مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ. د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

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

نائب رئيس التحرير : أ.م. د / أحمد سالم - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ. د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون 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: أ. د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

د / إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد السادس والستون - الجزء الثاني- ذو الحجة ١٤٤٤هـ - يوليو ٢٠٢٣ م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

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 والتليفزيون 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 العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا 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 مؤتمرًا علميًا.**
- **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 .... وتحتفظ 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.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

تعبير عن الاستقرار أم ارتباط بالماضي؟: الثوابت والمتغيرات في خطاب صحيفة عُمان خلال عام ٢٠٢٢م — أ.د/ حسني محمد نصر — ٤٧٣

دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة السعودية — أ.م.د/ أحمد سامي العايدي — ٥١٧

مقاومة الجمهور السعودي لإعلانات المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي- دراسة ميدانية — د/ نوره بنت سعود بن حسين آل هلال — ٥٥٥

العوامل المؤثرة في انتقاء ومعالجة كتّاب المقالات للمحتوى الرائج (الترند) في الصحف الإلكترونية المصرية.. دراسة ميدانية — د/ محمد مهني البحراوي — ٦١٣

اعتماد الجمهور المصري على صفحات المؤسسات المجتمعية وعلاقته بمستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية- دراسة ميدانية — د/ أم الرزق محمود عبد العال المقبلي — ٦٧١

التغطية الصحفية بمنصات التواصل الاجتماعي للصحف في إطار نموذج الجدل والبلاغة - دراسة حالة لصفحة اليوم السابع على الفيسبوك — د/ أميرة جمال محمد عيد سلامة — ٧٣١

صناعة المحتوى عبر خدمات البث المباشر الاجتماعية وعلاقته بالثقافة التشاركية: دراسة حالة على الغرف الصوتية بتطبيق باز — د/ سمر صبري صادق — ٨٢١

تعرض الجمهور المصري للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية وعلاقته بقلق المستقبل لديه: دراسة ميدانية ٨٩٣
د/ مريم عادل وليم بسطا

اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وتأثيرها على صناعة الصحافة ٩٥٣
د/ إيناس منصور كامل شرف

Discourse Analysis of Academic Cheating Phenomenon: A Case Study of Users' Comments on the Kuwaiti News Account (Al Majlis) on Twitter ١٠١٩
Yousra Mahmoud Elkhashab

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجله يونيو2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	7	2536-9393	2735-4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-914X	2682-4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9158	2682-4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9131	2682-4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110-5836	2682-4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735-3796	2735-377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	7	1110-5844	2682-4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	7	2356-9891	2682-4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110-9297	2682-292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	**Egyptian Public Relations Association**	7	2314-8721	2314-873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	7	2536-9237	2735-4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق	6.5	2357-0407	2735-4016

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصريه دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنه التالية للنشر فى هذه المجلات.

اعتماد الجمهور المصري على صفحات المؤسسات المجتمعية وعلاقته بمستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية- دراسة ميدانية

The Dependence of the Egyptian Public on the Pages of Community Institutions and Its Relationship to the Level of Awareness of Egyptian Family Issues, a Field Study

د/ أم الرزق محمود عبد العال المقبلي

مدرس الصحافة بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات، جامعة الأزهر

Email: omelriskmahmoud@azhar.edu.eg

ملخص الدراسة

سعت الدراسة للوقوف على معدل اعتماد الجمهور على صفحات المؤسسات المجتمعية وعلاقته بمستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية، وذلك من خلال اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، طبقت على عينة متاحة قوامها (400) مفردة من الذكور والإناث ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وخلصت إلى عدة نتائج، أهمها:

- تصدر الاعتماد اليومي للمبحوثين على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة المصرية.
- تعددية صفحات المؤسسات المجتمعية التي يعتمد المبحوثون عليها في متابعة قضايا الأسرة، ومجيء صفحة الأزهر الشريف في مقدمة صفحات المؤسسات المجتمعية، تلاها صفحة المجلس القومي للمرأة.
- ارتفاع كثافة الدوافع لدى المبحوثين للاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية لمتابعة قضايا الأسرة؛ حيث تصدر المستوى المرتفع المرتبة الأولى، ثم المستوى المتوسط، وأخيرًا جاء المستوى المنخفض.
- ارتفاع درجة إسهام صفحات المؤسسات المجتمعية في مستوى وعي المبحوثين بقضايا الأسرة المصرية؛ حيث جاء المستوى المرتفع في الصدارة.
- ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية جزئيًّا.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات المجتمعية، الوعي، الاعتماد على وسائل الإعلام، مواقع التواصل الاجتماعي، قضايا الأسرة.

Abstract

The study sought to determine the rate of public dependence on the pages of community institutions and its relationship to the level of awareness of Egyptian family issues, by testing hypotheses of the theory of dependence on the media. It was applied to an available sample of (400) single males and females who use social networks, and concluded Several results, the most important of which are:

-The daily accreditation of the respondents is published on the pages of the community institutions in following up on the issues of the Egyptian family.
- The multiplicity of pages of community institutions on which the respondents rely to follow up on family issues, and the page of Al-Azhar Al-Sharif came at the forefront of the pages of community institutions, followed by the page of the National Council for Women.
- The high intensity of the respondents' motives to rely on the pages of community institutions to follow up on family issues, as the high level ranked first, then the medium level, and finally the low level came.
- The high degree of contribution of social institutions pages to the respondents' level of awareness of Egyptian family issues, where the high level came to the fore.
- The hypothesis that there are statistically significant differences between the demographic characteristics of the respondents and the level of awareness of Egyptian family issues has been partially proven correct.

key words: social institutions, awareness, dependence on the media, social networking sites, family issues.

مقدمة:

لقد أدى تطور التطبيقات الافتراضية لشبكة الإنترنت إلى قولبة المجتمع الواقعي إلى ما يشبه المجتمع الشبكي من خلال ثقافة شكَّلها مستخدمو الشبكات؛ ومن ثمّ تنمذجت الثقافة المحلية وفق الأنساق الثقافية والهوايات التي نمت في الفضاء الإلكتروني وسط استقطاب الشبكة لمزيد من القوى المجتمعية. وتتميز وسائل التواصل الاجتماعي بكونها وسيلة فعالة لتقديم المَحتوى ونشر الوعي بين عامة الناس، فقد قدَّم النموذج الجديد لوسائل التواصل الاجتماعي- كوسيلة مهمة للتغيير والتنمية- شكلًا معاصرا للناس باعتبارها أداة شائعة الاستخدام توفر لهم الاتصال والمشاركة الفعلية، وبفضل ذلك استطاعت تلك الشبكات أنْ تتصدر قائمة وسائل الإعلام، وتهيمن على تشكيل وتوجيه الرأي العام تجاه مختلف القضايا والموضوعات المجتمعية؛ انطلاقًا من دور وسائل الإعلام في تعزيز الوعي العام وزيادته بجمعها الآراء والمعلومات والمواقف تجاه القضايا المختلفة.

بالإضافة إلى أن تأثيرية وسائل الإعلام لا تتحقق إلا بقدرتها على إحداث كم من التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية لدى الجمهور؛ ولذا بدأ ينمو في المجال الافتراضي التواصلي وظيفة التوعية كاتجاه عالمي بغية حماية المجتمع البشري؛ فالإعلام هو أقوى أداة اتصالية في العالم الناشئ يدعم الوعي ويعرض واقع المجتمِع.

ويُعد موضوع قضايا الأسرة من الموضوعات المهمة التي تلوح دائما في أفق الفضاء الإعلامي؛ لذا شهدت ساحة الشبكات الاجتماعية في الآونة الأخيرة حراكًا تجاه قضايا الأسرة من قبل مستخدميها على اختلاف فئاتهم ملتفين للبحث حول مفهوم الاستقرار الأسري؛ وذلك لأنّ الإعلام له صلة وثيقة بالحياة الخاصة للأفراد؛ فهو يمدهم بنظرة ثاقبة لما يحدث في عالمهم، ويجعلهم على دراية بحقوقهم وواجباتهم، فمن خلاله يتم إحداث اتجاه إيجابي لحماية الأسرة انطلاقًا من كونها اللبنة الأولى في المجتمع.

ومن خلال متابعة الباحثة لصفحات المؤسسات المجتمعية المهتمة بالأسرة المصرية لاحظت مشاركة كبيرة من المتابعين لهذه الصفحات، وتزايد مستمر سواء بالانضمام إليها

أو التفاعل مع منشوراتها، وهو ما عدى بالباحثة لدراسة معدل اعتماد الجمهور المصري على صفحات المؤسسات المجتمعية، وعلاقته بمستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية لديه.

الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة منطلقًا مهمًا في مجال البحث العلمي؛ لما لها من دورٍ في توجيه البحث إلى العديد من المؤشرات التي تسهم في تحديد أبعاد الموضوع، وتوضيح جوانبه المختلفة؛ ولذا قامت الباحثة بالاطلاع على العديد من الدراسات السابقة التي استهدفت الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي؛ للوقوف على أهم ما انتهت إليه، وراعت في عرضها الترتيب الزمني من الأحدث إلى الأقدم على النحو التالي:

- **دراسة لينا الجلسى** 2023: هدفت إلى التعرف على تأثير دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقة الزوجية لدى المتزوجين في المملكة العربية السعودية، بجانب التعرف على اتجاهاتهم نحو الانحرافات الأخلاقية على مواقع التواصل الاجتماعي، طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها (١٥٠) مفردة عن طريق الاستبانة الإلكترونية، وتوصلت لعدة نتائج، منها: أن غالبية أفراد الدراسة أحيانًا ما يقلُّ تفاعلهم مع شريكهم بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 44.7%، وأنّ معظم عينة الدراسة لا يفضلون قضاء وقت أطول على مواقع التواصل الاجتماعي من الوقت الذي يقضونه مع العالم الواقعي وذلك بنسبة بلغت 59.3% (1).

- **دراسة شيرين جمال** 2023: حاولت التعرف على انعكاسات الإعلام الرقمي (الهواتف الذكية) على الأسرة المصرية، استخدمت نظريتي الاستخدامات والإشباعات والتفاعلية الرمزية، واعتمدت على استمارة الاستبانة في جمع البيانات، وطُبقت على عينة متاحة من أفراد الأسرة المصرية قوامها 200 مفردة من مستخدمي الهواتف الذكية الحديثة. وتوصلت الدراسة إلى أن الهواتف الذكية غيَّرت من قيم وعادات المبحوثين، وأن المبحوثين لديهم قابلية التغيير، وأما من حيث الوقت المستغرق في استخدام الهاتف الذكي فجاء أكثر من خمس ساعات بنسبة 71.5% (2).

- **دراسة هناء حفناوي يوسف** 2021: هدفت إلى رصد أهم أبعاد مصداقية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية- من وجهة نظر عينة الدراسة- ومدى اعتمادهن عليهما كمصادر معلومات عن الأزمات الأسرية، استخدمت منهج المسح، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتمثلت أداة الدراسة في

استمارة الاستبانة، طُبقت على عينة متاحة قوامها 400 مفردة من طالبات الجامعة في نوفمبر 2020، **وتوصلت إلى** ارتفاع معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية مقابل انخفاض معدل التعرض للقنوات الفضائية، وأن معدل التعرض لموضوعات الاغتراب الأسري أعلى من معدل متابعة حالات الطلاق، كما تفوقت مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في خصائص التناول الإعلامي للأزمات الأسرية (3).

- **دراسة إسراء سامى فهمى أحمد** 2021: التي حاولت التعرف على أثر استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقتها بأسرتها، من خلال دراسة عينة من النساء الريفيات العاملات، وطُبقت على عينة قوامها 400 مفردة، **وكانت أهم النتائج:** أن المرأة الريفية العاملة تلجأ لمواقع التواصل الاجتماعي لإشباع رغبتها بالحصول على المعلومات التي تفيدها، ولأجل التسوق والعمل. وكذلك وجود انعكاس كبير على علاقة المرأة بأسرتها، والتي تجمع بين الإيجاب والسلب (4).

- **دراسة لمياء محسن محمد** 2020: سعت إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي بالتفكك الأسري في المجتمع المصري، في إطار "نظرية البيئة الإعلامية، واستخدمت استمارة الاستبانة في جمع البيانات، وطُبقت من عينة عمدية على (210) أسرة مصرية (زوج/ زوجة/ أبناء) من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، **وكانت أهم النتائج:** ندرة التفاعل بين الزوجين داخل الأسرة، وأن أهم أسباب المشكلات الأسرية الناجمة عن استخدام الزوجين لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في التجاوز الأخلاقي في التعامل مع الجنس الآخر، كما أفاد معظم المبحوثين بالتأثير السلبي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة؛ من منطلق إهدارها للوقت، وتدهور العلاقات الأسرية، واتساع الفجوة بين الآباء والأبناء والعزلة والانطوائية لأفراد الأسرة (5).

- **دراسة Wei Wang & Others** 2020: هدفت إلى التعرف على تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الزوجين؛ مما قد يؤدي إلى زيادة المقارنة الاجتماعية. طُبقت الدراسة على 514 من الصينيين المتزوجين منهم 62% إناث موزعين على 26 منطقة، وتم استخدام استمارة الاستبانة لجمع البيانات. وكانت **أهم النتائج:** أن المقارنة الاجتماعية التصاعدية على وسائل التواصل الاجتماعي المحمولة تقود إلى الاكتئاب، ويؤدي الحسد دور الوسيط الكامل، بالإضافة إلى ارتباط تأثير المقارنات الاجتماعية التصاعدية في وسائل التواصل الاجتماعي المحمولة بالتنبؤ بالاكتئاب والحسد لدى

البالغين ذوي العلاقات الزوجية المنخفضة، على عكس العلاقات الزوجية المعتدلة؛ لكونها تحمي نفسها من الوقوع في براثن المقارنات (6).

- **دراسة Others& East Hina Gull** 2019: هدفت إلى دراسة تأثير المواقع الاجتماعية على العلاقة بين الأزواج في منطقة الشرق الأوسط، استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وطُبقت على287 مشاركًا. **وتوصلت إلى** أن الإفراط في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد أثر سلبًا على حياة الزوجين، من أبرز السلبيات التي نتجت عن إدمان هذه المواقع عدم الثقة والوحدة والمشاركات غير اللائقة من قبل الزوج، وردود الفعل السلبية (7).

- **دراسة اسعيدانى سلامى، فقيري ليلى** 2019: هدفت إلى كشف وتحليل التغيرات التي طرأت على القيم والعلاقات الأسرية داخل الأسرة الجزائرية، استخدمت منهج المسح، واعتمدت على استمارة الاستبانة لجمع البيانات، وطُبقت على عينة من الأسر بمدينة المسلية قوامها 50 أسرة. **وتوصلت إلى** تراجع العادات والتقاليد والمناسبات العائلية والاجتماعية عما كانت عليه لدى 57% من المبحوثين، في حين أشار 43% منهم بأنهم يحافظون على المناسبات الاجتماعية في ظل النظام الأسري (8).

- **دراسة أيمن عبد المغنى محمد حسن** 2019: هدفت إلى رصد وتحليل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية للشباب المصري والقيم الدينية والتفاعل فيما بينهم، وأيضًا الانتماء للوطن. استخدمت منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة عمدية 600 من الشباب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بجامعتي (القاهرة والمستقبل). **وتوصلت إلى** أنّ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أحدث فجوة بين الشباب وأسرهم، وتسبب في مشكلات كثيرة بينهم وبين آبائهم وأمهاتهم، وأنّ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى الجرأة في مخاطبة الجنس الآخر (9).

- **دراسة نعيمة الفقيه** 2018: هدفت إلى التعرف على درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على العلاقات الزوجية والأسرية. استخدمت نظريات الحاجيات التكميلية لروبرت ونش، وانتشار المستحدثات لروجرز، ونظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام، واعتمدت على منهج المسح، واستخدمت استمارة الاستبانة لجمع البيانات، وطُبقت على عينة مكونة من 50 مفردة من مناطق متفرقة بتونس من المتزوجين وغير المتزوجين. **ومن أهم النتائج:** اجتياح شبكات التواصل الاجتماعي

للمجتمع الأسري بتونس، وأن الزوجين لم يعودا بمعزل عن تلك الشبكات المستحدثة والتي تبدأ بحب الاستطلاع وتنتهي بالإدمان، كما أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لا يسهم في تعزيز المجتمع الأسري فقط، بل يسهم في انفراطه وانهياره من خلال القضاء على الانسجام القائم بين الزوجين ومن ثم تفكك الأسرة (10).

- **دراسة شيماء محمود صديق** 2018: هدفت إلى تحديد العوامل المرتبطة بالخيانة الزوجية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من أجل التوصل لمؤشرات تحد من هذه المشكلة من منظور العلاج الزواجي؛ من خلال تحديد العوامل الذاتية والبيئية والمجتمعية والثقافية المرتبطة بالخيانة الزوجية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمت استمارة استبانة كأداة لجمع البيانات، وطُبقت على عينة عمدية 180 مفردة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)، **وتوصلت إلى** أن متوسط الوزن المرجح للعوامل المرتبطة بالخيانة الزوجية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة قوي حيث جاء بمتوسط وزن مرجح (2.26)، ويقع في المركز الأول العوامل الذاتية، ثم بعد ذلك تأتي العوامل الثقافية، وأن أبعاد العوامل البيئية المرتبطة بالخيانة الزوجية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة هي: المركز الأول العوامل الأسرية، الزمالة، ثم الجيرة (11).

