أظهرت بعض النماذج التي عرضتها إحدى الصفحات والتي تعرضت لها الباحثة ظهور الطرف الثاني من المشكلة والذي حاول سلب هذه القيمة عن الطرف الأول. وعليه فإن هذه القيمة التي أظهرتها الصفحات هي نتيجة لأحادية الرواية التي غالبا ما تحتاج من المتلقي إلى سماع الطرف الآخر ومعرفة روايته التي غالبا ما يكون بها اختلاف . وجاء في المرتبة الثانية قيمة التعاون بنسبة ٢١,٣١٪ وكان ظهور هذه السمة في كثير من المشكلات الاقتصادية التي طرحتها الصفحة والتي تصف محدودية الدخل وظهرت فيها قيمة التعاون بصورة واضحة ثم جاءت بعد ذلك باقي القيم بنسب ضعيفة وكان ترتيب ظهورها ضمنيا في الصفحات- محل الدراسة- كما يلي الأمان بنسبة ٩,٣ ٪ في المرتبة الثالثة وقد ارتفع وجود هذه القيمة في المشكلات الخاصة بالمرأة وما يتعلق منها بالناحية العاطفية وكذلك مشكلات الزواج والإنجاب حيث ظهرت هذه القيمة بصورة واضحة كأحد أهم المبررات التي أظهرها صاحب المشكلة للاستمرار في العلاقة رغم العديد من المعوقات التي قد تؤدي في الغالب إلى قطع العلاقة، وجاء في المرتبة الرابعة الالتزام في معاملة الجنس الآخر بنسبة ٨,٧٪ ويعتبر ظهور هذه القيمة أمرا يحتاج إلى المزيد من التركيز عليها حيث إن كثيرا من المشكلات العاطفية التي شملتها الدراسة ومشكلات الخطبة أشارت إلى عكس ذلك مما قد يوحي بانتشار السلوك السلبي الذي لا يضع حدا للتعامل بين الجنسين كما ظهر من رصد السلوكيات السلبية التي أظهرتها- عينة الدراسة في المجتمعات العربية- وعليه فإن ظهور هذه القيمة هو كبير نسبيا فيما يتعلق بمجموع القيم التي أظهرتها الصفحة ولكنه شديد المحدودية مقارنة بما يعاكسه، تلاها قيمة الطموح بنسبة ٨,٣٪ في المرتبة الخامسة وقد يرجع سبب وجود هذه القيمة في مصاف مقدمة القيم التي أظهرتها عينة الدراسة التحليلية إلى أن غالبية الفئة المشاركة بمشكلاتها على هذه الصفحات من سن الشباب الذي يبحث عن الفرص ويتطلع إلى المزيد على عدة مستويات مختلفة بحسب النوع ومحصلة قدراته وما يمكن أن يصنعه من فرص لنفسه، ثم جاء في المرتبة السادسة قيمة الشجاعة بنسبة ٥,٣٧٪ على اختلاف شكل الظهور في المشكلة سواء كانت في الفعل أم القول وغالبا ما اقترنت قيمة الشجاعة بقيمة التضحية في المشكلات التي تناولتها الدراسة، جاء في المرتبة السابعة قيمة العدل بنسبة ٣,٥٨٪ وتعتبر هذه النسبة منخفضة جدا مقارنة بحاجة المجتمع وبحجم وجود السلوك السلبي المضاد لها، ثم جاءت في المرتبة الثامنة قيمة الإحسان واو ما يمكن تسميتها بمراعاة شعور الغير بنسبة ٣,٣٪ تلاها في المرتبة التاسعة قيمة البر بنسبة ٣,١٪ ثم صلة الرحم في المرتبة العاشرة بنسبة ٣,١٪ تلتها السعادة في المرتبة الحادية عشرة بنسبة ٢,٥٨٪ ثم التميز في المرتبة الثانية عشرة بنسبة ٢,١٪ ثم على الترتيب آخر ثلاثة قيم وهي المساواة والعلم في نفس المرتبة بنسبة ١,٧٪ وأخيرا قيمة العمل الجماعي بنسبة ٠,٩٩٪

جدول رقم (٩)

يوضح القيم الأساسية التي تتضمنها المشكلات المعروضة تفصيلاً

يوميات زوجة مفروسة		society Problem		Real problems		Problem Counseling Center Of Bride Group		القيم الأساسية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٠	٠	١	٣	٠	٠	١٢	١٤	مراعاة شعور الغير
٠	٠	٠	٠	٢	١	٩	١٠	التمييز
٠	٠	٢	٤	٠	٠	١	١	العمل الجماعي
٦	٦	٠	٠	٢	١	٧	٨	صلة الرحم
٣	٣	٠	٠	٢	١	٤	٥	قيمة العلم
٠	٠	٠	٠	١٤	٩	٣	٤	السعادة
١٨	١٩	٢	٥	٣	٢	١	١	الشجاعة
٨	٨	٤١	٩١	٨	٥	٣	٣	التعاون
٠	٠	٢	٤	٩	٦	٢	٢	التواضع
١٧	١٧	٢	٥	٢١	١٤	١٠	١١	الأمان
١٥	١٥	٢	٤	٥	٣	١٠	٢٠	الطموح
٠	٠	٠	٠	١٢	٨	٩	١٠	العدل
٠	٠	١٥	٣٤	٩	٦	٣	٤	الالتزام في معاملة الجنس الآخر
٣٤	٣٥	٣١	٦٩	٢	١	١٣	١٥	التضحية
٠	٠	١	٣	٩	٦	٦	٧	بر الوالدين
٠	٠	٠	٠	٢	١	٧	٨	المساواة
١٠٣	١٠٠	٢٢٢	١٠٠	١٠٠	٦٤	١٠٠	١١٥	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق القيم التي تضمنتها المشكلات المعروضة على صفحات المشكلات الاجتماعية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك بشكل تفصيلي كما ظهرت في كل صفحة من صفحات المشكلات الاجتماعية- عينة الدراسة التحليلية- ويوضح الجدول نسبة وجود كل قيمة منفردة في كل صفحة ومما هو ظاهر أن نسبة وجود القيم كان عاليا في صفحة Problem Counseling Center Of Bride Group مقارنة بالصفحات الأخرى

التي انخفض فيها مؤشر ظهور القيم مقارنة بحجم النشر اليومي وعدد المشكلات التي تمت دراستها وترجع الباحثة ذلك إلى وجود المحددات التي وضعتها الصفحة للنشر وتطبيق هذه المحددات على المنشور من الصفحة مما أدى إلى زيادة معدل ظهور القيم بالشكل الظاهر في الجدول مقارنة بالصفحات الثلاثة الأخرى وتعتبر صفحة society problems هي الأقل في نسبة ظهور القيم على صفحاتها رغم كثافة المعروض.

