

جامعة عمار ثليجي بالأغواط .

كلية: العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة.

قسم: علوم الإعلام والاتصال .



عنوان المذكرة:

مجالات استخدام المرأة الماكثة بالبيت لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).

دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات بالبيت بمدينة الأغواط .

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتّصال وعلاقات عامة.

إعداد الطالبين:

• رفاض سعادة.

• فرشان خيرة.

المشرف:

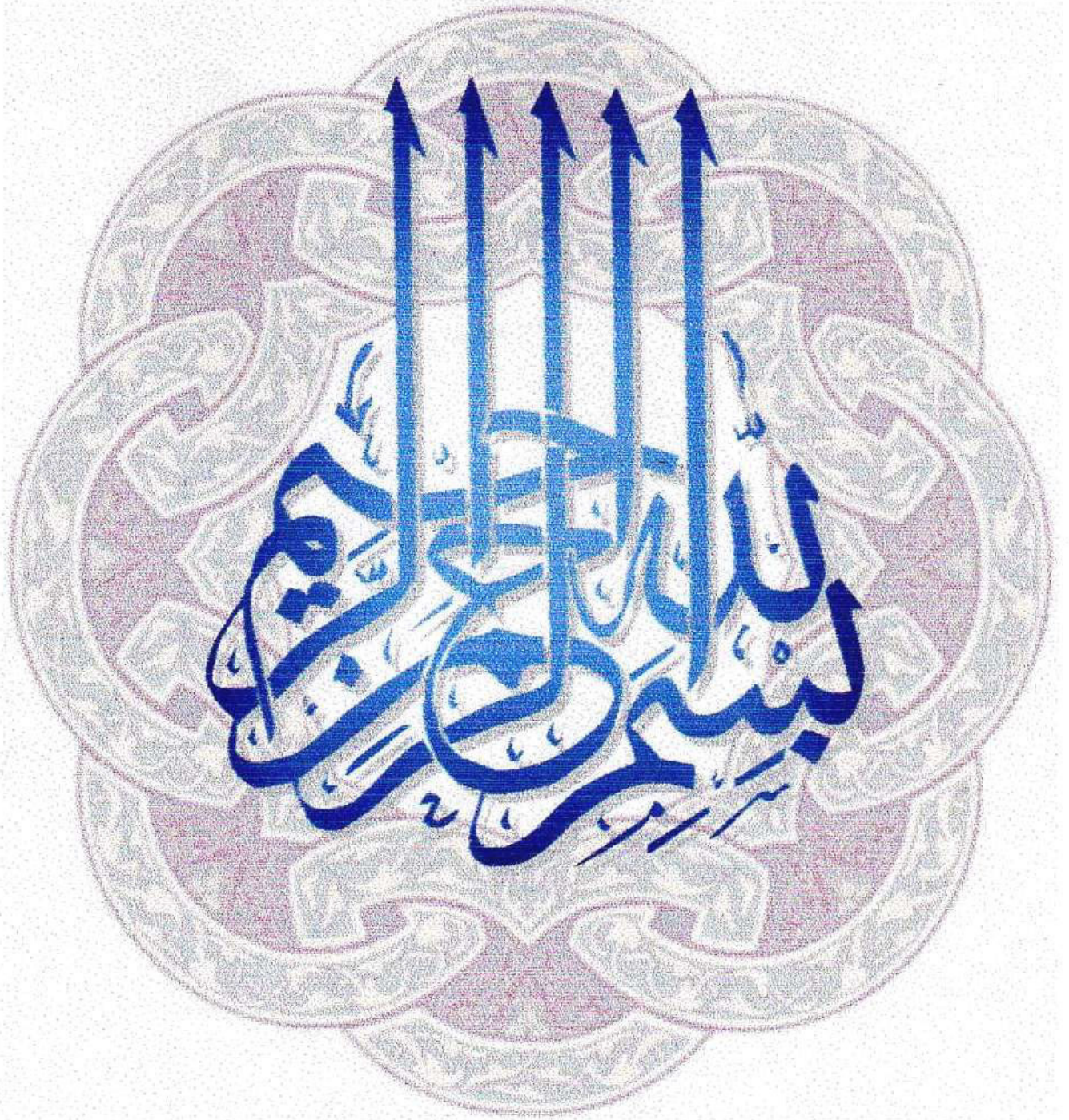
- د/ بن سليم حسين.

المساعد:

- د/ النوعي عبد القادر.

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
أ/ جنخدم موسى	جامعة الأغواط	رئيسا
د/ النوعي عبد القادر	جامعة الأغواط	مناقشا
أ/ حجاج مداني	جامعة الأغواط	مناقشا
د/ بن سليم حسين	جامعة الأغواط	مشرفا ومقررا



شكر و عرفان

قال تعالى: ﴿فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ، وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ﴾.

بعد الحمد لله والشكر لله تعالى الذي أمدنا بالقوة والصبر لإنجاز وإتمام هذا العمل، وبعد الصلاة

والسلام على رسول الله، وعلى آله وصحبه ومن والاه وبعد:

بمناسبة إنجاز هذا العمل المتواضع نتقدم بجزيل الشكر والاحترام والتقدير لكل من ساهم معنا في إنجاز

هذا البحث، ونخص بالذكر الأستاذ الفاضل والمشرف على هذه المذكرة الدكتور: بن سليم حسين

بكل روح علمية وتواضع وصبر كبير تقديرا بملاحظاته القيمة وتوجيهاته الأولى، كما نتقدم بالشكر

الجزيل إلى الدكتور: النوعي عبد القادر على جهوده ودعمه ومتابعته فكان لتوجيهاته ونصائحه

وآرائه أكبر الأثر في إنجاز هذه الدراسة.

كما نشكر كافة أساتذة كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة عامة، وأساتذة الإعلام

والإتصال خاصة بجامعة عمار ثليجي، ولا ننسى العاملين بالمكتبة المركزية ومكتبة البشير الإبراهيمي،

خاصة الأخ محمد عكيف الذي أمدنا بالكتب والمراجع التي أفادتنا في هذا البحث.

إلى كل من أمدنا يد العون على إنجاز هذه الدراسة من قريب أو بعيد.

وعلى الله توكلنا وهو خير المعينين.

سعدة، خيرة.

→



إهداء

قال الله تعالى: ﴿... يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾.

اللهم إنّ نسألك خير المسألة وخير الدعاء وخير النجاح وخير العلم وخير العمل، ونسألك أن ترفعنا في درجات العلاء وأن تحشرنا مع أهل العلم، وأن تجعل عملنا هذا شاهدا لنا لا شاهدا علينا. إلى أغلى أم في الدنيا والدي التي لا طالما انتظرت هذه اللحظة بكل شوق أمي حفظها الله ورعاها. إلى من كان سندا وقدوة لي في هذه الحياة أبي حفظه الله ورعاها.

إلى النجوم التي تزين سمائي والسمفونية التي تعزف ألحاني إخوتي الأحبة: خضرة، إكرام، حليلة، فاطمة الزهراء.

إلى الجواهر المتلألئة بنور الأفق والمتناثرة في قلبي: محمد الطيب، علي، شيماء، آية نور الهدى، عبد الحق، عماد، ريتاج مريم، طارق، والمعتصم بالله.

إلى شريكتي في هذا العمل: فرشان خيرة.

إلى اللواتي عشن معي أجمل اللحظات والمغامرات طيلة المشوار الجامعي: نجاة، حليلة، عائشة، أم الخير، سعاد، حنان، زهراء، حياة، مسعودة، نور الهدى.

إلى زملائي الأعزاء: الطاهر، محمد، بلخضر، لزهاري، جلول، عبد الرحمان، صفى الدين، خالد، الطيب.

إلى كل دفعة علوم الإعلام والاتصال: 2017م/2018م.

إلى كل من عرفهم قلبي ونسيهم قلبي.

سعدة

→





إهداء

قال الله تعالى: ﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا... ﴾.

أهديك تضرعا والإهداء لا يكفي، فدعواك دائما تعود لتزرعني فأتموا من جديد، إلى مدرسة الحياة
وقرة عيني أُمِّي العزيزة حفظها الله.

إلى الذي أفنى ربيع عمره رجاء تنويري، وتعب لأجلي والذي ألتمس فيه كل الحب، الحنان، صدر
الأمان أبي الغالي حفظه الله وأدامه تاجا على رأسي.

إلى من جمعني بهم رحم واحد، إلى عيون الأمل وبهجة الحياة إخوتي: سارة، أبو بكر، كوثر، صدام
حسين.

إلى جميع أفراد العائلة كبيرا وصغيرا وخاصة بنات أختي: جوري، سعاد لجين.

إلى رفيقتي وشريكتي في هذا العمل والتي جعلها القدر في طريقي فكانت أحلى قدوة لي صديقتي:
رقاز سعدة.

قد تعجز الروح أن تلقاكم وتعجز العين أن تراكم ولكن القلب لن ينساكم صديقتاتي: سعاد، ليندة،
هجيرة.

إلى كل من عرفتهم في الجامعة.

إلى كل زملائي بالفوج: 03.

إلى كل دفعة: 2017-2018م.

خيرة.



فهارس الدراسة

فهرس الرسالة:

الصفحة	المحتوى
	بسملة.
	كلمة شكر وعرهان.
	إهداءات.
	فهرس الرسالة.
	فهرس الجداول.
	فهرس الأشكال.
	فهرس الآيات القرآنية.
	فهرس الأحاديث.
	ملخص الدراسة.
أ - ب	مقدمة.
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.	
6	أولاً: إشكالية الدراسة وفرضياتها.
7	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع.
8	ثالثاً: أهمية الدراسة وأهدافها.
9	رابعاً: تحديد المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالدراسة.
12	خامساً: الدراسات السابقة.
19	سادساً: المقاربة النظرية.
21	سابعاً: حدود الدراسة.
22	ثامناً: أدوات الدراسة التقنية.
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة.	
الجزء الأول: المرأة ومكانتها في المجتمع.	
	تمهيد.
33	أولاً: المرأة عبر التاريخ.

35	ثانيا: المرأة في المجتمع العربي.
35	ثالثا: المرأة الجزائرية.
35	رابعا: المرأة في العائلة الجزائرية التقليدية.
36	خامسا: المرأة في المجتمع الجزائري الحديث.
37	سادسا: حقوق المرأة.
40	سابعا: المرأة ومواقع التواصل الاجتماعي.
خلاصة.	
الجزء الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي.	
تمهيد.	
1-مواقع التواصل الاجتماعي:	
46	أولا: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
47	ثانيا: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.
48	ثالثا: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.
50	رابعا: خدمات الشبكات الاجتماعية.
2-الفايسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي:	
51	أولا: تعريف الفايسبوك.
53	ثانيا: إحصائيات استخدام الفايسبوك.
56	ثالثا: فوائد وإيجابيات موقع الفايسبوك.
58	رابعا: سلبيات التعامل مع موقع الفايسبوك.
خلاصة.	
الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة.	
تمهيد.	
1-عرض وتحليل الدراسة الميدانية:	
64	أولا: عرض وتحليل الجداول الخاصة بالبيانات الأولية.
69	ثانيا: عرض وتحليل الجداول الخاصة بكيفية استخدام الفايسبوك.

77	ثالثا: عرض وتحليل الجداول الخاصة بالفرضية الأولى.
83	رابعا: عرض وتحليل الجداول الخاصة بالفرضية الثانية.
	2-تحليل نتائج الدراسة الميدانية:
90	أولا: تحليل النتائج المتعلقة بالبيانات الأولية.
90	ثانيا: تحليل النتائج المتعلقة بعادات وأنماط مستخدمي الفايبريوك.
91	ثالثا: تحليل النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى.
91	رابعا: تحليل النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية.
93	الاستنتاج العام للدراسة.
95	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	64
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية.	66
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.	67
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة.	68
05	يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفايسبوك.	69
06	يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام الفايسبوك.	70
07	يبين توزيع أفراد العينة حسب أشكال استخدامها للفايسبوك.	71
08	يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد المرات في اليوم التي يتصفح فيها حسابهن.	72
09	يبين توزيع أفراد العينة حسب الفترات المناسبة لاستخدام الفايسبوك.	73
10	يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي تقضيها على شبكة الفايسبوك بشكل يومي (أي مجموع الساعات اليومية إذا كنت تدخل إلى هذه الشبكة بشكل متقطع).	74
11	يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد الصفحات التي لديها على الفايسبوك.	76
12	يبين توزيع أفراد العينة حسب تأييد فكرة التجارة التسويقية عبر الفايسبوك.	77
13	يبين توزيع أفراد العينة حسب عروض الشراء والبيع اللواتي يفضلونها.	78
14	يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك لهن في تعلم بعض شؤون المطبخ.	79
15	يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك لهن في تعلم الحلويات.	80
16	يبين توزيع أفراد العينة حسب استعمال الفايسبوك في تعلم الأطباق التقليدية أو الحديثة.	81
17	يبين توزيع أفراد العينة حسب استغلال الفايسبوك في تعلم مهارات البيت.	82
18	يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك على كسر الروتين اليومي.	83
19	يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفايسبوك كوسيلة للتعارف.	84

85	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب نوعية الترفيه من خلال استخدامهم لموقع الفايسبوك	20
86	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام الفايسبوك في الدردشة.	21
87	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب المواضيع الأكثر متابعة على الفايسبوك.	22
88	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب ما يشعرون به عند غيابهم عن الفايسبوك.	23

فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
64	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	01
66	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية.	02
67	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.	03
68	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة.	04
69	يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفايسبوك.	05
70	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام الفايسبوك.	06
71	يمثل توزيع أفراد العينة حسب أشكال استخدامها للفايسبوك.	07
72	يمثل توزيع أفراد العينة حسب عدد المرات في اليوم التي يتصفح فيها حسابهن.	08
73	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفترات المناسبة لاستخدام الفايسبوك.	09
75	يمثل توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي تقضيها على شبكة الفايسبوك بشكل يومي (أي مجموع الساعات اليومية إذا كنت تدخلي إلى هذه الشبكة بشكل متقطع).	10
76	يمثل توزيع أفراد العينة حسب عدد الصفحات التي لديها على الفايسبوك.	11
77	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأييد فكرة التجارة التسويقية عبر الفايسبوك.	12
78	يمثل توزيع أفراد العينة حسب عروض الشراء والبيع اللواتي يفضلونها.	13
79	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك لهن في تعلم بعض شؤون المطبخ.	14
80	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك لهن في تعلم الحلويات.	15
81	يمثل توزيع أفراد العينة حسب استعمال الفايسبوك في تعلم الأطباق التقليدية أو الحديثة.	16
82	يمثل توزيع أفراد العينة حسب استغلال الفايسبوك في تعلم مهارات البيت.	17
83	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك على كسر الروتين اليومي.	18
84	يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفايسبوك كوسيلة للتعارف.	19

85	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوعية الترفيه من خلال استخدامهم لموقع الفايسبوك	20
86	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام الفايسبوك في الدردشة.	21
87	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المواضيع الأكثر متابعة على الفايسبوك.	22
88	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما يشعرون به عند غيابهم عن الفايسبوك.	23

فهرس الآيات القرآنية:

رقم الآية	سورة	الآية	الرقم
152	البقرة	﴿فَادْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ، وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونَ﴾.	01
11	المجادلة	﴿...يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾.	02
23	الإسراء	﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا...﴾.	03
48	المائدة	﴿...لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَا جَا...﴾.	04
105	التوبة	﴿وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ...﴾.	05
07	النساء	﴿لِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ مِمَّا قَلَّ مِنْهُ أَوْ كَثُرَ نَصِيبًا مَّفْرُوضًا﴾.	06

فهرس الأحاديث:

الرقم الحديث	راوي الحديث	الحديث	الرقم
3914	رواه الألباني، في صحيح الجامع، عن أنس بن مالك.	ورد عن الرسول صلى الله عليه وسلم أنه قال: "طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ".	01
5083	رواه البخاري، في صحيح البخاري، عن أبي موسى الأشعري	عن أبي موسى الأشعري رضي الله عنه أن رسول الله عليه الصلاة والسلام قال: "أَيُّمَا رَجُلٍ كَانَتْ عِنْدَهُ وَلِيدَةٌ، فَعَلَّمَهَا فَأَحْسَنَ تَعْلِيمَهَا وَأَدَّبَهَا فَأَحْسَنَ تَأْدِيبَهَا ثُمَّ أَعْتَقَهَا وَتَزَوَّجَهَا فَلَهُ أَجْرَانِ".	02
1419	حدثني عبيد الله بن عمر بن ميسرة القواريري، حدثنا خالد بن الحارث، حدثنا هشام، عن يحيى بن أبي كثير، حدثنا أبو سلمة، حدثنا أبو هريرة.	قال عليه الصلاة والسلام: "لَا تُنْكِحُ الْاَيِّمَ حَتَّى تُسْتَأْمَرَ، وَلَا تُنْكِحُ الْبِكْرَ حَتَّى تُسْتَأْذَنَ، قَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ، وَكَيْفَ إِذْنُهَا؟ قَالَ: أَنْ تَسْكُتَ".	03

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة أهم مجالات استخدام المرأة الماكثة بالبيت لمواقع التواصل الاجتماعي [الفايسبوك - نموذجاً]، ولقد تمّ إجراء هذه الدراسة على عينة من النساء بمدينة الأغواط، قدر عددهنّ بـ 30 مفردة، باختلاف أعمارهن، الحالة العائلية، المستوى التعليمي ومكان الإقامة، كما اعتمدنا على المنهج الوصفي لوصف وتحليل موضوع دراستنا، واستخدمنا أداة المقابلة كأداة لجمع البيانات من المبحوثات، وبناء على ما سبق ذكره نحاول أن نقدم أهم النتائج العامة التي أسفر عنها التحليل النظري والدراسة الميدانية للظاهرة المدروسة، وذلك حسب فروض البحث المطروحة وهي كما يلي:

* تستخدم المرأة الماكثة بالبيت بنسبة كبيرة موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك منفجياً.

* تستخدم المرأة الماكثة بالبيت كثيراً موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ترويجياً.

■ من خلال القراءة والتحليل الإحصائي للجداول الخاصة بالفرضية الأولى، وجدنا:

● النساء الماكثات بالبيت يؤيدن بقوة فكرة التجارة التسويقية عبر موقع الفايسبوك.

● توصلت الدراسة إلى أنّ المبحوثات يفضلن عروض (بيع أو شراء) الملابس عبر هذا الموقع.

● كذلك بأنّ موقع الفايسبوك يساعد أفراد العينة بنسبة كبيرة في تعلم شؤون المطبخ.

● كشفت الدراسة الميدانية أنّ أغلب النساء الماكثات بالبيت تعتمدن بشكل كبير على هذا الموقع في تعلم

الحلويات.

● لقد بينت الدراسة أنّ موقع الفايسبوك يساعد معظم المبحوثات في تعلم الأطباق الحديثة بدلا من تعلم

الأطباق التقليدية.

● أظهرت لنا الدراسة أنّ أفراد العينة يستغلن هذا الموقع في تعلم مهارات البيت كتعلم الخياطة، الأعمال

اليديوية، تداير منزلية، أشغال تزيين البيت، تغيير ديكور البيت.

■ من خلال القراءة والتحليل الإحصائي للجداول الخاصة بالفرضية الثانية، وجدنا:

● أنّ موقع الفايسبوك يساعد المبحوثات على كسر الروتين اليومي بنسبة كبيرة جدا.

● أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أنّ المبحوثات يستخدمن موقع التواصل الاجتماعي [فايسبوك] بشكل

كبير كوسيلة للتعرف.

● كشفت الدراسة أنّ غالبية النساء يقمن بمشاركة الصور على موقع الفايسبوك.

● توصلت الدراسة إلى أنّ المبحوثات مدهن للفايسبوك في الدردشة متوسط.

ملخص الدراسة

- نجد في الدراسة أنّ المواضيع المفضلة والأكثر متابعة على هذا الموقع من قبل أفراد العينة هي النكت والطرائف، مشاهير الفن.
- كما بينت الدراسة على أنّ المبحوثات يشعرن بالملل والفراغ عند غيابهن عن موقع الفايسبوك.

الكلمات المفتاحية: مجالات، استخدام، المرأة الماكثة بالبيت، مواقع التّواصل الاجتماعي، الفايسبوك.

مقدمة

يعرف العصر الحالي بعصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث أصبحنا نعيش عصر جديد يتميز بالتحول الكبير في هذا القطاع الضخم [تكنولوجيا الاتصال الحديثة]، والتي أحدثت نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال.

كما شهدت استخدامات الأنترنت، لاسيما شبكات التواصل الاجتماعي مثل: [الفيسبوك، التويتر، اليوتيوب...]، إقبالا متزايدا وطلبا كبيرا من قبل شرائح المجتمع المختلفة، إذ يعتبر الفيسبوك موقعا يتواصل من خلاله الملايين من البشر، والذين قد تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور، تبادل مقاطع الفيديو، إنشاء المدونات، إرسال الرسائل، إجراء المحادثات الفورية فيما بينهم. ويعود السبب في تسمية هذه الشبكات بالاجتماعية، إلى أنّها تتيح التّواصل مع الأصدقاء والزملاء وتقوية الروابط بين أعضائها عبر الأنترنت.

ومن أبرز هذه المواقع «الفيسبوك» حيث انتشر استخدامه إلى جميع شرائح المجتمع بما فيها النساء الماكثات بالبيت من خلال إنشاء صفحات لها على هذا الموقع، ولهذا تمّ التركيز على هذه الشريحة، وعلى ضوء الخدمات التي يتيحها هذا الموقع للمرأة الماكثة بالبيت، فإننا سنحاول من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على أهم المجالات التي تستخدمها المرأة الماكثة من خلال تصفحها لموقع التواصل الاجتماعي «الفيسبوك».

وللتفصيل في هذه الدراسة قمنا بتجزئة دراستنا إلى ثلاثة أقسام هي: الإطار المنهجي، الإطار النظري، الإطار الميداني للدراسة.

✓ حيث يتضمّن القسم الأول الذي يحمل عنوان: الإطار المنهجي للدراسة والذي يتكوّن من: إشكالية الدراسة وفرضياتها، كذلك تناولنا أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، كما قمنا بتحديد المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالدراسة، وكذا التطرق إلى الدراسات السابقة، المقاربة النظرية لها، حدود الدراسة من الناحية [المكانية، الزمانية والبشرية]، وفي الأخير تمّ عرض أدوات الدراسة التقنية.

✓ أمّا القسم الثاني الذي يحمل عنوان: الإطار النظري للدراسة، حيث قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى جزئين هما:

- الجزء الأول: خصصناها للمرأة ومكانتها في المجتمع وتناولنا فيه: تمهيد، المرأة عبر التاريخ، المرأة في المجتمع العربي، المرأة الجزائرية، المرأة في العائلة الجزائرية التقليدية، المرأة في المجتمع الجزائري الحديث، حقوق المرأة، المرأة ومواقع التواصل الاجتماعي، خلاصة الفصل.

- الجزء الثاني: خصصناها لمواقع التواصل الاجتماعي: تطرقنا فيها إلى: تمهيد، نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، تعريفها، خصائصها، خدمات الشبكات الاجتماعية، الفايسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي [تعريفه، إحصاءاته، فوائده وإيجابياته، سلبيات التعامل مع الفايسبوك]، خلاصة الفصل.

✓ وفي القسم الثالث الذي يحمل عنوان: الإطار الميداني للدراسة حيث يتضمن ما يلي: تمهيد، عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية، نتائج الدراسة الميدانية، الاستنتاج العام.