- **دراسة بسمة السيد عبد الحميد** 2018: سعت الدراسة إلى رصد الآثار الاجتماعية لإدمان استخدام شبكة الإنترنت على بناء الأسرة المصرية. اعتمدت على نظرية لبورديو الخاصة برأس المال، ونظرية جيدنز المتعلقة بالبناء الأسري، مستخدمة منهج المسح الاجتماعي، واعتمدت على أسلوب العينة الاحتمالية مع وجود مجموعة من الشروط لتحديد الأسر المختارة. واستخدمت صحيفة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، طُبقت على (265) مفردة من سكان (الريف والحضر)، **وتوصلت إلى** وجود تأثير متوسط لاستخدام الأسرة لشبكة الإنترنت على نظام التنشئة الاجتماعية داخلها، وكان تأثير ذلك الاستخدام على الأبناء كموضوع للتنشئة أعلى من تأثيره على الآباء كقائمين بالتنشئة، كما وجه استخدام شبكة الإنترنت الآباء إلى تنشئة أبناءهم وفقًا لأساليب تعتمد على الإقناع والحوار، وأيضًا وجود تأثير متوسط لاستخدام الأسرة لشبكة الإنترنت على بناء السلطة داخل الأسرة، وكان تأثير ذلك الاستخدام على عملية توزيع الأدوار الأسرية أكبر من تأثيره على عملية اتخاذ القرار الأسري (12).

- دراسة **Lucia D'Ambrosi & others** 2018: التي بحثت في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الثقافية والمشاركة في مكافحة العنف ضد المرأة، تم جمع البيانات من خلال استمارة التحليل التي طُبقت على 20 موقعًا اجتماعيا إيطاليا- منصات- صفحات تتعامل مع ظاهرة قتل الإناث وكل مظاهر التمييز الجنسي، **وأظهرت النتائج** اختلاف أهداف المدونات الفردية؛ فبعضها يهدف إلى نشر قصص التجارب الشخصية وتجميع تعليقات القراء أحيانًا، في حين أن المواقع المؤسسية يكون هدفها الرئيس هو زيادة الوعي من خلال توفير مفتاح معلومات عن هذه القضية بجانب المشاركة النشطة، إضافة إلى أن أدوات الاحتجاج عبر الإنترنت تتخذ (الالتماسات، والمشاورات، وما إلى ذلك) شكل تعبئة جماعية تسعى إلى زيادة الوعي العام؛ من خلال دعم المهتمين أو المستشارين القانونيين الذين يقومون بصياغة النصوص والمقالات والبلاغات للتوزيع عبر الإنترنت والمطبوعات، وأنّ أحد الأبعاد المثيرة للاهتمام هو تحليل وسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بقدرة مختلف المروجين على تطوير مشاريع ومبادرات عبر الإنترنت وعبر الإنترنت للتصدي للعنف القائم على النوع الاجتماعي (13).

- **دراسة محمد أحمد هاشم** 2018: التي هدفت إلى تحليل واقع المعالجة البحثية والإسهامات التنظيرية للتأثير الذي أحدثه الإعلام الجديد بتطبيقاته ووسائله المختلفة على طبيعة وشكل العلاقات الاجتماعية والاتصالية داخل الأسرة العربية كما يعكسه التراكم المعرفي المتمثل في الدراسات العلمية الصادرة عن المراكز والهيئات المعنية بشؤون الأسرة العربية؛ وذلك وفق منظور تحليلي كيفي للبحوث المتصلة بتأثير الإعلام الجديدة على الأسرة. استخدمت منهج المسح الكيفي، وطُبقت على عينة الدراسات المعنية بالظاهرة في الفترة من 2005 حتى 2017م. **وتوصلت إلى** أنَّ وسائل الإعلام الجديد سلاح ذو حدين له تأثيراته الإيجابية والسلبية على الأسرة العربية، وأن الاستخدام المتواصل لشبكة الإنترنت وخدماتها الاتصالية يهدد بشكل مباشر كيان العلاقات الأسرية الحقيقية وجها لوجه، ويحدث قطيعة بين الأفراد، ووجود إقبال كبير من أفراد الأسرة العربية على وسائل الإعلام الجديد بمختلف أشكالها؛ الأمر الذي أثَّر إلى حدٍّ كبيرٍ على طبيعة ومستوى التفاعل الاجتماعي، بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام الجديد أصبحت شريكًا في عملية التنشئة الاجتماعية، ولها تأثير قوي في تفكيك الروابط وتغيير أنماط العلاقات الأسرية (14).

- **دراسة رضوى السيد الحسينى** 2018: هدفت إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الزوجين للفيس بوك ومدى الرضا عن الحياة الزوجية، وكذلك التعرف على الإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام. اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي لعينة من المتزوجين الذين يستخدمون الفيس بوك بمحافظة دمياط 400 مفردة، واعتمدت على استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات. **وتوصلت إلى** وجود علاقة عكسية بين استخدام الزوجين للفيس بوك والرضا عن الحياة الزوجية حيث أفاد 46.5% من المتزوجين بأنهم متأثرون سلبًا باستخدام شركائهم للفيس بوك، وأن أكثر الأسباب المؤدية لإدمان الزوجين للفيس بوك هي فقدان لغة الحوار بين الأزواج (15).

- **دراسة خالد أحمد عبد الجواد** 2018: هدفت إلى رصد العلاقات والمشكلات الأسرية جراء استخدام الأسرة لوسائل التواصل الاجتماعي وما ترتب على ذلك من مشكلات بين الزوجين، أو بين الآباء والأبناء، أو بين الأبناء وبعضهم البعض. استخدمت منهج المسح، واستمارة الاستبانة بالمقابلة لجمع البيانات طبقت على عينة حصصية من الأسر العربية تضم جنسيات من (الإمارات، مصر، السودان، الأردن، العراق) مشتملة على الزوجين واثنين من الأبناء من 15-24 سنة، **وتوصلت إلى** عدم قدرة أفراد الأسرة الاستغناء عن مواقع التواصل الاجتماعي، أن استخدام الأسرة العربية لوسائل التواصل الاجتماعي أدى إلى العديد من الخلافات كالشجار بصوتٍ عالٍ، وتعرض الأبناء للضرب، ترك أحد الأبوين للمنزل (16).

- دراسة **أسماء الجيوشى على** 2017: التي هدفت إلى التعرف على معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية؛ وذلك من خلال وصف وتحليل رؤية الجمهور السعودي، **وتوصلت** إلى تقديم الفيديوهات والمنشورات والصور والتحليلات الراقية، التي تشجع أفراد الأسرة في مختلف المجالات والأعمار على الاستقرار والاندماج الأسري، وتقديم القدوة الطيبة الناجحة لهم، والحث على الإبداع والابتكار، وكذلك عدم نشر، أو عرض، أو مشاركة الدعوات العنصرية، أو المتعصبة، أو المنطوية على إهانة الأسرة والسخرية منها، أو الدعوة إلى كراهيتها أو أحد أفرادها .وأيضًا عرض وجهات نظر الجمهور السعودي على اختلاف توجهاتهم في الموضوعات الأسرية، والعمل على توصيل هذه الآراء للجهات المعنية للعمل على أخذها في الاعتبار عند اتخاذ القرار، إضافة إلى العرض الكامل للمعلومات المتعلقة بالمشكلات الأسرية السعودية دون بتر أو تشويه لخدمة غرض ما (17).

- دراسة **سلمى إبراهيم محمد** 2015: التي هدفت إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الاجتماعي لدى جمهور المرأة، واستخدمت في بنائها النظري مدخلي (الاعتماد على وسائل الإعلام، ونموذج التلقي)، وتم جمع البيانات من خلال استمارة الاستبانة من عينة شبابية 400 مفردة من السيدات تراوح عمرهن بين 18 لـ65 عاماً، **وتوصلت إلى** أن دوافع التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي جاء في مقدمتها قدرة هذه الشبكات على تكوين رأي عام حول القضايا الاجتماعية التي تتناولها، وأن نسبة كبيرة من المبحوثات 77,3% ترى أن الشبكات الاجتماعية لها دور فعال في تشكيل وعيهن تجاه القضايا الاجتماعية المختلفة، تصدر قضايا الزواج بنسبة 82,5% للقضايا الاجتماعية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي، تلاها قضايا الأمومة والطفولة بنسبة 80,5 % (18).

- **دراسة إبراهيم سعيد عبد الكريم** 2014: التي هدفت إلى رصد واستخلاص وتقييم مشكلات الأسرة المصرية الناجمة عن الاستخدام السيئ لشبكة الإنترنت من وجهة نظر الوالدين؛ في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. استخدمت منهج المسح بالعينة، واعتمدت على استمارة الاستبانة بالمقابلة طُبقت على 200 مفردة من (الآباء والأمهات) بمحافظة الغربية. **وتوصلت إلى** أن 80.5% من المبحوثين يرون أن أبرز مواقع الاستخدام السيئ والمفرط لشبكة الإنترنت من جانب الأسرة تتمثل في المواقع الجنسية، يليها مواقع الدردشة والمحادثة ذات العلاقات الاجتماعية غير السوية بنسبة 70.3%، كما أجمع المبحوثون على أن المشاكل التي تواجه الأسرة المصرية جرَّاء الاستخدام السيئ لشبكة الإنترنت تتمثل في المشكلات المرتبطة بالعلاقة بين الزوج والزوجة تجاه كل منهما الآخر (19).

- **دراسة أحمد حسين محمدين**2013: التي هدفت إلى التعرف على العوامل المؤثرة في وقوع الأطفال ضحية لجرائم شبكة الإنترنت، استخدمت منهج المسح عن طريق المقابلة المقننة وغير المقننة، اعتمدت على الملاحظة واستمارة الاستبانة، وطُبقت على عينة مكونة من 100 شخص من (النخبة). **وتوصلت إلى** أن هناك علامات تظهر على الأطفال الذين وقعوا في جرائم شبكة الإنترنت كالشعور المتزايد بالإحباط نتيجة عدم قدرة الأسرة على تلبية احتياجاتهم، وتمرد المراهق في طبيعة صلته بالأسرة والمدرسة، وأن النخبة دعت إلى وجود بوابة إلكترونية خاصة لحماية الأطفال من الوقوع في جرائم شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى كسر حاجز الصمت حول هذه الجرائم اللا أخلاقية، ثم قيام الحكومة

بتصنيف المواقع الإلكترونية لمساعدة الأسر على حماية الأطفال من الوقوع في تلك الجرائم (20).

التعقيب على الدراسات السابقة:

- اشتراك عدد من الدراسات في استهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة العلاقات الأسرية، كما رصدت إحدى الدراسات أبعاد مصداقية الوسيلة في تناول الأزمات الأسرية، وارتكز بعضها إلى بحث المشكلات الناجمة عن استخدام الأسرة شبكات التواصل الاجتماعي بغرض الوصول لمؤشرات حولها، واتجه البعض الآخر لتناول الدور التوعوي الذي تقوم به تجاه موضوع من الموضوعات، أو الوعي الاجتماعي ككل، أو التعرف على أسلوب معالجتها للمشكلات الأسرية.

- توصلت غالبية الدراسات إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من التفاعل على مستوى الأسرة الواحدة، إضافة إلى تراجع العادات والتقاليد والمناسبات العائلية والاجتماعية، ووجود فجوة بين الأسر وبعضها، كما أكدت أن أدوار وسائل التواصل تتنوع ما بين الإيجابية والسلبية.

- اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح الميداني فقط، والبعض الآخر اقتصر على منهج المسح الإعلامي بشقه التحليلي فقط، في حين جمعت بعض الدراسات بين الشقين (التحليلي والميداني).

- تنوعت أدوات الدراسة بين الاستبانة الميدانية، وتحليل المضمون الكمي والكيفي أو إحداهما، بجانب المقابلة المقننة وغير المقننة.

- وتمايزت العينة ما بين متاحة، وعمدية، وعشوائية، وحصصية، وطبقت على الزوجين/ الأسرة/ طلبة الجامعات، المرأة العاملة الريفية، النخبة.

- استخدمت بعض الدراسات المدخل النظري التكاملي فجمعت بين عدة نظريات، **واكتفى البعض الآخر بنظرية واحدة**، ومن النظريات التي تم تطبيقها "الاستخدامات والإشباعات، والتفاعلية الرمزية، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، نظرية البيئة الإعلامية، والحاجيات التكميلية لروبرت ونش، وانتشار المستحدثات لروجرز، ونظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام، ونظرية لبورديو الخاصة برأس المال، ونظرية جيدنز المتعلقة بالبناء الأسري، ونموذج التلقي".

- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة على بلورة موضوع البحث، وبيان حدوده، وكذلك تحديد منهج الدراسة، وعينة الدراسة، واختيار الأدوات البحثية المناسبة لإجرائها؛ من

أجل الوصول إلى نتائج علمية سليمة. كما وجهت الباحثة إلى صياغة التساؤلات، والفروض في محاولة لتفسير العلاقات المتوقعة بين متغيرات الدراسة الحالية.

ومن هنا أمكن تلخيص **مشكلة البحث** في التعرف على معدل اعتماد المستخدمين على صفحات التواصل الاجتماعي- لا سيما صفحات المؤسسات المجتمعية- التي تعني بإيجاد فكر يتعامل بوعي مع ما يمس الكيان الأسري؛ باعتبار أن وسائل الإعلام تعد إحدى مصادر التنشئة المجتمعية في الوقت الحالي، وانعكاس هذا الاعتماد على جوانب الوعي المعرفية والسلوكية والوجدانية لدى هذا الجمهور.

أهمية البحث:

- أهمية موضوع الوعي- العامل الأساسي في تطور المجتمع وبقائه- والحاجة الملحة لاستراتيجيات متعددة في مواجهة الأفكار الهدامة التي أصابت بيئة الأسرة المصرية؛ نتيجة ترويج المفاهيم المغلوطة عن الحياة الأسرية.

- تسليط الضوء نحو الإفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة في توصيل الرسالة الصائبة المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية.

- توجيه القائمين بالاتصال في صفحات المؤسسات المجتمعية بأهمية الدور الذي تقوم به تلك الصفحات من حيث مناقشتها موضوعات تمس الكيان الأسري، ومن ثم التركيز دائماً على جعل صفحاتها الاجتماعية مصدراً أصيلًا في استقاء المعلومات عن قضايا الأسرة.

- ما تشكله وسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن من قناة اتصالية مهمة تعمل على استقطاب الجمهور، وتشكيل المجال العام المجتمعي، وتوجيه آرائه وأفكاره نحو مختلف الموضوعات.

أهداف البحث:

يحاول البحث الوقوف على معدل اعتماد الجمهور على صفحات المؤسسات المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية، ويمكن تحقيق هذا الهدف من خلال الأهداف الفرعية التالية:

1- الكشف عن درجة اعتماد الجمهور المصري على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة المصرية كوسيلة إعلامية مهمة بالنسبة لهم.

2- رصد نوعية القضايا الأسرية التي يتابعها الجمهور في صفحات المؤسسات المجتمعية؛ حيث تمثل فرصة جيدة تزيد من دوافع الجمهور إلى الاعتماد عليها للحصول على

معلومات عن تلك القضايا؛ وبالتالي تتاح فرصة ظهور تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة.

3- معرفة ما يترتب على هذا الاعتماد من تأثيرات في المعارف والاتجاهات وما يتبعها من سلوكيات يتم اتخاذها من قبل الجمهور، وما درجة قوة هذه التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عن الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية.

4- إظهار اتجاهات الجمهور نحو معالجة صفحات المؤسسات المجتمعية لقضايا الأسرة المصرية.

تساؤلات البحث:

يحاول البحث طرح عدد من التساؤلات التي تقيس الإجابة عنها أبعاد الدور الذي تقوم به الصفحات المؤسسات المجتمعية بمستوى وعي الجمهور بقضايا الأسرة المصرية، ويمكن عرض هذه الأسئلة كما يلي:

1- ما معدل اعتماد الجمهور المصري على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة المصرية؟

2- ما درجة ثقة المبحوثين في تلك الصفحات كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة؟

3- أي من صفحات المؤسسات المجتمعية التي يعتمد الجمهور المصري عليها في متابعة قضايا الأسرة المصرية؟

4- ما دوافع اعتماد الجمهور على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة المصرية؟

5- ما نوعية القضايا الأسرية التي يتابعها الجمهور في صفحات المؤسسات المجتمعية؟

6- ما اتجاهات الجمهور نحو معالجة صفحات المؤسسات المجتمعية لقضايا الأسرة المصرية؟

7- ما التأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لصفحات المؤسسات المجتمعية في قضايا الأسرة المصرية؟

8- ما درجة إسهام صفحات المجتمعية في مستوى وعي الجمهور بقضايا الأسرة المصرية؟

فروض البحث:

تقوم الدراسة الحالية على عدة فروض تسعى إلى إثبات صحتها، وهي:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول مستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية تبعاً لخصائصهم الديموجرافية.

الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية ودرجة الاعتماد عليها.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في صفحات المؤسسات المجتمعية ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد عليها.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية.

مصطلحات الدراسة:

صفحات المؤسسات المجتمعية Community Foundation Pages: يقصد بها الصفحات التي أنشأتها هذه المؤسسات على شبكات التواصل الاجتماعي لتسهيل مجال الاتصال بينها وبين المستخدمين، وتوظفها في تبادل المعلومات ونشر المحتوى من خلالها.

المؤسّسات المجتمعية: هي مؤسّسات لها هيكل تنظيمي، وتخضع لكل من الإطار القانونيّ والاجتماعيّ للدولة، تقوم على وظائف محددة بقدرٍ عالٍ من الوعي والمسؤولية، ويلجأ إليها الجمهور لحل مشاكله، أو تلبية الاحتياجات التي تساعدهم في حياتهم الأسرية دينيا ومعنويا وماديا.