جدول رقم (١٠)

يوضح السلوكيات السلبية التي تتضمنها المشكلة المعروضة

النسبة	التكرار	السلوك السلبى
٢٠,٣٧	٢٥٠	العلاقات المحرمة بين الجنسين
١٤,٥٨	١٧٩	الظلم
١٤,٢٦	١٧٥	الإحباط
١٠,١٨	١٢٥	البخل
٩,٨٦	١٢١	العنف الأسري
٨,٣١	١٠٢	الكذب
٧,٥٧	٩٣	إيمان
٣,١٧	٣٩	حب الظهور
٢,٧٧	٣٤	الطبقية
٢,٤٤	٣٠	حب التملك
٢,٣٦	٢٩	التبذير
١,٩٥	٢٤	عقوق الأبناء
١,٥٤	١٩	عقوق الآباء
٠,٥٧	٧	فساد مالي
%١٠٠	١٢٢٧	المجموع

يوضح بيانات الجدول السابق السلوكيات السلبية التي أظهرتها المشكلات الاجتماعية في الصفحات عينة الدراسة ويبين الجدول أن أكثر السلوكيات السلبية ظهوراً ونسبة مرتفعة من بيت عدد كبير من السلوكيات هي العلاقات غير المشروعة أو المحرمة بين الجنسين والذي بلغت نسبة ظهوره في عينة الدراسة التحليلية ٢٠,٣٧ % وهي نسبة عالية حيث

كانت غالبية مشكلات الخطبة والمشكلات العاطفية تشير إلى وجود هذه الأشكال من

العلاقات المحرمة والذي تعاهد مرسلوا المشكلات على تسميتها بالتجاوزات أو علاقات تعدت الخطوط الحمراء وقد أوردت المشكلات ذكر هذه السلوكيات مظهرة أسبابها فكان ابرز ما أوضحتها المشكلات أن الاختلاط وخاصة في أماكن الدراسة في المدارس والجامعات وعدم الرقابة من الأبوين وعدم وضع قيود من خلال الأسرة على فترة الخطوبة والثقة المفرطة في الطرف الآخر دون مراعاة أوامر الشرع في هذه الفترة وطول هذه الفترة قد تسبب في ظهور هذه السلوكيات كذلك ظهر من خلال تحليل العينة أن العلاقات غير المشروعة عن طريق وسائل الاتصال الحديثة ودخول مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أسباب نشوء هذه العلاقات واستخدام ما تنتجه الوسيلة من وسائل في بدأ هذه العلاقات وكذلك في الضغط على الطرف الآخر من أجل الاستمرار، ويعتبر سهولة تزوير الهوية وانتحال شخصيات وهمية كاملة من الأمور التي سهلت لأصحاب النفوس المريضة التمادي في هذه العلاقات غير المشروعة. وترى الباحثة أن التصريح بهذه التجاوزات وهذه النوع من العلاقات المحرمة يجب أن ينظر إليه جميع أفراد المجتمع مؤسساته وهيئاته على أنه خطر يهدد كيان المجتمع العربي ويزحف بقوة إلى كل أنحاء مسببا الكثير من المشكلات المترتبة عليه كمشكلات النسب والرفض غير المبرر للزواج من قبل الفتيات وعزوف الشباب عن العلاقات السوية والضغط النفسية التي قد تصل بالبعض إلى التفكير في الانتحار وهو ما كان غائبا عن مجتمعاتنا العربية مقارنة بالمجتمعات الغربية، كذلك ان ترك مسببات انتشار هذا النوع من السلوكيات وعدم مواجهة أسبابه بالشكل الملائم سيسير بالمجتمعات العربية إلى تغريب الكثير من القيم المجتمعية الأصيلة والتي تعتبر أصلاً فيه شرع لها الدين الإسلامي وحرص على عدم الاقتراب منها باعتبارها حداً من الحدود.

ولا تتكر الباحثة أن كثيراً من الأطر التي ذكر فيها أصحاب المشكلات هذه السلوكيات كانت ضمن إطار الندم والرغبة في عدم العودة إلى هذه السلوكيات أو كيفية تجاوز ما ترتب عليها من مشكلات أشد تعقيداً.

جاء في المرتبة الثانية ضمن السلوكيات التي أظهرها تحليل صفحات المشكلات عينة الدراسة الظلم بنسبة ١٤,٥٨ ٪ حيث اظهر أبطال المشكلات هذا السلوك على اعتبارهم فاعلين وقع منهم الظلم على أفراد آخرين وقد ظهرت على الصفحات بعض المشكلات التي توضح هذا السلوك وتحاول البحث عن الضحية أو المفعول به من خلال هذه الصفحات لطلب العفو نظر لانقطاع أشكال الاتصال الأخرى أو طلباً لمعاودة العلاقات المقطوعة أو كنوع من الإقرار بالذنب ورغبة في مجرد الإفصاح لمجموعة من الأفراد التي لا يعرفها صاحب المشكلة عليها تساعد في إيجاد الحل الذي يمكنه من الوصول إلى حل مرضي لضميره ليتخلص من عقدة الذنب. كما عرضت الصفحة هذا السلوك على لسان أبطال مشكلات آخرين على اعتبار أنهم- مفعول بهم- وقع عليهم الظلم من آخرين سواء كان الآخرين من ذوي القربى أو غرباء عنهم وكثير من المشكلات التي أظهرت صاحب المشكلة في إطار المظلوم كان

ذلك مبررا لاقترافه سلوكيات سلبية أخرى كان من بينها العقوق والإحباط والسلوك العدوانى أو العنف الأسرى وهما ابرز السلوكيات السلبية التي رصدتها الباحثة مقترنة بالظلم ضمن إطار المشكلات المدروسة.