وأتبعنا ذلك بخاتمة حاولنا فيها الإلمام بجميع جوانب الموضوع، مرفوقة بقائمة المصادر والمراجع،

الملاحق.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

- أولاً: اشكالية الدراسة وفرضياتها.
- ثانياً: أسباب اختيار الموضوع.
- ثالثاً: أهمية الدراسة وأهدافها.
- رابعاً: تحديد المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالدراسة.
- خامساً: الدراسات السابقة.
- سادساً: المقاربة النظرية.
- سابعاً: حدود الدراسة.
- ثامناً: أدوات الدراسة التقنية.

❖ الإشكالية:

تنوّعت وتعدّدت أشكال وطرق الاتّصال قديماً وحديثاً، بسبب التّكنولوجيا الهائلة التي ابتكرتها البشرية في العصر الحديث، والتي طوّرت مفهوم البريد من البريد التقليدي إلى البريد الإلكتروني الآني الذي يعتمد على شبكة الأنترنت والكمبيوتر، حيث يشهد العالم اليوم تطوّرات هائلة في مجالات مختلفة من العلوم، ومن الأبواب التي طرقتها هذه التطوّرات ثورة تكنولوجيا الاتّصال، فلقد أحدثت هذه الأخيرة نقلة نوعية وثورة حقيقية في مجال الاتّصال، حيث انتشر استخدام شبكة الأنترنت في كافة أرجاء المعمورة وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب الثقافي، فاستفاد كلّ متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وكما جاء على لسان المفكر الإيطالي «تشارلز كولي» الذي يرى الأزمنة والأمكنة والحدود الجغرافية في ظل ما جاءت به وسائط الاتّصال والإعلام الحديثة ونذكر على سبيل المثال: الفايبروك Facebook من الوسائل والتقنيات الحديثة التي أذهلت الإنسان وجعلته حائراً في كيفية التعامل معها، وحقيقة العصر الذي نعيش فيه يستحق بامتياز أن نسمّيه عصر الإعلام والمعلومات، وهذا ما جاء على لسان الباحث الأمريكي «أفلن توفلر» في كتابه "حضارة الموجة الثالثة"، أنّ البشرية خلال تطورها مرت بثلاث مراحل هي: مرحلة الزراعة واستمرت إلى غاية منتصف القرن 19، والمرحلة الثانية: مرحلة المجتمع الصناعي حيث أصبحت الصناعة محور اهتمام الدول واستمرت حتى منتصف القرن 20، أما المرحلة الثالثة هي: مرحلة الإعلام والمعلومات التي بدأت خلال الخمسينيات عندما تجاوز في أمريكا عدد العاملين في قطاع الإعلام كل العاملين في القطاعات الأخرى⁽¹⁾.

ولقد أدى هذا التطور الهائل المتسارع في تكنولوجيا الاتّصال إلى إنتاج وسائل حديثة في التّواصل الاجتماعي، عملت على تغيير أنماط حياة الأفراد اليومية وعلاقاتهم الاجتماعية، وطرق تفاعلهم التقليدية المألوفة، حيث شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التّواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، الذي قرّب المسافات بين الشعوب، وألغى الحدود، وبذلك تعدّدت هذه الشبكات التي تعتبر أحد مفرزات تكنولوجيا الاتّصال، والأكثر انتشاراً واستخداماً للأنترنت لما تحقّقه من إشباعات تلي حاجات المستخدمين، ومن أشهر هذه المواقع نذكر منها: الفايبروك، تويتر، اليوتيوب، الماي سبيس... إلخ.

¹ - محمد قيراط، العرب وتحديات الأنترنت، الخبر الأسبوعي، العدد 81، من 26 إلى 28 سبتمبر، ص 28.

وقد ظهر موقع الفايسبوك في فيفري 2004م، ويعدّ من ضمن المواقع الأكثر شهرة في العالم العربي وهو موقعاً للتواصل الاجتماعي تديره شركة مايكروسوفت، اقتصر بداية على طلاب جامعة (هارفارد) الأمريكية، حيث كان مارك زوكربيرغ مبتكر الفايسبوك حينها يدرس في هذه الجامعة، ثمّ سرعان ما انتشر هذا الموقع في العالم كله وأصبح يقدم خدمات كبيرة للمتصفح، لما يحمله من مجالات تلقى رواجاً بين فئات المجتمع واقبالاً شديداً عليها لما لها من جاذبية تُشدُّ إليها المرأة الماكثة بالبيت، ولعلّ هذه الأخيرة من أهم الأفراد في المجتمع التي لديها الحظ الأوفر والوقت الكافي لمتابعة وتصفح موقع الفايسبوك، وتفاعلهم مع عدّة مجالات كالمشاركات، الموضة، الطبخ ومشاركة الأخبار وغيرها، ومن هنا فلا بدّ أن نعرف فيما تستخدم المرأة الماكثة بالبيت موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، وهذا ما استدعى منا طرح التساؤل العام التالي:

• ماهي أهم مجالات استخدام المرأة الماكثة بالبيت لموقع الفايسبوك؟

❖ التساؤلات الفرعية:

- كيف تستخدم المرأة الماكثة بالبيت موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك منفعياً؟
- كيف تستخدم المرأة الماكثة بالبيت موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ترويجياً؟

❖ الفرضيات:

تعدّ الفروض من أهم العناصر في البحث العلمي، لأنّها تساعد الباحث في الاتجاه الصحيح نحو الحقيقة التي أثارها مشكلة البحث وتساؤلاته، فهي تساعد على اقتصاد الجهد، الوقت وحتى المال، وتبعده عن الوقوع في متاهات لا حصر لها.

واشتملت دراستنا على فرضيات مشتقة من التساؤلات الفرعية السابقة الذكر:

- الفرضية الأولى: تستخدم المرأة الماكثة بالبيت بنسبة كبيرة موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك منفعياً.
- الفرضية الثانية: تستخدم المرأة الماكثة بالبيت كثيراً موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ترويجياً.

❖ أسباب اختيار الموضوع:

تتعدّد الأسباب وتنوع في دفع أي باحث في اختيار موضوع دراسته، ولهذا فإنّ اختيارنا لهذا الموضوع يتوقف على عدّة أسباب يمكن حصرها في نقطتين أساسيتين هما:

- الأسباب الذاتية.
- الأسباب الموضوعية.

I. الأسباب الذاتية: من بينها:

1. ارتباط موضوع الدراسة بمجال التخصص.
2. الميل الشخصي لدراسة هذا الموضوع والتعرف عليه.
3. فضول معرفي يتعلق بمعرفة المجالات التي تستخدمها المرأة الماكثة بالبيت خلال تصفحها لموقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).

II. الأسباب الموضوعية: نذكر منها:

1. هذا الموضوع يستحق الدراسة المعرفية المنهجية.
2. إنجاز بحوث ميدانية كثيرة في هذا المجال، بغية تكوين رصيد معرفي حول هذه الموضوعات حتى يستفيد منها الطالب في المستقبل لدراسة هذا الموضوع من جهة أخرى.
3. نلاحظه في الواقع (واقعي).

❖ أهمية الدراسة:

- ✓ يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة فئة النساء داخل المجتمع ودوره، فهذه الفئة تعدّ طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع وتحتاج للغاية والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها ومستقبل المجتمع.
- ✓ تمهّد الطريق إلى إجراء عدد من الدراسات التي تناولت الموضوعات المماثلة لهذا الموضوع بصورة علمية شاملة، والتي تضيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة، بما يساهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.
- ✓ إلقاء الضوء على وضعية الاستخدام وتوظيف الإمكانيات الضخمة لموقع الفاييسبوك في تثقيف فئة النساء الماكثات بالبيت.
- ✓ إبراز أهم المجالات التي تستخدمها المرأة الماكثة بالبيت من خلال تصفحها لهذا الموقع، الذي يعتبر من أهم المواقع الأكثر استخداماً ومتابعة.
- ✓ المساهمة في فتح باب جديد للعلم والمعرفة، خاصة في دراسة علوم الإعلام والاتصال.

❖ أهداف الدراسة:

- هناك عدّة أهداف لهذه الدراسة تختلف حسب اختلاف طبيعة هذا الموضوع، ونحن هنا نحاول إبراز العوامل التي حركت الموضوع والأهداف العلمية والإجرائية المرتبطة بالدراسة، وهي كالتالي:
- ✓ إعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتّصال وعلاقات عامة.

✓ التعرف على أهم المجالات التي تستخدمها المرأة الماكثة بالبيت من خلال تصفحها لموقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) منفصيا.

✓ معرفة أهم المجالات التي تستخدمها المرأة الماكثة بالبيت من خلال تصفحها لموقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) ترويجيا.

✓ إثراء مكتبات الجامعة بهذا النوع من الدراسات، وتستفيد منها بالتحديد الجهات البحثية العلمية في الدراسات الأكاديمية، وطلبة قسم الإعلام والاتصال.

❖ تحديد المفاهيم:

عرّفت المفاهيم على أنّها: الصورة الذهنية الإدراكية المتكوّنة بواسطة الملاحظة المباشرة لأكثر من مؤشر واحد في واقع ميدان البحث أو الدراسة، وتعبير آخر **المفهوم**: «يعني رموزا مجردة تعكس مضمون الفكرة أو السلوك أو موقف أفراد مجتمع البحث أو الدراسة بواسطة لغتهم»⁽¹⁾.

كذلك عرّف المفهوم: بأنّه الوسيلة الرمزية التي يستعين بها الباحث للتعبير عن الأفكار والمعاني المختلفة بهدف توصيلها إلى الناس⁽²⁾.

فتحديد الباحث لمفاهيم بحثه يفتح له الطريق في التقرب والوصول إلى الأهداف التي قد رسدها لبحثه أو دراسته، لذلك يعدّ تحديدها من أهم الخطوات المنهجية المتبعة في تصميم البحوث التي تمكن القارئ من التعرف بوضوح على معاني المصطلحات العلمية التي يستخدمها الباحث بصورة دقيقة خلال إجراء بحثه، وعليه فإنّ المنهجية تقتضي تحديد المفاهيم الآتية:

● تعريف المجال:

✓ لغة: يعرفه معجم المعاني الجامع: جمع مجال هو مجالات يقال: يعرف مجال عمله، أي نطاقه، مداه⁽³⁾.

✓ اصطلاحا: يعرف بأنّه: الحقل أو الميدان أو النطاق، كأن نقول مثلا: أحرزت مصر تقدّما ملحوظا في جميع المجالات، أي حرصت على توسيع مجاله يعني: نطاق معرفته واهتماماته.

✓ إجراءيا: نقصد بالمجال هو ميادين صفحات الفاييسبوك التي تتبعها وتتصفحها فئة النساء الماكثات بالبيت.

¹ - معن خليل معن، مناهج البحث في علم الاجتماع، بيروت: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 1996م، ص 56.

² - عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2010م، ص 22.

³ - معجم المعاني الجامع، المعجم الوسيط، معجم عربي - عربي، اللغة العربية المعاصرة، ص 1.

● الاستخدام:

✓ لغة: في اللغة الانجليزية: استخدم (الرجل غيره)، استخدمه استخداما فهو: مستخدم والآخر اتخذه خادما: طلب منه أن يخدمه (استخدم الانسان الآلة أو السيارة ...) أي استعمالها في خدمة نفسه⁽¹⁾.

Utilisation – use – application – exploitation – employment.

استخدام = استعمال.

استخدام = توظيف.

Employement – living – live – taking arecrutement-to make – to apply – to empolyen gage⁽²⁾.

✓ اصطلاحا: يعرفه «يافيس فرانسوا لوكاي ديك» بأنه: نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، وحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في الممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام.

ويعرف «عبد الوهاب بخنوفه» مصطلح الاستخدام: "يقتضي أولا الوصول إلى التقنية أو الوسيلة بمعنى أن تكون متوفرة ماديا ثم تتوفر بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته⁽³⁾.

✓ إجرائيا: يعني به الباحث جمع المظاهر المتعددة التي تكشف عن مدى التعرض والمتابعة والاهتمام من قبل الفرد لوسائل الإعلام والاتصال، وحجم ذلك التعرض وانتظامه ويتحدد هذا الاستخدام بالعوامل التقنية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

● المرأة:

✓ لغة: لفظة (المرأة) في اللغة العربية مشتقة من الفعل (مرأ) ومصدرها (المروءة)، وتعني (كمال الرجولية) أو (الانسانية) ومن هنا كان (المرء) هو الإنسان، والمرأة هي مؤنث الإنسان⁽⁴⁾، وجمعها: نساء ونسوة من غير لفظها، وهي: مؤنث الرجل⁽⁵⁾.

¹ - عصام نور الدين، معجم الوسيط، معجم عربي - عربي، بيروت: دار الكتب العلمية، ط1، 2005م، ص 102.

² - قاموس عام: عربي - إنجليزي، بيروت: دار الكتب العلمية، 2005م، ص 61.

³ - <http://audinence, studies, Over, blog. com>. 24/01/2018 à 11:00h.

⁴ - ليلي صباغ، المرأة في التاريخ العربي، دمشق: منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، 1975م، ص 15.

⁵ - لويس معلوف السبيوعي، المنجد في اللغة والأدب والعلوم، بيروت: المطبعة الكاثوليكية، ط18، 1956م، ص 754.

✓ اصطلاحاً: المرأة هي: ذلك الكائن اللطيف الذي يتحد مع الرجل في أصل الخلق، وتختلف معه في البنية الفسيولوجية، وبالتالي في المهام تستند للكل⁽¹⁾.

ولقد أجمعت الدراسات العلمية على عدم وجود فارق بين الرجل والمرأة جسدياً، نفسياً، ثقافياً، وعقلياً وليس هناك فروق بيولوجية بين مخ الرجل والمرأة، إنما الظروف الاجتماعية، الاقتصادية والعقائدية أوجدت هذه الفروق⁽²⁾.

✓ إجرائياً: هي ذلك الجنس اللطيف العاطفي الفعال والمؤثر، لها قدرات وإمكانات وإسهامات جديدة بالاهتمام تفوق مراتب الرجال.

● المرأة الماكثة بالبيت:

✓ لغة: هي ربة بيت.

✓ اصطلاحاً: هي كل امرأة لا تقوم بأي عمل خارج المنزل، تعتبر ربة بيت تدير الأعمال المنزلية وكل ما يتعلق بتربية الأطفال⁽³⁾.

* يعرف **Andrée Michel** الماكثة بالبيت على أنها: المرأة التي تختص بنوعية عمل معينة داخل المنزل بدءاً بالترتيب، التنظيف والطبخ وصولاً إلى تربية الأولاد وخدمة أفراد العائلة خاصة الزوج، وهي غير العاملة في قطاعات أخرى تهتم فقط بالعناية ببيتها وبشؤون أسرتها وإدارة أمور حياتهم وفقاً لما تراه مناسباً⁽⁴⁾.

✓ إجرائياً: هي المرأة التي تعتني بالشؤون الداخلية للأسرة، وهي أساس الأسرة ونصف المجتمع، حيث أنّها تمثل السكينة، الحنان، المودة، الرحمة... فهي الأم، الأخت، الزوجة، الابنة، الخالة والعمة.

● شبكات التواصل الاجتماعي:

* تعرف الشبكات في اللغة كما أشار الرّازي بأنّها: مشتقة من الخلط والتداخل، كأن نقول: أشبك الظلام أي اختلط.

* أمّا التّواصل فيعرف: في اللغة كما أشار الفيومي بقوله: "وصلت الشيء بغيره وصلاً فاتّصل به، والوصل ضد المحجر، وبينهما تواصل أي اتّصل مستمر لا ينقطع".

¹ - مهدي البليبي طاهري، دور المرأة في الدعوة وإصلاح المجتمع، بروكسل: أكاديمية العلوم الإسلامية، بدون سنة، ص 2.

² - هشام فيصل علي، بحث حول العوامل المؤثرة على مهارات المرأة في صنع القرار، مجلة الأنبار، العدد الثالث، 2010م، ص 480.

³ - مليكة الحاج يوسف، آثار عمل الأم على تربية أطفالها، دراسة ميدانية لبعض الأمهات العاملات بمدينة الشارقة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2002م، ص 24.

⁴ - Andrée Michel : **Femme, Sexisme et Société**, éd . PDF , France, 1977, p172 .

* ومصطلح شبكات التواصل الاجتماعي: فيعرف من وجهة نظر الشهري علي فايز بأنه: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمّ ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو العمل⁽¹⁾."

• الفاييسوك:

✓ اصطلاحاً: هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي تديره شركة "مايكروسوفت" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وكذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور التي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.

* **وهناك من يعرف هذا الموقع** باعتباره موقع ويب للتواصل يعمل على تكوين أصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات، الصور الشخصية، مقاطع الفيديو والتعليق عليها ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة⁽²⁾.

✓ اجرائياً: هو موقع تواصل اجتماعي يجمع الناس من جميع أنحاء العالم في صفحة واحدة لعرض آرائهم ومقترحاتهم ويمكنهم تنزيل الصور الخاصة، بحيث يشاهدها كل صديق مسجل لديه، وأيضاً يكون بالموقع صفحة خاصة لكل شخص، وذا من أجل تلبية حاجياتهم النفسية، الاجتماعية، المعرفية، أو السياسية.

❖ الدراسات السابقة:

تحتوي الدراسات السابقة أو حتى المشابهة على أهمية كبيرة في البحث العلمي، حيث تعدّ بمثابة الدراسات المرجعية التي تمّ الانطلاق منها في تكوين خلفية نظرية لجوانب عديدة ومختلفة، وذلك بالاطلاع على الأطر النظرية لهذه الدراسات، وعلى الأساليب والطرق المنهجية المطبقة وصولاً إلى النتائج التي توصلت إليها، بهدف الاستفادة منها في بناء إطار نظري مناسب للدراسة الحالية، وقد تمّ الحصول على مجموعة من الدراسات من بينها ما يلي:

¹ - فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً)، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، 2014م، ص 202/201.

² - <http://education.owno.Com>. 27/01/2018 à 13:00h.

■ أولاً: الدراسات المتعلقة بالمرأة:

✓ دراسة سالم زغلولة، خليل صقر، حيث كانت الدراسة بعنوان: صورة المرأة في وسائل الاتصال⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الصورة التي تظهر عليها المرأة في الدراما المتلفزة، واستخدمت الدراسة منهج

تحليل المضمون، وانطلقت من الأسئلة التالية:

1. ماهي السمات التي تُغزى لدى المرأة؟

2. ماهي القيم والمعايير المرتبطة بصورة المرأة ومكانتها في المجتمع؟

3. ماهي جملة العلاقات بين المرأة والمرأة، وبين المرأة والرجل؟

4. ماهي عناصر الصورة التي يعرضها التلفزيون للمرأة العربية في أعمال الدراسة المتلفزة؟

فقد تمّ اختيار عينة عشوائية من الدراما المتلفزة من عدد من الدول العربية التي يبثها التلفاز الأردني، وتمثلت

هذه العينة في 10 مسلسلات من الأردن، و 8 من سوريا، و 15 من مصر، وقد اعتمدت على 33 استمارة لكل

دراما واحدة منها، وانتهت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

* صورة المرأة على المستوى الاجتماعي: الحالة الاجتماعية «متزوجة» بنسبة 41%، الدور الاجتماعي

«زوجة» بنسبة 41%، وأم بنسبة 19,31%، وعزباء بنسبة 13,09%، الطبقة الاجتماعية دنيا بنسبة

40,6%، والطبقة الاجتماعية وسطى بنسبة 27,03%، الطبقة الاجتماعية عليا بنسبة 22%.

* صورة المرأة على المستوى النفسي الاجتماعي: ومن أهم السمات كانت: جميلة، جذابة، صبورة،

مضحية، مقهورة، سلبية، خاضعة، أدنى منزلة من الرجال، تفتقر إلى العلمية والمعرفة، محافظة، تقليدية.

* صورة المرأة على المستوى الاقتصادي: المهنة الأولى ربة بيت بنسبة 44,8%، العاملات مثل:

سكرتيرات بنسبة 5,09%، ممرضات بنسبة 3,07%، عاملات منزليات بنسبة 6,04%، تبعية مادية

الرجال بنسبة 97%.

* صورة المرأة على المستوى السياسي: لقد كانت نسبة وجود المرأة في الساحة السياسية 0%.

¹ - سالم زغلولة، خليل صقر، صورة المرأة في وسائل الاتصال، جامعة الأردن: كلية الآداب، 1994م.

✓ دراسة سميرة بلغيشية، كانت الدراسة بعنوان: الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت، دراسة في الاستعمالات والاشباعات بمنطقة مستغانم⁽¹⁾:

تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى تأثر المرأة الماكثة بالبيت وتفاعلها بالدراما التلفزيونية العربية حيث قامت بطرح التساؤلات التالية:

* كيف يتفاعل جمهور النساء الماكثات بالبيت مع الدراما التلفزيونية العربية؟

* ماهي عادات وأنماط مشاهدة الدراما التلفزيونية العربية من طرف النساء الماكثات؟

* ماهي دوافع النساء الماكثات في البيت لمشاهدة الدراما؟ وماهي الرغبات المشبعة من مشاهدتها للدراما؟

* هل للمتغيرات من الفئة العمرية والمستوى التعليمي والحالة العائلية علاقة بالتعرض للدراما؟

وقد توصلت الدراسة إلى: التعرف على الكيفية التي يتفاعل بها جمهور النساء الماكثات بالبيت مع الدراما التلفزيونية العربية ودور سمات هذا الجمهور في التفاعل مع هذه المحتويات من خلال مقترب الإشباعات والاستخدامات التي تقوم أساسا على أنّ الأفراد يتعرضون لمحتويات وسائل الإعلام بطريقة قصدية لإشباع رغباتهم حسب دوافعهم، وأنّ هناك علاقات بين السمات العامة من السن والمستوى التعليمي والحالة العائلية باستعمالات وإشباعات من خلال التعرض للدراما، وأنّ معظم النساء الماكثات بالبيت يقبلن على مشاهدة الدراما التلفزيونية وفقا لاختيارهن وأنهنّ يشبعن رغباتهن باختلاف دوافعهنّ حسب حاجيتهن التي تختلف من سن معين لآخر وباختلاف مستواههن التعليمي.

✓ دراسة جنات رجم، حيث كانت الدراسة بعنوان: المرأة الماكثة بالبيت والإشهار التلفزيوني، دراسة استطلاعية بمدينة سطيف⁽²⁾:

تستهدف الدراسة معرفة وكيفية استقبال المرأة الماكثة بالبيت للإشهار التلفزيوني، وفي إطار تنامي الأفكار والبحوث تؤكد التأثيرات بعيدة المدى للإشهار على القيم والسلوكات خاصة وأنّ المرأة الماكثة لديها متسع من الوقت لمشاهدة الإشهار التلفزيوني، وقد جاءت هذه الدراسة للبحث في نقطتين أساسيتين هما:

¹ - سميرة بلغيشية، الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت، دراسة في الاستعمالات والاشباعات لمنطقة مستغانم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام، 2010م/2011م.

² - جنات رجم، المرأة الماكثة بالبيت والإشهار التلفزيوني، دراسة استطلاعية بمدينة سطيف، جامعة سطيف، قسم العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 16، ديسمبر 2012م، نشر إلكتروني 708، شوهد بتاريخ: 2018/01/21م، على الساعة: 15:00 مساء، على الموقع:

http://revues.univ-stif708.dz/index_PHP?id2 .

- عادات وأنماط مشاهدة المرأة الماكثة بالبيت للإشهار التلفزيوني وذلك من أجل الوقوف على حجم وتكرار وكثافة التعرض وعاداته.

- آراء المرأة الماكثة بالبيت ونظرتها لمحتوى الإشهار من حيث المنتجات المفضلة وأساليب الإشهار والوقت المخصص له بالإضافة إلى مدى الفهم والأحاسيس الناجمة عن المشاهدة ومدى تأثر السلوك الاستهلاكي بهذه المشاهدة.