الوعى Awareness: يعني القدرة على معرفة وإدراك القضايا والموضوعات والشعور بها بطريقة مباشرة، تساعد الأشخاص تحسين حياتهم بزيادة معارفهم والتأثير على سلوكهم ومواقفهم بشكل يؤدي إلى استقرار الحياة الأسرية لديهم.

القضايا الأسريّة Family issues: تعني وجود نوع من العلاقات المضطربة بين أفراد الأسرة والتي بدورها تُؤدّي إلى حدوث النزاع، سواء كانت ناتجة عن سوء سلوك أحد أفراد الأسرة أو الطرفين الرئيسين فيها أو غيرهم، وتؤدي بالأسرة إلى حالة من عدم

التوازن في أداء رسالتها، وفقدان الأبناء رغد الاستقرار الأسري، أو تؤول بهم إلى الانفصال أو ساحات المحاكم.

الإطار النظري (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام):

يعتبر تفسير ميلفين وروكتيش لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجالًا تطبيقيًا متميزًا لتأثير الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد والتقليدي، حيث افترضا قيام علاقة الاعتماد على دعامتين تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلبي حاجاته وتحقق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق تلك الأهداف [21]، فالاتصال التفاعلي في مجال نظرية الاعتماد لا يعتبر نظامًا للمعلومات فقط، لكنه عدد من النظم الخاصة بفئات المستخدمين والزائرين وحزم المواقع وأهدافها التي تتفق مع أهداف المستخدمين والزائرين لتلك المواقع [22]، **وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على دعامتين أساسيتين، هما:**

الأهداف: فالأفراد والمنظمات لديهم أهدافهم الشخصية والاجتماعية، ومن ثم فعليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو منظمات أخرى.

المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظامًا اجتماعيًا يسعى إليه الأفراد من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات، هي: جمع المعلومات، وتنسيق المعلومات وتنقيحها لكي تخرج بصورة مناسبة، ثم نشرها وتوزيعها إلى جمهور غير محدد [23].

وبموجب الفهم السابق: فإن الاعتماد عبارة عن نظام من العلاقات يبدأ من تأثير النظام الاجتماعي ككل على شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة كمنصات إعلامية، ثم تأثيرها على أفراد المجتمع بمختلف فئاتهم، فضلًا عن تأثيرها على القائمين بالاتصال، فنجد أن درجة اعتماد الجمهور على المعلومات التي توفرها شبكة التواصل الاجتماعي تتوقف على أمرين:

1- درجة الثبات والاستقرار داخل المجتمع، حيث الافتراض بزيادة اعتماد الجمهور على هذه الشبكات في حالات الكوارث والصراع والأزمات والأحداث الطارئة، حيث لا تتوافر للأفراد داخل المجتمع وسائل مباشرة أو شخصية لأجل الحصول على المعلومات في هذه الحالة.

2- حجم وأهمية المعلومات التي يحصل عليها الأفراد من شبكات التواصل الاجتماعي، فضلًا عن الوظائف الأخرى التي تؤديها هذه الشبكات في المجتمع [24].

ومن أهم فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

1- كلما زادت أوجه التغير في المجتمع، ودرجة عدم الاستقرار زادت الحاجة إلى المعلومات؛ وبالتالي زادت درجة الاعتماد على الوسائل الإعلامية.

2- يؤدي اختلاف الأهداف التي يسعى الجمهور لتحقيقها إلى تفاوت درجة الاعتماد على وسائل الإعلام.

3- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة إشباعها لاحتياجات الجمهور [25].

توظيف الإطار النظري في الدراسة الحالية: تقوم الدراسة الحالية على فروض نظرية الاعتماد لاختبار التأثير المعرفي لوسائل الإعلام والذي ينقسم إلى شقين: الأول: يختبر مدى اعتماد الأفراد على وسيلة محددة وتأثيراتها على مستوى المعارف بالقضايا والموضوعات المختلفة. الثاني: يقارن بين اعتماد الجمهور على وسائل مختلفة للمقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة ومعرفة أيها أكثر فاعلية في نقل المعلومات عن القضايا المختلفة [26]. وتنتمي الدراسة الحالية إلى النوع الأول حيث تقوم بتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لدراسة مدى تأثير اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة المصرية وعلاقته بمستوى الوعي لديهم. وتساعد هذه النظرية الباحثة في التعرف على درجة الاعتماد ولماذا؟ وما نوع التأثيرات الناتجة عنه؟ **كما تم توظيفها من خلال الفروض التى صيغت لتحقيق متطلبات الدراسة الحالية من خلال** الكشف عن العلاقة بين حجم الاعتماد وبين الدوافع التي قادت إلى هذا الاعتماد؛ باعتبار أنّ الأفراد لهم أهداف من خلال هذه الصفحات. **وكذلك إظهار** حجم ونوعية التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على هذه الصفحات سواء كانت تأثيرات معرفية، أو وجدانية، أو سلوكية. **وكذلك** قياس العلاقة بين درجة إسهام صفحات المؤسسات المجتمعية في مستوى الوعي بقضايا الأسرة وبين المتغيرات الديموغرافية. فالأفراد لا يتأثرون بالرسائل الإعلامية بنفس الطريقة، وإنما تختلف باختلاف خصائصهم الديموجرافية.

نوع البحث: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Description studies التي تستهدف وصف وتحليل موضوع معين كما هو في الواقع الحالي، من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع، وبما فيه من متغيرات وعلاقات ومؤثرات، وذلك باستخدام المنهج العلمي في كافة إجراءات البحث [27].

منهج البحث: تعتمد الدراسة الحالية على منهج المسح (الميداني): باعتباره جهداً علمياً

منظمًا؛ وبالتالي يساعد الباحثة في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي تتم دراستها [28]. واعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بالعينة، وهي أداة تناسب طبيعة العينة التي تم تطبيق الدراسة عليها حيث تم التطبيق على متابعي قضايا الأسرة عن طريق استمارة الاستبانة عبر الإنترنت.

مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور العام المصري من سن (18 سنة فأكثر) لأنه بداية مرحلة الشباب، ويمكنه التعبير والفهم والإدراك، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من الذكور والإناث ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، واشترط فيه الاهتمام بمتابعة قضايا الأسرة في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك في الفترة من 3/10 /2023 حتى 4/19 2023م.

والجدول التالى يصف خصائص عينة الدراسة:

جدول (1) يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير		ك	%	ن	%
النوع	ذكر	196	49.0	400	100.0
	أنثي	204	51.0		
العمر	أقل من 25 سنة	190	47.5	400	100.0
	من 25 لأقل من 35 سنة.	75	18.75		
	من35 لأقل من45 سنة	55	13.75		
	من45لأقل من55 سنة.	38	9.5		
	من 55 سنة فأكثر	42	10.5		
الحالة الاجتماعية	عزب	143	35.75	400	100.0
	متزوج	212	53.0		
	أرمل	22	5.5		
	مطلق	23	5.75		
الإقامة	ريف	159	39.75	400	100.0
	حضر	241	60.25		
المنطقة السكنية	شعبية	140	35.0	400	100.0
	متوسطة	142	35.5		
	راقية	118	29.5		

المتغير		ك	%	ن	%
ملكية المسكن	إيجار	50	12.5	400	100.0
	تمليك	350	87.5		
التعليم	أقل من متوسط	67	16.75	400	100.0
	متوسط	31	7.75		
	جامعي	172	43.0		
	فوق جامعي	130	32.5		
الوظيفة	قطاع حكومي	241	60.25	400	100.0
	قطاع خاص	43	10.75		
	أعمال حرة	55	13.75		
	طالب	43	10.75		
	لا يعمل	18	4.5		
الدخل	أقل من 3000 جنيه.	114	28.5	400	100.0
	من 3000 لأقل من 6000 جينه.	70	17.5		
	من 6000 لأقل من 9000جنيه.	81	20.25		
	9000جنيه فأكثر.	135	33.75		
المستوى الاقتصادي الاجتماعى	منخفض	116	29.0	400	100.0
	متوسط	131	32.75		
	مرتفع	153	38.25		

أداة جمع البيانات اعتمدت الدراسة الميدانية على **استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتمت صياغتها** في ضوء مراجعة مشكلة وأهداف البحث من خلال تنوع الأسئلة للوصول إلى أفضل النتائج التي تحقق أهداف البحث.

- **إجراءات الصدق:** قامت الباحثة ببناء استمارة الاستبانة في صورتها الأولية بعد مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وإجراء الدراسة التحليلية للإفادة منها في بناء عناصر استمارة الاستبانة.

وقد راعت الباحثة في إعداد الاستمارة ما يلى:

- **صدق المحتوى:** وذلك عن طريق مراجعة أسئلة استمارة الاستبانة مراجعة دقيقة؛ للتأكد من تضمينها للأهداف التي سعت الدراسة لتحقيقها وصياغتها بأسلوب يتناسب مع المبحوثين.

- **صدق البناء:** من خلال الترتيب المنطقي لأسئلة الاستمارة؛ من أجل توفير الوقت والجهد للحصول على الإجابات المطلوبة.

- **الصدق الظاهري للمحتوى:** حيث قامت الباحثة بعرض الاستمارة على عدد من أساتذة الإعلام [29] لمعرفة مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة، وتم تعديلها وفقًا لمقترحاتهم من أجل تلبية هذه الأهداف.

- **إعداد استمارة الاستبانة في صورتها النهائية:** وذلك بعد القيام بجميع المراحل السابقة تمهيدًا لتطبيقها ميدانيًّا.

ثانيا: اختبار ثبات استمارة الاستبانة: لقياس ثبات الاستمارة استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار Test- Re-Test على عينة قوامها (40) مفردة من الجمهور العام المصري بواقع (10%) من إجمالي عينة الدراسة، وذلك بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول، وتم قياس معامل الثبات فبلغت قيمته (92.5 %) وهي قيمة تدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين على استمارة الاستبانة.

كما تم إجراء اختبار معامل (ألفا كرونباخ "Alpha"، وارتباط سيبرمان- براون Spearman-Brown Coefficient والتجزئة النصفية "Split-half" لجتمان) للتحقق إحصائيًا من ثبات مقاييس الدراسة.

جدول (2)

إجراء اختبار معامل (ألفا كرونباخ "Alpha"، وارتباط سيبرمان - براون Spearman-Brown Coefficient والتجزئة النصفية "Split-half" لجتمان)

م	المقياس	عدد العبارات	معامل (ألفا كرونباخ)	معامل ارتباط سيبرمان - براون	معامل جمتان (التجزئة النصفية)
1	مقياس دوافع الاعتماد	9	.805	.697	.694
2	مقياس الاتجاه	12	.714	.658	.657
3	مقياس التأثيرات الناتجة	16	.915	.890	.890
4	مقياس الوعى	18	.829	.811	.810
	إجمالى مقاييس الدراسة	55	.893	.783	.781

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (0.714) و (0.915)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.893). وتراوحت قيمة معامل ارتباط سيبرمان- براون بين (0.658) و(0.890)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.783)، وتراوحت قيمة معامل جتمان بين (0.657) و(0.890)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.781)، وهي قيم مرتفعة تدل على اتساق الاستبانة وثباته.

مقاييس الدراسة:

1- **مقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعى:** تم بناء هذا المقياس من سؤال الدخل الذي يتكون من 1 : 4 درجات، وسؤال التعليم الذي يتكون من 1 : 4 درجات، وسؤال المنطقة السكنية الذي يتكون من 1 : 3 درجات، وسؤال ملكية المسكن الذي يتكون من 1 : 2 درجة؛ وبالتالي فمحصلة هذا المقياس تتكون من 10 درجات (4 :13) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، هي:

- المستوى المنخفض من 4: 7 درجات.
- المستوى المتوسط من 8: 10 درجات.
- المستوى المرتفع من 11: 13 درجة.

2- **مقياس كثافة المتابعة:** تم بناء هذا المقياس من سؤال رقم (1) الذي يتكون من 1 : 4 درجات، وسؤال رقم (2) الذي يتكون من 1 : 3 درجات، وبالتالي فمحصلة هذا المقياس تتكون من 6 درجات (2 :7) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، هي:

- المستوى المنخفض من 2: 3 درجات.
- المستوى المتوسط من 4: 5 درجات.
- المستوى المرتفع من 6: 7 درجات.

3- **مقياس دوافع الاعتماد:** تم بناء هذا المقياس من سؤال رقم (5) الذي يتكون من 9 عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 19 درجة (9 :27) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من 9: 15 درجة.
- المستوى المتوسط من 16: 21 درجة.
- المستوى المرتفع من 22: 27 درجة.

4- **مقياس دوافع الفهم:** تم بناء هذا المقياس من 3 عبارات من سؤال رقم (5)، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي: موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 7 درجات (3: 9) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من 3: 5 درجات.
- المستوى المتوسط من 6: 7 درجات.
- المستوى المرتفع من 8: 9 درجات.

5- **مقياس دوافع التوجيه:** تم بناء هذا المقياس من 3 عبارات من سؤال رقم (5)، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي: موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 7 درجات (3: 9) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من 3: 5 درجات.
- المستوى المتوسط من 6: 7 درجات.
- المستوى المرتفع من 8: 9 درجات.

6- **مقياس دوافع التسلية:** تم بناء هذا المقياس من 3 عبارات من سؤال رقم (5)، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي: موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 7 درجات (3: 9) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من 3: 5 درجات.
- المستوى المتوسط من 6: 7 درجات.
- المستوى المرتفع من 8: 9 درجات.

7- **مقياس الاتجاه:** تم بناء هذا المقياس من سؤال رقم (7) الذي يتكون من 12 عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي: موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 25 درجة (12 :36) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، على النحو التالي:

- الاتجاه السلبي من 12 : 20 درجة.
- الاتجاه المحايد من 21: 28 درجة.
- الاتجاه الإيجابي من 29: 36 درجة.

8- **مقياس التأثيرات الناتجة:** تم بناء هذا المقياس من سؤال رقم (11) الذي يتكون من 16 عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي: موافق= 3، محايد= 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 33 درجة (16 :48) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من 16 : 26 درجة.
- المستوى المتوسط من 27 : 37 درجة.
- المستوى المرتفع من 38 : 48 درجة.

9- **مقياس التأثيرات المعرفية:** تم بناء هذا المقياس من 6 عبارات من سؤال رقم (11)، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي: موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 13 درجة (6: 18) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، هي:

- المستوى المنخفض من 6: 10 درجات.
- المستوى المتوسط من 11 : 14 درجة.
- المستوى المرتفع من 15 : 18 درجة.

10- **مقياس التأثيرات الوجدانية:** تم بناء هذا المقياس من 6 عبارات من سؤال رقم (11)، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي: موافق= 3، محايد= 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 13 درجة (6: 18) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من 6: 10 درجات.
- المستوى المتوسط من 11 : 14 درجة.
- المستوى المرتفع من 15 : 18 درجة.

11- **مقياس التأثيرات السلوكية:** تم بناء هذا المقياس من 5 عبارات من سؤال رقم (11)، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي: موافق= 3، محايد= 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 11 درجة (5: 15) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من 5: 8 درجات.
- المستوى المتوسط من 9: 11 درجة.
- المستوى المرتفع من 12 : 15 درجة.

12- **مقياس الوعى:** تم بناء هذا المقياس من سؤال رقم (12) الذي يتكون من 18 عبارة، حيث قدرت الإجابة الصحيحة= 1، والخاطئة= صفر، ولا أعرف= صفر، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 19 درجة (صفر :18) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات، على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من صفر: 6 درجات.
- المستوى المتوسط من 7: 12 درجة.
- المستوى المرتفع من 13: 18 درجة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية؛ وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" Statistical Package) (for Social Scienceوقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنية Scale، وعلى هذا فقد قامت الباحثة بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات؛ وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300: 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

*** قضايا الأسرة ووسائل التواصل الاجتماعى:**

يمكن تلخيص قضايا الأسرة في العبارة التي قدمها تسيل وأولسون 1992 (Tiesel&Olson) عن ملامح الزواج غير السعيد بقوله: "يعتريه كثير من الخلافات، ويسوده التواصل السلبي وعدم إبداء وغياب المشاركة الوجدانية لبعضهما البعض، وانخفاض التعاطف وقصر الوقت الذي يقضيانه مع بعضهما وتصلبهما في الرأي وعدم التوجه القيمي السليم وانعدام الشعور بالانتماء للأسرة" (30)، وهذه الصفات تؤول في النهاية إلى خلافات تهدد الاستقرار الأسري.

أما عن **أسباب تلك القضايا** فيمكن إيجازها في مقولة الأعمش رحمه الله: "كل تزويج يقع على غير نظر فآخره هم وغم" (31) وهو ما يستشعره أفراد المجتمع حالياً، فالانسياق وراء الأهواء الشخصية والابتعاد عن الأصول الثقافية في الحياة الأسرية- في أي مرحلة من بناء الأسرة- يقودها إلى الانزلاق في الصراعات والأزمات (32) بين الزوجين سواء الصراع على القوامة أو السيطرة على كل شيء في المنزل بعد الزواج، بما في ذلك الأولاد والأمور المالية والمنزلية والمستقبلية إلى غير ذلك من الموضوعات التي تتعلق بالأسرة (33) بالرغم من أن ذلك يتنافى مع مقاصد الزواج التي منها: أنْ يعفّ المرءُ نفسه، ويقيَها من كل العلاقات والغايات المشبوهة سواء الجنسية، أو العاطفية، أو المالية، أو حتى السلوكية، فبه تصير المرأة شريكة للرجل، وربة البيت ومحافظة عليه، وتقوم بأمور الأولاد إلى غير ذلك مما تقتضيه مصالح الحياة (34).