جاء في المرتبة الثالثة وبنسبة ١٤,٢٦٪ الإحباط كأحد أهم ما شاركه أصحاب المشكلات على الصفحات عينة الدراسة والتي كانت بسبب الشكل أو المستوى التعليمي أو الإخفاق في الحصول على الوظيفة المناسبة رغم المؤهلات العلمية أو الفشل في قصص الحب أو الظلم من قبل الأسرة احد الأبوين أو الأخوة أو تكرار الإخفاق غير المنطقي والذي قد يرجع إلى سبب من أسباب الفساد المجتمعي كالطبقية أو المحسوبية أو الوساطة أو سيطرة الشكل الاجتماعي كأحد اسباب القبول في المجتمع بشكل عام أو سبب عدم قبول الأفراد في وظائف معينة أو قبوله كعضو جديد ضمن العديد من الأطارات الاجتماعية. كذلك قد يكون الإحباط بسبب الفشل في تعديل سلوك سلبي لدى فرد آخر ذو أهمية في حياة صاحب المشكلة.

جاء في المرتبة الرابعة وبنسبة ١٠,١٨٪ البخل حيث ظهر هذا السلوك في إطار القضايا الزوجية والنفقة والعقوق ثم تلاه العنف الأسرى بنسبة ٩,٨٦٪ ويعتبر العنف الأسرى من ابرز المشكلات المتعلقة بالعقوق سواء كانت مسبب لها أو ناتج عنها كذلك صحب هذا السلوك القضايا المتصلة بالطلاق والإدمان ويعتبر العنف الأسرى من أكثر السلوكيات التي صاحبت مشكلات الإدمان داخل الأسرة.

ثم جاء في المرتبة الخامسة الكذب بنسبة ٨,٣١٪ تلاه في المرتبة السادسة الإدمان باعتباره اخطر مشكلات هذا الجيل وقد كان ظهور هذا السلوك الخطير وفق ما صرح به أصحاب المشكلات خلال فترة الدراسة هي ٧,٥٧٪ ثم جاء حب الظهور ثم الطبقية ثم حب التملك ثم التبذير ثم عقوق الأبناء ثم عقوق الآباء بالترتيب وجاء في المرتبة الأخيرة الفساد المالي بنسب ضئيلة وبفوارق نسيبه بسيطة.

جدول رقم (١١)
يوضح السلوك السلبي المعروض من خلال المشكلة خلال الصفحات الأربع

يوميات زوجة مفروسة		society Problem		Real problems		Problem Counseling Center Of Bride Group		السلوك السلبي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٢,٦١٧٨	٥	٣,٠٢٤٢	١٥	٣٩,٢٢٢	١١١	١٧,١٢٠٦	٤٤	الإحباط
٧,٣٢٩٨	١٤	٠,٢٠١٦	١	٦,٧١٣٨	١٩	١,٩٤٥٥	٥	حب الظهور
٠,٥٢٣٦	١	١,٨١٤٥	٩	٢,٨٢٦٩	٨	٤,٢٨٠٢	١١	التبذير
٤,٧١٢	٩	٠,٨٠٦٥	٤	٢٨,٦٢١٩	٨١	١٢,٠٦٢٣	٣١	البخل
٢,٦١٧٨	٥	٣,٤٢٧٤	١٧	١,٤١٣٤	٤	١,٥٥٦٤	٤	حب التملك
١١,٥١٨٣	٢٢	١٠,٨٨٧١	٥٤	٤,٩٤٧	١٤	١٢,٠٦٢٣	٣١	العنف الأسري
٠	٠	٢,٢١٧٧	١١	٠,٣٥٣٤	١	٨,٥٦٠٣	٢٢	الطبقية
١١,٥١٨٣	٢٢	١٢,٢٩٨٤	٦١	٤,٩٤٧	١٤	١,٩٤٥٥	٥	الكذب
٢٨,٧٩٥٨	٥٥	١٩,٩٥٩٧	٩٩	٣,١٨٠٢	٩	٦,٢٢٥٧	١٦	الظلم
١,٥٧٠٧	٣	٠	٠	٠	٠	١,٥٥٦٤	٤	فساد مالي
١,٥٧٠٧	٣	١٥,٣٢٢٦	٧٦	٠	٠	٥,٤٤٧٥	١٤	إيمان
٢١,٤٦٦	٤١	٢٦,٨١٤٥	١٣٣	٧,٧٧٣٩	٢٢	٢١,٠	٥٤	العلاقات المحرمة بين الجنسين
١,٥٧٠٧	٣	٢,٢١٧٧	١١	٠	٠	١,٩٤٥٥	٥	عقوق الآباء
٤,١٨٨٥	٨	١,٠٠٨١	٥	٠	٠	٤,٢٨٠٢	١١	عقوق الأبناء
%١٠٠	١٩١	%١٠٠	٤٩٦	١٨٩٠٠	٢٨٣	%١٠٠	٢٥٧	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى السلوكيات السلبية التي أظهرتها صفحات المشكلات الاجتماعية كل على حدة

أولاً: موقع Problem Counseling Center Of Bride Group

جاءت العلاقات المحرمة بين الجنسين كأول السلوكيات السلبية ظهور على الصفحة وبنسبة ٢١,٠% وهي بذلك تتفق مع النسق الأصلي لمجموع السلوكيات السلبية التي ظهرت من خلال كل المشكلات المرصودة كعينة للتحليل ثم جاءت في المرتبة الثانية الإحباط بنسبة ١٧,١٢٠٦% ثم العنف الأسري والبخل في المرتبة الثالثة وبنسبة ١٢,٠٦٢٣% تلاها الطبقية

في المرتبة الرابعة بنسبة ٨,٥٦٠,٣٪ ثم الظلم في المرتبة الخامسة بنسبة ٦,٢٢٥,٧٪ ثم الإدمان في المرتبة السادسة بنسبة ٥,٤٤٧,٥٪ وفي المرتبة السابعة جاء عقوق الأبناء مساويا للإدمان بنسبة ٤,٢٨٠,٢٪

ثانياً: موقع Real Problems

كان للصفحة ترتيب خاص في السلوكيات السلبية حيث جاء الإحباط في المرتبة الأولى بنسبة مرتفعة وفي المرتبة الأولى حيث اظهر التحليل الكمي أن الإحباط ظهر بنسبة ٣٩,٢٢٢٪ على خلاف ما جاء في إجمالي السلوكيات السلبية ثم جاء في المرتبة الثانية البخل بنسبة ٢٨,٦٢١,٩٪ تلاها العلاقات المحرمة بين الجنسين في المرتبة الثالثة بنسبة ٧,٧٧٣,٩٪ ثم حب الظهور في المرتبة الرابعة بنسبة ٦,٧١٣,٨٪. وجاءت في المراتب الأخيرة وبنسب قليلة على الترتيب سلوكيات العنف الأسري ثم الظلم ثم التبذير وأخيراً حب التملك .