وقد تمحورت إشكالية الدراسة من خلال طرح الباحث التساؤلات التالية:

* كيف يؤثر الإشهار التلفزيوني على مستوى الأحاسيس والسلوكيات الاستهلاكية للمرأة الماكثة؟

* ماهي عادات وأنماط مشاهدتها للإشهار التلفزيوني؟

* ماهي آرائها حول محتوى هذه الاشهارات؟

وقد توصلت النتائج إلى: أنّ هناك مشاهدة دائمة للإشهار التلفزيوني للمرأة الماكثة بالبيت دون قصد من خلال التعرض للبرامج التي تفضل المرأة مشاهدتها وأهم الأحاسيس الناجمة عن هذه المشاهدة من الغيرة والنقص والحرمان.

■ ثانيا: الدراسات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي:

✓ نريمان مريم نورمان، بعنوان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية،

دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر⁽¹⁾:

تمحورت الإشكالية التالية في: ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

حيث اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي على عينة تتكون من 280 مفردة تمّ فيها الاعتماد على العينة القصدية من مستخدمي الفايسبوك بالولايات التالية: باتنة- مستغانم- الجزائر- ورقلة، واعتمدت أيضا على الاستبيان الذي يتكون من ثلاثة محاور، وكانت نتائج الدراسة كالتالي:

* بالنسبة لعادات وأنماط استخدام الفايسبوك قد تبين أنّ أغلب أفراد العينة يستخدمونه من سنة إلى سنوات بـ 52,07%، ويقضي 27,16% منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع، وتشير النتائج أنّ أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم بنسبة 42,64%.

¹ - نريمان مريم نورمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2011م/2012م.

* وبالنسبة للدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك فقد كانت أغلب العينة يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف بنفس النسبة 14,75%، ثمّ زيادة المعارف بنسبة 13,84%، يليه للترفيه والتسلية بنسبة 12,71%.

* أمّا بالنسبة لمحور الفايسبوك والعلاقات الاجتماعية فقد تبين أنّ أغلب أفراد العينة لا يوافقون على أنّ الوقت المخصص لأسرهم أقل من الوقت الذي يقضونه في الفايسبوك بنسبة 36,60% غير موافقون، 27,92% غير موافقون بشدة على أغلب أفراد فيما يوافق 20,75% و 10,5% منهم على الموافقين والموافقين بشدة.

✓ دراسة عباس مصطفى صادق، حيث كانت الدراسة بعنوان: الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة:

توقف فيها الدكتور(عباس مصطفى صادق) عند مفهوم الإعلام الجديد، باعتباره تطوراً كبيراً غير محدد المعالم، ومازالت التعريفات التي قدمها العديد من المتخصصين في الإعلام وتقنياته الحديثة وتطبيقاته تعريفات حذرة بسبب التطور المستمر لهذا النوع من الإعلام الجديد، ولا يعرف عند أي حد سيتوقف هذا التطور أو تتضح معالم هذا الإعلام أكثر ممّا هو عليه الآن.

وقد توقف الباحث عند العديد من التعريفات لهذا الإعلام، سواء كانت لمفكرين ومختصين أو لموسوعات وقواميس متخصصة في التكنولوجيا الحديثة، ومن أهم التعريفات التي تناولتها الدراسة هي: التعريف الذي أورده (نيكولاس نيغرو بنتي **Nicholas Negro Ponte**)، وكذلك تعريفات (جون بافلك **Pavlik John**) و(فين كروسبي **Vin Crosbie**) و(ستيف جونز **Steve Jones**)، حول مفهوم الإعلام الجديد وتطورات الهائلة التي أحدثت ثورة في وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة وتوصل الباحث إلى جملة من الخلاصات من خلال ما قدمته الدراسة من نقاش مفصل لمجموعة الرؤى المطروحة، وهي خلاصات تحاول أن تلمس الفكرة الرئيسية التي يعمل من خلالها نظام الإعلام الجديد، وتجب على التساؤلات المطروحة عن صعوبة هذا الإعلام وعن مداخل فهمه وأسس التعامل معه⁽¹⁾.

ويخلص الباحث إلى القول: «يجب علينا أن نقر أن تغييراً كاملاً يلتمس الوسائل الإعلامية القائمة تكنولوجياً وتطبيقياً، كما أنّ هنالك مستحدثات إعلامية غير مسبوقه تأخذ مكانها الآن وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة، وأنّ حالة جديدة هي وسائل الإعلام حسب الطلب (**Mass Customization**)»

¹ - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد 2، 2007م، ص 173.

تأخذ مكان وسائل الاتصال الجماهيري (Mass Media)، وأنّ عملية تحويل وتغيير جذريّة تتم للوسائل القائمة (Metamorphosis)، عندما ستكون جميع أجهزة التلفزيون وجميع أجهزة الراديو خارج نطاق الاستخدام، كونها أجهزة تعمل في اتجاه واحد (One-Way) والتغيير الجاري يتجه نحو بناء وسائل تفاعلية (Interactive Media)، هنا تعمل جميع الأجهزة التقليدية وغيرها على منصّة الكمبيوتر وتصنع عالما اتّصاليا جديدا ثنائي الاتجاه (Two-Way) له مزايا لم تكن تتوفر في الإعلام القديم⁽¹⁾.

■ ثالثا: الدراسات الأجنبية:

✓ دراسة (أرين كاربنسي Aren Karbnsky) 2010م⁽²⁾:

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى أثر استخدام موقع "الفايسبوك" على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات، وقد طبقت الدراسة على 219 طالبا جامعيًا، حيث أظهرت النتائج أنّ الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الأنترنت وتصفح موقع الفاييسبوك "أكبر الشبكات الاجتماعية على الأنترنت أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع كلّما تدنت درجاته في الامتحانات، كما بينت النتائج أنّ الأشخاص الذين يقضون وقتا أطول على الأنترنت يخصصون وقتا أقصر للدراسة مشيرا إلى أنّ لكل جيل اهتمامات تجذبه"، وأنّ هذا الموقع يتيح للمستخدم الدردشة، وحل الفوازير، وإبداء رأيه في كثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدامى، وبيّنت النتائج أنّ 79% من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأنّ إدمانهم على موقع "الفايسبوك" أثرا سلبيا على تحصيلهم الدراسي.

✓ دراسة (ميشال فانسون Mechel) 2010م⁽³⁾:

هدفت هذه الدراسة للتعرف على أثر استخدام شبكات التّواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامه 1600 شاب من مستخدمي شبكات التّواصل الاجتماعي في بريطانيا، وقد أظهرت النتائج أنّ أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها [الفايسبوك واليوتيوب] وقد اعترفوا بأنهم يقضون وقتا أطول على شبكة الأنترنت.

ومن ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم، وأظهرت الدراسة أيضا أنّهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيرا، ويلعبون عددا أقل من ألعاب الكمبيوتر، ويرسلون

¹ - عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص 178.

² - حسن عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية لدى الشباب، في جامعة القدس المفتوحة، 2011م، ص 11.

³ - حسن عوض، نفس المرجع، ص 12.

كمية من الرسائل النصية وكذلك البريدية، وقد بيّنت الدراسة أنّه نحو 53% من الذين شاركوا في الدراسة المسحية، بأنّ شبكات التّواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة على أنّ نصف مستخدمي الأنترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التّواصل الاجتماعي مقارنة بـ 27% فقط في فرنسا، و 33% في اليابان، و 40% في الولايات المتحدة.

✓ دراسة أجراها Keith n – Hampon، وآخرون، الدراسة بعنوان: مواقع الشبكات الاجتماعية وحياتنا⁽¹⁾:

انطلقت الدراسة من محاولة دراسة التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية مثل: Likden – My Space – Twitter – Facebook ، حيث طرحت الإشكالية التالية:

* هل عزلت الشبكات الاجتماعية الأشخاص و قطعت علاقاتهم الاجتماعية؟
- وكانت نتائج الدراسة ما يلي:

من خلال العينة المدروسة تبين أنّ 79% من البالغين الأمريكيين يستخدمون الأنترنت، وتقريبا نصف عددهم أي حوالي 47% من أصل 59% من مستخدمي الأنترنت يستخدمون على الأقل موقع واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية، وتوضح أنّ Facebook هو الشبكات الاجتماعية الأوسع استخداما حيث 92% من العينة يستخدمونه من حيث يستخدم 29% موقع My Space، و 18% يستخدمونها Linked و يستخدمون موقع Twitter.

وأسفرت نتائج الدراسة أنّ مستخدمي الفايسبوك في اليوم الواحد كالتالي:

- 5% يحدّثون صفحتهم الشخصية.

- 22% يعلقون على صفحات الآخرين الشخصية وما ينشرونه.

- 26% يجوبون المضمون الذي يضعه الآخرون.

- 10% يرسلون رسائل خاصة للمستخدمين الآخرين.

كما توصلت الدراسة إلى أنّ استخدام "الفايسبوك" ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين الأفراد، وجزء قليل من مستخدمي "الفايسبوك" في أمريكا لم يلتقوا بأصدقائهم في هذا الموقع من قبل.

¹ Keith n – Hampon وآخرون، مواقع التّواصل الاجتماعية وحياتنا، جامعة بنسلفانيا لصالح مركز الأبحاث الأمريكي American Life وPew Project، بتاريخ: 16 جوان 2011م.

• العلاقة بين الدراسة والدراسات السابقة:

لاشك أنّ للدراسات السابقة أهمية كبيرة لدى كافة الباحثين الأكاديميين، أو المعاهد، الجامعات ومراكز البحث، أو الشركات والمؤسسات البحثية عند القيام بأي بحث علمي معتمد ورصين، وقد يستفيد من هذه الدراسات الباحثون أو الجهات البحثية الأخرى إذا كانت تتعلق بمواضيع بحوثهم أو تقترب منها في الإجابة على تساؤلات الدراسة وصياغة فروضها وتحقيق أهدافها، ومن خلالها يتوصل الباحثون إلى نتائج واستنتاجات ومقترحات قد تسهم في إثراء مواضيعهم البحثية والتي من شأنها أن تعوض النقص الحاصل في الدراسات التي سبقتها، ويلاحظ أنّ معظم الدراسات السابقة التي اعتمدها الباحث في هذه الدراسة، قد تناولت إلى حد ما بعض الجوانب الأساسية من هذه الدراسة.

لذا فإنّ ما تضيفه هذه الدراسة التي نحن بصددنا وربما ما تمتاز به بالنسبة لتلك الدراسات السابقة هو أنّها دراسة تهدف إلى التعرف على أهم المجالات التي تستخدمها المرأة الماكثة بالبيت من خلال تصفحها لمواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وبين مدى الإشباع الذي تحقّقه هذه الوسيلة، وهو ما لم يسبق له من تلك الدراسات السابقة القيام به، والباحث هنا لا يدعي بأنّه قد أحاط بجميع الدراسات الموجودة على الساحة اليوم، ولكن حسبه أنّه يبذل جهد في سبيل الإحاطة الشاملة بما تتضمنه المكتبة الجامعية من دراسات وبحوث من ذلك، ممّا قام به الباحث من جهد في هذا الصدد ما يلي:

✓ رجوعه إلى بعض الرسائل والبحوث المقدمة من القسم إلى المكتبة المركزية لجامعة عمار ثليجي.

✓ رجوعه إلى دليل بحوث الاتصال في الوطن العربي.

✓ محاولة البحث عن المؤلفات أو البحوث في هذا الصدد في المكتبات العامة بمدينة الأغواط [مكتبة المطالعة

البشير الإبراهيمي، مكتبة عبد الله بن كريو...].

❖ المقاربة النظرية:

نرى أنّ نظرية الاستخدامات والإشباع هي النظرية المناسبة لموضوع هذه الدراسة، ويوجد الكثير من المبررات لاستخدام هذه النظرية منها: أنّ الافتراض الأولي للدراسة يرى أن الفايسبوك وغيره هو في الحقيقة يشكل استخدامات يبحث عنها المستخدم، فهو ينقل بين صفحاته الكثير، وكذلك فإنّ متصفح تلك الصفحات هي في الحقيقة تشكل نوعاً من الإشباع التي أثبتتها الكثير من الدراسات، فالإنسان بحاجة إلى إشباع حاجات كثيرة منها النفسية، الترفيهية، المعرفية والاجتماعية⁽¹⁾.

¹ - فاطمة كرادش، الإعلام العربي واستخداماته بين الجاليات العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 2005م، ص 120.

✓ فقد عرفت نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها: نظرية تهتم بدراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدافع معين لإشباع حاجات فردية معينة، وقد أكد كاتز وهو أحد رواد هذه النظرية أنّ استخدام وسائل الاتصال يتضح بصورة واضحة حينما نوجه اهتماماتنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل لا حينما تهتم بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور.

وقد تأسست النظرية على يد **الياهو كاتز** الذي اهتم بدراسة عملية الاتصال الجماهيري دراسة منظمة، انطلاقاً من أنّ تصرفات الأفراد في كافة النواحي المختلفة محكومة بما يتولد لديهم من احتياجات يسعون لإشباعها، ويقوم الأفراد باختيار المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية⁽¹⁾.

وأكد كاتز على أنّ تأثير وسائل الإعلام محدود، وذلك نظراً لانتقائية تصرفات المتلقين تشكل عقبة وبالتالي لا يمكن لهذا التأثير أن يكون مباشراً، لأن عمليات النقل تتم على مراحل، كما أنّ هذا التأثير لا يمكن أن يكون سريعاً نظراً لأنّ عملية ممارسته تستغرق وقتاً⁽²⁾.

إنّ هذه النظرية "نقلت حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي إلى المفهوم الإيجابي، القائم على إدراك أن أعضاء هذا الجمهور هم أناس فاعلون يصطفون من الإعلام والمضامين والرسائل التي يفضلونها"⁽³⁾.

✓ يحقق مدخل الاستخدامات والإشباع عدّة أهداف منها:

- تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم.
- فهم دوافع التعرّض لوسائل الإعلام وأنماط التعرّض المختلفة.
- معرفة النتائج المرتبطة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال.

✓ فروض النظرية:

- أفراد الجمهور مشاركون فعالون يستخدمون وسائل الاتصال لإرضاء حاجاتهم.
- أفراد الجمهور على وعي تام بالحاجات التي تدفعهم لاستخدام وسائل الإعلام.
- يستطيع أفراد الجمهور تحديد الاحتياجات والدوافع والوسائل التي يستخدمونها لإشباع هذه الحاجات.

¹- Klapper Jit . **The Effects of mass communication**. 2ed 6 lencoc free. 2001. P20/32.

² - أومانند ماتيلار وميشيل، نظريات الاتصال، ترجمة حضور أديب، دمشق، ط1، ص 162.

³ - نوال الصفتي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (مقال بعنوان: مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الأنترنت)، العدد 09، جامعة القاهرة، ديسمبر 2000م، ص 173.

■ يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال⁽¹⁾.

✓ النموذج التحليلي الإشباعي:

■ الجمهور النشط: افترضت النظريات القديمة أن الجمهور متلق سلبي، حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الإيجابي، الذي بحث عما يريد التعرض إليه، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تلي احتياجاته، والمضامين التي تحقق إشباعاته⁽²⁾.

■ الدافعية الجماهيرية:

✓ دوافع منفعية: تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام تلك الأشكال التي تعكسها نشرات الأخبار، والبرامج التعليمية والثقافية.

✓ دوافع طقوسية: تستهدف تضيئة الوقت والاسترخاء، والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات وتعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية، مثل: المسلسلات والأفلام والمنوعات.

■ الإشباع المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام:

صنف لورنس وينر الإشباع التي يبحث عنها الجمهور لتحقيقها إلى نوعين هما:

✓ إشباع المحتوى: وهي تنتج عن التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية لا الوسيلة.

✓ إشباع عملية الاتصال (إشباع عملية): وهي الإشباع التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الوسيلة، وتنقسم إلى: (إشباع شبه توجيهية، إشباع شبه اجتماعية)⁽³⁾.

❖ حدود الدراسة:

● الحدود المكانية:

أجريت هذه الدراسة بمدينة الأغواط عاصمة السهوب واحة جنوب الجزائر، حيث تبعد عن الجزائر العاصمة بحوالي 400 كلم، وتصطف بساتينها ومبانيها على ضفة « واد مزي » الذي يأخذ مجراه من جبال العمور غربا ويتوجه نحو الشرق، حيث يحمل اسما آخر هو « واد الجدي » مارا بعدد من واحات الزيبان إلى أن

¹ - بارعة حمزة شقير، مجلة جامعة دمشق (مقال بعنوان: استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحقق منها)، العدد 01 + 02، المجلد 25، 2009م، ص 458.

² - بارعة حمزة شقير نقلا عن غريب سعيد، نفس المرجع، ص 458.

³ - بارعة حمزة شقير نقلا عن محمد سيد بخت، نفس المرجع، ص 458.

يصب في شط ملغيغ، وتمتدّ بساتينها ومبانيها ومساجدها العتيقة عبر سهوب واسعة وجبال شامخة ومراعي خضراء، يحدها شمالاً بلدية سيدي مخلوف، غرباً كل من تاجموت والخنق، شرقاً بلدية العسافية، وجنوباً بلدية الناصر بن شهرة، وتضم هذه المدينة أكثر من 455602 نسمة من السكان.

• الحدود الزمانية:

انطلقت هذه الدراسة يوم 17 ديسمبر 2017م، وانتهت يوم 12 ماي 2018م، وقد تمّ من خلالها الآتي: في الشهور الأولى قمنا بتحديد الموضوع مع الأستاذ مساعد المشرف وضبط متغيراته، ثم صياغة مشكلة البحث وجمع المصادر والمراجع حول هذه الدراسة، وفي شهر فيفري 2018م إلى غاية 30 مارس من نفس السنة تمّ الشروع في إنجاز الفصول التي يتضمنها هذا البحث، لكن في ذلك الوقت لم يتم تحديد الفصول وصياغتها بشكل نهائي نظراً للتغيرات التي تطرأ بين الحين والآخر، وفي الأشهر الأخيرة بداية من شهر أفريل إلى غاية 07 ماي 2018م تفرغنا إلى إعداد أسئلة المقابلة والانتقال إلى مجتمع الدراسة، وبعدها قمنا بتحليل وصياغة النتائج النهائية للدراسة.

• الحدود البشرية:

شملت الدراسة على عينة من النساء الماكثات بالبيت المتواجرات بمدينة الأغواط واللواتي تتراوح أعمارهن ما بين [19-47] سنة، سواء كانت عازبة، متزوجة، حالة أخرى.

❖ أدوات الدراسة التقنية:

➤ نوع الدراسة و المناهج المستعملة:

▪ نوع الدراسة:

يندرج موضوعنا ضمن الدراسات الوصفية، وهذا النوع من الدراسات يقوم على الوصف الكامل لاستخدامات المرأة الماكثة بالبيت لمواقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال دراستنا سوف نسعى إلى معرفة أهم المجالات المنفعية والترويجية التي تستخدمها المرأة من خلال تصفحها لموقع الفاييسبوك، وهذا من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من نساء مدينة الأغواط واعتمدنا في دراسة هذا الموضوع على أداة استمارة مقابلة.

▪ المناهج المستعملة:

عند القيام بأي دراسة علمية يجب إتباع خطوات فكرية منظمة تهدف إلى بلوغ نتيجة ما، وذلك باتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة موضوع الدراسة التي تتطرق إليها، وتختلف المناهج باختلاف المواضيع، وارتأينا استخدام المنهج الوصفي، وقبل هذا لا بد من معرفة المنهج أولاً.

✓ تعريف المنهج:

نظرا لأهمية المنهج، في رأينا هو: الإطار الذي يساعد الباحث على ترتيب وتنظيم موضوع بحثه أو دراسته، وذلك طبقا لما يحتاجه الموضوع من معلومات ودرجات تخصص وإمكانيات، وهذا قد ورد في القرآن الكريم كلمة **منهج** تعقيا على وجود تشريع لليهود في التوراة حيث: **قال الله تعالى: ﴿...لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شُرْعَةً وَمِنْهَا جَا...﴾**⁽¹⁾، وقد وردت كلمة **المنهج** تشير إلى **الطريق** البين إلى الحق في أسير سبله...

المنهج: هو مجموعة الخطوات العلمية الواضحة والدقيقة التي يسلكها الباحث في مناقشة أو معالجة ظاهرة اجتماعية، سياسية أو إعلامية معينة⁽²⁾.

كذلك يعرف **المنهج** بأنه: "الطريق الذي يسلكه الباحث للتعرف على الظاهرة أو مشكلة الدراسة والكشف عن الحقائق المرتبطة بها بغرض التوصل إلى إجابات على الأسئلة التي تثيرها المشكلة أو الظاهرة"⁽³⁾.

✓ نوع المنهج المستخدم:

إنّ طبيعة بحثنا وفقا لموضوع الدراسة، تفرض علينا استخدام **المنهج الوصفي**، حيث يقصد بهذا الأخير بأنه: "دراسة الواقع أو الظاهرة كما هي في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيراً كلفياً أو تعبيراً كميًا"، **فالتعبير الكيفي** يصف لنا الظاهرة، ويوضح خصائصها، ويستعمل الملاحظات والشواهد الكيفية، ويفسر المعطيات الموجودة في الجداول ويستخرج الاستنتاجات منها، **أما التعبير الكمي** فيعرف على أنه: "عبارة عن مجموعة من الأساليب المتنوعة المستعملة لجمع المعطيات الإحصائية، وتحليلها لغرض إظهار الاستدلالات التي تبدو في الغالب غير واضحة"⁽⁴⁾، وهو الأكثر استعمالاً في البحوث الاجتماعية، لأنه يعتمد على معالجة إحصائية للبيانات، وفيه تستعمل الأرقام والمعادلات وكل الرموز والمؤشرات من أجل تفسيرها وتحليلها، وبالتالي تساعد على إمكانية تعميم النتائج⁽⁵⁾.

ونظرا لهذا استخدمنا في بحثنا **المنهج الوصفي** باعتباره الأنسب لموضوعنا، فقد ساعدنا في تحليل الظاهرة المدروسة كونه يتوافق مع طبيعة الموضوع، وما يتعلق بالإشكالية المتمثلة في أهم المجالات التي تستخدمها المرأة الماكثة بالبيت من خلال تصفحها لموقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك".

¹ - القرآن الكريم، سورة المائدة، الآية 48.

² - عامر مصباح، مرجع سبق ذكره، ص 13.

³ - أحمد عبد الله اللحلح، مصطفى محمود أبو بكر، البحث العلمي (تعريفه، خطواته، مناهجه، المفاهيم الإحصائية)، الإسكندرية: دار الجامعة، 2002م، ص 43.

⁴ - عبد القادر حليمي، مدخل إلى الإحصاء، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1994م، ص 24.

⁵ - فهد خليل زايد، أساسيات منهجية في العلوم الإنسانية، الأردن: دار النفاشي للنشر والتوزيع، ط 1، 2007م، ص 216.