ولقد تفاقمت قضايا الأسرة واتخذت صوراً جديدة بعد انتشار مواقع التواصل الاجتماعي؛ فقد أثرت كثافة الاستخدام لها على الاندماج الاجتماعي والصحة النفسية للفرد، حيث جعلت الأفراد يفتقدون أهم ما يربطهم ببعضهم وهو الشعور بالدفء والحماس (35)؛ وذلك لأن القرب التفاعلي العائلي يزيد من إرساء القيم لدى الأفراد، فهو تواصل إيجابي له مردود على المستوى الأخلاقي والقيمي للأسرة؛ فهو يسهل من عملية تبادل الآراء والنقاش بينهم (36). وقد أدى تزايد انجذاب الجمهور نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وانتشار صفحات إلى هدم الأسس الحياتية، متجاهلة دورها في خدمة أفراد المجتمع بطريقة أدت إلى انعدام رؤية الأحداث الاجتماعية بمنظورها الطبيعي وهدم المعايير والأسس الأسرية (37).

فيومياً يقف الفرد أمام سيل فائض من الأخبار ووجهات النظر التي ترسخ وتدعم صوراً نمطية لديه، كما تمده بقوالب فكرية جديدة. وقد تنامى هذا الأمر بعد التطور الذي

شهدته تكنولوجيا الاتصال والمعلومات؛ حيث أسهمت في تسريع نفاذ هذه المضامين إلى الجمهور وتعدد وسائل الاتصال التي يتعرض لها الفرد [38]، فعلى حد تعبير (ناي و اربنج) Nie and Erbing "إن التطورات التكنولوجية أثرت على كيفية عمل الناس ومكان عملهم ومقداره ومع من يعملون ويتفاعلون" [39]، وقد أسهم تزايد التفاعلات التي تتم في الوسيط الافتراضي عبر الإنترنت في التأثير على سلوكيات الأفراد، ومن هنا يعمد البعض إلى برمجة حياته والسير وفقًا للأسلوب الذي تنمطه هذه الصفحات بطريقة نمذجت إطار ثقافي جديد يجمع المتفاعلين يعرف باسم "الثقافة الرمزية"، والتي بدورها أثرت في الثقافة المجتمعية بصفة عامة، والثقافة الأسرة بصفة خاصة [40]. وتتميز الثقافة الاجتماعية عبر الشبكات الاجتماعية بكونها ليست عابرة بدليل أن مستخدمي تلك المواقع ينشغلون بالبحث عن أصدقاء يجمعهم بهم أي علاقة، وبذلك خلق حالة من التفاعل مع عاداتهم وتقاليدهم الشخصية مستمدة من واقع الممارسات التي صارت جزءاً من سلوكهم اليومي [41]. إنّ العالم أصبح يعتمد على وسائل الإعلام، وهذا الاعتماد من قبل الجمهور على وسائل الإعلام جعلها تسيطر على الأبعاد الثلاثة (الأفعال- التفكير- الانفعالات) في سلوك أفراد الأسرة؛ وبالتالي علاقتهم الداخلية فيما بينهم وعلاقاتهم الخارجية مع المجتمع، ومن ثم تأثر التفاعل الأسري جرَّاء استخدام هذه التكنولوجيا، إضافة إلى نسق القيم السائدة داخل الأسرة [42]. وهذا ما أثبتته الدراسات الإعلامية؛ حيث أشارت إلى ارتفاع معدلات التعرض للمضامين الإعلامية والصفحات التي تتناول الموضوعات الأسرية، وأنَّه تعرض عمدي ومقصود للتعلم وإشباع حاجات نفسية واجتماعية معينة يبتغيها من وراء هذا الاعتماد، فكل أفراد المجتمع لديهم مشكلات جدلية في علاقتهم ويبحثون عن حلول لها [43]. إنّ اكتساب الوعي يعمل على تمكين أفراد الأسرة من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعدهم في تفسير المشكلات التي قد يعيشونها، إضافة إلى جعلهم قادرين على البحث عن أسبابها بما يمكنهم من تجنبها أو الوقاية منها، يكون لديهم رصيد معرفي يستفيدون منه ويوظفونه عند الحاجة لاتخاذ قرارات إزاء ما يعرض لهم من موضوعات أسرية، كما يخلق روح الاعتزاز والثقة في التصرفات والآراء نتيجة احتكامها من أهل الرأي والاختصاص [44].

النتائج الخاصة بالإجابة عن تساؤلات الدراسة الميدانية:

جدول (3)

يوضح معدل اعتماد عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة المصرية

معدل الاعتماد	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
يوم في الأسبوع	86	21.5	2.788	1.2087
يومان في الأسبوع.	85	21.25		
من ثلاثة لأقل من ستة أيام.	57	14.25		
يوميا.	172	43.0		
الإجمالى	400	100.0		

يتضح من بيانات الجدول (3) تصدر الاعتماد اليومي للمبحوثين على صفحات المؤسسات المجتمعية عند متابعتهم قضايا الأسرة المصرية بنسبة 43.0%؛ ويدل ذلك على نجاح الصفحات في جذب المستخدمين، في حين تراجع معدل الاعتماد من ثلاثة لأقل من ستة أيام للمرتبة الأخيرة بنسبة 14.25%. وتؤكد هذه النتيجة تسلل المواقع الاجتماعية إلى حياتنا اليومية، وسيطرتها على تصرفاتنا وفكرنا ومشاعرنا، وهو ما أشارت إليه العديد من الدراسات التي تناولت تأثير المواقع الاجتماعية على أفراد المجتمع سواء من ناحية العلاقات الاجتماعية، أو العمل، أو غير ذلك، أو حتى تفوقها على وسائل الإعلام التقليدي. ويتفق ذلك مع دراسة وفاء عبد الخالق ثروت [45] حيث جاء معدل الاستخدام اليومي في مقدمة معدل الاعتماد بنسبة 73%.

جدول (4)

يوضح المعدل الزمنى لعينة الدراسة في متابعة لقضايا الأسرة المصرية على صفحات المؤسسات المجتمعية

المعدل الزمنى للمتابعة	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
أقل من ساعة.	279	69.75	1.433	.7118
من ساعة لأقل من ساعتين.	69	17.25		
ساعتان فأكثر.	52	13.0		
الإجمالى	400	100.0		

يتضح من جدول (4) أن (أقل من ساعة) جاءت في المرتبة الأولى بالنسبة للمعدل الزمني الذي يستغرقه المبحوثون في متابعتهم لقضايا الأسرة المصرية على صفحات المؤسسات المجتمعية بنسبة 69.75%، تلاها في المرتبة الثانية (من ساعة لأقل من ساعتين) بنسبة 17.25% وتراجع للمرتبة الأخيرة (ساعتان فأكثر) بنسبة 13%. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة شيرين جمال [46]؛ حيث جاء الوقت المستغرق في استخدام الهاتف الذكي أكثر من خمس ساعات بنسبة 71.5%.

جدول (5)

يوضح كثافة متابعة المبحوثين لقضايا الأسرة المصرية على صفحات المؤسسات المجتمعية

مقياس كثافة المتابعة	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
المستوي المنخفض	116	29.0	1.7950	.57776
المستوي المتوسط	250	62.5		
المستوي المرتفع	34	8.5		
الإجمالى	400	100.0		

يتضح من جدول(5) أن المستوى (المتوسط) جاء في مقدمة مقاييس كثافة متابعة المبحوثين لقضايا الأسرة المصرية على صفحات المؤسسات المجتمعية بنسبة 62.5%، تلاه في المرتبة الثانية المستوى (المنخفض) بنسبة 29.0%، مقابل 8.5% للمستوى (المرتفع) الذي جاء في المرتبة الأخيرة، فعلى الرغم من المكانة التي تحتلها مواقع التواصل الاجتماعي بين وسائل الإعلام الأخرى من حيث كثافة الاستخدام العددي والاستغراقي؛ وبالتالي تشير إلى أهمية توظيفها في خدمة قضايا الأسرة، ولكن هذه النتيجة نسبية؛ وقد يرجع ذلك لأن معدل المتابعة قد لا يعني متابعة المضمون بشكلٍ دقيقٍ، ومن ثم متابعة المضمون هي المؤثر الأقوى في ذلك.

جدول (6)

يوضح درجة اعتماد عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة

درجة الاعتماد	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
أعتمد بدرجة ضعيفة.	52	13.0	2.510	.7150
أعتمد بدرجة متوسطة	92	23.0		
أعتمد بدرجة كبيرة.	256	64.0		
الإجمالي	400	100.0		

يتضح من بيانات الجدول السابق: تصدّر الاعتماد بدرجة كبيرة مقدمة درجات الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة بنسبة 64.0%، تلاه في المرتبة الثانية درجة الاعتماد المتوسطة بنسبة 23.0%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت درجة الاعتماد الضعيفة بنسبة 13.0%؛ وهو ما يشير إلى تزايد درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية. فكما يتبين من الجدول السابق أن درجة الاعتماد جاءت كبيرة فمتوسطة على التوالي. وقد أشارت بعض الدراسات في ذلك إلى ارتفاع تعرض الجمهور لما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي من القضايا الاقتصادية والاجتماعية [47] وهذه نتيجة طبيعية؛ حيث تعاظم دور الإعلام

الجديد مقابل الإعلام التقليدي نتيجة تهيئته الظروف بتسليط الضوء على الحياة الاجتماعية للأفراد من خلال العرض والمناقشة لمختلف القضايا التي تواجههم، بجانب المشاركة في تقديم حلول لهم عبر التواصل المباشر والتفاعل الحر دون قيود بطمس الحدود بين الحياة الشخصية والعملية لهم [48]. ويتفق ذلك مع دراسة هويدا محمد السيد عزوز [49] والتي توصلت إلى أن الاعتماد بدرجة كبيرة على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في المقدمة بنسبة 54%، وكذلك دراسة سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين [50].

جدول (7)

يوضح الصفحات المؤسسات المجتمعية التي تعتمد الجمهور المصري في متابعة قضايا الأسرة المصرية

الصفحات	ك	%
المجلس القومي للمرأة.	212	53
وزارة التضامن الاجتماعي.	205	51.25
مؤسسة الأزهر الشريف.	246	61.5
دار الإفتاء المصرية.	154	38.5
وزارة الأوقاف المصرية.	112	28
وزارة الشباب والرياضة.	102	25.5
أخرى	6	1.5
الإجمالى	400	

يتضح من جدول (7) تعددية صفحات المؤسسات المجتمعية التي يعتمد المبحوثون عليها في متابعة قضايا الأسرة؛ فهي مصادر معلومة ورسمية تعمل على الارتقاء بالمجتمع ككل. فهذه المؤسسات دائما متصدرة المشهد المجتمعي، كما يدل ذلك على وعي الجمهور بضرورة استقاء المعلومات من مصادر موثوقة تحقق له الشعور بالاطمئنان، وتساعده على الاستقرار بتقديم المعلومات الصحيحة لا سيما بعد أن باتت شبكة الإنترنت بمواقعها الاجتماعية قبلة للجمهور يطرح من خلالها كل ما يريده، ووجود تباين صارخ في توجهات الصفحات والجروبات التي تتناول قضايا وموضوعات الأسرة.

ويمكن عرض ذلك بشكلٍ تفصيلي أكثر وفقًا لما ورد ببيانات الجدول السابق، والتي تبين أن صفحة مؤسسة الأزهر الشريف جاءت في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في متابعة قضايا الأسرة بنسبة 61.5%؛ وذلك لكون هذه المؤسسة تمثل المرجعية الدينية التي تعبر عن وسطية الشريعة الإسلامية مبتعدة عن الغلو والتفريط في تناول الموضوعات. وفي المرتبة الثانية جاءت صفحة المجلس القومي للمرأة

وهو من المؤسسات الداعمة لحقوق المرأة والطفل في مصر، وينبثق مجهودها في إطار التعاون مع مختلف مؤسسات المجتمع الأخرى، وجاء في المرتبة الأخيرة صفحة تكافل وكرامة، المؤسسة القومية لتنمية الأسرة والمجتمع بنسبة 1.5. ويتفق ذلك مع دراسة مصطفى شكري محمد علوان [51] حيث أشارت إلى توظيف المؤسسات الدينية الرسمية لمنصاتها الرقمية المتعددة والمتنوعة- بشكل فعَّال- بهدف تعزيز حضور الخطاب الديني.

جدول (8)

يوضح كثافة دوافع اعتماد المبحوثين على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة

مقياس كثافة الدوافع	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	3	.75	2.6350	.49739
المستوى المتوسط	140	35.0		
المستوى المرتفع	257	64.25		
الإجمالي	400	100.0		

يتضح من جدول (8) ارتفاع كثافة دوافع الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة لدى عينة الدراسة، حيث تصدر المستوى (المرتفع) المرتبة الأولى بنسبة 64.25%، تلاه المستوى (المتوسط) في المرتبة الثانية بنسبة 35.0%، وتراجع المستوى (المنخفض) للمرتبة الأخيرة بنسبة 0.75%. ويفسر ذلك بأن صفحات التواصل الاجتماعي أصبحت في مقدمة مصادر الحصول على المعلومات بالنسبة لمختلف أفراد المجتمع، حيث أثبتت دراسة لينا الجلسي [52] مجيء الحصول على الأخبار في مقدمة دوافع المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 74.7%.

جدول (9)
يوضح دوافع اعتماد المبحوثين على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة

الدافع	درجة الموافقة						الإجمالى		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
	موافق		محايد		معارض					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
لأفهم نوع وحجم قضايا الأسرة المختلفة	323	80.8	72	18.0	5	1.3	400	100.0	2.795	.4341
لأفهم الآثار المترتبة على استمرار تلك القضايا	267	66.8	125	31.3	8	2.0	400	100.0	2.648	.5186
لأفهم كيفية التعامل مع تلك القضايا المجتمعية	300	75.0	47	11.8	53	13.3	400	100.0	2.618	.7088
لأعرف الحلول التي تساعد في الحد من هذه القضايا	301	75.3	87	21.8	12	3.0	400	100.0	2.722	.5110
لمعرفة رأي الخبراء في التعامل مع هذه القضايا	317	79.3	80	20.0	3	0.8	400	100.0	2.785	.4292
لأعرف التغييرات التي ظهرت على بيئة الأسرة المصرية	275	68.8	101	25.3	24	6.0	400	100.0	2.627	.5955
لتمضية الوقت	205	51.3	90	22.5	105	26.3	400	100.0	2.250	.8452
للتسلية والترفيه	184	46.0	119	29.8	97	24.3	400	100.0	2.218	.8105
للتعود على متابعتها	269	67.3	80	20.0	51	12.8	400	100.0	2.545	.7101

يكشف جدول (9) أنّ المبحوثين لديهم مجموعة من الدوافع التي يسعون لتحقيقها جرَّاء الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية، وكان في مقدمتها "لأفهم نوع وحجم قضايا الأسرة المختلفة" بمتوسط حسابي بلغ 2.795، ويمكن تفسير ذلك بأنّ الشبكات الاجتماعية تعد قنوات إعلام المواطن؛ لأن ما تقدمه يعبر عن آراء واتجاهات الجمهور، بجانب اهتمام صفحات المؤسسات المجتمعية في تناولها لقضايا الأسرة تعتمد على الحقائق والمعلومات المؤكدة وتدعمها بالأدلة والبراهين من القرآن والسنة، بجانب السند القانوني، فمعرفة الموقف والوعي به يساعد على التصرفات السليمة واتخاذ القرارات المناسبة، كما أثبتت ذلك دراسة أسماء عشري برعي محمدين [53]، وجاء في الترتيب الثاني "لمعرفة رأي الخبراء في التعامل مع هذه القضايا" بمتوسط حسابي بلغ 2.785 فالقائمون على تلك الصفحات متخصصون في الشأن الأسري من الجوانب الدينية والاجتماعية، والقانونية، والنفسية وغيرها، بل ويعملون في إطار جماعي من خلال وحدات ولجان تراجع بعضها البعض لئلا تتسبب في حدوث بلبلة معرفية. وفي الترتيب الثالث جاء "لأعرف الحلول التي تساعد في الحد من هذه القضايا" بمتوسط حسابي بلغ

2.722 فهي عادة ما تطرح رؤى شاملة في القضايا التي تتناولها بالعرض، في حين أتى في الترتيب الأخير "التسلية والترفيه" بمتوسط حسابي بلغ 2.218 فقضايا الأسرة من الموضوعات التي تهم الرأي العام لارتباطها باستقرار المجتمع ككل؛ ولذا فغالبية مَن يلجأ مِن الجمهور إلى مثل هذه الصفحات يكون بقصد تلبية احتياجاته. وتشير النتائج السابقة إلى تحقق الأهداف التي تتناولها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في قضايا الأسرة، حيث أشارت العبارات السابقة أنّ هدفي الفهم والتوجيه والتسلية بصورهم المختلفة قد تحققا لأفراد العينة نتيجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية، فهي تزودهم بالمعلومات التي تمكنهم من مناقشة الآخرين، كما أن إرشاد جمهور وسائل الإعلام لمواجهة المشكلات والمواقف المختلفة ومساعدته على تكوين رأي تجاه القضايا يمثل جوهر الهدف الثاني من أهداف الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام وهو التوجيه، وتبقى هذه الأهداف خاضعة لطبيعة الظروف واحتياجات الفرد من وسائل الإعلام. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة أسماء الجيوشي عليّ [54] حيث جاء التعرف على رأي الخبراء في التعامل مع هذه القضايا في مقدمة الدوافع.