ثالثاً: صفحة society Problem

جاء في مقدمة السلوكيات السلبية التي رصدتها الباحثة من خلال الدراسة التحليلية على هذه الصفحة العلاقات المحرمة بين الجنسين بنسبة ٢٦,٨١٤,٥٪ وهي بذلك متفقة مع النسق الكلي في ان هذا السلوك تم عرضه من خلال هذه المشكلات بصورة ملفته للانتباه ثم جاء في المرتبة الثانية الظلم بنسبة ١٩,٩٥٩,٧٪ وفي المرتبة الثالثة جاء الإدمان بنسبة ١٥,٣٢٢,٦٪ ثم في المرتبة الرابعة الكذب بنسبة ١٢,٢٩٨,٤٪ ثم تلاها العنف الأسري بنسبة ١٠,٨٨٧,٨٪ وتعتبر هذه السلوكيات الخمس الأول قد حظين بسبب تكرارات أعلى من باقي السلوكيات حيث كان ظهور باقي السلوكيات بنسب ضعيفة فجاء حب التملك في المرتبة السادسة بنسبة ٣,٤٢٧,٤٪ ثم احتل الإحباط المرتبة السابعة بنسبة ٣,٠٢٤,٢٪ وفي المرتبة الثامنة جاء عقوق الآباء والطبقية بنسبة ٢,٢١٧,٧٪ وجاء في المرتبة التاسعة التبذير بنسبة ١,٨١٤,٥٪ يليها في المرتبة العاشرة عقوق الأبناء بنسبة ١,٠٠٨,١٪ ثم البخل بنسبة ٠,٨٠٦,٥٪ وفي المرتبة الأخيرة جاء حب الظهور بنسبة ٠,٢٠١,٦٪

رابعاً: يوميات زوجة مفروسة

جاء في مقدمة السلوكيات السلبية التي ظهرت على الصفحة من خلال تحليل المشكلات الظلم وقد جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٢٨,٧٩٥,٨٪ تليها العلاقات المحرمة بين الجنسين بنسبة ٢١,٤٦٦,٦٪ وفي المرتبة الثالثة جاء العنف الأسري والكذب بنسبة ١١,٥١٨,٣٪ وفي المرتبة الرابعة جاء حب الظهور بنسبة ٧,٣٢٩,٨٪ ثم البخل في المرتبة الخامسة بنسبة ٤,٧١٢,٢٪ تلاها في المرتبة السادسة عقوق الأبناء ٤,١٨٨,٥٪ وتعتبر هذه السلوكيات هي الأعلى في نسب الظهور على الصفحة- خلال فترة الدراسة- ثم أتى بعد ذلك وفي المرتبة السابعة الإحباط وحب التملك بنفس النسبة ٢,٦١٧,٨٪ ثم جاء الإدمان، وعقوق الآباء، والفساد

المالي بنفس معدل الظهور ١,٥٧٠٧٪ وفي المرتبة الأخيرة جاء التبذير بنسبة ٠,٥٢٣٦٪.

جدول رقم (١٢) يوضح ردود المستخدمين على المشكلات المعروض

النسبة	التكرار	ردود المستخدمين على المشكلة	
		لا حلول	تكرار
٠,١٦٤٥٥	٣١١	لا ميالة	٣٣٧٤
٠,٠٠٧٤٦	١٤١	استسلام	
٠,٣٤٩٧٤	٦٦١	تشكك	النسبة
٠,٢٤٠٢١	٤٥٤	لوم	١٧,٨٥
٠,٠٠٧٠٣٧	١٣٣	تعاطف	
٠,٠٨٨٥٧١	١٦٧٤	سخرية	
٠,٣٠٩٢٠٦	٥٨٤٤	نصح ديني	حلول ١٥٥٢٦
٠,١٩٠٦٨٨	٣٦٠٤	نصح نفسي	
٠,٠٧١٥٨٧	١٣٥٣	حل عملي جاد	النسبة
٠,٠٣٧٦١٩	٧١١	ترجيح أحد الحلول	٨٢,١٥
٠,٠٢٨٧٣	٥٤٣	عرض مساعدة	
٠,١٨٣٦٥١	٣٤٧١	سرد تجربة شخصية	
٪١٠٠	١٨٩٠٠	٪١٠٠	١٨٩٠٠

توضح بيانات الجدول السابق طبيعة ردود مستخدمي الصفحات الاجتماعية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وطبيعة الردود المقدمة، قامت الباحثة بتحليل أول عشر تعليقات على المشكلة كعينة لباقي التعليقات نظرا لكبير حجم العينة كما أن التعليقات المتصدرة هي التعليقات التي تأخذ علامات إعجاب أكثر من باقي المستخدمين فكلما تصدرت التعليقات كلما دلت على انها تعبر عن رأي أكثر من مستخدم لذا وقع الاختيار على التعليقات العشر الأولى المتصدرة وقسمت الردود إلى قسمين

القسم الأول: ما لا يقدم حلا للمشكلة المطروحة

القسم الثاني: ما يقدم حلا للمشكلة

وقد بلغت الردود التي تم تحليلها إلى ١٨٩٠٠ تعليقا على جميع المشكلات التي شملتها الدراسة أثناء فترة التحليل وقد قدم مستخدموا الموقع ٣٣٧٤ تعليقا بنسبة ١٧,٨٥٪ صنفته الباحثة ضمن اللا حلول

القسم الأول: ما لا يقدم حلا للمشكلة المطروحة

الذي شمل عدة أشكال من التعليقات جاء في مقدمتها التعليقات الساخرة بنسبة ٨,٨٥٧١

٪ من جملة التعليقات التي تضمن الحلول واللا حلول ونشتهر هذه الصفحات بهذه التعليقات الساخرة بل ان كثيرا من رواد الصفحات الاجتماعية وخاصة الخاملين يرون أن هذه التعليقات الساخرة هي السبب الأول لزيارتهم لهذه الصفحات وقد احتلت مكانا متأخرا نسبيا في مجمل ما تم تحليله لان ترشيح المستخدمين كان للتعليقات التي تعتبر بمثابة حل للمشكلة والتي تتسم بالجدية.