وتتلخص خطوات المنهج الوصفي فيما يلي:

- الشعور بمشكلة البحث وجمع البيانات التي تساعد على تحديدها.
 - تحديد المشكلة التي يريد الباحث صياغتها بشكل سؤال محدد أو أكثر من سؤال.
 - وضع فرضية أو مجموعة من الفرضيات كحلول ميدانية للمشكلة نتيجة بموجبها الباحث أن يصل إلى الحل المطلوب.
 - وضع افتراضات أو مسلمات التي سوف يبني الباحث عليها دراسته.
 - اختيار العينة التي ستجرى عليها الدراسة مع توضيح حجمها وأسلوب اختيارها.
 - يختار الباحث أدوات البحث التي يستخدمها في الحصول على المعلومات كالاستبيان والمقابلة والملاحظة وغير ذلك وفقا لطبيعة مشكلة البحث، ثم يقوم بتقنين هذه الأدوات وحساب صدقها وثباته.
 - القيام بجمع المعلومات المطلوبة بطريقة دقيقة ومنظمة.
 - الوصول إلى النتائج وتنظيمها وتصنيفها.
 - تحليل النتائج وتفسيرها واستخلاص التعميمات منها⁽¹⁾.
- وكذلك يعتبر المنهج الوصفي من أكثر المناهج الاجتماعية استخداما في البحوث الميدانية، فهو أسلوب أو طريقة من طرق التفسير والتحليل بشكل علمي منظم، يركز على جمع معلومات كافية ودقيقة عن موضوع أو ظاهرة من أجل دراستها وتحليلها وتحديد مميزات وأبعادها المختلفة⁽²⁾.
- وأهم ما يتّصف به المنهج الوصفي بأنه:
- يوفر معلومات وبيانات مفصلة عن الواقع الحالي للظاهرة، كما يبيّن العلاقة بين الظواهر المختلفة.
 - يقدم تفسيراً واقعياً للعوامل المتعلقة بموضوع الدراسة لتساعدنا بالتنبؤ المستقبلي للظاهرة.
 - يساعد على فهم الظاهرة والظواهر⁽³⁾.
- واعتمدنا هذا المنهج للأسباب الآتية:

1. كبر حجم مفردات الدراسة وتشتتها في عدّة مناطق بالأغواط.
2. ليس ضروري أخذ مسح جميع مفردات مجتمع الدراسة.
3. الاقتصار على عينة من مجتمع الدراسة وتعميم النتائج، وهذا يعد علمياً في مجال البحث.

¹ - فهد خليل زايد، مرجع سبق ذكره، ص 70 .

² - منور أوسرير، رشيد بو عافية، أسس البحث العلمي في العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال، الجزائر: المكتبة الجزائرية، ط 1، 2001م، ص 161. (بتصرف).

³ - منور أوسرير، نفس المرجع، ص 162.

4. ضعف ومحدودية الإمكانيات المادية والبشرية لإجراء دراسة مسحية شاملة، لهذا اعتمدنا أسلوب المسح بالعينة.

■ تقنية البحث المستخدمة:

إنّ تقنية البحث المستعملة هي التي تساعد على جمع المعطيات في الميدان حول الظاهرة المراد دراستها، كما أنّ طبيعة أي بحث علمي وطبيعة الفرضيات تتوقف على اختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى مع طبيعة الموضوع وإمكانية الباحث وحصوله على المعلومات والبيانات التي تخدم أهداف دراسته ولإنجاز هذه الدراسة فقد تمّ الاعتماد على:

✓ استمارة المقابلة:

هي عبارة عن دليل يتضمن مجموعة من الأسئلة التي تتعرض لها وجها لوجه بين الباحث والمبحوث، وكما عرّفها محمد علي محمد: «بأثما قائمة من الأسئلة أو الاستمارة التي يقوم الباحث بانتقاء بياناتها من خلال مقابلة تتم بينه وبين المبحوثين، أي أنّها تتضمن موقف المواجهة المباشرة، وتعتبر أداة ملائمة لجمع البيانات والحقائق المرتبطة بواقع معين وكما تكتسب أهمية كبيرة في جمع البيانات اللازمة لاختيار الفرضيات».

وحسب مفهومنا المقابلة هي: محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة، وشخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى، بغرض جمع المعلومات اللازمة للبحث، حيث يتم الحوار عبر طرح مجموعة من الأسئلة من الباحث التي يتطلب الإجابة عليها من الأشخاص المعنيين بالبحث.

وتعتبر المقابلة من أفضل وسائل جمع البيانات إذا ما أعدّ الباحث خطة تنفيذها بطريقة فعالة، ويرجع ذلك لرغبة المبحوثين في تقديم معلوماتهم شفويا أكثر من رغبتهم في تقديمها كتابة، وهي أنواع:

1. من حيث وظيفتها والغرض منها: هناك مقابلة مسحية، تشخيصية، علاجية، توجيهية أو إرشادية.

2. من حيث عدد المبحوثين: هناك مقابلة فردية، مقابلة جماعية.

3. من حيث درجة المرونة في موقف المقابلة منها: مقابلة مقننة، مقابلة غير مقننة⁽¹⁾.

ومن مميزات المقابلة: أنّ الباحث يستطيع التأكّد من صحة البيانات وعدم تناقضها مع الواقع أو مع إجابات أخرى وإمكانية مراجعة أفراد البحث، ووجود الباحث مع المبحوثين يضمن على الباحث أهمية وجدّية في نظر المبحوثين، ويشجع المبحوث على الإجابة والاستجابة، وتوضح أي غموض من الأسئلة⁽²⁾.

¹ - فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ط1، 2002م، ص137/121. بتصرف.

² - رشيد زرواني، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2004م، ص111.

- عيوب المقابلة:

ومع كل المزايا التي يمكن أن تتحقق لك كباحث باستخدامك وسيلة المقابلة، فإن لهذه الوسيلة عيوب من أهمها:

1. أن نجاحها يعتمد إلى حد كبير على رغبة المستجيب في التعاون، وإعطاء معلومات موثوقة ودقيقة.
2. أنه يصعب مقابلة عدد كبير نسبيا من الأفراد لأن مقابلة الفرد الواحد تستغرق وقتا طويلا من الباحث.
3. أنها تتأثر بحرص المستجيب على نفسه، وبرغبته بأن يظهر بمظهر إيجابي وبتردده في إعطاء معلومات بمعزل عن نفسه وبدوافعه إلى أن يستعدي أو يرضي الشخص الذي يجري المقابلة.
- 4- تتطلب مقابلين مدربين على إجرائها فذا لم يكن المقابل ماهرا مدريا لا يستطيع خلق الجو الملائم للمقابلة، فقد يزيغ المستجيب اجابته وقد يتحيز المقابل من حيث لا يدري بشكل يؤدي إلى تحريف الإجابة.
- 5- صعوبة التقدير الكمي للاستجابات أو اخضاعها إلى تحليلات كمية خاصة فيما يتعلق بالمقابلة المفتوحة.
- 6- صعوبة تسجيل الإجابات أو في تجهيز أدوات التسجيل في مكان المقابلة الذي يحدده المستجيب على الأغلب.

وانتظمت أسئلة استمارتنا في ثلاث محاور هي:

- المحور الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية: كالسن، الحالة العائلية، المستوى التعليمي، مكان الإقامة.
 - المحور الثاني: بيانات متعلقة بكيفية استخدام الفايسبوك: كالساعات، الفترات، المرات، مدة الاشتراك على موقع الفايسبوك... إلخ.
 - المحور الثالث: بيانات متعلقة بالفرضية الأولى: تستخدم المرأة الماكثة بالبيت بنسبة كبيرة موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك منفعا.
 - المحور الرابع: بيانات متعلقة بالفرضية الثانية: تستخدم المرأة الماكثة بالبيت كثيرا موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ترويجيا.
- حيث تضم 19 سؤال، وتحتوي على مجموعة من الأسئلة متنوعة الطرح متعددة الاختيارات مقننة، غير مقننة.

■ مجتمع البحث وعينته:

✓ مجتمع الدراسة:

هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث أو التقصي⁽¹⁾.

مجتمع الدراسة هو: جميع وحدات أو عناصر الظاهرة المدروسة سواء كانت أفرادا أو مباني ومنشآت أو غيرها طبقا لمجال موضوع مشكلة البحث، و**مجتمع البحث** إما أن يكون مجتمعا متاحا، وهو ذلك المجتمع الذي تختار منه عينة البحث وتعمم عليه نتائجها، أو مستهدفا قد يكون لجميع عناصره نفس خصائص المجتمع المتاح ولكن لا تصدق نتائج التعميم عليه⁽²⁾.

ومن خلال دراستنا تبين لنا أن مجتمع الدراسة هم مجموعة من النساء الماكثات بالبيت الموجودات على مستوى مدينة الأغواط.

❖ خصائص مجتمع الدراسة :

* **مجتمع الدراسة** يتكون من نساء ماكثات بالبيت من مختلف الأعمار.

* **مفردات مجتمع الدراسة** يشتمل فقط على جنس الإناث.

* **مفردات مجتمع الدراسة** غير معروفين بشكل واضح لدى الباحث.

* **مفردات مجتمع الدراسة** يختلفن من حيث الحالة العائلية والمستوى التعليمي.

✓ عينة الدراسة:

■ **العينة:** هي جزء من مجتمع الدراسة الأصلي، أو هي عدد من الحالات التي تؤخذ من المجتمع الأصلي تجمع منها المعطيات أو البيانات بقصد دراسة خصائص هذا المجتمع، وبهذه الطريقة فإنه يمكن دراسة الكل عن طريق دراسة الجزء بشرط أن تكون ممثلة للمجتمع المأخوذة منه، وتختلف العينة من موضوع لآخر حسب طبيعة كل موضوع⁽³⁾.

وتعرف أيضا على أنها جزء من الظاهرة الواسعة، حيث تستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب دراسته بصورة كلية⁽⁴⁾.

¹ - موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار القصبية للنشر، 2004، ص 298.

² - منور أوسرير، رشيد بو عافية، مرجع سبق ذكره، ص 66/65.

³ - فوزي غرايبي وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، 2008م، ص 42/43.

⁴ - صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع، ص 25.

وبما أننا بصدد القيام بدراسة تهتم بأهم المجالات التي تستخدمها المرأة الماكنة بالبيت من خلال تصفحها لموقع التواصل الاجتماعي [فيسبوك]، لهذا اخترنا العينة التالية:

■ العينة القصدية أو العمدية: وهي عينة غير احتمالية، التي تختار عن عمد بما يتناسب مع تحقيق هدف البحث، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات عينة المبحوثين في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم، وتستبعد المفردات التي لا تتوفر فيها هذه السمات⁽¹⁾.

وتعرف أيضا: العينة التي يعتمد الباحث عليها وأن تكون معينة ومقصودة لاعتقاده أنها ممثلة للمجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا⁽²⁾.

وبهذا اعتمدنا في بحثنا على العينة القصدية لأنها مواتية ومثلت مجتمع بحثنا، وقد كان اختيارنا للمرأة الماكنة بالبيت تحديدا لما لها من أهمية كبيرة متمثلة فيما يلي:

* فهي تمثل نصف المجتمع بل المجتمع كله، ولأنها تصنع النصف الآخر فهي الأم، الزوجة، الابنة والأخت وعليها يقوم صلاح المجتمع أو فساده.

ولأن المرأة الماكنة بالبيت لديها الوقت الكافي والحظ الأوفر لتصفح ومتابعة موقع التواصل الاجتماعي [الفيسبوك] عن غيرها بحكم أنها تقضي معظم وقتها في بيتها، وعليه قمنا باختيار 30 مفردة، يختلفن من حيث الفئات العمرية، المستويات التعليمية، مكان الإقامة والحالة العائلية.

¹ - محمد الجمال راسم، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مصر: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1995م، ص 133.

² - رشيد زرواني، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، عين مليلة: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2007م، ص 346.

الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة

الجزء الأول:

المرأة ومكانتها في المجتمع

➤ تمهيد.

- أولاً: المرأة عبر التاريخ.
- ثانياً: المرأة في المجتمع العربي.
- ثالثاً: المرأة الجزائرية.
- رابعاً: المرأة في العائلة الجزائرية التقليدية.
- خامساً: المرأة في المجتمع الجزائري الحديث.
- سادساً: حقوق المرأة.
- سابعاً: المرأة ومواقع التواصل الاجتماعي.

➤ خلاصة.

➤ تمهيد:

تعتبر المرأة هي اللبنة الأساسية في تكوين الأسرة، فقد عانت في الماضي من أعباء الحياة المزرية وكان ينظر إليها بأنّها المخلوق الغريب عن العالم، غير أنّ الإسلام أعطى للمرأة حقوقها واعتبرها متساوية مع الرجل، حيث بدأت في التطور والتغيّر تدريجيا وهذا بفضل التغيرات الحاصلة في معظم المجتمعات اليوم، كما نجد أيضا أنّ الإسلام قد فصل في هذه المسألة وأوضح مكانة ودور وحقوق المرأة في المجتمع الإسلامي ككل في نصوص قرآنية صريحة وواضحة ومؤكدة بأحاديث نبوية صحيحة.

ومن هنا سنحاول في هذا الفصل تخصيص جزءا نتناول فيه المرأة ومكانتها في المجتمع، بدءا بالمراحل التاريخية التي مرت بها، ثم المرأة في المجتمع العربي، وصولا للمرأة الجزائرية في العائلة التقليدية، ومكانتها في المجتمع الجزائري الحديث، كذلك تطرقنا لحقوق المرأة وفق المنظمات العالمية، ووفق الإسلام.

❖ المرأة عبر التاريخ:

✓ المرأة ومكانتها في الحضارات القديمة:

إنّ المرأة في مصر القديمة كما يقول هيرودوت: "أثما أكثر نشاطا من رجلها، فالنساء يذهبن إلى السوق ويعلن ويشترين، في حين أنّ الرجال يلازمون بيوتهم"، فقد كان لها نصيب في الجلوس على العرش والعمل ككاهنة وقائدة للجيش⁽¹⁾.

وعن المرأة عند الهنود والصينيين كان ينظر إليها بازدراء شديد واحتقار كبير، ولم يكن لها أية مكانة تذكر اللهم إلاّ في بعض الشؤون المنزلية الداخلية وفي حدود ضيقة، وكانت تباع وتشترى، لا ميراث لها ولا تجارة ولا رأي حتى في زواجها، حيث أنّها لم تكن تستشار حتى في اختيار رفيق حياتها بل كانت لا تراه على الإطلاق⁽²⁾.

أما في عصر بوذا فحسب تعاليمهم كانوا يحثون الرجال على تجنب النساء وإهاملهم، وبالنسبة لحضارة اليونان والتي تعدّ الأساس في الحضارة الغربية المعاصرة حيث سادت العلاقات الجنسية في مجتمعهم، فقد كان الرجل فضلا عن زوجته يعاشر امرأة أخرى تسمى خلية، فكانت في المجتمع اليوناني مغلقة عن نفسها محصنة عفيفة لا تغادر البيت، محرومة من الثقافة لا تساهم في الحياة العامة، وكانت تباع وتشترى في الأسواق، مسلوبة الحرية والمكانة في كل ما يتعلق بحقوقها المدنية، حيث تحرم من الميراث⁽³⁾.

وعن الحضارة الرومانية فقد أصبحت المرأة في هذه الفترة تتمتع بمثل حرية الرجل بل وأصبح لها حق في تطبيقه كما يفعل الرجال بعدما كانت تسود سلطة الأب المطلقة والذي كان صاحب الحقوق القانونية⁽⁴⁾، فكانت تعامل كالطفل والمجنون، فيعتبرونها فاقدة أهليتها القانونية بالمعنى الحالي، حيث نص قانون الألواح الاثني عشر أنّ من أسباب فقدان الأهلية: صغر السن، الجنون، الأثوثة⁽⁵⁾، فنجد أنّ المرأة عند الرومان كانت فاقدة للأهلية في الطور الأول من الحضارة الرومانية، تخضع لسلطة الرجل "رب أسرة كان أو زوجا"، لا تشارك في الحياة العامة للبلاد، أمّا في العصر الذهبي الروماني فقد أصبحت فاقدة للأهلية أحيانا، وذات أهلية أحيانا أخرى.

¹ - السيد رشاد غنيم، نادية السيد عمر، السيد محمد الراجح، دراسات في علم الاجتماع العالمي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ط 1، 2008م، ص 56.

² - عطاء الله تاج، المرأة العاملة في تشريع العمل الجزائري بين المساواة والحماية القانونية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2006م، ص 18/15.

³ - مصطفى السباعي، المرأة بين الفقه والقانون، بيروت: المكتب الإسلامي، ط 6، 1984م، ص 13.

⁴ - محمد عبد العليم مرسي، الأصول الإسلامية للتربية، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2007م، ص 171 / 196. (بتصرف).

⁵ - سالم البهنساوي، مكانة المرأة بين الإسلام والقوانين العالمية، الجزائر: مطبعة طيباوي للطباعة والنشر، بدون ط ، بدون سنة، ص 14.

وفي حضارة اليابان فنجدها في مجتمع يسوده الذكور حيث أنّها كانت تحت رحمة الطاعات الثلاث للوالد والزوج والابن.

في حين أنّ المرأة في عصر الجاهلية كانت تؤاد لظنهم وجعلهم أنّها تجلب لهم العار، وكانت تحت وصاية الرجل "أبا، زوجا، ابنا أو عمّا" طوال حياتها، ولم يكن بإمكانها التمتع بأهلية التصرف، فكان الزواج بالنسبة لها بيعا، والطلاق غالب الوقوع، أمّا عن دورها والأعمال التي كانت تقوم بها فإنّها تتلخص في الأعمال المنزلية والقيام بشؤون البيت، وكذا الأعمال الشاقة من رعي الأطفال وغزل وغير ذلك من الأعمال، وعلى الرغم من هذه المكانة والدور الذي كانت تلعبه المرأة العربية في الجاهلية فإنّ العلماء يقولون أنّ العرب قد احترّموا المرأة أكثر من أيّة أمة ظهرت في تلك العصور⁽¹⁾.

ثمّ بزغ فجر الإسلام وسط المجتمع العربي الجاهلي لينقذ المرأة ويحررها من العادات البالية، ويرفع مكانتها ويكرمها، فحرم قتل البنت وجعله إثم عظيم، ولم يقف الإسلام عند تحريم هذا الفعل بل جعل الجنة جزاؤه إن هو لم يئدها، فنجد أنّ الإسلام كرم المرأة ورفع درجتها، وحملها بذلك مسؤولية كبرى في المجتمع بفضل تلك المكانة المرموقة التي منحها إياها الإسلام أمّا وبننا وزوجة⁽²⁾، واعترف بحقوقها المدنية كاملة، فقد حثّ الرجال على معاملة النساء بالمعروف ونهى عن ائذائهنّ، كما أعطاهما الحق في الميراث والطلاق والزواج⁽³⁾، وبدل النبي صلى الله عليه وسلّم بعض الأحكام الظالمة التي كانت تتعلق بالمرأة في ذلك العصر فأخرج المرأة من ظلم ذلك الزمان إلى عدل، فأقرّ تملك المرأة، وحدد حرية الرجل عليها في تعدد الزوجات وقام بتعديل أحكام الإرث وغيرها، والخلاصة أنّ ذلك النوع من عدم المساواة الذي كان موجودا في ذلك المجتمع سارية نحو العدالة بنحو يتناسب مع ذلك الزمان، فهذا يعني أنّ التغيير الذي جرى على يد النبي عليه الصلّاة والسّلام ليس هو التغيير النهائي الممكن، إذ أنّ التغييرات هي التي كانت ممكنة وقد تمت، والرسالة الأساسية التي تؤدّيها تلك التغييرات هي أنّه لا بد من السعي لرفع أنواع عدم المساواة الأخرى التي فرضت على المرأة على مر التاريخ، هذه هي الرسالة العامة التي حملها النبي عليه الصلّاة والسّلام⁽⁴⁾، فالإسلام لم يتضمن أيّة دعوة لحرمانها من التعليم والعمل⁽⁵⁾.

¹ - عبد الرب نواب الدين، عمل المرأة وموقف الإسلام منه، باتنة (الجزائر): دار الشهاب، 1988م، ص33.

² - عمر سليمان الأشقر، المرأة بين دعاة الإسلام وأدعياء التقدم، الجزائر: مكتبة رحاب، 1980م، ص31.

³ - محمد جميل بيهم، المرأة في الإسلام في الحضارة الغربية، بيروت: دار الطليعة، ط1، 1980م، ص54.

⁴ - مهدي مهريزي، مسألة المرأة، دراسات في تجديد الفكر الديني في قضية المرأة، ترجمة: علي الموسوي وآخرون، بيروت، مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، ط1، 2008م، ص28.

⁵ - تغايد بيضون، المرأة و الحياة الاجتماعية في الإسلام، بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1985م، ص16.

❖ المرأة في المجتمع العربي:

إنّ المرأة العربية في الماضي كانت لا تؤمن بالاختلاط بين الجنسين ولا تتكلّم معهم ولا تختار شريك حياتها بنفسها، فقد كان أهلها وذويها هم الذين يختارونه، بالإضافة إلى عدم زيارتها للنوادي والجمعيات والمقاهي والمطاعم بنفسها، بل يجب أن يكون أخوها أو أبوها أو زوجها معها عند ذهابها إليها، كما أنّها لا تسافر خارج البلاد أو داخلها وحدها، بل تصحب أحد أفراد أسرتها أو أقاربها من الرجال، فقد تبيّن أنّها في الماضي كانت معتقداتها محافظة ومقيّدة بعبادات وتقاليد المجتمع، أمّا اليوم فهي ترتدي نفس ملابس المرأة الغربية وتستعمل أحدث العطور ومساحيق التجميل التي تستعملها الغربيات، كما تركب أحدث موديلات المركبات⁽¹⁾.

فهي بهذا تركض وراء كل جديد وتحرص على كل مظهر متماشيا مع العصرنة، فهي ترى في الغرب طريقها وفي الأزياء والموضة والمغريات هدفها⁽²⁾.

❖ المرأة الجزائرية:

كانت المرأة الجزائرية خلال الاستعمار الفرنسي قعيدة البيت لا تساهم في أي أمر من الأمور، وفيما يتعلق بعملها فقد اقتصر على بعض الأعمال المنزلية من غزل وصوف وزراعة في إطار المشروع العائلي فقط، كما ساهمت في الكفاح ضد المستعمر، ومع ظهور الحركات الوطنية انخرطت في صفوف جيش جبهة التحرير الوطني فجاهدت وسقطت في ميدان الشرف، وجاء الاستقلال ليقضي على العادات والتقاليد البالية التي حرص الاستعمار على إبقائها، حيث تمّ إدخالها وإقحامها في عالم الشغل كمواطنة كاملة الحقوق في كل ميادين السياسية، الاقتصادية والاجتماعية، ويعود ذلك أساسا لارتفاع مستواها الثقافي، التعليمي وتطور المجتمع عموما⁽³⁾.

❖ المرأة في العائلة الجزائرية التقليدية:

إنّ المجتمع التقليدي يرى المرأة بأنّها: وسيلة لحفظ النسل من خلال الزواج وإنجاب الأطفال وتربيتهم، فهي تقوم بمختلف الأدوار المنزلية.

فقد كانت المرأة في العائلة التقليدية الجزائرية تضمن السير الحسن وذلك بالاعتناء بالمنزل الكبير الذي يعيش فيه عدد كبير من الأفراد، واحتجابها عن كلّ أجنبي غريب عن العائلة وعدم البروز أمامه بزینتها، وبالتالي

¹ -إحسان محمد الحسن، علم الاجتماع المرأة دراسة تحليلية عن دور المرأة في المجتمع المعاصر، الإسكندرية: دار وائل للنشر والتوزيع، ط 1، 2008م، ص46.

² - محمد حسن بريفش، المرأة المسلمة الداعية (أحاديث ونماذج)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، بدون سنة، ص25.

³ - عطاالله تاج، مرجع سبق ذكره، ص 39/36.