جدول (10)

يوضح القضايا الأسرية التى تهتم عينة الدراسة بمتابعتها عبر صفحات المؤسسات المجتمعية

القضايا	درجة المتابعة						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	دائما		أحياناً		لا					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الزواج	290	72.5	94	23.5	16	4.0	400	100.0	2.685	.5445
الأمومة والطفولة	201	50.3	179	44.8	20	5.0	400	100.0	2.452	.5904
الترابط الأسري	241	60.3	93	23.3	66	16.5	400	100.0	2.437	.7600
الانحلال الأخلاقي	241	60.3	128	32.0	31	7.8	400	100.0	2.525	.6367
الإدمان	214	53.5	137	34.3	49	12.3	400	100.0	2.412	.6990
العنف الأسري	232	58.0	115	28.8	53	13.3	400	100.0	2.447	.7166
إلحاد أفراد الأسرة- والانضمام إلى الجماعات المتطرفة	259	64.8	95	23.8	46	11.5	400	100.0	2.533	.6929
الفقر والبطالة لأفراد الأسرة	208	52.0	155	38.8	37	9.3	400	100.0	2.427	.6564
المسؤولية التربوية	247	61.8	119	29.8	34	8.5	400	100.0	2.532	.6481
العادات والتقاليد	217	54.3	147	36.8	36	9.0	400	100.0	2.452	.6548
المشكلات الصحية	248	62.0	82	20.5	70	17.5	400	100.0	2.445	.7736

أسفرت بيانات جدول (10) أن القضايا المرتبطة بالزواج جاءت في صدارة القضايا التي يتابعها المبحوثون على صفحات المؤسسات المجتمعية بمتوسط حسابي بلغ 2.685، تلاها في الترتيب الثاني إلحاد أفراد الأسرة والمعتقدات ذات الجانب الديني بمتوسط بلغ 2.533، وفي الترتيب الثالث جاءت المسؤولية التربوية بمتوسط حسابي بلغ 2.532، أما الترتيب الرابع فكان قضية الانحلال الأخلاقي بمتوسط حسابي بلغ 2.525 ويلاحظ أن هذه القضايا بارزة بقوة في المجتمع المصري، في حين جاء في الترتيب الأخير قضية الإدمان بمتوسط حسابي بلغ 2.412 ويرجع ذلك لتغير نمط الإدمان حاليًا من إدمان عقاقيري إلى إدمان تكنولوجي. اتفقت هذه النتيجة مع دراسة كلٍّ من سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين [55] ونعيمة الفقيه [56] حيث جاءت قضايا الزواج في المقدمة واختلفت هذه النتيجة مع دراسة أسماء الجيوشي [57] حيث جاءت المشكلات النفسية في المقدمة.

جدول (11)

يوضح مقياس كثافة اتجاهات عينة الدراسة نحو تناول قضايا الأسرة المصرية في صفحات المؤسسات المجتمعية

مقياس كثافة الاتجاه	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الاتجاه السلبي	9	2.25	.2400	.47746
الاتجاه المحايد	286	71.5		
الاتجاه الإيجابي	105	26.25		
الإجمالي	400	100.0		

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

على الرغم من تصدر (الاتجاه المحايد) للمبحوثين نحو تناول قضايا الأسرة المصرية في صفحات المؤسسات المجتمعية حيث جاء في المقدمة بنسبة 71.5% فإن هذه الصفحات استطاعت أن تخلق مجالًا عامًا أحدث تأثيرًا على النسق القيمي والأخلاقي للجمهور فيما يخص الشأن الأسري، تلاه في المرتبة الثانية (الاتجاه الإيجابي) بنسبة 26.25%، في حين جاء في المرتبة الأخيرة (الاتجاه السلبي) بنسبة 2.25%. فمن الآثار المعرفية لوسائل الإعلام أن الأفراد يستخدمون معلوماتها في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع [58]. اتفقت هذه النتيجة مع دراسة سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين [59] حيث وافق 78.75% من العينة على دور الشبكات الاجتماعية في توعية المرأة بالقضايا الاجتماعية.

جدول (12)

يوضح اتجاهات المبحوثين نحو تناول قضايا الأسرة في صفحات المؤسسات المجتمعية

الاتجاه	درجة الموافقة						الإجمالى		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تطرح الصفحات حلولًا واقعية وشاملة للمشاكل التي تعاني منها الأسرة المصرية	282	70.5	96	24.0	22	5.5	400	100.0	2.650	.5817
أسهمت في إحداث حالة حراك جماهيري نحو قضايا الأسرة	264	66.0	122	30.5	14	3.5	400	100.0	2.625	.5524
أدت دورها التنويري والتنموي في سبيل تطوير المجتمع الأسرى ورقيه	239	59.8	106	26.5	55	13.8	400	100.0	2.460	.7244
تعد وسيلة اتصالية مهمة في تغيير الواقع، وتوفر قنوات لتبادل المعلومات والمعرفة والآراء المختلفة	263	65.8	117	29.3	20	5.0	400	100.0	2.607	.5825
تعد منصة مناسبة ألجأ إليها للتغلب على إحباطات الحياة في الجانب الاجتماعى	262	65.5	113	28.3	25	6.3	400	100.0	2.593	.6061
يوجد تضارب في الفتاوي المنشورة وخاصة المتعلقة بقضايا الأسرة المستحدثة	202	50.5	95	23.8	103	25.8	400	100.0	2.248	.8385
تفتقر إلى عنصر التفاعلية مع المتابعين	212	53.0	82	20.5	106	26.5	400	100.0	2.265	.8524
تروج لأفكار تهدم كيان الأسرة	161	40.3	97	24.3	142	35.5	400	100.0	2.047	.8701
تعتمد في معالجاتها أسلوباً يخالف تعاليم الشريعة الإسلامية	205	51.3	85	21.3	110	27.5	400	100.0	2.237	.8561
تعتمد على علماء ذوي خبرات عالية بالشأن الأسرى .	256	64.0	113	28.3	31	7.8	400	100.0	2.563	.6341
توازن بين الجانب الديني والجانب القانوني والاجتماعي في عرض كل ما له علاقة بالأسرة	248	62.0	90	22.5	62	15.5	400	100.0	2.465	.7484
تركز على قضايا معينة وتهمش بقية القضايا	150	37.5	131	32.8	119	29.8	400	100.0	2.078	.8174

يتبين من الجدول السابق أن عبارة تطرح الصفحات حلولًا واقعية وشاملة للمشاكل التي تعاني منها الأسرة المصرية جاءت في صدارة العبارات التي تقيس اتجاهات العينة نحو تناول قضايا الأسرة المصرية في صفحات المؤسسات المجتمعية بمتوسط حسابي بلغ 2.650؛ ويرجع ذلك إلى بحث الجمهور عن المعلومات الصحيحة، تلاها في المرتبة الثانية أسهمت في إحداث حالة حراك جماهيري نحو قضايا الأسرة بمتوسط حسابي بلغ 2.625، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة تعد وسيلة اتصالية مهمة في تغيير الواقع، وتوفر قنوات لتبادل المعلومات والمعرفة والآراء المختلفة بمتوسط حسابي بلغ المختلفة 2.607، وتراجع للمرتبة الأخيرة تركز على قضايا معينة وتهمش بقية القضايا بمتوسط حسابي بلغ 2.078. وهذه النسب تعطي دلالة واضحة لجدوى التواصل من خلال الشبكات الاجتماعية مع الجمهور فيما يتعلق بشؤونهم الحياتية، بجانب الدلالة على المكانة التي تتمتع بها تلك الصفحات ودورها المجتمعي. وقد أشارت دراسة دعاء عادل محمود [60] أن أسباب متابعة الجمهور للقضايا الاقتصادية والاجتماعية عبر شبكات التواصل كونها مؤثرة جداً في الحياة اليومية.

جدول (13)

يوضح درجة ثقة المبحوثين في صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة

درجة الثقة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعيارى
لا أثق	26	6.5	2.493	.6172
أثق بدرجة متوسطة.	151	37.75		
أثق بدرجة كبيرة.	223	55.75		
الإجمالى	400	100.0		

يتضح من جدول (13) ارتفاع درجة ثقة المبحوثين في صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة؛ حيث جاءت (أثق بدرجة كبيرة) في المقدمة بنسبة 55.75%، وفي المرتبة الثانية جاءت (أثق بدرجة متوسطة) بنسبة 37.75%، وترجع هذه الثقة إلى وجود مصدر معروف تابع لجهة ذات مرجعية أي بالإمكان التعرف عليها وتحديد هويتها. ويتفق ذلك مع دراسة Lisa Singha [61] والتي توصلت إلى أن المنشورات الصادرة عن جهات رسمية تحظى بدرجة ثقة مرتفعة. وكذلك دراسة كلٍ من ريحاب سامي لطيف محمد، وأحمد محمد عبد الله سليم [62] [63] فقد جاءت درجة الثقة كبيرة فمتوسطة؛ ويرجع ذلك إلى إفادة المؤسسات من كثافة توجه الجمهور نحو شبكات التواصل الاجتماعي، ومن ثم تم استخدامها في تناول قضايا الأسرة؛ مما أدى إلى ثقة المبحوثين فيها نتيجة وضوح المصدر.

جدول (14)

يوضح أسباب ثقة المبحوثين في صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة

أسباب ثقة	ك	%
لاعتمادها على الموضوعية في تناول القضايا	222	59.4
لتوافق المعلومات التي تقدمها مع تجربتي الشخصية	199	53.2
لأنها تدعم معالجاتها للموضوعات المتعلقة بالأسرة بتحليلات وتوضيحات وتفسيرات	244	65.2
لأنها تتناول كل ما هو جديد في قضايا الأسرة	144	38.5
أخرى تذكر	5	1.3
الإجمالى	374	

يتضح من جدول (14) أن عبارة لأنها تدعم معالجاتها للموضوعات بالأسرة بتحليلات وتوضيحات وتفسيرات بنسبة 65.2%؛ وذلك لاعتمادها على منهج شمولي قائم على الدراسات والأبحاث، إلى جانب ما تتمتع به من وسائط متعددة لها مقدرة على عرض الموضوعات وإيضاح المعاني عبر دمج الصوت، الرسوم، الصور المتحركة، إضافة للتأثيرات المختلفة. وفي الترتيب الثاني لاعتمادها على الموضوعية في تناول القضايا بنسبة 59.4%؛ فهي تقدم معالجات متعددة للموضوع الذي تتناوله سواء ببيان الوجهة الشرعية الاجتماعية والاقتصادية وغيرها. ويتفق ذلك مع دراسة هناء الحفناوي [64] حيث توصلت إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عن القنوات الفضائية العربية في خصائص التناول الإعلامي للأزمات الأسرية.

جدول (15)

يوضح أسباب عدم ثقة المبحوثين في صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة

أسباب عدم الثقة	ك	%
لما تسببه من إثارة الخلافات وزيادة حدة الصراع الأسري	22	84.6
لأنها تقدم معلومات مجهولة المصدر	18	69.2
لما تطرحه من آراء شخصية موجهة تؤثر بالسلب على الكيان الأسري	19	73.1
لما تقدمه من آراء متناقضة حول الموضوع الواحد	9	34.6
أخرى تذكر	2	7.7
الإجمالي	26	

يتضح من جدول (15) أن عبارة (لما تسببه من إثارة الخلافات وزيادة حدة الصراع الأسري) جاءت في مقدمة أسباب عدم ثقة المبحوثين في صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة بنسبة 84.6%، فالشبكة وإن أتاحت للمؤسسات المجتمعية إمكانية التفاعل مع جمهورها عبر الإنترنت إلا أنها قد أتاحت للمغرضين

استخدام نفس الوسيلة لفبركة المعلومات بغية هدم كيان الأسرة، بل وعمل صفحات وتصريحات مزيفة تنسبها إلى تلك المؤسسات، وفي المرتبة الثانية كانت عبارة (لما تطرحه من آراء شخصية موجهة تؤثر بالسلب على الكيان الأسري) بنسبة 73.1% من المبحوثين، فالتفاعلية عبر الصفحات الاجتماعية أتاحت لجمهور المستخدمين حرية إبداء الرأي الشخصي دون قيود حتى وإن حمل في ثناياه الخطأ. **ويمكن تفسير أسباب عدم الثقة في** ضوء ما أشارت إليه نتائج بعض الدراسات كدراسة Wee lei Hum 2013[65] ودراسة Naughton, F., & Others (2013) [66] التي أجريت في مجال التنافر، وتوصلت إلى أنه رغم تعرض المبحوثين للمعلومات السليمة فإن معدل قيامهم بتغيير أفكارهم ومعتقداتهم لم يتحقق. فالفرد رغم رفضه للسلوك إلا أنه قد يقوم **به لأن بعض الأشخاص لديهم قناعات مرتبطة بعوامل التنشئة والعادات والتقاليد إلى غير ذلك.**

جدول (16)

يوضح التأثيرات الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة

التأثيرات	درجة الموافقة						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
اكتسبت معلومات وخبرات جيدة حول قضايا الأسرة	331	82.8	41	10.3	28	7.0	400	100.0	2.758	.5697
عرفت الطرق الوقائية لتجنب مثل هذه القضايا	226	56.5	155	38.8	19	4.8	400	100.0	2.518	.5878
تعرضت لمضامين ثرية ومتنوعة حول قضايا الأسرة (فيديو- صور- إنفو جرافيك)	240	60.0	79	19.8	81	20.3	400	100.0	2.398	.8038
أدركت الدور المجتمعي للقائمين على تلك الصفحات	214	53.5	143	35.8	43	10.8	400	100.0	2.428	.6789
تكونت لدي وجهة نظر صحيحة بشأن قضايا الأسرة	265	66.3	96	24.0	39	9.8	400	100.0	2.565	.6647
أصابني الخوف والقلق من أن أقع أ نا أو أحد أفراد أسرتي في تلك القضايا	223	55.8	119	29.8	58	14.5	400	100.0	2.412	.7305

التأثيرات	درجة الموافقة						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
أتعاطف مع المتأثرين بالسلب من جراء تلك القضايا	246	61.5	71	17.8	83	20.8	400	100.0	2.407	.8112
أشعر باللامبالاة والإحباط لتفاقم هذه القضايا	199	49.8	126	31.5	75	18.8	400	100.0	2.310	.7684
أشعر بالرضا عن السياسات المتبعة لإدارة المؤسسات المجتمعية في مواجهة قضايا الأسرة	255	63.8	110	27.5	35	8.8	400	100.0	2.550	.6508
أشعر بالاطمئنان وأمارس حياتي بشكل جيد رغم وجود مثل هذه القضايا	233	58.3	119	29.8	48	12.0	400	100.0	2.462	.6999
أفتقد الروح الاجتماعية والمجتمعية بسبب تلك القضايا	197	49.3	119	29.8	84	21.0	400	100.0	2.283	.7901
قمت بتعديل بعض السلوكيات الصحية الخاطئة	260	65.0	100	25.0	40	10.0	400	100.0	2.550	.6698
أشارك في توعية ومساعدة الآخرين بنقل خبراتي ومشاركة معلوماتي.	288	72.0	82	20.5	30	7.5	400	100.0	2.645	.6164
أتحكم بشكل جيد في سلوكياتي وحالتي النفسية في التعامل مع المواقف الصعبة.	225	56.3	134	33.5	41	10.3	400	100.0	2.460	.6742
أدعم جهود المؤسسات المجتمعية لمواجهة هذه القضايا	252	63.0	90	22.5	58	14.5	400	100.0	2.485	.7356
أسهمت بالتبرع للمؤسسات التي تدعم الأسر	194	48.5	117	29.3	89	22.3	400	100.0	2.263	.8001

يتضح من بيانات الجدول (16) أنّ الآثار الناتجة من اعتماد الجمهور على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة قد انقسمت إلى ثلاثة أنواع، هي: التأثيرات المعرفية، الوجدانية، السلوكية، وتعد هذه التأثيرات محور القدرة على اتخاذ فعل معين تجاه قضايا الأسرة أو الرجوع عن فعل معين. ويمكن عرض الجدول السابق من خلال ما يلي:

أ - أن عبارة **اكتسبت معلومات وخبرات جيدة حول قضايا الأسرة** جاءت في مقدمة **التأثيرات المعرفية** نتيجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة بمتوسط حسابي بلغ 2.758؛ وهذا بسبب كون هذه المؤسسات تعمل على توعية الجمهور ونشر الثقافة والمعرفة، بجانب حل المشكلات، تلاها في المرتبة الثانية عبارة تكونت لدي وجهة نظر صحيحة بشأن قضايا الأسرة بمتوسط حسابي بلغ 2.565، وجاء في المرتبة الثالثة عبارة عرفت الطرق الوقائية لتجنب مثل هذه القضايا بمتوسط حسابي بلغ 2.518. ويعكس ذلك حقيقة الدور الذي تقوم به صفحات المؤسسات المجتمعية في إمداد متابعيها بالمعلومات والأخبار حول قضايا الأسرة.

ب- جاء في **مقدمة التأثيرات الوجدانية** عبارة (**أشعر بالرضا على السياسات المتبعة لإدارة المؤسسات المجتمعية في مواجهة قضايا الأسرة**) بمتوسط حسابي بلغ 2.550؛ وذلك لكون المعلومات المتاحة على تلك الصفحات تحقق لهم التوازن الذي يرغبون فيه لكونها منبعثة من أسس دينية وقانونية واجتماعية ونفسية، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة (أفتقد الروح الاجتماعية والمجتمعية بسبب تلك القضايا) 2.283.

ج- وبالنسبة **للتأثيرات السلوكية** كانت عبارة **أشارك في توعية ومساعدة الآخرين بنقل خبراتي ومشاركة معلوماتي** في المقدمة بمتوسط حسابي بلغ، 2.645؛ فقد أتاحت هذه الصفحات لمستخدميها التفاوض والمشاركة مع غيرهم في إطار من التنوع الثقافي، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة أسهمت بالتبرع للمؤسسات التي تدعم الأسر بمتوسط حسابي بلغ 2.263.

وتدل النتائج السابقة على تحقق التأثيرات (المعرفية- والوجدانية- والسلوكية) لدى عينة الدراسة نتيجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية عبر مواقع التواصل كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول قضايا الأسرة؛ ليتمكن من فهم الأحداث والقضايا وتكوين رأي تجاهها.