جاءت التعليقات التي تتسم بالتشكيك في صاحب المشكلة أو روايته لها وأحيانا في الصفحة نفسها نسبة ٣,٤٩٪ من إجمالي التعليقات.

وجاء في المرتبة الثالثة للتعليقات التي لا تتضمن أي حل تلك التعليقات التي تحمل اللوم لصاحب المشكلة سواء على تورطه وأحيانا على روايته للمشكلة بهذه الكيفية وهذه التفاصيل وقد وردت هذه النوعية من جملة التعليقات بنسبة ٢,٤٠٪

جاء في المرتبة الرابعة الردود التي تشير إلى اللامبالاة بمضمون المشكلة وهو ما رصدته الباحثة في تضمين تلك الردود أمور أشد تعقيدا مما يقلل من مضمون المشكلة ويشعر صاحبها بعدم اكتراث صاحب الرد وقد انخفضت نسبة هذه النوعية من الردود إلى ١,٦٤٪

أما التعليقات التي يشير مضمونها إلى الاستسلام إلى الأمر الواقع حسب موضوع المشكلة كانت نسبتها ضئيلة جدا في مجمل التعليقات الواردة وبلغت نسبتها ٧٤٦٪.

القسم الثاني من التعليقات: الذي يقدم حولا للمشكلة

وقد قسمت الباحثة محتوى التعليقات التي تقدم حولا إلى صاحب المشكلة إلى ستة أشكال حسب ما رصدته الباحثة في تعليقات المستخدمين كانت كالتالي:

جاء في المرتبة الأولى النصح الديني لصاحب المشكلة بنسبة ٣٠,٩٪ وهو والذي اعتبره جمهور هذه الصفحات من المتفاعلين اسلم الحلول وأوضحها على جميع المستويات ورغم أن بعض التعليقات التي تشمل النصح الديني أخذت قالب النصح العام بعيدا عن الإفتاء أو محاولي إصدار أحكام شرعية متعلقة بالدين لكن محتوى النصح كان في الغالب بضرورة الرجوع إلى الدين والتمسك به خاصة في المشكلات التي تشمل اعتراف باقتراف معاصي بشكل واضح ويحاول صاحب المشكلة الرجوع أو الإقلاع من هذا الذنب.

ويعتبر تصدر التعليقات التي تحوي النصح الديني كأحد أهم الحلول التي استخدمها معلقوا الصفحات لمساعدة أصحاب المشكلات مظهرا من مظاهر تمسك المجتمع بالدين رغم وجود السلوكيات التي تحولت في بعض الأحيان إلى ظاهرة لكن محاولة المجتمع المحيط بإرجاع كل الأمور إلى الدين يعتبر مؤشرا جيدا مفاده تمسك المجتمعات العربية بالثوابت الدينية رغم ما طرأ عليها من تغييرات كثيرة وان الوازع الديني هو المتصدر للمشهد رغم كثرة الحلول المحيطة والمتاحة كذلك يؤكد على احترام المجتمع لأوامر

الشريعة حينما يتم إدراجها ضمن أي مشهد.
 في المرتبة الثانية من التعليقات التي قدمت حلولاً للمشكلات المطروحة كان النصح النفسي بنسبة ١٩,١٪.

في المرتبة الثالثة جاءت التعليقات التي تسرد التجربة الشخصية بنسبة ١٨,٣٦٪ والتي تعتبر أهم الحلول التي يقدمها المشاركون على الصفحة كنوع من المحاكاة للواقع حيث يقدم المستخدم من خلال تقديمه التجربة بتفاصيلها حل عملي لصاحب المشكلة من خلال المحاكاة الكاملة التي يستعرضها صاحب التعليق كنوع من الدعم؛ بداية من رواية الظروف المشابهة التي مر بها وحتى النتائج المتوقعة أو النتيجة كانت سلبية أو ايجابية وكيف تغلب عليها أو وواجهها بشكل مناسب.

وتعتبر رواية التجارب الشخصية من أفضل الحلول المقدمة.

في المرتبة الرابعة جاء تقييم الحل العملي الجاد بنسبة ٧,١٥٪ قدمها المعلقون على المشكلة في شكل خطوات يتبعها صاحب المشكلة للخروج من الأزمة سواء على المستوى الزمني القريب أو البعيد.

جاء في المرتبة الخامسة من التعليقات التي قدمت حلولاً لصاحب المشكلة ترشيح أحد الحلول بنسبة ٣,٧٪ وعملية الترشيح هنا إما لحلول قدمها صاحب المشكلة يراها هي الأنسب من وجهة نظره ويحتاج إلى المشورة لترجيح الأصوب منها أو ترشيح أحد الحلول التي قدمها المستخدمون أنفسهم من خلال التعليقات التي تصدرت قائمة التعليقات في المشكلة.