تعتبر المسؤولة الأولى عن نظافة وتجميل وترتيب منزلها الذي أصبح ميدانا ومملكة لها، فهي التي تسيطر عليه من خلال تقسيم العمل على البنات وزوجات الأبناء حيث لكل منهنّ لها مهمة منزلية تقوم بها. إنّها في هذه العائلة لها دور اقتصادي تقوم به وهو الاحتفاظ بالمدخرات الغذائية والمحافظة عليها لكي تدوم طويلا، بالإضافة إلى أنّها تمثّل مصدرا ماديا لعائلتها خصوصا إذا كانت تحسن النسيج أو الزراعة أو صناعة الفخار، فكانت تغطي مصاريف المنزل وحاجيات أبنائها. كما أنّها قد مارست عدّة نشاطات كانت تقوم بها مثل الطرز والخياطة والنسيج، بالإضافة إلى النشاط الإنتاجي كتربية الدجاج والطيور، والعمل في الحديقة والاعتناء بالخضر والفواكه، كما كانت المرأة داخل بيتها لها نظرة على العالم الخارجي من خلال النظر على النوافذ وفتحات في الحديقة، فهذه تسمح لها بمتابعة ما يجري في الخارج دون ملاحظة أحد لها، فهي تستطيع أن تحصل على معلومات عديدة مباشرة من المجتمع بالإضافة إلى علاقاتها العديدة مع الجيران⁽¹⁾.

❖ المرأة في المجتمع الجزائري الحديث:

إنّ هذا المجتمع وضع المرأة كأحد الأسس الهامة المساعدة على تحديته، فقد تحول من مجتمع رجالي إلى مجتمع تسير فيه المرأة جنبا إلى جنب مع الرجل، وهذا إنّما جاء بعد معركة طويلة ومستمرة ناضلت فيها المرأة وكسبتها من خلال إدراكها لما يحيط بها من أحداث ووقائع عايشتها مع تطور مجتمعنا، حيث ساهمت عوامل كثيرة في انتقالها من مجتمع تقليدي إلى مجتمع متحضر خاصة مع انتقال وسائل الإعلام إلى المنازل، ففضلها كشفت لها حقائق وأفكار وأساليب ساهمت في إحياء نشاط تفاعلي لديها⁽²⁾. كما أنّ أول مظهر مهم هو وصولها إلى متابعة دراستها، فلم يعد الأب الجزائري يرى عيبا في مواصلة ابنته للدراسة، فقد استمرت في التعليم ثمّ التخصص وصولا إلى الدراسات الجامعية وحتى ما فوق الجامعية، كما أنّها عند بلوغها مستوى دراسي كافي قد يصعب على الأهل الوقوف في وجه رغبتها، وذلك بالانضمام والدخول إلى الحياة المهنية وإلى عالم العمل، فقد صارت تعمل في قطاعات مختلفة كالصحة والتعليم والقضاء والسياسة... والتي كانت سابقا حكرا على الرجال⁽³⁾.

¹ - مصطفى بيتشفونشت، ترجمة دمري أحمد، العائلة الجزائرية التطور والخصائص الحديثة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1984م، ص 80 / 81.

² - صفية برطال، زهية محصر، تأثير مهنة المرأة الإعلامية على علاقاتها الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، جامعة الأغواط، كلية الحقوق والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع الاتصال، 2009م، ص 54.

³ - مصطفى بيتشفونشت، المرجع نفسه، ص 284.

❖ حقوق المرأة:

المرأة مرآة المجتمع، فهي التي تعكس مدى تقدمه وتطوره ورقبه، وبقدر مراعاة المجتمع لحقوقها ومساندتها والاهتمام بتعليمها يكون ارتقاؤه بأجياله، فحقوق المرأة ليست مجرد قضية إنسانية بل قضية وطنية ترتبط في مختلف المجالات الفكرية، السياسية والاقتصادية.

❖ حقوق المرأة وفق المنظمات العالمية:

أقرت المنظمات العالمية كالأمن المتحدة وغيرها من خلال اتفاقيات مجموعة من الحقوق للمرأة، وهي:

➤ حقوق المرأة الشخصية: وفقا للنظام الأوروبي فإنّ للنساء مجموعة من الحقوق الشخصية التي يتّمنّ بها، منها:

- ✓ الحق في اختيار الديانة.
- ✓ الحق في العمل أو عدمه.
- ✓ الحق في تغيير الجنسية.
- ✓ الحق في الاقتراض دون موافقة الزوج.
- ✓ الحق في شغل الوظائف العمومية⁽¹⁾.

➤ حقوق المرأة السياسية: للمرأة مجموعة من الحقوق السياسية أقرتها منظمة الأمم المتحدة خلال مؤتمر حقوق

المرأة السياسية والذي أقيم عام 1952م، وهي:

- ✓ المشاركة في صناعة القرارات العامة والسياسية.
- ✓ المساهمة في الاستفتاءات العامة.
- ✓ الانضمام للجمعيات المعنية بالشؤون السياسية والعامة.
- ✓ امتلاك الكفاءة المؤهلة للترشح للانتخابات في الهيئات التي يتم تشكيلها بالاقتراع.
- ✓ المساهمة في تشكيل سياسات الحكومة وتطبيقها.
- ✓ الحصول على منصب في الوظائف العامة.
- ✓ تولي الوظائف الحكومية على كافة المستويات.
- ✓ المساهمة في المنظمات غير الحكومية.

¹ - موضوع شوهده بتاريخ: 2018/03/31، على الساعة: 20:00 ليلا: من خلال الموقع الإلكتروني:

➤ حقوق المرأة العائلية: خلال اتفاقية المرأة واتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضدها، تمّ تحديد

مجموعة من الحقوق المتعلقة بحياة المرأة العائلية، وهي:

✓ تحديد السن الأدنى للزواج ومنع اتمام أي عقد للزواج قبل بلوغ أي من الطرفين لذلك السن، وذلك لتجنب تعرض المرأة للأعباء الزوجية والمنزلية في سن مبكر.

✓ موافقة المرأة على الزواج والرضا التام به، دون التعرض للإكراه، التعذيب، العنف اللفظي أو الجسدي.

✓ إلزامية توثيق عقود الزواج لدى الجهات الرسمية بهدف حفظ حقوق الزوجة، وإثبات نسب الأبناء.

✓ الحق في إنهاء عقد الزواج إذا استحال استكمال الحياة الزوجية واتخاذ الإجراءات التي تضمن تساوي مسؤوليات وحقوق كلا الزوجين عند إنهاء العقد.

✓ حق تحديد عدد الأطفال المراد إنجابهم، والمسافة العمرية بين كل طفل والحصول على توعية و تثقيف كاف للتمكن من ممارسة هذه الحقوق.

✓ اختيار العمل والمهنة والحصول على الممتلكات وإدارتها والتصرف فيها.

✓ الحق في الحفاظ على الجنسية وتغييرها أو اكتساب جنسية جديدة، بالإضافة إلى الحق بالاحتفاظ بجنسيتها وعدم تغييرها في حال تغير جنسية الزوج.

✓ تساوي حقوقها ومسؤولياتها مع الأب اتجاه الأبناء فيما يتعلق بالوصاية، الولاية، حماية الأطفال والعناية بهم سواء كانت متزوجة أم مطلقة.

✓ قدرتها على منح جنسيتها لأطفالها⁽¹⁾.

➤ حقوق المرأة التربوية: أقرت اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة مجموعة من الحقوق التربوية،

هي:

✓ المساواة في المرافق الدراسية والمناهج والامتحانات.

✓ القدرة على الحصول على مساعدات ومنح دراسية.

✓ التقليل من ظاهرة ترك الدراسة، ومحاولة تقديم المساعدات الدراسية للطالبات اللواتي تركن المدرسة مبكراً.

✓ المشاركة في الألعاب الرياضية والبدنية.

¹ - موضوع شوهد بتاريخ: 2018/03/31، على الساعة: 20:15 ليلاً، من خلال الموقع الإلكتروني:

➤ حقوق المرأة في ميدان العمل: للمرأة مجموعة من الحقوق متعلقة بميدان العمل أقرتها الأمم المتحدة، منها:

- ✓ إتاحة المجال لها بالاشتراك في الضمان الاجتماعي.
- ✓ المساواة في المعاملة والأجر وتقييم العمل.
- ✓ عدم الفصل من العمل بسبب الحمل أو إجازة الأمومة.
- ✓ الحصول على بيئة عمل سليمة وصحية، ومراعاة صحتها الإنجابية.
- ✓ اعتماد نظام إجازة الأمومة مدفوعة الراتب ودون فقدان العلاوات الاجتماعية.
- ✓ حماية المرأة من الأعمال المؤذية لها خلال فترة العمل⁽¹⁾.

❖ حقوق المرأة في الإسلام:

➤ حق المرأة في التعليم: حث الإسلام على التعليم ودعا إليه، فقد ورد عن الرسول صلى الله عليه وسلم أنه قال: "طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ"، وفي الخطاب الإسلامي دعوة لكل من الذكور والإناث على حد سواء، وحرص الدين الإسلامي على تعليم المرأة بوجه خاص، فعن أبي موسى الأشعري رضي الله عنه أنّ رسول الله عليه الصلاة والسلام قال: "أَيُّمَا رَجُلٍ كَانَتْ عِنْدَهُ وَلِيدَةٌ، فَعَلَّمَهَا فَأَحْسَنَ تَعْلِيمُهَا وَأَدَّبَهَا فَأَحْسَنَ تَأْدِيبُهَا ثُمَّ أَعْتَقَهَا وَتَزَوَّجَهَا فَلَهُ أَجْرَانِ"، كما ورد في السيرة النبوية والتاريخ الإسلامي ذكر العديد من الصحابييات اللواتي برعن في الطب والعلوم والفقه والحديث ورواية الشعر.

➤ حق المرأة في العمل: حرص الإسلام على عدّة مواضع على التأكيد بأنّ وظيفة المرأة الأولى هي تربية الأجيال، ولكنّه لم يجرمها من حقها في العمل وكسب الرزق، قال الله تعالى: ﴿وَقُلْ اْعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ...﴾⁽²⁾، ولكن حددت بعض الضوابط لعملها بما يتناسب مع أنوثتها وطبيعتها الجسمانية، وبما يكون بعيدا عن المحرمات ولا يعارض التزامها بالحجاب الشرعي.

➤ حق المرأة في الميراث: كانت المرأة في الجاهلية تورث ولا ترث، وبمجيء الإسلام أصبح لها حق في الميراث، قال الله تعالى: ﴿لِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ مِمَّا قَلَّ مِنْهُ أَوْ كَثُرَ نَصِيبًا مَّفْرُوضًا﴾⁽³⁾.

¹ - نفس الموقع السابق.

² - القرآن الكريم، سورة التوبة، الآية 105.

³ - القرآن الكريم، سورة النساء، الآية 7.

ترث المرأة نصف ما يرثه الرجل في أربع حالات، بينما ترث مثله أو أكثر منه في عشرات الحالات الأخرى، والحكمة من جعل نصيب الرجل أكثر من نصيب المرأة في بعض الحالات أنّ الإسلام ألزم الرجل النفقة وتقديم المهر، فيصبح من العدالة أن يكون نصيبه في الميراث أكبر مما يعينه على أداء واجباته.

➤ حقوق المرأة الزوجية: أقر الإسلام للمرأة حقّها في اختيار شريك حياتها، فقال عليه الصلاة والسلام: "لَا تُنكحُ الأيمُ حتّى تُسْتَأْمَرَ، وَلَا تُنكحُ البكرُ حتّى تُسْتَأْذَنَ، قَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ، وَكَيْفَ إِذْنُهَا؟ قَالَ: أَنْ تَسْكُتَ"، وجعل لها على زوجها كالمهر والعشرة بالمعروف والنفقة، والعدل بين زوجاته إذا كان له أكثر من زوجة كما جعل الإسلام لها الحق في طلب الطلاق إن لم تستطع الاستمرار في حياتها مع زوجها.

➤ حقوق المرأة في الملكية: شرع الإسلام للمرأة حق التصرف والمشاركة الاقتصادية والمالية كالبيع، والشراء والزكاة والملكية بشكل منفصل عن زوجها، إذ لا يحق له التدخل في كيفية تصرفها بأموالها⁽¹⁾.

❖ المرأة ومواقع التواصل الاجتماعي:

بصيغة أخرى: ماذا تفعل المرأة على هذه المواقع؟ لم تعد مواقع التواصل الاجتماعي وأدواته مجرد وسيلة لتعارف عابر أو اقتناص معلومة ما، بل صارت جزءا من حياتنا نفكر فيها قبل أن نفكر بتفصيل الفعل اليومي ذاته.

ووجدت المرأة العربية في هذه المواقع متنفسا ونشاطا إضافيا لحياتها تستطيع من خلاله أن تثبت وجودها وفعاليتها، كما تستطيع أن تتبنى النشاطات المختلفة وهي جالسة في منزلها دون أن يكلفها هذا الأمر خروجها أو جهدا إضافي أو العمل والتواصل على حساب أسرتها.

وصارت البرامج مثل: «واتساب» مجلسا للمرأة، فهو وسيلة لتبادل تحيات الصباح والليل وإرسال بطاقات التحيات المختلفة من شعر أو بطاقة ورد أو طرفة ما، كما أنه وسيلة فعالة للمعايدات في المناسبات المختلفة، إضافة إلى تَصْمُئِهِ خاصية تشكيل "جروب" حيث تستطيع عدة نسوة أن يجتمعن عليه ويتبادلن الأحاديث عن يومياتهن أو الاتفاق على نشاطات معينة أو فعاليات وغيرها، كما صار معرضا لصور "سيلفي" والتي ترسل فيه كل سيدة أو فتاة للأخرى صورة لها في مكان ما أو أثناء سهرة أو تسوق.

¹ - موضوع شوهد بتاريخ: 2018/03/31، على الساعة: 20:15 ليلا، من خلال الموقع الإلكتروني:

- <http://mawdoo3.com>.

ووصل الهوس يمثل هذه البرامج إلى درجة أن ربة المنزل لا تسمح لعائلتها أن تقرب مائدة الطعام قبل أن تقوم بتصويرها وإرسالها لأقاربها وأصدقائها لتتفاخر أمامهن بما صنعت⁽¹⁾.

ومن حسن حظ الأم أن برنامج مثل: «واتساب» صار قادرا على توصيلها مباشرة مع أبنائها وفي أي وقت للاطمئنان عليهم ومعرفة شؤونهم، إضافة إلى أنه وسيلة لا تكلف مالا خاصة بالنسبة لربة البيت التي لا تعمل.

أما بالنسبة للفايسبوك فإنه للمرأة أكثر من مجرد عملية تواصل، فهو قادر على أن يمثل خطوة نحو تأسيس أحلامها ومشاريعها التي لم تجد فرصة كافية لتنفيذها، فقد استطاعت النساء أن يدرن مجموعات على "الفايسبوك" منها للطبخ، الأزياء والموضة، ومنها للأدبيات ولعلوم الاجتماع والتربية ولتربية الطفل، كما مكنها من جعله وسيلة للدعوات المختلفة أو الحملات الخيرية التي تساهم بها.

وتشارك المرأة على الفيسبوك الآخرين في مختلف الاهتمامات، كما أنها تطلع على مختلف الأخبار، مما ساهم في رفع وعيها في المجتمع، والتعبير عن رأيها في مختلف الأمور كما جعلها متطلعة بشكل شبه يومي على الأحداث العالمية المختلفة حولها.

ويلعب برنامج "سكايب" دورا كبيرا أيضا في حياة المرأة، حيث صار وسيلة هامة في التواصل مع الآخرين لاسيما بميزة "الكاميرا" فيه والتي تجعل المرأة قادرة على رؤية من تحبهم مباشرة، خاصة التي تحدها عنهم المسافات، فتصير على متابعة دائمة على تطورات حياتهم وشؤونهم.

وبرنامج "فايبر" الذي صار بديلا عن الاتصال الهاتفي بميزته المجانية، وحديثا بدأ "Blog" يتخذ مكانته وتستغله النساء في نشاطاتهن خاصة الفكرية والاستفادة من ميزة التسجيل الصوتي فيه، والعديد من البرامج الأخرى التي ساهمت في جعل المرأة على نشاط دائم مع العالم الافتراضي وجعلها تبتكر عوالم ونشاطات كي تظل على خط المنافسة مع أخريات⁽²⁾.

¹ – <http://www.foochia.com/life/interests/30443-05/02/2018> à 18:30h

² – <http://www.foochia.com/life/interests/30443-05/02/2018> à 18:47h

➤ خلاصة:

وخلاصة لهذا الجزء نستطيع أن نقول: إنّ المرأة ذلك الكائن الحي العجيب الذي أسال حيرا كثيرا وأثار جدلا كبيرا منذ أقدم العصور، فهي الأم، الأخت، الزوجة والحبيبة... إلخ، التي تكلم عنها الفلاسفة، الشعراء، الكتاب وحتى من لا يحب الكتابة فهو لا ينسى بأنّها الركيزة الأساسية في كلّ بيت وهي الجزء الذي لا يتجزأ من المجتمع، فهي الفئة الأكثر تأثيرا بمتغيرات العصر ومفرزات العولمة.

الجزء الثاني:

مواقع التواصل الاجتماعي

➤ تمهيد.

1- مواقع التواصل الاجتماعي:

- أولاً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
- ثانياً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.
- ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.
- رابعاً: خدمات الشبكات الاجتماعية.

2- الفايسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي:

- أولاً: تعريف موقع الفايسبوك
- ثانياً: احصائيات استخدام الفايسبوك لسنة 2017.
- ثالثاً: فوائد وإيجابيات موقع الفايسبوك.
- رابعاً: سلبيات التعامل مع موقع الفايسبوك.

➤ خلاصة.

➤ تمهيد:

إنّ تطور تكنولوجيا الإعلام والاتّصال سمح بظهور الكثير من المفاهيم، فتكنولوجيا الأنترنت مثلا بلغت درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الثاني من الأنترنت الذي أتاح عديد الخدمات من خلال وسائله المتنوعة التي تأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث يعتبر هذه الأخير ثورة حقيقية، مما يعني انقلابا شاملا في أوجه الحياة سواء كانت سياسية، اجتماعية أو اقتصادية... إلخ.

ونخص بالذكر من هذه المواقع "الفيسبوك" الذي جاء على رأس هذا الواقع نظرا للدور الفعال في خلق ذلك الجو الاجتماعي الذي يلغي العديد من الحواجز المادية، السياسية، الثقافية، ويترك الفرد يعبر عن رأيه وما يشعر به من خلال إبداء رأيه مع جماعات ذات الاهتمام المشترك، كما عملت هذه المواقع على تطوير وتزويد الأفراد بالمعلومات والآراء والاتجاهات لتغيير أفكارهم ووجهات نظرهم، وبالتالي هذه المواقع الاجتماعية هي رؤية بديلة للإعلام بديل أفرزته تكنولوجيا الاتّصال.

❖ نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

تعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لظهور المواقع الاجتماعية أو التي تسمى شبكات التواصل الاجتماعي على الأنترنت، حين صمم «راندي كونرادز» موقعا اجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام (1995م) وأطلق عليه اسم «**Class mates .com.**»، و بهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس، حيث هذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات وقسم كل ولاية إلى مناطق وقسم كل منطقة إلى عدة مدارس وجميعها تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملائه، وتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع التواصل الاجتماعي آخر وهو موقع «**Six degrés. com.**» وكان ذلك في خريف عام (1997م)، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للانفتاح على مواقع التواصل الاجتماعي بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله، وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة (1997م/1999م) وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال المواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل: موقع الأمريكيين الآسيويين **Asianavenue.Com** وموقع البشر ذوي البشرة السمراء **Black planet. Com**، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من المواقع ، والتي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (1999م/2000م)، وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مراحله الأولى⁽¹⁾.

*المرحلة الأولى: يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب **Web1** وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات⁽²⁾.

شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها موقع **Live Journal** وموقع **CyWold** (1999م) الذي أنشئ في كوريا، وموقع **Ryze** الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية، ويجدر الإشارة في الطرح التالي: أنّ أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات

¹ - http://kenanonline.com/users/ozhor_gaper/posts/51288/04-02-2018 à 20:10

² - وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية، 2012م، ص 5.

الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنّها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية إلا أنّها لم تستطع أن تدر الربح على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.

***المرحلة الثانية:** يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن التأريخ للمرحلة الثانية بالموجة الثانية للويب **Web2** والمقصود هنا بأنّها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة، ويمكن أن نؤرخها لهذه المرحلة بانطلاق موقع التّواصل الاجتماعي **Friendster.com** وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع **Skyrock .com** كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب **Web**، وفي بداية عام (2003م) ظهر الموقع الشهير **ماي سبيس My Space.com** وهو من أوائل مواقع التّواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي مع العديد من المواقع مثل: **لنكدين LinkedIn.Com** والتي انطلقت رسمياً في الخامس من ماي (2003م)، والذي وصل عدد مستخدميه إلى **250 مليون** مشترك بنهاية شهر ديسمبر (2012م)، ثم كانت النقلة الكبيرة في عالم شبكات التّواصل الاجتماعي بانطلاق الموقع الشهير **الفايسبوك Facebook.Com**، حيث انطلق رسمياً في الرابع من فيفري عام (2004م)، و قد بدأ هذا الموقع أيضاً في الانتشار المتوازي مع شبكات التّواصل الأخرى، حتى تطور **الفايسبوك** من المحلية إلى الدولية⁽¹⁾.

❖ تعريف مواقع التّواصل الاجتماعي:

يعتبر مفهوم مواقع الشبكات الاجتماعية من أهم المفاهيم المرتبطة بالإنترنت والمجتمع الافتراضي الذي ذاع صيتها في السنوات الأخيرة، وهذا ما نلاحظه من خلال تزايد عدد مستخدميها بشكل كبير يوماً بعد يوم منذ الظهور الأول عبر الشبكة وذلك بهدف الاستفادة من خدماتها غير أن الحقيقة التي تستوقفنا أمام هذه الظاهرة هو التطور السريع لهذه المواقع على نحو لم تستطع الدراسات العلمية أن تواكبه وهذا ما نلمسه من خلال الاختلاف الواضح في وضع المحددات المفاهيمية الأساسية لموضوع مواقع الشبكات الاجتماعية.

وتعددت تعاريف مواقع الشبكات الاجتماعية وتختلف من باحث لآخر، حيث تعرف على أنها:

«برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعض البعض لعدد من الأسباب المتنوعة»⁽²⁾.

¹ - <http://kenanonline.com/users/ozhor-gaper/posts/5188-19/02/2018> à10:30h

² - Wasimee Kittiwongvirat. Pimonpha Rakkannan. Facebooking Your Dream. Master Thesis. 2010. P20.

تعرفها كذلك هبة محمد خليفة بأنها: « شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض بعد سنوات طوال، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم ».

وهكذا فشبكات التواصل الاجتماعي لم تعد فقط من أجل الدردشة أو التسلية، بل أصبحت وسيلة لإنجاز الأعمال والأخبار، الإعلان عن الوظائف والتواصل لمختلف الأهداف والأغراض، ويمكن من خلالها تبادل الأفكار والآراء والمشاعر أو الترويج لسلعة أو منتج معين أو إنجاز الأعمال في مجتمع افتراضي⁽¹⁾.

❖ خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الأنترنت، الأمر الذي ساهم في رفع هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع لآخر إلا أنها تشترك مع بعض في عدد من الخصائص منها⁽²⁾:

• أولاً: التعريف بالذات: وهي الخطوة الأولى للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي و إنشاء صفحة معلومات شخصية يضعها المستخدم ويطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصور، الصوت، التعليقات، الفيديوهات، والموسيقى وغيرها من الوظائف الأخرى.

• ثانياً: الافتراضية: يطلق عليه كذلك طرق جديدة لتكوين المجتمع، بحيث تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد من خلق صداقات يبادلونهم الاهتمام والمحتوى⁽³⁾.