جدول (17)

يوضح كثافة التأثيرات الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة

مقياس كثافة التأثيرات	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	14	3.5	2.5875	.55958
المستوى المتوسط	137	34.25		
المستوى المرتفع	249	62.25		
الإجمالي	400	100.0		

يتضح من الجدول (17) ارتفاع مستوى التأثيرات الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة؛ فالمستوى(المرتفع) جاء في المرتبة الأولى بنسبة 62.25%، تلاه المستوى (المتوسط) في المرتبة الثانية بنسبة 34.25%، ثم جاء المستوى (المنخفض) في المرتبة الأخيرة بنسبة 3.5%. ويرجع ذلك إلى أن تلك الصفحات تقوم في الأساس بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة التي تتعلق بالشأن الأسري، فرؤيتها تنطلق من أسس معلوماتية دقيقة مع توظيفها لأساليب متعددة، كما تعقد الندوات والمؤتمرات واللقاءات الإعلامية الموجهة للمستويات الجماهيرية المختلفة؛ وبذلك يتمكن المبحوثون من التوازن الحياتي، خاصة إذا كان التوجه للخطاب من قبل المبحوثين عمديًا، ففي تلك الحالة ينطبق عليهم الأسس التي ترتكز عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي تقول إنه كلما زاد اعتماد الأفراد عليها في استقاء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل. كما يشير إلى قدرة الخطاب على حل المشاكل الواقعية للأسرة، ومواجهة أبعاد العولمة من خلال تكريس الموضوعات التي تحض الأسرة على اكتساب المهارات الأساسية التي تمكنها من التكيف مع ظروف الحياة.

جدول (18)

يوضح كثافة التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة

مقياس كثافة التأثيرات المعرفية	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
المستوى المنخفض	20	5.0	2.6250	.57898
المستوى المتوسط	110	27.5		
المستوى المرتفع	270	67.5		
الإجمالى	400	100.0		

يتضح من بيانات الجدول (18) أن المستوى (المرتفع) للتأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا

الأسرة جاء في المقدمة بنسبة 67.5%، تلاه المستوى (المتوسط) في المرتبة الثانية بنسبة 27.5%، في حين جاء المستوى (المنخفض) في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.0 %.

جدول (19)

يوضح كثافة التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة

مقياس كثافة التأثيرات الوجدانية	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
المستوى المنخفض	39	9.75	2.4500	.66604
المستوى المتوسط	142	35.5		
المستوى المرتفع	219	54.75		
الإجمالى	400	100.0		

يتضح من جدول (19) أن المستوى (المرتفع) للتأثيرات الوجدانية التأثيرات الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة جاء في المقدمة بنسبة 54.75%، تلاه المستوى (المتوسط) في المرتبة الثانية بنسبة 35%، في حين جاء المستوى (المنخفض) في المرتبة الأخيرة بنسبة 9.75%.

جدول (20)

يوضح كثافة التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة

مقياس كثافة التأثيرات السلوكية	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
المستوى المنخفض	19	4.75	2.5750	.58329
المستوى المتوسط	132	33.0		
المستوى المرتفع	249	62.25		
الإجمالى	400	100.0		

يتضح من بيانات الجدول (20) أن المستوى (المرتفع) للتأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة جاء في المقدمة بنسبة 62.25%، تلاه المستوى (المتوسط) في المرتبة الثانية بنسبة 33.0%، في حين جاء المستوى (المنخفض) في المرتبة الأخيرة بنسبة 4.75 %.

جدول (21)

يوضح مقياس كثافة إسهام صفحات المؤسسات المجتمعية في مستوى الوعى بقضايا الأسرة المصرية لدى عينة الدراسة

مقياس كثافة الوعى	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
المستوى المنخفض	43	10.75	2.5075	.68272
المستوى المتوسط	111	27.75		
المستوى المرتفع	246	61.5		
الإجمالى	400	100.0		

يتضح من الجدول (21) ارتفاع مستوى وعي المبحوثين بقضايا الأسرة المصرية نتيجة اعتمادهم على صفحات المؤسسات المجتمعية حيث بلغ المستوى المرتفع نسبة

61.5%، تلاه المستوى المتوسط بنسبة 27.75%، تراجع للترتيب الأخير المستوى المنخفض بنسبة 10.75%، ويتفق ذلك مع دراسة مروة صبحي محمد [67]، حيث توصلت إلى فاعلية الصفحة في التأثير على وعي المبحوثين، كما أكدت ذلك دراسة ندية عبد النبي محمد القاضي [68] حيث يرى 90.4% من المبحوثين بأن الشبكات الاجتماعية أسهمت في التغيير المجتمعي، وكذلك دراسة رانيا عبد الحي إبراهيم النحاس وياسمين عادل محمد محمود 2021 [69] والتي توصلت إلى أن عينة الدراسة يعيدون النظر في بعض الموضوعات التي تعرضها تلك الفيديوهات فيما يتعلق بالموضوعات الاجتماعية والاقتصادية.

جدول (22)

يوضح إسهام الصفحات المؤسسات المجتمعية في مستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية لدى عينة الدراسة

مستوى الوعي	الإجابة						الإجمالى	
	صح		خطأ		لا أعرف			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التنشئة السليمة تسهم في تربية الأبناء بقدر مسؤول عند الكبر	340	85.0	41	10.3	19	4.8	400	100.0
الخيانة والإدمان من أبزر أسباب الطلاق حالياً	326	81.5	52	13.0	22	5.5	400	100.0
التكنولوجيا الحديثة عملت على تفكيك الأسرة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي	320	80.0	48	12.0	32	8.0	400	100.0
"زواج القاصرات" أبرز صور العنف ضد المرأة	293	73.3	82	20.5	25	6.3	400	100.0
الجهات القانونية والقضائية هي الفيصل في حل النزاعات الأسرية	299	74.8	66	16.5	35	8.8	400	100.0
مكاتب الاستشارات الأسرية تعمل على حل مشكلات الأسرة وتساعد على التقارب بين الزوجين	307	76.8	68	17.0	25	6.3	400	100.0
التعدد في الزواج ليس له ضوابط شرعية	155	38.8	190	47.5	55	13.8	400	100.0
قانون "الأحوال الشخصية" يعالج القضايا الأسرى.	290	72.5	45	11.3	65	16.3	400	100.0
احترام أسس الحياة الزوجية، وضوابط العلاقات الأسرية، مع مراعاة الأبعاد الدينية، والنفسية، والاجتماعية، والطبية من أهم عوامل تحقيق الاستقرار الأسرى	338	84.5	37	9.3	25	6.3	400	100.0
تثقيف السيدات بجميع الأمور المالية والاقتصادية المطلوبة في حياتهن اليومية يساعد الأسرة في التغلب على الضغوط الاقتصادية التي تمر بها	341	85.3	38	9.5	21	5.3	400	100.0
الأب ليس مكلفا بمصاريف الأبناء في حالة الطلاق	148	37.0	189	47.3	63	15.8	400	100.0
الزوجة ليست مطالبة بالإنفاق شرعا في البيت إلا في حالة التراضى	293	73.3	86	21.5	21	5.3	400	100.0

مستوى الوعى	الإجابة						الإجمالى	
	صح		خطأ		لا أعرف			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اتباع دعوات الشذوذ الجنسى محرم شرعا	285	71.3	92	23.0	23	5.8	400	100.0
العلاقات خارج نطاق الزوجية تستهدف هدم الكيان الأسرى	306	76.5	55	13.8	39	9.8	400	100.0
عند فسخ الخطبة بدون عقد للمخطوبة كامل المهر	160	40.0	176	44.0	64	16.0	400	100.0
يوثق عقد الزواج قبل 18 سنة	137	34.3	206	51.5	57	14.3	400	100.0
الطلاق بقصد الحرمان من الميراث يهدر حق الزوجة في الميراث	283	70.8	51	12.8	66	16.5	400	100.0
العجز الجنسي يبيح للطرف الآخر فسخ عقد الزوجية	263	65.8	71	17.8	66	16.5	400	100.0

يتضح من الجدول السابق أن (تثقيف السيدات بجميع الأمور المالية والاقتصادية المطلوبة في حياتهن اليومية يساعد الأسرة في التغلب على الضغوط الاقتصادية التي تمر بها) جاءت في مقدمة العبارات التي أسهمت صفحات المؤسسات المجتمعية في مستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية لدى عينة الدراسة؛ حيث جاءت بنسبة 85.3% كعبارة صحيحة، ويرجع ذلك إلى نشاط المؤسسات المجتمعية في تقديم الدعم المالي لعمل المشروعات والورش الفنية وإقامة المعارض لتسويق المنتجات كنشاط اجتماعي تقوم به هذه المؤسسات تجاه الأسرة المصرية. تلاها عبارة التنشئة السليمة تسهم في تربية الأبناء بقدر مسؤول عند الكبر بنسبة 85.0%، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة احترام أسس الحياة الزوجية، وضوابط العلاقات الأسرية، مع مراعاة الأبعاد الدينية، والنفسية، والاجتماعية، والطبية من أهم عوامل تحقيق الاستقرار الأسري بنسبة 84.5%. وتراجع للمرتبة الأخيرة عبارة يوثق عقد الزواج قبل 18 سنة كعبارة صحيحة بنسبة 34.3% وحازت نفس العبارة على نسبة 51.5% كعبارة خاطئة، وهو ما يشير إلى تزايد الوعي المجتمعي نحو أخطار زواج القاصرات من ناحية، وإلى جهود التوعية المؤسسية من ناحية أخرى.

نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول مستوى الوعى بقضايا الأسرة المصرية تبعا لخصائصهم الديموجرافية.

جدول (23)

يوضح الفروق بين المبحوثين حول مستوى الوعى بقضايا الأسرة المصرية تبعا لخصائصهم الديموجرافية

		العدد N	المتوسط الحسابى Mean	الانحراف المعيارى	قيمةT	درجات الحرية Df	مستوى المعنوية Sig
النوع / مستوى الوعى	ذكر	196	2.6173	.60043	3.190	398	.002
	أنثى	204	2.4020	.73959			
الإقامة / مستوى الوعى	ريف	159	2.4780	.75336	.702	398	.483
	حضر	241	2.5270	.63270			
العمر / مستوى الوعى	أقل من 25 سنة	190	2.5316	.64779	4 395	2.605	.036
	من 25 لأقل من 35 سنة.	75	2.3467	.77970			
	من35 لأقل من45 سنة	55	2.7091	.53308			
	من45لأقل من55 سنة.	38	2.3947	.71809			
	من 55 سنة فأكثر	42	2.5238	.74041			
	المجموع	400	2.5075	.68272			
الحالة الاجتماعية / مستوى الوعى	عزب	143	2.4965	.68045	3 396	.847	.469
	متزوج	212	2.5425	.66253			
	أرمل	22	2.3182	.77989			
	مطلق	23	2.4348	.78775			
	المجموع	400	2.5075	.68272			
التعليم / مستوى الوعى	أقل من متوسط	67	2.7463	.55985	3 396	4.520	.004
	متوسط	31	2.5806	.62044			
	جامعي	172	2.3953	.69718			
	فوق جامعي	130	2.5154	.70694			
	المجموع	400	2.5075	.68272			

		العدد N	المتوسط الحسابى Mean	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية Df	مستوى المعنوية Sig
العمل / مستوى الوعى	قطاع حكومي	241	2.5809	.67290	4 395	6.822	.001
	قطاع خاص	43	2.5349	.59156			
	أعمال حرة	55	2.0909	.70113			
	طالب	43	2.6512	.61271			
	لا يعمل	18	2.3889	.69780			
	المجموع	400	2.5075	.68272			
المستوى الاقتصادى الاجتماعى / مستوى الوعى	منخفض	116	2.6897	.56590	2 397	8.194	.001
	متوسط	131	2.3435	.72080			
	مرتفع	153	2.5098	.69885			
	المجموع	400	2.5075	.68272			

يتضح من الجدول (23) ما يلي:

- **النوع:** وجود فروق دالة إحصائيًّا بين متغير النوع ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية عبر صفحات المؤسسات المجمعية لصالح الذكور بمتوسط حسابي2.6173 حيث بلغت قيمة ت 3.190 عند مستوى معنوية 0.002 وهي دالة إحصائيًا أي أن النوع له علاقة. ويعني ذلك اختلاف مستوى الوعي بين الذكور والإناث فيما يخص قضايا الأسرة.

- **الإقامة:** عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين متغير الإقامة ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية عبر صفحات المؤسسات المجمعية حيث بلغت قيمة ت 702. عند مستوى معنوية 483. وهي غير دالة إحصائيًّا أي أنّ محل الإقامة ليس له علاقة.

- **العمر:** وجود فروق دالة إحصائيًّا بين متغير العمر ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية عبر صفحات المؤسسات المجمعية لصالح الفئة العمرية من35 لأقل من45 سنة بمتوسط حسابي 2.7091 وقد بلغت قيمة ف 4395 عند مستوى معنوية 036. وهي دالة إحصائيًّا.

- **الحالة الاجتماعية:** عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين متغير الحالة الاجتماعية ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية عبر صفحات المؤسسات المجمعية، حيث بلغت قيمة ف 3396 عند مستوى معنوية 469. وهي غير دالة إحصائيًّا.

- **التعليم:** وجود فروق دالة إحصائيًّا بين متغير التعليم ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية عبر صفحات المؤسسات المجمعية لصالح الفئة (أقل من متوسط) بمتوسط

حسابي 2.7463، وقد بلغت قيمة ف 3396 عند مستوى معنوية 004. وهي دالة إحصائيًا.

- **العمل:** وجود فروق دالة إحصائيًا بين متغير العمل ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية عبر صفحات المؤسسات المجمعية لصالح الفئة (طالب) بمتوسط حسابي 2.6512، وقد بلغت قيمة ف 4395 عند مستوى معنوية 001. وهي دالة إحصائيًا. **فهذه الفئة لديها اهتمام بمعرفة ما يدور حولها.**

- **المستوى الاقتصادي الاجتماعى:** وجود فروق دالة إحصائيًا بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية عبر صفحات المؤسسات المجمعية لصالح الفئة (منخفض) بمتوسط حسابي 2.6897، وقد بلغت قيمة ف 2397 عند مستوى معنوية 001. وهي دالة إحصائيًا. **وبالتالى يمكن قبول صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ومستوى الوعى بقضايا الأسرة المصرية. ويتفق ذلك مع دراسة** سعاد محمد محمد المصري 2020 [70] حيث توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي لصالح ذوي المستوى المنخفض عند مستوى 0.05.

الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية ودرجة الاعتماد عليها.

جدول (24)

يوضح العلاقة بين دوافع الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية ودرجة الاعتماد عليها

دوافع الاعتماد		درجة الاعتماد
الدوافع بصفة عامة	معامل الارتباط	.264
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	400
دوافع الفهم	معامل الارتباط	.109
	مستوى الدلالة	.030
	العدد	400
دوافع التوجيه	معامل الارتباط	.233
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	400
دوافع التسلية	معامل الارتباط	.355
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	400

يتضح من بيانات الجدول (24) عدة نتائج:

- **بالنسبة للدوافع بصفة عامة:** وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية وبين دوافع الاعتماد بصفة عامة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 264. عند مستوى دلالة 001. وهي أصغر من القيمة الإحصائية الدالة 0.05. ويعني ذلك أنه كلما زادت قوة وتنوع دوافع الاعتماد للمبحوثين على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية كلما زادت درجة الاعتماد عليها لتحقيق هذه الدوافع والعكس صحيح أيضاً. اتفقت هذه النتيجة مع دراسة [71]. فالعديد من الأفراد يعانون من المشاكل والقضايا التي تواجههم في حياتهم ويقومون بمواجهتها بشتى الوسائل لإزالتها من طريقهم، ولذلك يحاولون معرفة أسباب القضايا الاجتماعية المحيطة بهم للتغلب عليها.

- **بالنسبة لدوافع الفهم:** وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية وبين دوافع الفهم، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.109 عند مستوى دلالة 030. وهي أصغر من القيمة الإحصائية الدالة 0.05.

- **بالنسبة لدوافع التوجيه:** وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية وبين دوافع التوجيه، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 233. عند مستوى دلالة 001. وهي أصغر من القيمة الإحصائية الدالة 0.05.

- **بالنسبة لدوافع التسلية:** وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية وبين دوافع التسلية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 355. عند مستوى دلالة 001. وهي أصغر من القيمة الإحصائية الدالة 0.05. **وعليه يمكن قبول صحة هذا الفرض كليًا.**

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في صفحات المؤسسات المجتمعية ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية.

جدول (25)

يوضح العلاقة بين درجة الثقة في صفحات المؤسسات المجتمعية ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية

		درجة الاعتماد
درجة الثقة	معامل الارتباط	.497
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	400

يتضح من جدول (25) وجود علاقة ارتباطية بين درجة الثقة في صفحات المؤسسات المجتمعية ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية؛ بمعنى أنه كلما زادت درجة الاعتماد عليها في الحصول على معلومات عن قضايا الأسرة زادت درجة الثقة فيما تقدمه من معلومات، والعكس صحيح أيضاً، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.497 عند مستوى دلالة0.001 وهي أصغر من القيمة الإحصائية الدالة 0.05. **وعليه يمكن قبول صحة هذا الفرض.**

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد عليها.