في المرتبة السادسة والأخيرة جاء عرض المساعدة بنسبة ٢,٨٧٪ حيث كانت التعليقات التي تحمل إمكانية مساعدة صاحب المشكلة من خلال مستشار نفسي من متابعي الصفحة أو عرض للدعم الفني أو المادي لبعض المشكلات التي تتولاها الصفحة والتي تصنف ضمن القضايا الاقتصادية فئة الدخل المحدود أو أصحاب الأمراض المزمنة من سمنة أو أمراض أخرى تصاحب المشكلات المعروضة أو تتمحور حولها المشكلة

جدول رقم (١٣)

يوضح اتجاه المستخدمين نحو القيم التي تعرضها المشكلات

النسبة	التكرار	اتجاه تعليقات المستخدمين
٩٠,٣٪	٤٥٣٣	ايجابي
٩,٧٪	٤٨٧	سلبي
٠	٠	محايد
١٠٠٪	٥٠٢٠	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق اتجاه تعليقات المستخدمين نحو القيم الايجابية التي تضمنتها المشكلات المنشورة على صفحات المشكلات على موقع فيس بوك وقد أوضح تحليل عينة من تعليقات القراء أن ٩٠,٣% من المعلقين على المشكلات التي ظهرت بها قيم ايجابية كان اتجاههم ايجابي ظهر ذلك في الدعم النفسي والنصح والمطالبة بالاستمرار أو بذل مجهود أكثر للمحافظة على القيمة الظاهرة في المشكلة ومحاولة مساعدة صاحب المشكلة ليتمسك بها بشكل اكبر أو من خلال الحديث عن ندرة وجود هذه القيمة في المجتمع وكل ما من شأنه التأكيد على أهمية الجانب الايجابي في الشخصية صاحبة المشكلة. بينما ظهرت اتجاهات سلبية نحو القيم الايجابية ولكنها كانت ضعيفة مقارنة بالاتجاه الايجابي نحوها حيث كان نسبة الاتجاه السلبي ٩,٧% فقط وهو ما رصدته الباحثة من خلال الردود التي دعت إلى التخلي عن بعض القيم التي رأها أصحاب هذا الاتجاه نوع من الضعف أو التهور أو أن المتمسك بهذه القيم لا يمكنه مواكبة العصر الحديث أو أن مقتضيات الوقت الحالي تفرض التخلي عن هذه القيم. بينما لم يظهر التحليل أي مؤشر يدل على وجود اتجاهات محايدة بهذا الشأن ولعل الحرية التي ضمنها موقع التواصل الاجتماعي قد حمل الكثيرين إلى التعبير عن رأيه بكل وضوح يعيداً عن الحيادية التي كانت سمة من سمات الكثيرين لوقت طويل كنتيجة لرفضه أمر ما ولكن الخوف أو ضيق المساحة المخصصة للتعبير عن رفضه تجبره إلى اختيار الرأي المحايد بين الرفض والقبول.

جدول رقم (١٤)

يوضح اتجاه المستخدمين نحو السلوكيات السلبية التي تعرضها المشكلات

النسبة	التكرار	اتجاه تعليقات المستخدمين
٨١,٤%	٩٩٨٦	سليبي
١٤,٨%	١٨١٣	محايد
٣,٨%	٤٧١	ايجابي
١٠٠%	١٢٢٧	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق أن اتجاه تعليقات المستخدمين على صفحات المشكلات نحو السلوكيات السلبية التي أظهرتها عينة من مشكلات الدراسة الاجتماعية كان سلبيًا بنسبة ٨١,٤% حيث رفضت هذه النسبة من عينة الدراسة ما ورد في المشكلات من سلوكيات سلبية بينما كان اتجاه ٣,٨% من المعلقين ايجابيًا نحو هذه السلوكيات السلبية بدعاوى عدة

وظهرت نسبة ١٤,٨% من تعليقات المستخدمين محايدة دون الميل إلى قبول أو رفض السلوك المطروح من خلال المشكلة وكأنه شأن خاص أو أن هذه الحالات فردية لا يقاس عليها أو أن وجودها يعود لأسباب معينة ستزول بزوال المسبب لها

النتائج العامة للدراسة والتوصيات

١. أن نسبة مشاركة الذكور لمشكلاتهم على الصفحة جاء في المرتبة الأولى بنسبة أعلى من الإناث؛ حيث كانت نسبة مشاركة الذكور لمشكلاتهم هي (٦٥,٩٪)، وهي نسبة كبيرة مقارنة بالإناث التي كانت نسبة مشاركتهم خلال فترة الدراسة هي (٣٤,١٪).
٢. تفتشي السلوك السلبي في المجتمع العربي بشكل واضح؛ حيث بلغت نسبة السلوكيات السلبية المرصودة (١٢٢٧) سلوكًا سلبيًا، وبنسبة (٦٤,٩٪) كما أظهرها التحليل الكمي للعينة، وهي نسبة مرتفعة للسلوكيات السلبية مقابل القيم الإيجابية التي بلغت (٦,٥٦٢٪)، (في حين خلت بعض المشكلات من وجود القيم أو السلوكيات السلبية تمامًا وهي الأقل، حيث وصلت نسبتها إلى (٨,٥٪) فقط من إجمالي عينة الدراسة.
٣. كان أبرز القيم التي ظهرت في عينة التحليل "قيمة التضحية"؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٢٣,٩٠٪)، وجاءت في المرتبة الثانية "قيمة التعاون" بنسبة (٢١,٣١٪)، ثم جاءت بعد ذلك باقي القيم بنسب ضعيفة، وكان ترتيب ظهورها ضمنياً في الصفحات- محل الدراسة- كما يأتي: الأمان بنسبة (٩,٣٪) في المرتبة الثالثة، وقد ارتفع وجود هذه القيمة في المشكلات الخاصة بالمرأة وما يتعلق منها بالناحية العاطفية، وكذلك مشكلات الزواج والإنجاب؛ حيث ظهرت هذه القيمة بصورة واضحة كأحد أهم المبررات التي أظهرها صاحب المشكلة للاستمرار في العلاقة رغم الكثير من المعوقات التي قد تؤدي في الغالب إلى قطع العلاقة، وجاء في المرتبة الرابعة "الالتزام في معاملة الجنس الآخر" بنسبة (٨,٧٪).
٤. أن نسبة وجود القيم كان عاليًا في صفحة Problem Counseling Center Of Bride مقارنة بالصفحات الأخرى التي انخفض فيها مؤشر ظهور القيم مقارنة بحجم النشر اليومي وعدد المشكلات التي تمت دراستها؛ وترجع الباحثة ذلك إلى وجود المحددات التي وضعتها الصفحة للنشر وتطبيق هذه المحددات على المنشور من الصفحة، مما أدى إلى زيادة معدل ظهور القيم بالشكل الظاهر في الجدول مقارنة بالصفحات الثلاثة الأخرى، وتُعد صفحة society problems هي الأقل في نسبة ظهور القيم على صفحتها رغم كثافة المعروض.
٥. أن أكثر السلوكيات السلبية ظهورًا هي العلاقات غير المشروعة أو المحرمة بين الجنسين، حيث بلغت نسبة ظهوره في عينة الدراسة التحليلية (٢٠,٣٧٪) وهي نسبة عالية، وجاء في المرتبة الثانية ضمن السلوكيات «الظلم» بنسبة (١٤,٥٨٪)؛ حيث أظهر أبطال المشكلات هذا السلوك على اعتبارهم فاعلين وقع منهم الظلم على أفراد آخرين أو باعتبارهم المفعول بهم، وجاء في المرتبة الثالثة وبنسبة (١٤,٢٦٪) "الإحباط"، وجاء في المرتبة الرابعة وبنسبة (١٠,١٨٪) "البخل"؛ حيث ظهر هذا السلوك في إطار القضايا الزوجية والنفقة والعقوق، ثم أعقبه العنف الأسري بنسبة (٩,٨٦٪)، وبعد "العنف الأسري