وبالتالي فهي تساهم في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الأنترنت، غير أن المواقع دعمت طرق جديدة للاتصال بين الناس، فمستخدمي هذه المواقع يخبرون في أساليب الاتصال كالرسم، إضافة إلى الانضمام إلى مجموعات قراء الكتب التي أحبوا و فيديوهات وغيرها من الخدمات⁽⁴⁾.

¹ - كافي جهاد ، تمزور الزهرة، موقع التواصل الاجتماعي وأثرها على التحصيل الدراسي للتلميذ في الطور الثانوي [الفاييسوك كنموذج]، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع ، تخصص تربوي، جامعة الأغواط عمار ثليجي 2016م، 2015م، ص13.

² - حسام الدين قريبيز، محمد بوزكري، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين صورة المؤسسة (دراسة حالة: مؤسسة اتصالات الجزائر)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة الأغواط، 2013م/2014م، ص35.

³ - Wasimee kittiwongviat.P20

⁴ - Romina. Cachia. Social Computing. 2008.

- ثالثا: سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي: بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الأنترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية، فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على تواجد عبر الشبكة من خلال الحصول على صفحتها الشخصية، ولكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها واستضافة الموقع غالبا ما يتحمل تكاليف، في حين أن هذه الشبكات مجانية ومفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل فيها⁽¹⁾ في الوقت الذي يتم فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع.
- رابعا: التفاعلية: وهي خاصية أتاحت لمتلقي المادة الإعلامية المشاركة في منافسة هذه المادة ويولي برأيه فيها ويعلق عليها مصححا أو مضيفا أو موضحا...
- و عن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع أن يتحاور مباشرة مع صناع المادة الإعلامية، وذلك عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات لعرض آرائه، ولقد سعت مواقع التواصل الاجتماعي منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.
- خامسا: الاهتمام: هي شبكة تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، موسيقى، سوق المال، سياسة، الصحة، الشؤون الخارجية وغيرها⁽²⁾.
- سادسا: التفتيت: وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها لتلائم الأفراد أو الجماعات الصغيرة أو المتجانسة بدلا من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة.
- سابعا: الحركة: حيث يمكن تحريك الرسائل الجديدة إلى أي مكان مثل: الحاسب الشخصي والهاتف المحمول، وكاميرا الفيديو المحمولة.
- ثامنا: المرونة: حيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر، وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب منها.
- تاسعا: قابلية التحويل: حيث أتاح الاتصال الرقمي لإمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة أو العكس.
- عاشرا: قابلية التوصيل: وتعني دمر الأجهزة ذات النظم المختلفة بغض النظر عن الشركة الصانعة.

¹ - قريبيز، مرجع سبق ذكره، ص35.

² - قريبيز، مرجع سبق ذكره، ص36.

➤ وهناك أيضا مزايا يمكن ذكرها في نقاط:

- ✓ بيئة جذابة ومشوقة لجميع مستخدمي الإنترنت.
- ✓ وسيلة تواصل وتفاعل مناسبة لجميع فئات المجتمع.
- ✓ أهم وسائل الإعلام الاجتماعي.
- ✓ طرح المواضيع الشخصية بحرية بشكل اجتماعي⁽¹⁾.

❖ خدمات الشبكات الاجتماعية:

تقدم الشبكات الاجتماعية أو صفحات الويب خدمات عديدة لمتصفحها فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون في المشاركة معهم في اهتماماتهم وبظهور شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك وغيره، و توسعت الخدمات المرجوة من هذه الشبكات ومنحت متصفحها إمكانية واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم، الثقافة، الرياضة، وغيرها، وهذه الشبكات هي عبارة عن مواقع اجتماعية⁽²⁾.

وهي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولازالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع، هي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع، ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه، كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع، أما أشهر تلك المواقع فهما «الفايسبوك» و«التويتتر».

ومن الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات هي: إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم، ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة وتنقسم المواقع الاجتماعية إلى قسمين رئيسيين هما:

✓ **القسم الأول:** هي مواقع تضم أفراد أو مجاميع من الناس تربطهم إطارات مهنية أو اجتماعية محددة، وتعتبر هذه المواقع مغلقة لا يسمح بالدخول إليها من عامة الناس عدا من هم أعضاء في هذه المواقع التي تتحكم فيها شركات أو مؤسسات معينة وهي من تقوم بدعوات المنتسبين إليها.

¹ - حسن عماد مكاي ، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط6، 2006م، ص107.

² - محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية (العربية نموذجاً)، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال ،كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012م، ص80.

✓ **القسم الثاني:** هي مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة للجميع ويحق لمن لديه حساب على الأنترنت الانضمام إليها واختيار أصدقائهم والتشبيك معهم وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها ومن هذه المواقع شبكة الفايسبوك⁽¹⁾.

❖ الفايسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي:

إذا يعتبر واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء⁽²⁾.

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال الفايسبوك على أنه: موقع خاص بالتواصل الاجتماعي، يتيح نشر الصفحات الخاصة **profiles** وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.

بدأ الفايسبوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفارد «مارك زوكربيرج **Mark Zuckerberg**» الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم، وكانت فكرته تقتضي بإنشاء موقع أنترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعرف بغية التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج. وبالفعل جسد فكرته التي رأت النور في **4 فيفري 2004م**، ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا ليصبح اليوم من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها استخداما على الإطلاق.

الفايسبوك هو أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي الموجودة على شبكة الأنترنت وهو أحد رموز وأبرز نتائج تكنولوجيا المعلومات والتواصل الحديثة⁽³⁾، يقوم هذا الموقع بتقديم جميع خدماته مجانا وذلك بانضمام المستخدم إلى الشبكة عبر التسجيل في الموقع ومن ثم يتمكن من التواصل مع الآخرين بإضافتهم إلى قائمة الأصدقاء وإرسال رسائل نصية وإنشاء ملف خاص لكل مستخدم يحتوي على معلوماته الشخصية وصوره، ويمكنه تبادل الرسائل والصور ونشرها على صفحته الشخصية ليتمكن الأصدقاء من رؤيتها⁽⁴⁾.

يعتبر الفايسبوك إحدى وسائل الاتصال التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني تملكه شركة الفايسبوك المساهمة العامة، تتعدد الجهات التي

¹ - محمد المنصور، مرجع سبق ذكره، ص 81.

² - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، الشروق، 2008م، ص 218.

³ - وردشان، موقع البرونزيه النسائي، المواضيع الجديدة في الكمبيوتر وبرامجه والأنترنت، شوهدي يوم 2018/02/21م، على الساعة: 16:00 مساء.

<http://www.broonzaah.net/vb/t77624html>

<http://www.almrsal.com.22/02/2018-10:05h>.

⁴ - نادية راضي، أفضل شبكة التواصل الاجتماعي:

تستخدم الفاييسبوك في الوقت الحالي وتعدد الأغراض أيضا فقد يستخدم الفاييسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة أو للدعاية والإعلان، فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك في كافة مناحي وأمور الحياة ومتطلباتها، لما وفره من سهولة في تكوين القاعدة الجماهيرية المطلوبة لأي عمل من الأعمال، ولما وفره أيضا من سهولة في نشر الآراء والأفكار والأنشطة التي تصل إلى مختلف الناس مهما كانت شرائحهم في أسرع وقت ممكن⁽¹⁾.

وكتعريف مختصر للفايسبوك: الفاييسبوك هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في فيفري عام 2004م في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى «مارك زوكربيرغ» وكانت مدونته الفاييسبوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبمحدود أصدقاء "زوكربيرغ" الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له أن هذه المدونة ستحتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة⁽²⁾. حيث تم فتحه أمام جميع المستخدمين وكل من يمتلك بريدا إلكترونيا خصوصا به في عام 2006م، أما عام 2008م فهو العام الذي شهد إعلان إيرلندا وتحديد العاصمة دبلين مقرا رسميا لشركة الفاييسبوك⁽³⁾.

وأشارت الإحصائيات أنّ الفاييسبوك هو الشبكة الاجتماعية الأكثر رواجاً وشعبية حول العالم، حيث تشير الإحصائيات في نهاية الربع الثالث من عام 2016م إلى وجود 1,79 مليار مستخدم (فعال ومتفاعل) شهريا، وذلك بارتفاع 16% عن عام 2015م.

الفايسبوك أيضا هو الشبكة الأكثر رواجاً في البلدان العربية، وتشير الإحصائيات بداية عام 2017م إلى وجود ما يقارب 156 مليون مستخدم (فعال ومتفاعل)، بزيادة 41 مليون مستخدم مقارنة بعام 2016م الذي كان فيه إجمالي عدد المستخدمين في الدول العربية 135 مليون مستخدم.

• اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداما على موقع الفاييسبوك بنسبة 55%.

¹ - عبد الحميد شمس الدين، مقال، شوهد يوم 2018/02/23م، على الساعة 10:30 صباحا، على الموقع: <http://mawdou3.com>

² - نبيل عيد، دراسة حول المواقع الاجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفاييسبوك، تويتر، واليوتيوب، 2018/02/23م-13:00.

³ - محمد محمد، موضوع اقرأ عربي: شوهد يوم: 2018/02/23-14:30، على الموقع: <http://mawdoo3.com>

✓ الجدول رقم *01*: يبين ترتيب الدول العربية من حيث أعداد مستخدمي الفايبروك 2017م⁽¹⁾:

الدول العربية	عدد المستخدمين	النسبة المئوية للسكان (%)
مصر	أكثر من 33 مليون	مايشكل 37
السعودية	أكثر من 18 مليون	58
الجزائر	أكثر من 16 مليون	43
العراق	أكثر من 13 مليون	40
المغرب	أكثر من 12 مليون	40
الإمارات	أكثر من 8 مليون	94
سوريا	أكثر من 6 مليون	37
تونس	أكثر من 5 مليون	55
الأردن	أكثر من 40 مليون	66
السودان	أكثر من 3 مليون	8
ليبيا	أكثر من 2 مليون	49
الكويت	أكثر من 2 مليون	71
لبنان	أكثر من 2 مليون	56
قطر	أكثر من 2 مليون	59
اليمن	أكثر من 2 مليون	8
عمان	أكثر من مليون	41
فلسطين	أقل من مليون	34
البحرين	أقل من مليون	73
جيبوتي	أقل من مليون	20
موريتانيا	أقل من مليون	11
جزر القمر	أقل من مليون	9
الصومال	أقل من مليون	8

¹- إحصائيات استخدام الفايبروك في الدول العربية لسنة 2017م، (جداول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات google)، شوهده بتاريخ: 2018/02/25م، على الساعة 19:30 مساءً على الموقع:

✓ الجدول رقم *02*: يبين ترتيب الدول العربية من حيث مقدار الزيادة في عدد مستخدمي الفايبر في 2017م⁽¹⁾:

الدول العربية	مقدار الزيادة في عدد المستخدمين
مصر	زيادة بمقدار 14 مليون مستخدم
الجزائر	9,3 مليون
العراق	7,2 مليون
السعودية	5,7 مليون
المغرب	5,3 مليون
الإمارات	2,7 مليون
الأردن	1,6 مليون
تونس	1,4 مليون
ليبيا	1,1 مليون
لبنان	مليون
قطر	928 ألف
السودان	827 ألف
الكويت	782 ألف
عمان	671 ألف
الصومال	558 ألف
اليمن	421 ألف
فلسطين	314 ألف
البحرين	280 ألف
موريتانيا	185 ألف
جيبوتي	74 ألف
جزر القمر	32 ألف

● سوريا انخفاض بمقدار 374 ألف مستخدم.

¹ - إحصائيات استخدام الفايبر في الدول العربية من حيث مقدار الزيادة في عدد مستخدميه لسنة 2017م، (جداول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات google)، شوهد بتاريخ: 2018/02/25م، على الساعة 19:50 مساءً على الموقع:

- <https://www.google.dz/amp/s/weedoo:tech>

✓ الجدول رقم *03*: نسب توزيع مستخدمي الفايبيوك في البلدان العربية 2017م⁽¹⁾:

الدول العربية	النسبة المئوية (%)
مصر	23
السعودية	13
الجزائر	12
العراق	10
المغرب	09
الامارات	06
سوريا	05
تونس، الأردن، اليمن، عمان، فلسطين، البحرين، جيبوتي، موريتانيا، جزر القمر، الصومال.	04
لبنان، السودان، ليبيا، الكويت، قطر.	02

✓ إحصائيات استخدام موقع الفايبيوك في الجزائر:

بلغ عدد المستخدمين النشطين في الجزائر 20 مليون مستخدم شهريا وأعلنت شركة «فايبيوك» عن إحصاءاتها في الجزائر لعام 2017م، هذه النتائج تشمل الفئات الأكثر استعمالا من طرف الجزائريين بالإضافة إلى العدد النشط شهريا حول هذه الشبكة، مع أكثر الصفحات التي يزورها الجزائريون.

وأبانت الإحصائيات الجديدة أن المستخدمين النشطين شهريا حول الموقع يتراوح عددهم بين 15 و20 مليون مستخدم نشط شهريا، منهم نسبة 65% رجال و35% نساء، وأكثرهم من الفئة الشبابية التي تتراوح أعمارهم ما بين 18 و24 سنة، حيث تشغل هذه النسبة 53% من العنصر النسوي ونسبة 38% من العنصر الرجالي، أما بالنسبة للفئة الثانية وهي ما بين 25 و34 سنة فتشغل 39% من الرجال و32% من النساء، أما لباقي الفئات فهي بنسبة قليلة.

أغلب مرتادي هذه الشبكة هم عزاب غير متزوجين بنسبة 49%، ونسبة 29% من مستخدمي الشبكة متزوجين، 9% منهم من فئة المخطوبين، أما بنسبة 14% فهم من وضعوا حالة مرتبط على حسابهم، كذلك

¹ - إحصائيات تُوَزَع مستخدمي موقع الفايبيوك في البلدان العربية سنة 2017م، (جداول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات google)، شوهد بتاريخ: 2018/02/25م، على الساعة 20:30 مساء على الموقع:

الفتة التي تتراد موقع الفاييسبوك أغلبها من الفتة الجامعية، يليها التلاميذ من المرحلة الثانوية، وفيما يخص الولايات الأكثر استعمالا لهذا الموقع فقد كان النصيب الأكبر للعاصمة بنسبة 31% تليها مدينة وهران ثم قسنطينة ثم سطيف، باتنة، ورقلة وعنابة.

وبالحديث عن أكبر شيء يزوره ويبحث عنه الجزائريون، سجلت القائمة حضور صفحات دينية، ثقافية، إخبارية، رياضية فقد احتلت صفحة الداعي المصري Amr Khaled المرتبة الأولى تليها صفحة Journal El Bilad الإخبارية، وشهدت القائمة متعاملي الهاتف النقال «جازي و أوريدو» و صفحة الإعلامي والمعلق حفيظ دراجي.

أما فيما يخص التخصصات التي سجلت حضورا مميذا في القائمة كانت التخصصات العلمية بشكل عام كالإقتصاد، الإحصاء، الإعلام الآلي، الرياضيات وكافة العلوم الأخرى، وأيضا سجل الجانب الرياضي حضوره وكذلك الجانب الفني⁽¹⁾.

❖ فوائد وإيجابيات موقع الفاييسبوك:

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم، ومن هذه الخدمات:

1. إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع: وذلك عن طريق:

✓ إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم، فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على هذا الموقع، ومتاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إيجابا على الطلب الذي تلقاه.

✓ إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع، حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

✓ اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.

✓ إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماءهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذ حياتهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.

✓ إتاحة المجال لحذف أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.

¹ - <http://www.Android.dz.com/11-02-2018> à22:30h.

2. خدمة الشركات وأصحاب العمل: في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفايسبوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين.
3. يتيح الفايسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور: بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفايسبوك، وكذا تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الإلكتروني⁽¹⁾.
4. متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات: كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية، بحيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفايسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم.
5. إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صورة ومقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها للرجوع إليها في أي وقت يشاء، حيث يمكن للفيسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.
6. الفايسبوك هو وسيلة للتعرف على أصدقاء جدد وهو وسيلة للتسلية أيضا ويمكن أن تبقى مع اتصال مع الأصدقاء والأقارب بواسطته إلى ابقتك في الحدث أينما كان، ويمكنك زيادة رصيدك الثقافي والمعلوماتي من خلال التحدث ومناقشة الأشخاص في كل أرجاء الكرة الأرضية والاطلاع على خبراتهم وعاداتهم وتقاليدهم. وللفايس معاني راقية وعلاقات مبنية وجسورا من التواصل للقريب قبل البعيد⁽²⁾.
7. كذلك من إيجابيات هذا الموقع استغلاله في الأبحاث العلمية والأكاديمية واستخدامه في الدعايات الانتخابية كما حدث في الانتخابات الرئاسية الأمريكية والتعرف على الإحصائيات الحديثة والتقارير ومحاربة البدع والرد على الشبهات والإساءات عن الدين ومتابعة العلماء والاستفسار عن الفتاوى ومتابعة أحوال المسلمين في كل مكان والتكاتف معهم، وكذلك الدعوة إلى الله والتعريف بالإسلام ومحاسنه والتواصل بين أفراد الأسرة عند تفرقهم وابتعادهم عن أوطانهم فيخلق جو أسريا يفتقدونه بمتابعة اخبارهم يوم بيوم.
8. يعتبر وسيلة اقتصادية توفر تكلفة الاتصالات بالوسائل الأخرى⁽³⁾.

¹ - www.palaf.net.26/01/2018 à22:45h.

² - www.palaf.net.26/01/2018 à22:55h.

³ - www.madaroress.com.27/01/2018 à21:00h.

❖ سلبيات التعامل مع موقع الفاييسبوك:

بالرغم من كل هذه الإيجابيات إلا أنّ موقع الفاييسبوك شأنه شأن الأشياء الأخرى التي تؤثر في حياة البشر بالإيجاب والسلب، وعندما أتحدث عن سلبيات الفاييسبوك أجد أشياء كثيرة لعل أهمها وأخطرها:

✓ إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية: وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا في استخدام موقع الفاييسبوك والتواصل عبر مجتمع أو المجتمعات الافتراضية وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانات أو الانعزال وقد أكدت دراسة للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في مصر أنّ خمس حالات للطلاق تعود لاكتشاف شريك الحياة ووجود علاقة من الطرف الآخر عبر الأنترنت من خلال موقع الفاييسبوك، وهذا الأثر السلبي لسوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي دفع البعض إلى إصدار فتوى بتحريم التواصل عبر هذه المواقع من باب درء المفاسد مقدم على جلب المصالح⁽¹⁾.

✓ انتهاك خصوصية المشتركين: حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية بمجرد نشرها، حيث لو اتخذ المشترك كل الإجراءات اللازمة للأمان، فمن الممكن أن تصل هذه إلى دائرة أوسع كثيرا من الدائرة المقصودة أصلا بطرق عدة ويصبح سحبها بعد ذلك مستحيلا، فإدارات الخصوصية في الفاييسبوك تستطيع أن تخفض انكشاف المعلومات وكذلك يمكن لرجال القانون بموافقة وتصريح من المحاكم المختصة معاينة أي معلومات يرون أنّها ضرورية لمساعدتهم في عملهم دون النظر إلى الخصوصية⁽²⁾.

✓ استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية: يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفاييسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك⁽³⁾.

وقد أكّد (هاتر بيترتيور) المفوض الاتحادي السويسري لحماية البيانات الخاصة أن مواقع مثل الفاييسبوك باتت مصدرا للمعلومات تلجأ إليه أجهزة المخابرات كما تستخدمها الشركات لتجسس.

¹ - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2013م، ص66.

² - علي خليل شقرة، نفس المرجع، ص 67.

³ - نفس المرجع، ص69.

واستغلال المخابرات الإسرائيلية لوسائل الإعلام عبر تحليل محتوياتها والربط بينها وبين كثير من المعلومات من مصادر أخرى، هو أسلوب معروف اتبعته هذه المؤسسة عبر التاريخ الطويل للصراع العربي الإسرائيلي⁽¹⁾.

✓ اكتساب عادات وتقاليد غربية بعيدة كل البعد عن عادات وتقاليد شرقية عربية، فكلما كان مصدرا للثقافة والانفتاح المعرفي يقابل ذلك أنه مصدر لنشر الأفكار المسيئة والصور الفاضحة والفيديوهات المخلة للآداب⁽²⁾.

✓ يؤدي هذا الموقع إلى إضاعة الوقت بالجلوس إلى ساعات طويلة دون استفادة معينة من الشخص، وإهمال الصلوات في أوقاتها وظهور مواقع تخصص في استغلال الأطفال والمراهقين في أعمال انحرافات واغوائهم من خلال غرفة الدردشة⁽³⁾.

ومن خلال هذا نقول أنّ موقع الفايسبوك بالرغم من أهميته إلا أنه لا يمكن استغلاله دائما في كل المواقف لأنّه سلاح ذو حدين: الحد الإيجابي سلاح للمعرفة والثقافة والتواصل، والحد السلبي سلاح فتاك يهدم صاحبه إذ لم يحسن استخدامه .

¹ - علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص74.

² - www.palaf.net.28/01/2018 à22:00h.

³ - www.meghaier.hoox.com.29/01/2018 à17:16h.

➤ خلاصة:

وخلاصة لهذا الجزء يمكن أن نقول: أنّ مواقع التّواصل الاجتماعي في نشأتها مرتت بمرحلتين أساسيتين هما: المرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية وظهرت مع الجيل الأول للويب **web1**، والمرحلة الاكتمالية لهذه الشبكات ويمكن التّاريخ لها بالموجة الثانية للويب **web2**، حيث مكن ظهور مواقع التّواصل الاجتماعي من التّواصل عبر الأفراد من مختلف أنحاء العالم، وذكرنا أبرزها الفايسبوك الذي يعدّ أحد مفرزات تكنولوجيا الاتّصال الحديثة بحيث أصبح الاهتمام به يتزايد يوما بعد يوم ويأخذ أبعادا وأهمية وتأثيرا خاصة مع تطور أدوات وتقنيات إعلامية حديثة التي زادت من فعالية الاتّصال الجماهيري، حتى أصبحت وسائل الإعلام ميدنا كبيرا ومجالا خصبا للمنافسة.

الفصل الثالث:

الإطار الميداني للدراسة

➤ تمهيد.

1- عرض وتحليل الدراسة الميدانية:

- أولاً: عرض وتحليل الجداول الخاصة بالبيانات الأولية.
- ثانياً: عرض وتحليل الجداول الخاصة بكيفية استخدام الفايبيوك.

- ثالثاً: عرض وتحليل الجداول الخاصة بالفرضية الأولى.
- رابعاً: عرض وتحليل الجداول الخاصة بالفرضية الثانية.

2- تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

- أولاً: تحليل النتائج المتعلقة بالبيانات الأولية.
- ثانياً: تحليل النتائج المتعلقة بعادات وأنماط مستخدمات الفايبيوك.

- ثالثاً: تحليل نتائج الفرضية الأولى.
- رابعاً: تحليل نتائج الفرضية الثانية.

➤ الاستنتاج العام

➤ تمهيد:

تعتبر الدراسة الميدانية أهم خطوة في إنجاز أي دراسة علمية لكل باحث، فهي تضفي الصيغة العلمية على بحثه، وهذا للتعامل مع الظاهرة المدروسة بطريقة علمية والكشف عن أسبابها والنتائج المترتبة عليها، فالجانب الميداني لا تقل أهميته عن الجانب النظري، فبعد التطرق إلى هذا الأخير انتقلنا إلى الجانب الميداني العلمي، إذ يتناول هذا الجزء من الدراسة عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا على المعطيات المتحصل عليها من استمارة المقابلة التي كانت بين الباحث والمبحوث، وقد تمّ تبويب الإجابات بشكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية، تمّ التعليق عليها كما وكيفا من أجل إيجاد تفسيرات ذات دلالات لأجوبة المبحوثين. وفيما يلي سيتم عرض وتحليل بيانات بيانات الدراسة واستخلاص النتائج العامة.