جدول (26)

يوضح العلاقة بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد عليها

التأثيرات الناتجة		درجة الاعتماد
التأثيرات بصفة عامة	معامل الارتباط	.339
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	400
التأثيرات المعرفية	معامل الارتباط	.354
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	400
التأثيرات الوجدانية	معامل الارتباط	.275
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	400
التأثيرات السلوكية	معامل الارتباط	.233
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	400

يتضح من جدول (26) عدة نتائج:

- **بالنسبة للتأثيرات بصفة عامة:** وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد عليها، فقد بلغت قيمة معامل الارتباط 399. عند مستوى دلالة001. وهي أصغر من القيمة الإحصائية الدالة 0.05.

- **بالنسبة للتأثيرات المعرفية:** وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة والتأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد عليها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط.354 عند مستوى دلالة 001. وهي أصغر من القيمة الإحصائية الدالة 0.05.

- **بالنسبة للتأثيرات الوجدانية:** وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة والتأثيرات الوجدانية الناتجة عن الاعتماد عليها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 275. عند مستوى دلالة 001. وهي أصغر من القيمة الإحصائية الدالة 0.05.

- **بالنسبة للتأثيرات السلوكية:** وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة وبين التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد عليها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 233. عند مستوى دلالة 001. وهي أصغر من القيمة الإحصائية الدالة 0.05. ويشير ذلك إلى أنه كلما زادت درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية أدت إلى زيادة التأثيرات الناتجة عن الاعتماد عليها. **وعليه يمكن قبول صحة هذا الفرض كليا.**

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية.

جدول (27)

يوضح العلاقة بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات وبين مستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية

		درجة الاعتماد
مستوى الوعي	معامل الارتباط	.126
	مستوى الدلالة	.012
	العدد	400

يشير جدول (27) إلى وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي بقضايا الأسرة، فقد بلغت قيمة معامل الارتباط 126. عند مستوى دلالة 012.، وهي أصغر من القيمة الإحصائية الدالة 0.05. بمعنى أنه كلما زادت بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات كلما زاد مستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية، والعكس صحيحاً أيضاً؛ **وعليه يمكن قبول صحة هذا الفرض.**

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية.

جدول (28)

يوضح العلاقة بين الاتجاه نحو صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات ومستوى الوعى بقضايا الأسرة

		الاتجاه
مستوى الوعى	معامل الارتباط	.210
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	400

يشير جدول (28) إلى وجود علاقة ارتباطية بين الاتجاه نحو صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات بقضايا الأسرة المصرية ومستوى الوعي بها، فقد بلغت قيمة معامل الارتباط 210. عند مستوى دلالة 001. وهي أصغر من القيمة الإحصائية الدالة 0.05. بمعنى أنه كلما الاتجاه نحو صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات بقضايا الأسرة المصرية كلما زاد مستوى الوعي بتلك القضايا، **والعكس صحيح أيضاً، وعليه يمكن قبول صحة هذا الفرض كلياً.**

الخاتمة والتوصيات:

هدفت الدراسة إلى الوقوف على معدل اعتماد الجمهور على صفحات المؤسسات المجتمعية وعلاقته بمستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية، وقد خلصت إلى عدة نتائج، أهمها:

- تصدر الاعتماد اليومي للمبحوثين على صفحات المؤسسات المجتمعية في متابعة قضايا الأسرة.

- تعددية صفحات المؤسسات المجتمعية التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة قضايا الأسرة، وقد جاءت صفحة الأزهر الشريف في المقدمة، تلتها صفحة المجلس القومي للمرأة.

- ارتفاع كثافة الدوافع لدى عينة الدراسة للاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية

في متابعة قضايا الأسرة، حيث تصدر المستوى (المرتفع) للمرتبة الأولى، ثم المستوى المتوسط، وأخيرا المنخفض.

- تنوع الموضوعات الخاصة بقضايا الأسرة بصفحات المؤسسات المجتمعية، وتصدر القضايا المرتبطة بالزواج لمقدمة القضايا التي يتابعها المبحوثون.

- أن عبارة (تطرح الصفحات حلولًا واقعية وشاملة للمشاكل التي تعاني منها الأسرة المصرية) جاءت في صدارة العبارات التي تقيس اتجاهات العينة نحو تناول قضايا الأسرة المصرية في صفحات المؤسسات المجتمعية.

- ارتفاع درجة ثقة المبحوثين في صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة؛ حيث جاءت (أثق بدرجة كبيرة) في المقدمة، وجاء في صدارة أسباب الثقة (لأنها تدعم معالجاتها للموضوعات المتعلقة بالأسرة بتحليلات وتوضيحات وتفسيرات).

- مجيء (اكتساب معلومات وخبرات جيدة حول قضايا الأسرة) في مقدمة التأثيرات المعرفية؛ نتيجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة.

- ارتفاع درجة إسهام صفحات المؤسسات المجتمعية في مستوى وعي المبحوثين بقضايا الأسرة المصرية؛ حيث جاء المستوى المرتفع في الصدارة.

- ثبوت صحة الفرض القائل فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية جزئيًا.

- ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية ودرجة الاعتماد عليها.

- ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة المصرية والتأثيرات الناتجة عنه.

- ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات المجتمعية كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية.

وتوصى الدراسة الحالية المؤسسات المجتمعية بضرورة الإفادة من الدور الذي تقوم به صفحاتها في نقل الأخبار والمعلومات فيما يخص الأسرة المصرية ومحاولة توظيفه بشكلٍ أكثر إيجابية.

- الاستمرار في قيامها بتوعية الجمهور عبر هيئاتها المختلفة وصفحاتها بالمفهوم الإيجابي للحياة الأسرية، وسبل الوقاية من الانغماس في السلبيات التي تؤثر على الاستقرار الأسري.

- الإفادة من الأبحاث والدراسات التي تجرى على مجتمع الأسرة لمعرفة التغييرات التي تطرأ عليه من فترة لأخرى، وذلك كجزء أساسي من مواكبة التغييرات ومواءمة عملية التطور التي تقوم بها تلك المؤسسات تجاه قضايا الأسرة.

- ضرورة المشاركة والتعاون بين منصات المؤسسات المجتمعية في تبني رؤية واضحة من خلال منصة رسمية تتناول موضوعات الأسرة المصرية؛ من أجل التصدي لهذا السيل الفائض من التشويه والتشكيك من الصفحات غير الرسمية التي لا تهدف إلا للحصول على الترندات.

- الإسهام في إنتاج المحتوى المعرفي العلمي الثقافي والاجتماعي الذي يتم تداوله وتناقله بشكلٍ يقود إلى التطور والإبداع في مختلف المجالات الاجتماعية للأسرة المصرية.

- المبادأة والمبادرة بخطابها في الموضوعات الأسرية التي تثير جدلًا، والخروج من طابع رد الفعل، وأن يتم التنسيق بين المؤسسات ذات الشأن.

- النظر في القوانين والتشريعات ذات الصلة بالأسرة- خاصة قانون الأحوال الشخصية- التي تعمل على تقنين وتنظيم العلاقات الأسرية بأسلوب يحفظ لكل طرف حقه ويحميه حال النزاع.

هوامش الدراسة:

[1]- لينا الجلسي، استخدامات الأسرة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالترابط الأسري، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع 65، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أبريل2023)، ص- ص 1189 -1254.

[2]- شيرين جمال، الإعلام الرقمي وانعكاساته على العلاقات الأسرية في المجتمع المصري- دراسة ميدانية الهواتف الذكية نموذجًا، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع 64، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، يناير2023)، ص 1033-1092.

[3] - هناء حفناوي يوسف، مصداقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية لدى الفتاة الجامعية السعودية.. دراسة ميدانية، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع 58، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، يناير2021)، ص 813-874.

[4] - إسراء سامي فهمي أحمد، استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية: "دراسة ميدانية"، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع 58، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، يوليو2021)، ص- ص 1990-1941.

[5] - لمياء محسن محمد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسرى.. دراسة ميدانية، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع 55، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أكتوبر2020)، ص- ص 2983-3028.

[6] - Wei Wang &Others: Upward social comparison on mobile social media and depression; themediating role of envy and the moderating role of marital qualityJournal of Affective DisordersVolume 270, 1 June 2020, Pages 143-149.

[7]- East Hina Gull1&Others, Impact of Social Media Usage on Married Couple Behavior a Pilot Study in Middle East, International Journal of Applied Engineering Research ISSN 0973-4562 Volume 14, Number 6 (2019) pp. 1368-1378 © Research India Publications. http://www.ripublication.com1368.

[8]- اسعيداني سلامي وفقيرى ليلى، التفاعل الاجتماعي في الفضاء السيبراني وانعكاسه على القيم والعلاقات الأسرية، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع 51، ج1، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، يناير2019)، ص 161-178.

[9]- أيمن عبد المغني محمد حسن، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي للشباب المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد البيئة والعلوم الإنسانية والبيئية، 2019).

[10]- نعيمة الفقيه، المؤسسة الزوجية وشبكات التواصل الاجتماعي في تونس، بحث منشور، مجلة الدراسات الإعلامية، ع1، (المركز الديمقراطي العربي، 2018)، ص ص75، 106.

[11] - شيماء محمود صديق، العوامل المرتبطة بالخيانة الزوجية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة وصفية من منظور العلاج الزواجي في خدمة الفرد، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط، كلية الخدمة الاجتماعية، 2018).

[12]- بسمة السيد عبد الحميد علوان، الآثار الاجتماعية لإدمان الإنترنت على بناء الأسرة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس كلية الآداب، علم اجتماع، 2018).

[13] - Lucia D'Ambrosi & others, Media, and Gender Violence: Communication Strategies for a "New Education", ITALIAN JOURNAL OF SOCIOLOGY OF EDUCATION, 10 (2), 2018, pp79-89.

[14]- محمد أحمد هاشم الشريف، المعالجة البحثية لتأثير وسائل الإعلام الجديد على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة العربية، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع 49، ج2، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2018)، ص- ص503- 544.

[15]- رضوى السيد الحسيني، تأثير استخدام الفيس بوك على الرضا عن الحياة الزوجية (دراسة ميدانية)، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، مج 49، ج1، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2018) ص- ص 253-292.

[16]- خالد أحمد عبد الجواد، علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمشكلات الأسرة العربية، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 64 يوليو سبتمبر، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2018).

[17] - أسماء الجيوشي علي، معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لمشاكل الأسرة السعودية واتجاهات الجمهور حولها، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع59، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أبريل 2017)، ص ص427- 461.

[18] - سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين، دور الشبكات الاجتماعية في توعية المرأة بالقضايا الاجتماعية، بحث منشور، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع4، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر2015) ص- ص 411- 447.

[19]- إبراهيم سعيد عبد الكريم، مشكلات الأسرة المصرية الناجمة عن الاستخدام السيء للإنترنت من وجهة نظر الوالدين، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع2، مجلد13، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2014) 439-520.

[20]- أحمد حسين محمدين، العوامل المؤثرة على وقوع الأطفال في جرائم الإنترنت، دراسة ميدانية، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع 40، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2013)، ص 9-42.

21- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، د ط، (القاهرة، عالم الكتب، 2009)، ص 257.

22- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3 (القاهرة، عالم الكتب، 2010)، ص307.

[23] - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4 (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية،2003)، ص ص237-239.

24- أسماء عشري برعي محمدين، اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية ضد الأفكار المتطرفة: دراسة على فيسبوك أنموذجًا، مرجع سابق، ص2036.

[25]- سارة طارق أحمد أمين، اتجاهات طلاب الجامعات المصرية نحو مصداقية المضامين الصحية على التلفزيون ومنصات التواصل الاجتماعي، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع77، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر 2021)، ص 2104.

[26]- زينب محمد حامد حسن، تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصري دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2012)، ص66.

[27] - بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي، الأصول النظرية ومهارات التطبيق، د ط، (القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012)، ص56.

[28]- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، (القاهرة، دار عالم الكتب، 2004)، ص153.

[29]- أسماء السادة المحكمين تم ترتيبها أبجديًا وفقًا للدرجة العلمية:

- أ. د/ جمال عبد الحي النجار: أستاذ الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات القاهرة- جامعة الأزهر.
- أ. د/ مني محمود عبد الجليل: أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات القاهرة- جامعة الأزهر.
- أ. د/ وائل إسماعيل عبدالباري: أستاذ ورئيس قسم الإعلام كلية البنات- جامعة عين شمس.
- أ. م. د/ آيات أحمد رمضان: أستاذ الصحافة والنشر المساعد ورئيس قسم الصحافة كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات القاهرة- جامعة الأزهر.
- أ. م. د/ دعاء عبد الحكم الصعيدي: أستاذ الصحافة والنشر المساعد بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات القاهرة- جامعة الأزهر.
- أ. م. د/ ريهام مرزوق: أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات القاهرة- جامعة الأزهر.
- أ. م. د/ عبد العظيم خضر: أستاذ الصحافة المساعد بقسم الصحافة والنشر كلية الإعلام- جامعة الأزهر.
- أ. م. د/ محمد فؤاد: أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بكلية الإعلام- جامعة الأزهر.
- د/ إبراهيم بسيوني: مدرس بكلية الإعلام- جامعة الأزهر.

[30]- الطاهرة محمود المغربي، صفاء إسماعيل مرسي، استراتيجيات الوقاية من الخلافات الزوجية لدى بعض الأزواج والزوجات، بحث منشور مجلة الإنسانيات والعلوم الاجتماعية، مج2، ع67 (جامعة القاهرة، كلية الآداب، إبريل2007)، ص 225.

[31]- فتنة علي راضي، حقوق وواجبات الزوج في الأسرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات القاهرة، الدراسات العليا، قسم الشريعة الإسلامية، 1993)، ص25.

[32]- هناء مهني سليمان مصطفى، وعي ربة الأسرة بمهارة التفاوض وعلاقته بإدارة الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنوفية، كلية الاقتصاد المنزلي، قسم إدارة المنزل والمؤسسات، 2016)، ص 48.

[33] - Du Rocher Schudlich & Others: Relations between spouses' depressive symptoms and marital conflict: A longitudinal investigation of the role of conflict resolution styles. (2011) Journal of Family Psychology, 25(4), pp 531–540. https://doi.org/10.1037/a0024216.

[34]- السيد رمضان، مدخل في رعاية الأسرة والطفولة النظرية والتطبيق، د ط، (الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1990)، ص156.

[35]-Nakayama, M., Parenting style and parental monitoring with information communication technology: A study on Japanese junior high school students and their parents., Computers in Human Behavior (2011), pp27, 1800–1805.

[36]- علي محمود أبو ليلة، الإعلام والمجتمع، ط1، (قرطبة للنشر والتوزيع، 2014)، ص ص177-178.

[37]- Asma Ali Alolyan, The perceived impact of the internet on family and social relations in the Kingdom of Saudi Arabia ،Faculty of Health ،Psychology and social care, The Manchester Metropolitan University, for the degree of Doctor of Philosophy, November 2015, p1.

[38]- Claussen &Dane S.: Cognitive Dissonance, Media Illiteracy and Public Opinion on New Media,2004, American Behavioral Scientist. (10), vol, 48(2) pp 212-218.

[39]-جواد علي مسلماني، الإعلام والمجتمع، ط1، (الأردن: عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016)، ص ص0 14-147.

[40] - وليد رشاد زكي، المجتمع الافتراضي دراسة في أزمة منظومة قيم الأسرة المصرية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول تحت عنوان: "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام 15-17 فبراير 2009) ص- ص 1257- 1258.

[41] - أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول بعنوان "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 15-17 فبراير2009)، ص482.

[42]- بركات عبد العزيز محمد، تأثير الإنترنت في التفاعل العائلي": قراءة في توجهات البحوث العلمية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول تحت عنوان: "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام 15-17 فبراير 2009)، ص 747.

[43]- Michele Lloyd, Shula Ramon: Smoke and Mirrors: U.K. Newspaper Representations of Intimate Partner Domestic Violence, April 7, 2016, Vol (23) pp 114-139.https://doi.org/ 10.1177 /1077801216634468.

[44] - غادة صقر، وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي بمخاطر انتشار فيروس كورونا، بحث منشور، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع22، مج1، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو2021)، ص 555.

[45] - وفاء عبد الخالق ثروت، اتجاهات الجمهور العربي نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم وعلومه.. دراسة في إطار نظرية المجال العام على عينة من مستخدمي الفيسبوك، بحث منشور، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع17، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يناير/ يونية 2019) ص- ص 23-66.

[46]- شيرين جمال، مرجع سابق.

[47] - دعاء عادل محمود، اتجاهات الجمهور نحو معالجة المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة، بحث منشور، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع5، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر 2016)، ص- ص 263- 296.

[48] - Ameer Ahmed Kha, Ethical Issues in Online Social Networking, GIFT University Gujranwala,2015, https://www.researchgate.net/publication Ethical_Issues_in_Social_Networking.

[49] - هويدا محمد السيد عزوز، دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي جائحة كورونا، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع76، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو 2021)، ص ص71-122.

[50]- سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين، مرجع سابق.

[51]- مصطفى شكري محمد علوان، توظيف المؤسسات الدينية المصرية لمنصاتها الرقمية في تناول جائحة كورونا- دراسة تحليلية في إطار مفهوم تعدد المنصات، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، مج59، ع4، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أكتوبر2021) ص ص1785-1852.

[52]- لينا الجلسي، استخدامات الأسرة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالترابط الأسري، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، مج65، ع2(جامعة الأزهر، كلية الإعلام، إبريل 2023) ص- ص 1189- 1254.

[53]- أسماء عشري برعي محمدين، اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية ضد الأفكار المتطرفة: دراسة على فيسبوك أنموذجًا بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع 57، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أبريل 2021) ص- ص 2023-2072.

.

[55]- سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين، مرجع سابق.

[56]- نعيمة الفقيه، مرجع سابق.

[57]- أسماء الجيوشي علي، مرجع سابق.