- ” من أبرز المشكلات المتعلقة بالعقوق سواءً كانت مسبباً لها أو ناتجاً عنها، كذلك صحب هذا السلوك القضايا المتصلة بالطلاق والإدمان، ويعد ”العنف الأسري“ من أكثر السلوكيات التي صاحبت مشكلات الإدمان داخل الأسرة، ثم جاء في المرتبة الخامسة ”الكذب“ بنسبة (٨,٣١٪)، وجاء في المرتبة السادسة ”الإدمان“ بوصفه أخطر مشكلات هذا الجيل، وقد كان ظهور هذا السلوك الخطير وفق ما صرح به أصحاب المشكلات خلال فترة الدراسة هي (٧,٥٧٪)، ثم جاء على الترتيب ”حب الظهور“، ثم ”الطبقية“، ثم ”حب التملك“، ثم ”التبذير“، ثم ”عقوق الأبناء“، ثم عقوق الآباء“، وجاء في المرتبة الأخيرة” الفساد المالي “ بنسب ضئيلة وبفارق نسبي بسيط .
٦. بلغت نسبة تعليقات القراء التي قدمت حلولاً للمشكلة (٨٢,١٥٪)، في حين بلغت نسبة التعليقات التي لم تقدم أية حلول هي (١٧,٨٥٪).
٧. من التعليقات: التي قدمت حلولاً للمشكلة، جاء في المرتبة الأولى ”النصح الديني لصاحب المشكلة“ بنسبة (٣٠,٩٪)، وفي المرتبة الثانية من التعليقات التي قدمت حلولاً للمشكلات المطروحة كان ”النصح النفسي“ بنسبة (١٩,١٪)، وجاء في المرتبة الثالثة ”التعليقات التي تسرد التجربة الشخصية“ بنسبة (١٨,٣٦٪)، وفي المرتبة الرابعة جاء ”تقديم الحل العملي الجاد“ بنسبة (٧,١٥٪)، جاء في المرتبة الخامسة من التعليقات التي قدمت حلولاً لصاحب المشكلة ”ترجيح أحد الحلول بنسبة (٣,٧٪)، وفي المرتبة السادسة جاء ”عرض المساعدة“ بنسبة (٢,٨٧٪).
٨. اتجاهات تعليقات المستخدمين نحو القيم الإيجابية التي أظهرتها المشكلات بلغت (٩٠,٣٪) منهم اتجاههم إيجابي، بينما ظهرت اتجاهات سلبية نحو القيم الإيجابية ولكنها كانت ضعيفة مقارنة بالاتجاه الإيجابي نحوها حيث بلغت نسبة الاتجاه السلبي (٩,٧٪) فقط .

التوصيات:

في ضوء النتائج العامة للدراسة، توصي الدراسة بالآتي:

١. زيادة الاهتمام بصفحات المشكلات الاجتماعية على موقع (فيس بوك)، وزيادة تركيز الجهود البحثية نحو: القائمين على إدارتها وعلى محتواها الذي تخطى مضمون المشكلات في بعض الصفحات المشهورة، وعلى مستخدمي هذه الصفحات بشكل أوسع.
٢. محاولة توجيه الجهود التوعوية الخاصة باستخدام وسائل الإعلام للأفراد بمدى أهمية المتفاعلين في هذه الصفحات، وأهمية الردود المقدمة والتي تسهم بلا شك في حل المشكلات المقدمة وعدم الاستخفاف، حيث تعد منفذاً للكثيرين.
٣. زيادة الاهتمام بمعرفة المستور من خبايا المجتمعات العربية من خلال تتبع هذه الصفحات وتحليل محتواها بصفة دائمة.

مراجع الدراسة:

- ١- نهى السيد ناصر: القيم المتضمنة في إعلانات المواقع العربية والأجنبية على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري نحوها- دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام: جامعة الأزهر ٢٠١٣، ص: ٦١
- ٢ - وليد رشاد زكي: "المجتمع الافتراضي- دراسة في أزمة منظومة قيم الأسرة المصرية"، المؤتمر العلمي الخامس عشر (الأسرة والإعلام وتحديات العصر) كلية الإعلام جامعة القاهرة فبراير ٢٠٠٩م، الجزء الثاني، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، فبراير ٢٠٠٩)، ص ١٢٦٨
- ٣ - رباب رأفت الجمال: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي - دراسة ميدانية، سلسلة الأبحاث العلمية المدعمة من كرسي الأمير نايف بن عبد العزيز للقيم الأخلاقية: بحث رقم ١١، ٢٠١٤
- ٤ - مهدي محمد القصاص، الإعلام الالكتروني وأثره على قيم الشباب في القرية المصرية- دراسة خالة (أبحاث المؤتمر العلمي الثاني ثقافة القرية: نحو استراتيجية لتنمية القرية المصرية، ط١، القاهرة، الهيئة العامة لقصور الثقافة ٢٠١٤
- ٥ - محمد عبد البديع السيد، دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو (المؤتمر العلمي الدولي الأول- مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة: كلية الإعلام: جامعة فاروس بالإسكندرية، نوفمبر ٢٠١٤م).
- ٦ - خالد محمد البدر: نسق القيم الاجتماعية وعلاقته باتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ٢٠١٢)
- ٧ - الغريب زاهر إسماعيل، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي العام لدى منتسبي الجامعات، بحث منشور على شبكة الانترنت pdf ٢٠١٢
- ٨ - وليد رشاد زكي: "المجتمع الافتراضي- دراسة في أزمة منظومة قيم الأسرة المصرية"، المؤتمر العلمي الخامس عشر (الأسرة والإعلام وتحديات العصر) كلية الإعلام جامعة القاهرة فبراير ٢٠٠٩، الجزء الثاني، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، فبراير ٢٠٠٩)، ص- ص: ١٢٥٧- ١٢٨٥
- ٩ - هشام سعيد فتحي عمر البرجي، تأثير استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥م)
- ١٠- ياسمين محمد إبراهيم، الاتصال التفاعلي من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٤)