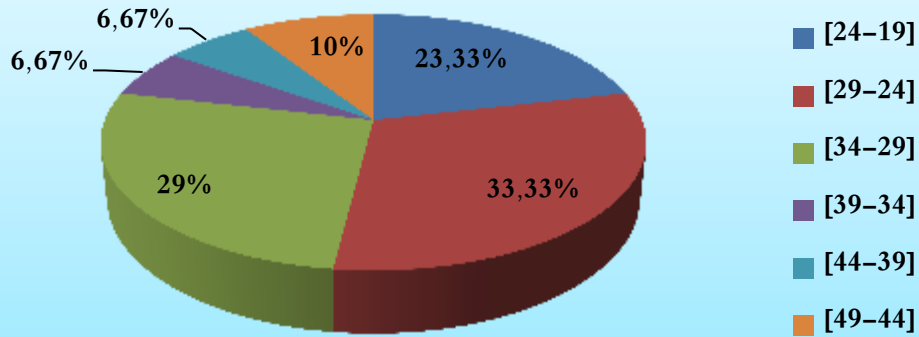
1. عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:

▪ تحليل الجداول الخاصة بالبيانات الشخصية:

– الجدول رقم *01*: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

النسبة المئوية (%)	التكرار	السن
23,33	7	[24-19]
33,33	10	[29-24]
20	6	[34-29]
6,67	2	[39-34]
6,67	2	[44-39]
10	3	[49-44]
100	30	المجموع

الشكل رقم *01*: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.



ولحساب هذا الجدول اتبعنا الخطوات التالية:

• أولاً: كيفية حساب الفئات العمرية:

➤ تحديد عدد الفئات: نرسم له بحرف C:

$$C=6$$

➤ حساب المدى: نرسم له بحرف R:

$$R = \text{MOX} - \text{MIN} \quad \text{أو بمعنى أصغر قيمة} - \text{أكبر قيمة} = R$$

$$R=47-19=28$$

➤ حساب طول الفئة: نرمز له بحرف L:

$$L = \frac{R}{C} = \frac{28}{6} = 4.66 \simeq 5$$

• ثانيا: كيفية حساب النسب المئوية:

➤ النسب المئوية = $\frac{\text{التكرار}}{\text{المجموع الكلي للعينة}} \times \text{مائة}$. أي:

$$x = \frac{7 \times 100}{30} = 23.33$$

❖ وهكذا يتم حساب بقية النسب المئوية لجميع التكرارات.

✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *01:

يتضح لنا من خلال الجدول رقم *01: والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن أن:

* أكثر المبحوثات استخداما للفايسبوك يتراوحن أعمارهن ما بين [24-29] سنة، بحيث شكلت أعلى نسبة قدرت بـ 33,33% أي بتكرار 10 مفردات.

* الفئة التي تليها يتراوحن أعمارهن ما بين [19-24] سنة، قدرت بنسبة 23,33% ما يعادل 7 مفردات، تفوق بقليل نسبة 20% بتكرار 6 مفردات التي يتراوحن أعمارهن ما بين [29-34] سنة.

* الفئة العمرية [34-39] و [39-44] سنة، سجلت أصغر نسبة قدرت بـ 6,67% بتكرار 2 (مفردتان).

✓ التحليل:

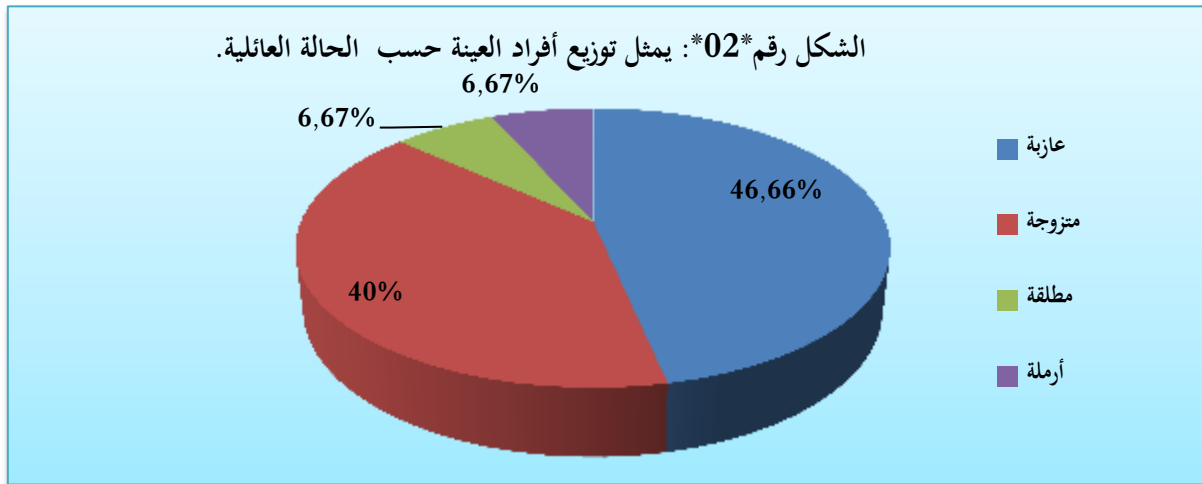
نستنتج أن الفئة الأكثر استخداما لموقع الفاييسبوك هي الفئة العمرية من [24-29] سنة، وتعتبر هذه النتائج منطقية في أغلب الدراسات، حيث نجد الشابات والمراهقات هنّ الأكثر استعمالا لوسائل الإعلام الجديد: الأنترنت، مواقع الدردشة ومواقع التواصل الاجتماعي، نظرا لتعدد رغباتهن التي يسعون لتلبيتها، على أن النسب أضعف عند الفئات العمرية الأخرى، وربما يرجع الأمر كذلك لمساحة الحرية الأكثر وهذا ما تأكده الأستاذة فاطمة الزهراء عماري في دراستها⁽¹⁾.

¹ - فاطمة الزهراء عماري، استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكة التواصل الاجتماعي [فايسبوك نموذجا]، جامعة الجزائر 03، 2012، ص

رغم أننا نجد الدكتور علي عقله نجادات ومن خلال دراسته يرى أنّ الفئة العمرية التي تقع ما بين [36-45] سنة، هي الأكثر نسبة لاستخدام الفايسبوك وذلك راجع إلى الروتين القاتل⁽²⁾.

❖ الجدول رقم*02: يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية:

النسبة المئوية (%)	التكرار	الحالة العائلية
46,66	14	عازبة
40	12	متزوجة
6,67	2	مطلقة
6,67	2	أرملة
100	30	المجموع



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم*02:

نلاحظ من خلال هذا الجدول، أنّ:

* فئة النساء العازبات شكلت أعلى نسبة قدرت بـ 46,66% أي بتكرار 14 مفردة.

* تليها نسبة المتزوجات أقل منها بقليل وتقدر بـ 40% ما يعادل 12 مفردة.

* في حين الأرمال والمطلقات يستخدمن موقع الفايسبوك بنسب متساوية تقدر بـ 6,67% بتكرار(2) مفردتان فقط فهي تعد أقل نسبة.

² علي عقله نجادات، استخدامات الأسرة الأردنية للفايسبوك Facebook، والإشاعات المحققة منها، 2 - 24 جمادى الأولى 1433هـ، الموافق لـ 15-16 أبريل 2012م، ص 11 (بتصرف).

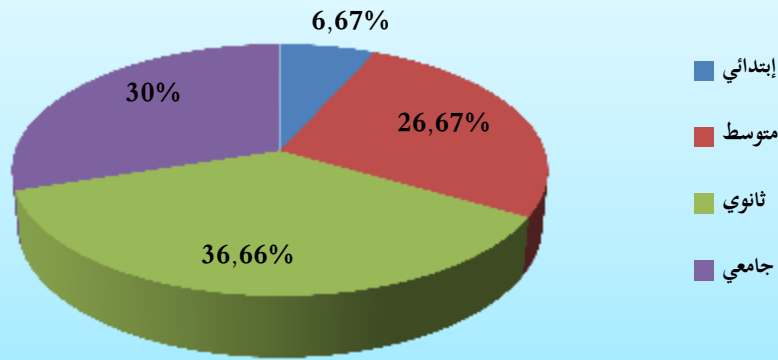
✓ التحليل:

نستنتج أنّ النساء العازبات هنّ الأكثر استخداماً للفيسبوك، نظراً لأنّ لديهنّ الحظ الأوفر والوقت الكافي لمتابعة وتصفح موقع التّواصل الاجتماعي، وهذا ربما يرجع إلى انعدام الأولاد بحيث أنّ النساء العازبات أو اللواتي لديهنّ عدد قليل من الأطفال هنّ الأكثر تصفحاً لهذا الموقع.

❖ الجدول رقم *03*: يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة المئوية (%)	التكرار	المستوى التعليمي
6,67	2	ابتدائي
26,67	8	متوسط
36,66	11	ثانوي
30	9	جامعي
100	30	المجموع

الشكل رقم *03*: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *03*:

من خلال الجدول رقم *03* والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، يتضح لنا أنّ:

* أكثر نسبة من النساء الماكثات بالبيت والمستخدمات للفيسبوك ذات المستوى التعليمي ثانوي بنسبة 36,66% أي ما يعادل 11 مفردة.

* تليه النساء ذات المستوى الجامعي بنسبة 30% ما يعادل 9 مفردات.

* فحين أنّ اللواتي مستواهنّ التعليمي متوسط قدرت بنسبة 26,67% بتكرار 8 مفردات.

* أقلّ نسبة تمثّلت في ذوات المستوى التعليمي ابتدائي قدرت بـ 6,67% أي بتكرار (2) مفردتان.

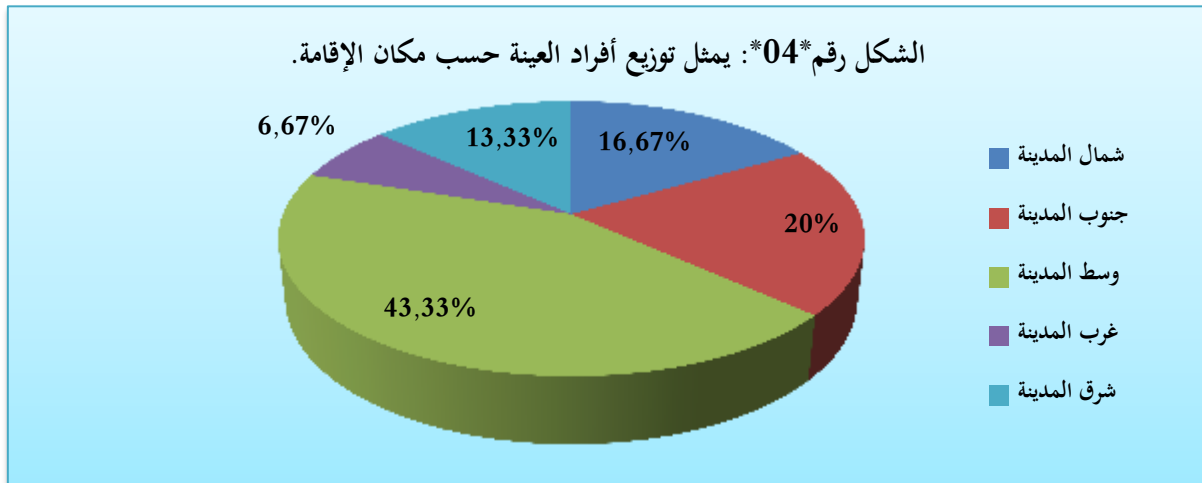
✓ التحليل:

نستنتج أنّ النساء اللواتي مستواهن التعليمي ثانوي يمثلون أعلى نسبة، وهي الشريحة الأكثر استخداماً للفيسبوك، إضافة إلى أنّ النسب كانت متقاربة بين المستويات التعليمية الثلاث [متوسط، ثانوي، جامعي] وهذا محاولة منا للخروج بنتائج تتميز بالمصداقية، وربما يرجع هذا إلى أنّ أعلى مستوى في الجانب التعليمي.

وافقت نتائج هذا السؤال قول الدكتور علي عقلة بنجادات من خلال دراسته⁽³⁾.

❖ الجدول رقم*04: يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة:

النسبة المئوية (%)	التكرار	مكان الإقامة
16,67	5	شمال المدينة
20	6	جنوب المدينة
43,33	13	وسط المدينة
6,67	2	غرب المدينة
13,33	4	شرق المدينة
100	30	المجموع



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم*04:

يتضح لنا من خلال الجدول رقم*04: والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة، أنّ:

³ - علي عقلة بنجادات، مرجع سبق ذكره، ص 11.

* أكثر المبحوثات استخداما للفايسبوك هن متواجدات بوسط المدينة سجلت أعلى نسبة قدرت بـ **43,33%** أي بتكرار **13** مفردة.

* تأتي في المرتبة الثانية المقيّمات في جنوب المدينة بنسبة **20%** ما يعادل **6** مفردات تفوق بقليل نسبة **16,67%** بتكرار **5** مفردات مقيّمات بشمال المدينة.

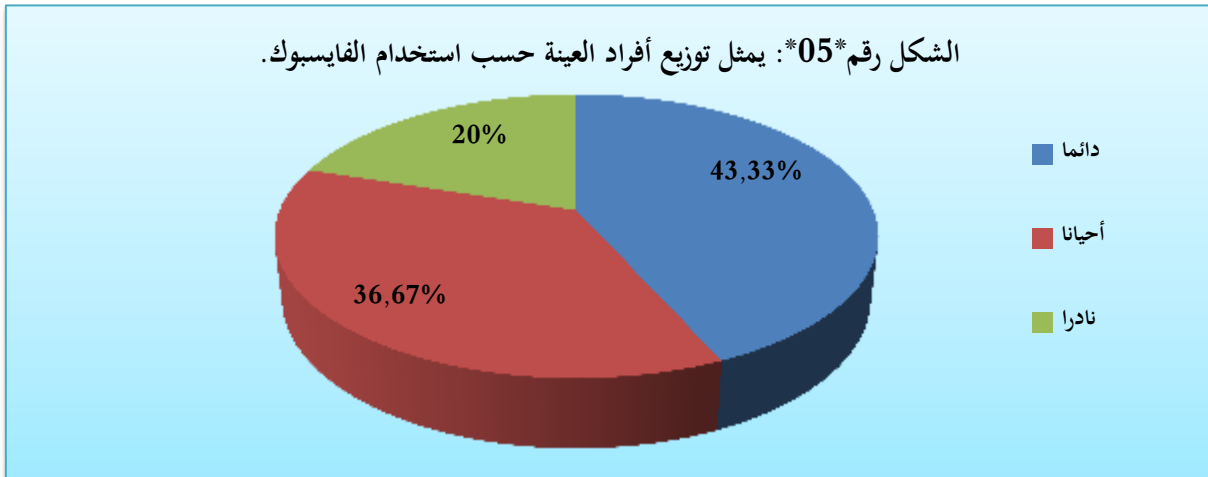
* تليها شرق المدينة بنسبة **13,33%** أي بتكرار **4** مفردات.

* غرب المدينة سجلت أقل نسبة قدرت بـ **6,67%** أي بتكرار **(2)** مفردتان.

■ تحليل الجداول الخاصة بالبيانات المتعلقة بكيفية استخدام الفاييسبوك:

❖ الجدول رقم *05*: يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفاييسبوك:

هل تستخدم الفاييسبوك؟	التكرار	النسبة المئوية (%)
دائما	13	43,33
أحيانا	11	36,67
نادرا	6	20
المجموع	30	100



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *05*:

يتضح لنا من خلال الجدول رقم *05* والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفاييسبوك، أنّ:

* النساء الماكثات في البيت يستخدمن الفاييسبوك بصفة دائمة وذلك بنسبة قدرت بـ **43,33%** ما يعادل **13** مفردة.

* ثمّ تليه أحيانا بنسبة قدرت بـ **36,67%** أي بتكرار **11** مفردة.

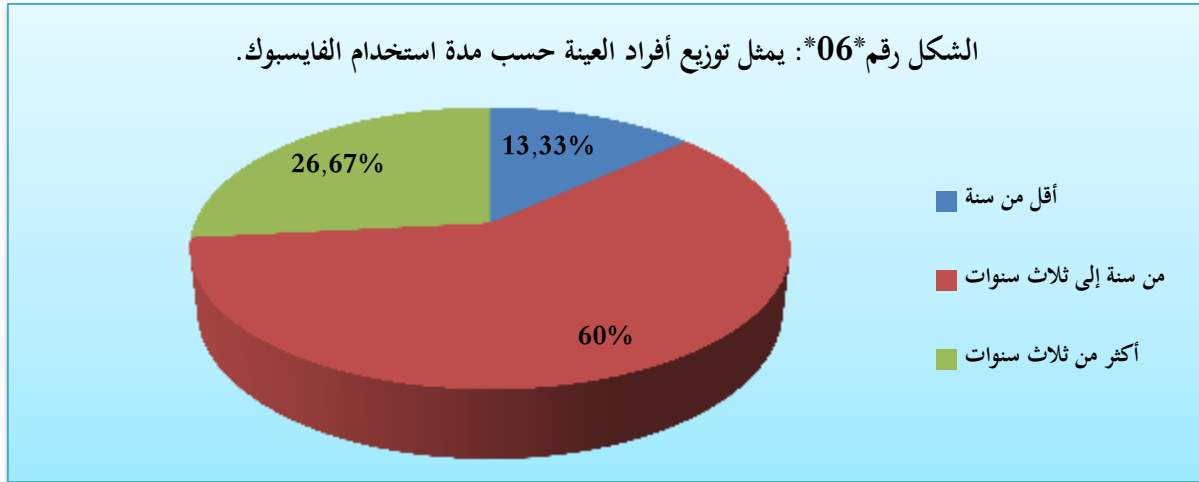
* فحين أنّ اللواتي نادرا ما يستخدمونه بنسبة قدرت بـ 20% يعادل 6 مفردات.

✓ التحليل:

نستنتج أنّ تقريبا نصف المبحوثات يستخدمن الفايسبوك دائما وذلك من أجل التّواصل وتبادل الأفكار والآراء، وكونه يتضمن الفايسبوك عدد من السمات والخصائص التي تتيح للمستخدمين إمكانية التّواصل مع بعضهم البعض، ونشر أنواع متعددة من المعلومات والسمات التي يحملها هذا الموقع.

❖ الجدول رقم *06: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام الفايسبوك:

النسبة المئوية (%)	التكرار	منذ متى وأنت تستخدم الفايسبوك؟
13,33	4	أقل من سنة
60	18	من سنة إلى ثلاث سنوات
26,67	8	أكثر من ثلاث سنوات
100	30	المجموع



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *06:

من خلال الجدول رقم *06: والذي يبين مدّة استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك، يتضح لنا أنّ:

* أكثر من نصف العينة يستخدمن هذا الموقع منذ سنة إلى ثلاثة سنوات وذلك بنسبة 60% بتكرار 18 مفردة.

* أمّا اللواتي يستخدمن الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات فقد كانت بنسبة 26,67% أي مايعادل 8 مفردات.

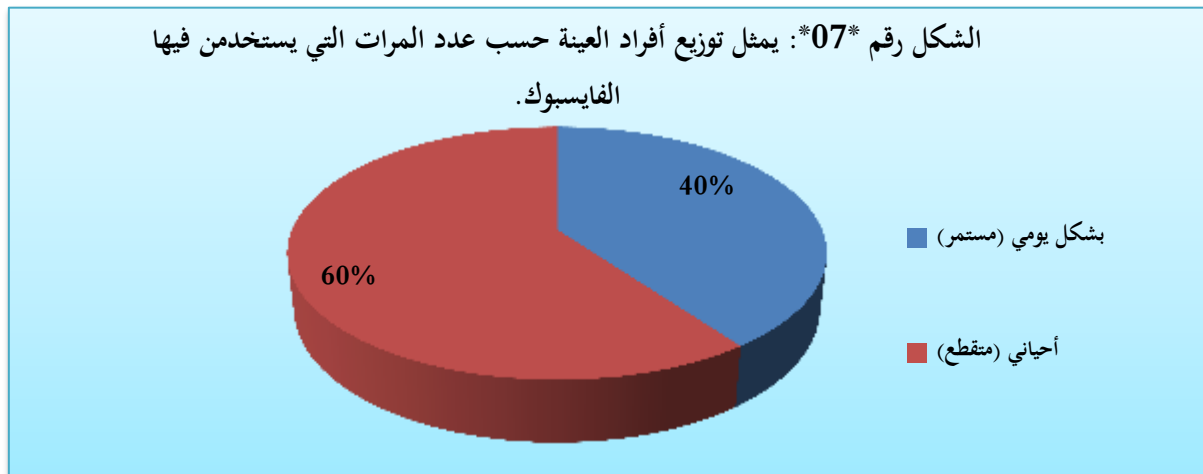
* في التصنيف الأخير وجدنا 4 مفردات يستخدمونه أقل من سنة بنسبة 13,33%.

✓ التحليل:

- نستنتج أنّ الماكثات بالبيت يستخدم من الفايسبوك منذ سنة إلى ثلاث سنوات، ويمكن ارجاع سبب تأخر العديد منهن في تسجيل الدخول إلى هذا الموقع للأسباب التالية:
- بالرغم من انشاء الموقع في فيفري 2004م، إلا أنّ استخدامه كان محدودا ولهذا نجد أنّ عدد قليلا يستخدم من الموقع منذ أكثر من ثلاث سنوات.
 - في ثلاث سنوات الأخيرة تنوعت خدمات الفايسبوك وهذا ما جعل العديد من النساء الماكثات بالبيت تستميل نحو هذا الموقع.
 - تناول وسائل الإعلام التقليدية لموضوع الشبكات الاجتماعية بكثرة في السنوات الأخيرة، ممّا جعل العديد من النساء يسجلون في هذا الموقع كونه يحتل مكانة هامة وباعتباره موقع هام للتواصل بين الأفراد.

❖ الجدول رقم *07*: يبين توزيع أفراد العينة حسب أشكال استخدامها للفايسبوك:

هل تستخدم الفايسبوك؟	التكرار	النسبة المئوية (%)
بشكل يومي (مستمر)	12	40
بشكل أحيائي (متقطع)	18	60
المجموع	30	100



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *07*:

من خلال هذا الجدول نجد، أنّ:

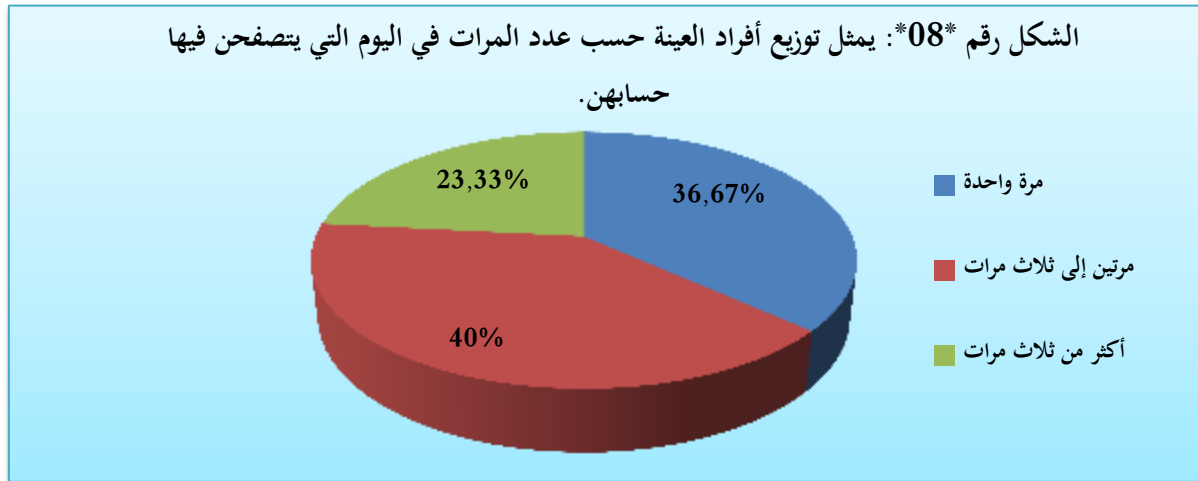
- * 60% يستخدم من هذا الموقع بشكل أحيائي (متقطع) أي بتكرار 18 مفردة، وهي تمثل أعلى نسبة.
- * 40% يستخدمه بشكل دائم (مستمر) أي مايعادل 12 مفردة.