[58]- نوره حمدي محمد أبو سنة، اعتماد الفتاة السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية معارفها نحو ريادة الأعمال في ضوء رؤية (2030) وتمكين المرأة السعودية بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع 55، ج2، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أبريل 2020) ص- ص 755-804.

[59]- سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين، مرجع سابق.

[60]- دعاء عادل محمود، اتجاهات الجمهور نحو معالجة المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة، بحث منشور، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع5، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر 2016)، ص- ص 263- 296.

[61] - Lisa Singha: A first Look at Covid-19, Information, and misinformation on Twitter: a paper presented to University of Minnesota, 2020.

[62] - ريحاب سامي لطيف محمد، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع55، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أكتوبر2020).

[63]- أحمد محمد عبد الله سليم، اتجاهات الجمهور المصري نحو الفيديوهات الخاصة بمحدودي الدخل عبر الصفحات الرسمية ودورها في التوعية بالمبادرات الوطنية: مبادرة القضاء على العشوائيات أنموذجًا، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع62، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أبريل 2022) ص- ص 809-858.

[64] - هناء حفناوي يوسف، مرجع سابق.

[65]- Wee lei Hum, &Others: Understanding Smoker's belies and Feeling about Smoking and quitting during a quit attempt: apleliminary evaluation of the SNAP, model (1) 2013 Journal of Smoking cessation, vol, 8(1) pp23-17.

[66]- Naughton, F., & Others: Dissonance and disengagement in pregnant Smoker's: a qualitative study, 2013 Journal of Smoking cessation, vol, 8(1) pp32 -24.

[67]- مروة صبحي محمد، دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة "اتحضر للأخضر"، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ع55، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أكتوبر2020)، ص- ص1681-1764.

[68]- ندية عبد النبي محمد القاضي، اتجاهات الإعلاميين نحو دور الشبكات الاجتماعية في التغيير المجتمعي، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، ج2، ع36، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أكتوبر2011)، ص- ص131-175.

[69]- رانيا عبد الحي إبراهيم النحاس وياسمين عادل محمد محمود، معالجة القضايا الاجتماعية والاقتصادية باستخدام المواد الجرافيكية (الرسوم المتحركة) عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك الشباب لتلك القضايا، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع77، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر 2021)، ص- ص 2043-2066.

[70]- سعاد محمد محمد المصري، دور الإعلام الجديد في التغير القيمي والأخلاقي لدى الشباب في الريف المصري، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع73، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر 2020) ص- ص 223-273.

[71]- أسماء الجيوشي علي، مرجع سابق.

References

-Al-Jalsi, L. (2023). astikhdamat al'usrat alsueudiat limawaqie altawasul aliajtimaeii waealaqatiha bialtarabut al'usri, bahath manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, e 65, (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami), 65(1). 1189 .1254-

- Jamal, S. (2023). al'iielam alraqamii waineikasatuh ealaa alealaqat al'usariat fi almujtamae almisrii- dirasat maydaniat alhawatif aldhakiat nmwdhjan, bahath manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami), 64(1) 1033-1092.

-Yusef, H. (2021). misdaqiat alqanawat alfadayiyat alearabiat wawasayil altawasul alaijtimaeii fi tanawul al'azamat al'usariat ladaa alfataat aljamieiat alsaeudiati.. dirasat maydaniatun, bahth manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami), 58(2). 813-874.

-'Ahmed, E. (2021). aistikhdam alriyfiat aleamilat limawaqie altawasul alaijtimaeii wa'atharih ealaa alealaqat al'usariati: "dirasat maydaniatin", bahth manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami), 58(2). 1990-1941.

- Muhammad, L. (2020). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi altafakuk al'asraa.. dirasatan maydaniatan, bahath manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami), 55(1), 2983-3028.

[71] - Wei Wang &Others: Upward social comparison on mobile social media and depression; themediating role of envy and the moderating role of marital qualityJournal of Affective DisordersVolume 270, 1 June 2020, Pages 143-149.

[71]- East Hina Gull1&Others, Impact of Social Media Usage on Married Couple Behavior a Pilot Study in Middle East, International Journal of Applied Engineering Research ISSN 0973-4562 Volume 14, Number 6 (2019) pp. 1368-1378 © Research India Publications. http://www.ripublication.com1368.

- Salami, S. (2019). altafaeul alaijtimaeii fi alfada' alsiybiranii waineikasih ealaa alqiam walealaqat al'usariati, bahth manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami), 51(2). 161-178.

- Hassan, A. (2019). 'athar aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa alnasaq alqiamii lilshabab almisrii, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Ain shams, maehad albiyat waleulum al'iinsaniat walbiyiyati).

-Seddik, S. (2018). aleawamil almurtabitat bialkhianat alzawjiat eabr shabakat altawasul alaijtimaeii: dirasatan wasfiatan min manzur aleilaj alzawajii fi khidmat alfarda, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat 'Asyut, kuliyat alkhidmat alaijtimaeiati).

- Elwan, B. (2018). aluathar alaijtimaeiat li'iidman al'iintirnit ealaa bina' al'usrat almisriati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Ain shams kuliyat aladab, ealm aijtimae).

[71] - Lucia D'Ambrosi & others, Media, and Gender Violence: Communication Strategies for a "New Education", ITALIAN JOURNAL OF SOCIOLOGY OF EDUCATION, 10 (2), 2018, pp79-89.

- Alsharif, M. (2018). almuealijat albahthiat litathir wasayil al'iielam aljadid ealaa alealaqat alaijtimaeiat walaitisaliat lil'usrat alearabiati, bahath manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat al'azhar, kuliyat al'iielama). 49(3). 503- 544.
- Alhusayni, R. (2018). tathir astikhdam alfis buk ealaa alrida ean alhayaat alzawjia (dirasat maydaniatin), bahath manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, , (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielama, 2018) 18(2). 253-292.
- Abd aljawadi, K. (2018). ealaqat aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii bimushkilat al'usrat alearabiati, bahath manshur, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, yuliu sibtambar, (jamieat Aqahirati, kuliyat al'iielami). 64(2)
- Ali, A. (2017), muealajat mawaqie altawasul alaijtimaeii limashakil al'usrat alsaeudiat waitijahat aljumhur hawlaha, bahath manshur, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, (jamieat Alqahirati, kuliyat al'iielami, 'abril 2017),. 59(2). 427- 461.
- Shahin, S. (2015). dawr alshabakat aliaijtimaeiat fi taweiat almar'at bialqadaya alaijtimaeiati, bahath manshur, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, (jamieat Alqahirati, kuliyat al'iielami,) 4(2). 411-447.
- Abdel Karim, I. (2014). mushkilat al'usrat almisrayt alnaajimat ean alaistikhdam alsayi' lil'iintirnit min wijhat nazar alwalidayni, bahath manshur, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, mujaladi13, (jamieat Alqahirati, kuliyat al'iielami) . 2(3). 439-520.
- Muhamadin, A. (2013). aleawamil almuathirat ealaa wuque al'atfal fi jarayim al'iintirnta, dirasat maydaniatan, bahath manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielama), 40(1), 9-42.
- Abdel Hamid, M. (2009). aliatisal wal'iielam ealaa shabakat al'iintirnti, d ta, (Alqahirati, Alam alkatub).
- Abd Alhamayd, M. (2010). nazariaat al'iielam watijahat altaathiri, ta3 (Alqahirati, Alam alkutub).
- Mikawi, H. (2003). laylaa husayn alsayidu, alaitisal wanazariaatuh almueasiratu, ta4 (Alqahirat, aldaar Almisriat Allubnaniati).
- 'Amin, S. (2014). aitijahat tulaab aljamieat almisriat nahw misdaqiat almadamin alsihiyat ealaa altilfizyun waminasaat altawasul alaijtimaeii, bahath manshur, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, (jamieat Alqahira, kuliyat al'iielami, 'uktubar 2021). 44(2).
- Hassan, Z. (2012). tathir alaietimad ealaa alfatawaa aldiyniat almuqadamat fi alfadayiyaat alearabiat ealaa maearif wasulukiaat aljumhur almisrii dirasat tatbiqiatun, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira, kuliyat al'iielami, qism al'iidhaeat waltilifizyuni).
- Abdel Aziz, B. (2012). manahij albahth al'iielamii, al'usul alnazariat wamaharat altatbiqi, d ta, (Alqahira, dar Alkitab alhadithi).
- Abd alhamid, M. (2004). albahth aleilmiu fi aldirasat al'iielamiati, ta2, (Alqahira, dar Alam alkutub).
- Almaghribi, T. (2007), astiratijiaat alwiqayat min alkhilafat alzawjiat ladaa baed al'azwaj walzawjati, bahth manshur majalat al'iinsaniaat waleulum alaijtimaeiati, (jamieat Alqahira, kuliyat aladab, 'iibril2007), 67(2).

- Rady, F. (1993). huquq wawajibat alzawj fi al'usrati, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat al'azhar, kuliyat aldirasat al'iislamiat walearabiat banat alqahirati, aldirasat aleulya, qism alsharieat al'iislamiati).
- Mustafa, H. (2016). waey rabat al'usrat bimaharat altafawud waealaqatih bi'iidarat al'azmati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Almanufiati, kuliyat alaiqtisad almanzili, qism 'iidarat almanzil walmuasasati).
[71] - Du Rocher Schudlich & Others: Relations between spouses' depressive symptoms and marital conflict: A longitudinal investigation of the role of conflict resolution styles. (2011) Journal of Family Psychology, 25(4), pp 531–540. https://doi.org/10.1037/a0024216.
- Ramadan, A. (1990). madkhal fi rieayat al'usrat waltufulat alnazariat waltatbiqi, d ta, (Al'iiskandiriati, almaktab aljamieii alhadithi).
[71]-Nakayama, M., Parenting style and parental monitoring with information communication technology: A study on Japanese junior high school students and their parents., Computers in Human Behavior (2011), pp27, 1800–1805.
- Abu Laila, A. (2014). al'iielam walmujtamaeu, ta1, (Qortuba lilnashr waltawzie).
[71]- Asma Ali Alolyan, The perceived impact of the internet on family and social relations in the Kingdom of Saudi Arabia ،Faculty of Health ،Psychology and social care, The Manchester Metropolitan University, for the degree of Doctor of Philosophy, November 2015, p1.
[71]- Claussen &Dane S.: Cognitive Dissonance, Media Illiteracy and Public Opinion on New Media,2004, American Behavioral Scientist. (10), vol, 48(2) pp 212-218.
- Muslimani, G. (2016). al'iielam walmujtamaeu, ta1, (Al'urdun: Amman, dar Amjad lilnashr waltawzie,).
- Zaki, W. (2009). almujtamae alaiftiradiu dirasat fi 'azmat manzumat qiam al'usrat almisriati, bahath muqadam 'iilaa almutamar aleilmii al'awal taht eunwani: "al'usrat wal'iielam watahadiyat aleasra", (jamieat Alqahira, kuliyat al'iielam).
- Hassan, A. (2009). 'athar shabakat alealaqat alaijtimaeiat altafaeuliat bial'iintirnit warasayil alfadayiyaat ealaa alealaqat alaijtimaeiat walaitisaliat lil'usrat almisriat walqatariat dirasatan tashkhisiatan muqaranatan ealaa alshabab wa'awlia' al'umur fi daw' madkhal al'iielam albadil, bahth muqadam 'iilaa almutamar aleilmii al'awal bieunwan "al'usrat wal'iielam watahadiyat aleasra", (jamieat Alqahira, kuliyat al'iielami, 15-17 fibrayr2009).
- Muhammad, B. (2009). tathir al'iintirnit fi altafaeul aleayilii": qira'at fi tawajuhat albuhuth aleilmiati, bahath muqadam 'iilaa almutamar aleilmii al'awal taht eunwani: "al'usrat wal'iielam watahadiyat aleasra", (jamieat Alqahira, kuliyat al'iielam).
[71]- Michele Lloyd, Shula Ramon: Smoke and Mirrors: U.K. Newspaper Representations of Intimate Partner Domestic Violence, April 7, 2016, Vol (23) pp 114-139.https://doi.org/ 10.1177 /1077801216634468.
- Saqr, G. (2021). wasayil altawasul alaijtimaeii fi tanmiat alwaey alsihiyi bimakhatir aintishar fayrus kuruna, bahath manshur, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, (jamieat Alqahira, kuliyat al'iielami), 22(4).

- Tharwat, W. (2019). aitijahat aljumhur alearabii nahw tawzif shabakat altawasul alaijtimaeii fi khidmat alquran alkarim waeulumihi.. dirasat fi 'iitar nazariat almajal aleami ealaa eayinat min mustakhdimi alfisbuk, bahath manshur, almajalat aleilmiat libuhuth al'iidhaeat waltilfizyuni, (jamieat Alqahira, kuliyat al'iielami). 17(2). 23-66.
- Mahmud, D. (2016). aitijahat aljumhur nahw muealajat almawaqie al'iiliktruniat washabakat altawasul alaijtimaeii lilqadaya alaiqtisadiat walaijtimaeiat baed althawrati, bahath manshur, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, (jamieat Alqahira, kuliyat al'iielami), 5(3). 263- 296.
[71] - Ameer Ahmed Kha, Ethical Issues in Online Social Networking, GIFT University Gujranwala,2015, https://www.researchgate.net/publication Ethical_Issues_in_Social_Networking.
- Azouz, H. (2021). dawr alsafahat alrasmiat lilmuasasat alhukumiat ealaa shabakat altawasul alaijtimaeii fi tashkil waey aljumhur alsihiyi jayihat kuruna, bahath manshur, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, (jamieat Alqahira, kuliyat al'iielami, yuliu 2021), 76(2). 71-122.
- Alwan, M. (2021). tawzif almuasasat aldiyniat almisriat liminasaatiha alraqamiat fi tanawul jayihat kuruna- dirasatan tahliliatan fi 'iitar mafhum taeadud alminasaati, bahath manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat al'azhar, kuliyat al'iielami,). 4(4). 1785-1852.
- Muhamadin, A. (2021). aietimad alshabab ealaa shabakat altawasul alaijtimaeii fi altaweiat dida al'afkar almutatarifati: dirasat ealaa fisbuk anmwdhjan bahath manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami) 57(1). 2023-2072.
- Alfaqihi, N. (2018). almuasasat alzawjiat washabakat altawasul alaijtimaeii fi Tunis, bahath manshur majalat aldirasat al'iielamiati, (almarkaz aldiymuqratii alearabii) 1(2). 75, 106.
- 'Abu sanat, N. (2020). aietimad alfataat alsaeudiat ealaa shabakat altawasul alaijtimaeii fi tanmiat maearifiha nahw riadat al'aemal fi daw' ruya (2030) watamkin almar'at alsaeudiat bahth manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami, 'abril 2020) 55(8), 755-804.
- Mahmud, D. (2016). aitijahat aljumhur nahw muealajat almawaqie al'iiliktruniat washabakat altawasul alaijtimaeii lilqadaya alaiqtisadiat walaijtimaeiat baed althawrati, bahath manshur, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, (jamieat Alqahira, kuliyat al'iielami), 65(5). 263- 296
[71] - Lisa Singha: A first Look at Covid-19, Information, and misinformation on Twitter: a paper presented to University of Minnesota, 2020.
- Muhammad, R. (2020). aietimad aljumhur almisrii ealaa wasayil al'iielam aljadid kamasdar lilmaelumat wal'akhbiar huwl jayihit firus kuruna (kufidi19) wadawrih fi taeziz alwaey alsihiyi ladayhi, bahath manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat al'azhar, kuliyat al'iielami). 55(4).
- Salim, A. (2022). aitijahat aljumhur almisrii nahw alfidyuhat alkhasat bimahdudi aldakhl eabr alsafahat alrasmiat wadawriha fi altaweiat bialmubadarat alwataniati: mubadarat alqada' ealaa aleashwayiyaat anmwdhjan, bahath manshur, majalat

albuhuth al'iielamiati, , (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami, 'abril 2022) 62(3). 809-858.
[71]- Wee lei Hum, &Others: Understanding Smoker's belies and Feeling about Smoking and quitting during a quit attempt: apleliminary evaluation of the SNAP, model (1) 2013 Journal of Smoking cessation, vol, 8(1) pp23-17.
[71]- Naughton, F., & Others: Dissonance and disengagement in pregnant Smoker's: a qualitative study, 2013 Journal of Smoking cessation, vol, 8(1) pp32 -24.
- Muhamad, M. (2020). dawr alsafahat alrasmiat almisriat ealaa wasayil altawasul alaijtimaeii fi daem altanmiat albiyiyat almustadamat bialtatbiq ealaa safha "atahdar lil'akhdar", bahath manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami, 'uktubar2020), 55(2).1681-1764.
- Alqadi, N. (2011). aitijahat al'iielamiiyn nahw dawr alshabakat alaijtimaeiat fi altaghyir almujtamiei, bahath manshur, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami, 'uktubar2011), 36(3).131-175.
- Alnahaas R. (2021), muealajat alqadaya alaijtimaeiat walaiqtisadiat biaistikhdam almawadi aljirafikia (alrusum almutaharikati) eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii wa'iidrak alshabab litilk alqadaya, bahth manshur, almajalat almisriat libuhuth al'iielam, (jamieat Alqahira, kuliyat al'iielami, 'uktubar 2021), 77(2). 2043-2066.
- Almisri, S. (2020). dawr al'iielam aljadid fi altaghayur alqiamii wal'akhlaqii ladaa alshabab fi alriyf almisrii, bahath manshur, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, ea73, (jamieat alqahirati, kuliyat al'iielami). 223-273.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Ahmed Salem

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

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- 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: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, 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. Ahmed Abdo : Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

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

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, 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

Issue 66 July 2023 - part 2

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.