11 - Aren, Karbinisky: Face Book and the technology Revolution ,N,Y,Spectrum Puplications (2010)

- ١٢- أمين سعيد عبد الغني: تأثير استخدام الانترنت على القيم والاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي (المؤتمر العلمي السنوي التاسع- أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام: جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣، الجزء الرابع، ص-ص: ١٢١٩- ١٢٤٢
- ١٣- علياء سامي عبد الفتاح: دور وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي- دراسة مقارنة بين مستخدمي وسائل الاتصال التقليدية والانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة

- جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان (٢٠٠٧م)
- ١٤- فوزية عبد الله آل علي: المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر (الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات)، كلية الإعلام: جامعة القاهرة، يوليو ٢٠٠٩م، الجزء الثاني، ص: ١١٣٨-١١٦٧
- ١٥- الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي موقع Face Book المؤتمر العلمي الخامس عشر (الأسرة والإعلام وتحديات العصر) كلية الإعلام جامعة القاهرة فبراير ٢٠٠٩، الجزء الثاني، ص- ص: ٩٣٩-١٠٠١
- ١٦- هناء كامل أبو اليزيد: الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان (٢٠٠٧)
- ١٧- مجموعة مؤلفين، التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، بيروت، مؤسسة الفكر العربي، ٢٠٠٨م، ص ٩.
- ١٨- سمير محمد حسين: "دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام"، ط ٢، عالم الكتب، ٢٠٠٦، ص ١٣١
- ١٩- عاطف عدلي العبد: "المنهج العلمي في البحوث الإعلامية"، القاهرة، دار الهانئ للطباعة والنشر، ٢٠٠٢، ص ١١
- ٢٠- محمد عبد الحميد: "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، ط ١، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ١٥٨.
- ٢١- الباحثة المعاونة التي قامت بتحليل عينة الثبات د/ نهى ناصر
- ٢٢- محمود عبد الجواد نصار: "الإعلام المرئي وقيم الشباب المصري- دراسة تطبيقية على عينة من الشباب المصري في القاهرة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الآداب، ٢٠١٠)، ص ٦٠.
- ٢٣- سامي السعيد النجار: "دور الصحافة في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية العولمة والهوية الثقافية- دراسة ميدانية"، المؤتمر العلمي السنوي العاشر- الإعلام المعاصر والهوية العربية، الجزء الأول، مايو ٢٠٠٤، ص ٤٠٨.
- 24 - Stuart Oskamp.wwesley Schultz.Attitudes and Opinions First edition,Newjersy ,Rout Ledge 2005,p.p;318-
- ٢٥- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والطباعة، ٢٠٠٨، ص ٢١٨
- 26 - <https://www.facebook.com/Egysocietypbb/about/>
- ٢٧
- 28 - <https://www.facebook.com/Real.problems.Egy/likes/>
- ٢٩- محمود عكاشة- محمد زكي: "مدخل إلى علم النفس الاجتماعي"، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ١٩٩٧، ص ٢٣٨.
- ٣٠- سهير كامل أحمد: "مدخل إلى علم النفس"، القاهرة، الأنجلو المصرية، ١٩٩٣، ص ١٧٤.
- ٣١- منال عبده منصور: "القيم التي تعكسها برامج الأطفال في التلفزيون المحلي- دراسة مسحية للقناة الرابعة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٣)، ص ٥٨.
- ٣٢- أميرة إبراهيم النمر: "أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة

- الثانوية“ دراسة تطبيقية رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام (٢٠١٠)، ص ٣٠- ٣١
- ٣٣- زكريا عبد العزيز محمد: “التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين”، مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠٠٢، ص ٣٨-
- ٣٤- أمين سعيد عبد الغني: تأثير استخدام الانترنت على القيم والاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي (المؤتمر العلمي السنوي التاسع- أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام: جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣، الجزء الرابع، ص ١٢٢٣
- ٣٥- نهى السيد أحمد ناصر: “اتجاهات المستهلك المصري نحو القنوات الإعلانية المتخصصة- دراسة ميدانية”، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية، ٢٠٠٨)، ص ٦٦- ٦٧
- ٣٦- نرمين زين العابدين: “القيم التي تعكسها الرسوم المتحركة في برامج الأطفال بالتلفزيون المصري”، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٤)، ص ٥٢
- ٣٧- ناصر محمد العدلي: “السلوك الإنساني والتنظيمي منظور كلى مقارن”، (الرياض: معهد الإدارة العامة، ١٩٩٣)، ص ١٢٩
- ٣٨- منال عبده منصور: “القيم التي تعكسها برامج الأطفال في التلفزيون المحلي- دراسة مسحية للقناة الرابعة”، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة ٢٠٠٣)، ص ٥٩- ٦٠.
- ٣٩- علياء عبد الفتاح رمضان: “القيم الثقافية التي تعكسها الدراما العربية والأجنبية بالتلفزيون المصري للمراهقين”، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٣)، ص ١٢٢
- ٤٠- صفوت زين العابدين: “علم النفس الاجتماعي- أسسه وتطبيقاته”، ط٢، الدار المصرية للكتاب، القاهرة، ص ٩٢.
- ٤١- نهى السيد أحمد ناصر: اتجاهات المستهلك المصري نحو القنوات الإعلانية المتخصصة- دراسة ميدانية، مرجع سابق، ص ٦٩.
- ٤٢- محمد محمود مصطفى: “الإعلان الفعال- تجارب محلية ودولية”، ط١، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤، ص ١٤٩.
- ٤٣- نهوند القادري، “قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك”، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٨م، ص ٢٣١