✓ التحليل:

ونستنتج أن أغلب النساء الماكثات بالبيت يستخدمن الفايسبوك بشكل أحياني (متقطع) وهذا ربما يرجع إلى اشتغالهن بأشياء أخرى كأشغال البيت أو تربية الأطفال مثلاً.

❖ الجدول رقم *08*: يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد المرات في اليوم التي يتصفحن فيها حسابهن:

عدد المرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
مرة واحدة	11	36,67
مرتين إلى ثلاث مرات	12	40
أكثر من ثلاث مرات	7	23,33
المجموع	30	100



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *08*:

يتضح لنا من خلال الجدول رقم *08* والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد المرات التي يتصفحن فيها حسابهن في اليوم الواحد، أن:

* 40% من اللواتي يتصفحن الفايسبوك من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم أي بتكرار 12 مفردة.

* تمّ نجد 36,67% من اللواتي يفتحنه مرة واحدة أي ما يعادل 11 مفردة.

* 23,33% من اللواتي يتصفحن حسابهن أكثر من ثلاث مرات في اليوم بتكرار 7 مفردات.

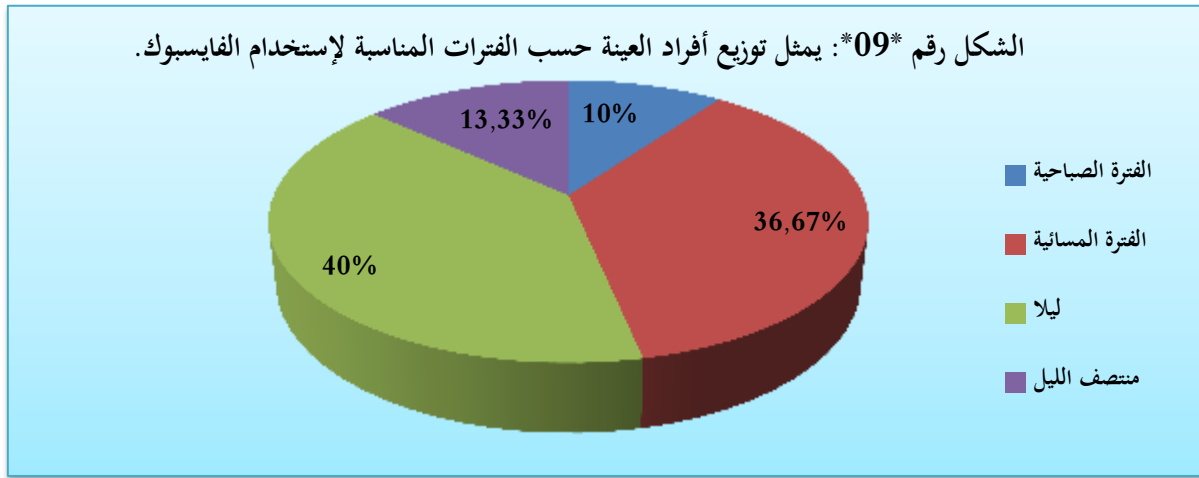
✓ التحليل:

وعليه نستنتج أن أغلب المبحوثات يتصفحن الفايسبوك مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم، وذلك لتفقد الرسائل أو الاطلاع على آخر الأخبار أو لأنّ شبكة الفايسبوك أصبحت من أكثر اهتمامات الماكثات

بالبيت لا يمكن الاستغناء عنها، فحين نجد أنّ عدد المبحوثات اللواتي يتصفحن حسابهن مرة واحدة في اليوم أكثر من اللواتي يتصفحنه أكثر من ثلاث مرات وهذا إمّا راجع إلى انشغالهن بشؤون البيت أو عدم توفر الوسائل والأجهزة التي تتيح ذلك أو أنّهن لا يهتمنّ كثيرا بشبكة الفايسبوك.

❖ **الجدول رقم*09:** يبين توزيع أفراد العينة حسب الفترات المناسبة لاستخدام الفايسبوك:

النسبة المئوية (%)	التكرار	ماهي الفترات التي تناسبك في استخدام الفايسبوك؟
10	3	الفترة الصباحية (من الساعة 6:00 إلى 12:00)
36,67	11	الفترة المسائية (من الساعة 12:00 إلى 18:00)
40	12	ليلا (من الساعة 18:00 إلى منتصف الليل)
13,33	4	من منتصف الليل حتى الساعة 6:00 صباحا
100	30	المجموع



✓ **القراءة الإحصائية للجدول رقم*09:**

من الجدول رقم*09: نلاحظ أنّ:

* أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفايسبوك ليلا (من الساعة 18:00 إلى منتصف الليل)، حيث قدرت نسبتهن بـ 40% أي ما يعادل 12 مفردة.

* في حين أنّ هناك بعض النساء الماكثات بالبيت يفضلنّ تصفح هذا الموقع مساء (من الساعة 12:00 إلى 18:00)، وقد بلغت نسبتهن بـ 36,67% بتكرار 11 مفردة.

* وفيما يخص المبحوثات اللواتي يستخدمنه من منتصف الليل حتى الساعة 6:00 صباحا قدرت نسبتهن بـ 13,33% ما يعادل 4 مفردات.

* تليها أخيرا بنسبة 10% أي بتكرار 3 مفردات يفضلن تصفح الفايسبوك صباحا حتى الساعة 12. ✓ التحليل:

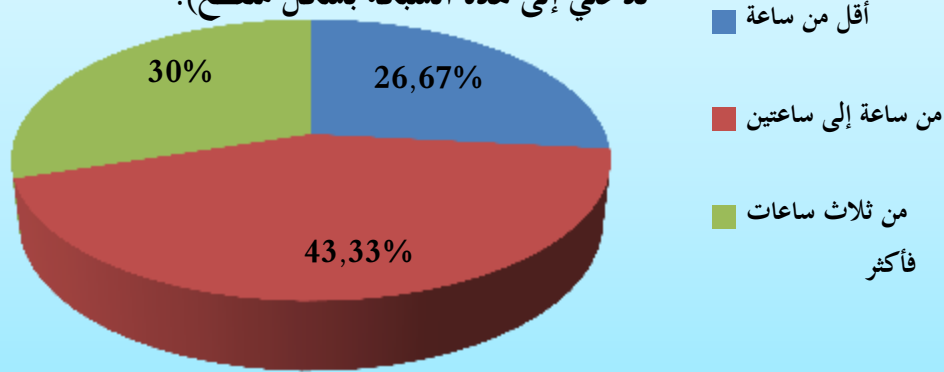
من خلال التحليل الإحصائي يتبين لنا أنّ أغلب المبحوثات يفضلنّ تصفح الفايسبوك ليلا من الساعة 18 إلى منتصف الليل وهذا راجع لعدم انشغالهن بشؤون البيت وانتهاء الالتزامات العائلية، فحين يفضل البعض منهن استخدامه مساء، ويبدو هذا الترتيب منطقيا حيث أنّ الفترة المسائية والفترة الليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلب الأشخاص للإنترنت، ضف إلى ذلك أنّ الإنترنت تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للاستخدام عكس بقية الوسائل الإعلامية.

ونجد بأنّ عددا قليلا من المستخدمين يفضلن الإبحار في الموقع صباحا، وقد يكون ذلك هو الوقت الأنسب باعتبار الفترة الصباحية هي وقت فراغ بالنسبة للبعض.

❖ الجدول رقم *10: يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي تقضيها على شبكة الفايسبوك بشكل يومي (أي مجموع الساعات اليومية إذا كنت تدخلين إلى هذه الشبكة بشكل متقطع).

النسبة المئوية (%)	التكرار	ماهي عدد الساعات التي تقضيها على شبكة الفايسبوك؟
26,67	8	أقل من ساعة.
43,33	13	من ساعة إلى ساعتين.
30	9	من ثلاث ساعات فأكثر.
100	30	المجموع

الشكل رقم *10*: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي تقضيها على شبكة الفاييسوك بشكل يومي (أي مجموع الساعات اليومية إذا كنت تدخل إلى هذه الشبكة بشكل متقطع).



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *10*:

من خلال الجدول رقم *10*: والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات اللواتي يقضونها على شبكة الفاييسوك، يتبين لنا أنّ:

* نسبة 43,33% من المبحوثات يستغرقون من ساعة إلى ساعتين في استخدامهن لهذا الموقع أي ما يعادل 13 مفردة.

* فحين تقضي 30% أي ما يعادل 9 مفردات من اللواتي يستغرقن مدة ثلاث ساعات فأكثر من الاستخدام.

* تليها نسبة 26,67% من المبحوثات اللواتي يستغرقن في تصفح الفاييسوك أقل من ساعة أي بتكرار 8 مفردات.

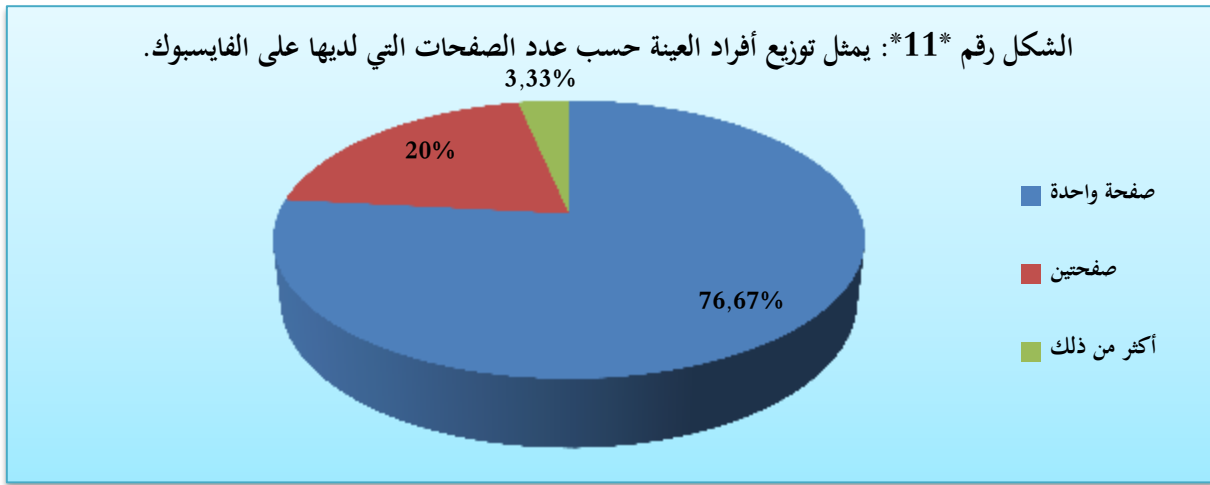
✓ التحليل:

من خلال المعطيات نستنتج أنّ عدد الساعات اللواتي يقضونها المبحوثات أمام شبكة الفاييسوك هي من ساعة إلى ساعتين، وهو مجموع الساعات اليومية إذا كانوا يدخلن بشكل متقطع أو مستمر، وهذا ما يعني أنّ موقع الفاييسوك أصبح يشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه، مما جعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح الموقع.

ومنه نفسر أن المدة التي تمتد من ساعة إلى ساعتين هي الفترة الزمنية التي تقضيها المرأة الماكثة بالبيت أمام صفحتها، وبالتالي تعد فترة كافية لتصفح.

❖ الجدول رقم *11*: يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد الصفحات التي لديها على الفايسبوك.

النسبة المئوية (%)	التكرار	كم لديك من صفحة على الفايسبوك؟
76,67	23	صفحة واحدة
20	6	صفحتين
3,33	1	أكثر من ذلك
100	30	المجموع



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *11*:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أنّ:

* 76,67% أي ما يعادل 23 مفردة من النساء الماكثات بالبيت اللواتي لديهن صفحة واحدة على موقع الفايسبوك.

* فحين نجد أنّ 20% بتكرار 6 مفردات لديهنّ صفحتين.

* إلا أنّ نسبة 3,33% بتكرار مفردة واحدة تمتلك أكثر من صفحتين على هذا الموقع.

✓ التحليل:

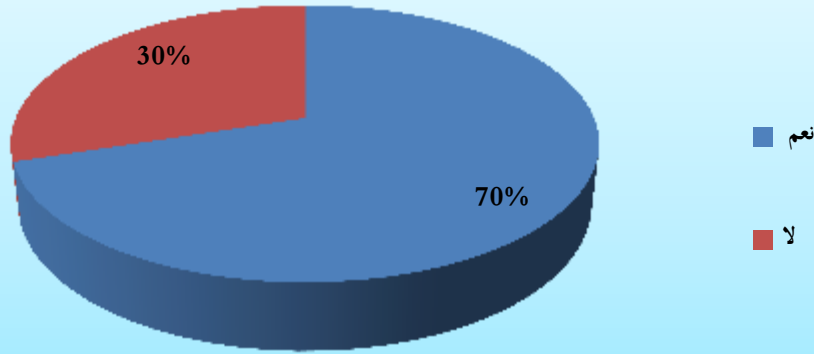
ومن خلال التحليل الإحصائي نستنتج أنّ أغلب المبحوثات يكتفون بفتح صفحة واحدة في شبكة الفايسبوك فحين نجد أنّ هناك البعض من المبحوثات يفتحن صفحتين على هذه الشبكة لأغراض تجهلها، والبعض الآخر لديهن أكثر من صفحتين مما يجعلنا نتساءل عن الهدف الذي يدفع المبحوثات لفعل ذلك؟

■ تحليل الجداول المتعلقة بالفرضية الأولى: تستخدم المرأة الماكثة بالبيت بنسبة كبيرة موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك منفعياً.

❖ الجدول رقم *12*: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأييد فكرة التجارة التسويقية عبر الفايسبوك:

هل تؤيد فكرة التجارة التسويقية عبر الفايسبوك؟	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	21	70
لا	9	30
المجموع	30	100

الشكل رقم *12*: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأييد فكرة التجارة التسويقية.



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *12*: أعلاه ، نجد:

* 70% أي ما يعادل 21 مفردة يؤيدن فكرة التجارة عبر موقع الفايسبوك.

* أما اللواتي لا يؤيدن فكرة التجارة التسويقية فكانت نسبتهم تقدر بـ 30% أي ما يعادل 9 مفردات.

✓ التحليل:

نستنتج من هذا أنّ هناك تأييد كبير من طرف المبحوثات للتجارة عبر موقع الفايسبوك، وأنّ لديهن ميول لشراء والبيع عبر صفحات هذا الموقع.

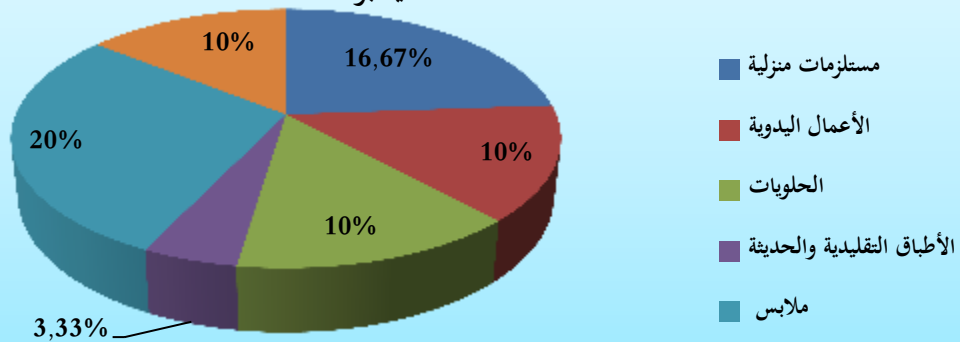
مما يعني أنّ المرأة الماكثة بالبيت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي [فايسبوك] لإرضاء حاجاتها وأنّ لديهن دوافع منفعية لاستخدام الفايسبوك.

❖ الجدول رقم *13*: يبين توزيع أفراد العينة حسب عروض الشراء والبيع اللواتي يفضلونها.

النسبة المئوية (%)	التكرار	ماهي عروض الشراء والبيع التي تفضلونها عبر الفاييسوك؟
16,67	5	مستلزمات منزلية
10	3	الأعمال اليدوية
10	3	الحلويات
3,33	1	الأطباق التقليدية والحديثة
20	6	ملابس
10	3	أخرى أذكرها
70	21	المجموع

الشكل رقم *13*: يبين توزيع أفراد العينة حسب عروض الشراء والبيع اللواتي يفضلونها عبر

الفايسوك.



✓ ملاحظة: حجم التكرارات لا يعبر عن حجم العينة، وذلك لعدم إجابة بعض المبحوثات بـ "نعم".

✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *13*:

من الجدول رقم *13*: نجد أن:

* النساء الماكثات بالبيت يفضلن عروض البيع والشراء الخاصة بعروض الملابس، ومثلت هذه الأخيرة

أعلى نسبة قدرت بـ 20%، أي مايعادل 06 مفردات.

* نسبة 16,67% يفضلن عروض المستلزمات المنزلية بتكرار 05 مفردات.

* أمّا النساء اللواتي يفضلن عروض الأعمال اليدوية والحلويات وعروض أخرى كالهواتف النقالة، السيارات، لعب الأطفال وغيرها من العروض فقد قدرت بنسب متساوية تمثلت في 10% أي ما يعادل 03 مفردات.

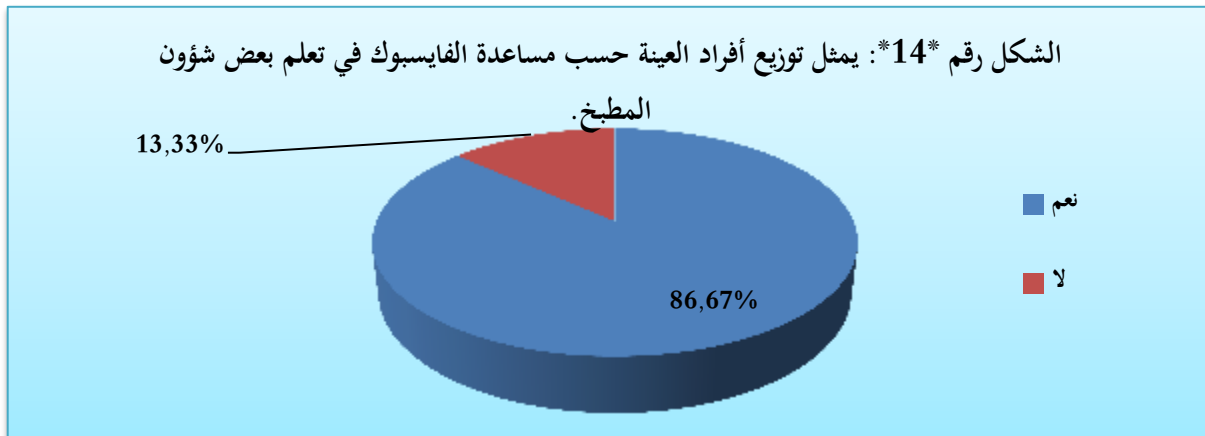
* أقل نسبة تقدر بـ 3,33% من المبحوثات اللواتي يفضلن عروض (بيع أو شراء) الأطباق التقليدية والحديثة.

✓ التحليل:

نستنتج من خلال هذا أنّ المرأة الماكثة بالبيت تفضل عروض البيع أو الشراء الخاصة بعرض الملابس، ولأن المرأة معروفة باهتمامها بمظاهرها فهي تسعى دوماً للمحافظة على أناقتها وجمالها والظهور بأحسن صورة لإرضاء نفسها وغيرها وبالتالي موقع الفايسبوك يساعدها على الوصول السريع لكل ما هو جديد في الصيحات العالمية كونها تعد من عشاق الموضة، فهي بهذا تركّز وراء كل جديد وتحرص على كل مظهر متماشيا مع العصرنة، فهي ترى في الغرب طريقها وفي الأزياء والموضة والمغريات هدفها.

❖ الجدول رقم *14*: يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك لهن في تعلم بعض شؤون المطبخ.

هل يساعدك الفايسبوك في تعلم بعض شؤون المطبخ؟	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	26	86,67
لا	4	13,33
المجموع	30	100



✓ القراءة الإحصائية: من الجدول رقم *14*، نجد:

* أنّ الفيسبوك يساعد المبحوثات في تعلم شؤون المطبخ، وذلك بنسبة كبيرة قدرت بـ 86,67%، ما يعادل 26 مفردة من اللواتي أجبن "بنعم".

* فحين سجلت بنسبة ضئيلة تقدر بـ 13,33% أي بتكرار 4 مفردات من اللواتي لا يساعدهن هذا الموقع في تعلم بعض شؤون المطبخ وكانت إجابتهن بـ "لا".

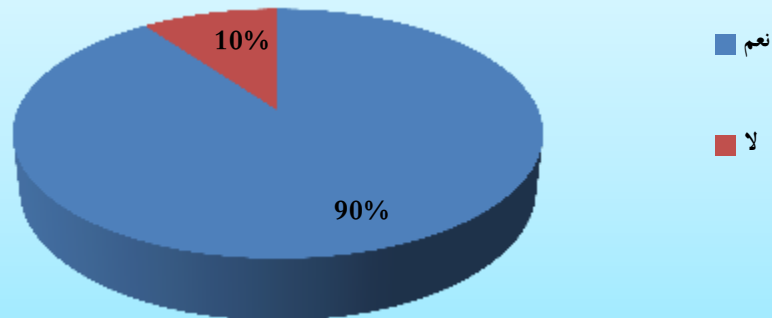
✓ التحليل:

من خلال هذا يمكننا القول أن أعلى نسبة تمثلت في عدد إجابات المبحوثات "بنعم"، أي اللواتي يساعدهن موقع الفيسبوك في تعلم شؤون المطبخ مقارنة بالمبحوثات اللواتي لا يساعدهن هذا الموقع في تعلم ذلك، وهذا ما يعني أن له جانب منفعي لتعلم المرأة الماكثة بالبيت شؤون المطبخ من خلال الصفحات التي تنشر على موقع التواصل الاجتماعي [فيسبوك].

❖ الجدول رقم *15*: يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفيسبوك لهن في تعلم الحلويات.

هل يساعدك الفيسبوك في تعلم الحلويات؟	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	27	90
لا	3	10
المجموع	30	100

الشكل رقم *15* يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفيسبوك لهن في تعلم الحلويات.



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *15*:

تبين النتائج الإحصائية المبوبة في الجدول رقم *15* التمثيل البياني له أنّ:

* النساء الماكثات بالبيت تعتمد بشكل كبير على الفايسبوك في تعلم الحلويات حيث قدرت بنسبة 90% ما يعادل 27 مفردة.

* هناك من لا تعتمد من المبحوثات على هذا الموقع في تعلم الحلويات، حيث شكلت نسبة ضئيلة قدرت بـ 10% أي بتكرار 3 مفردات.

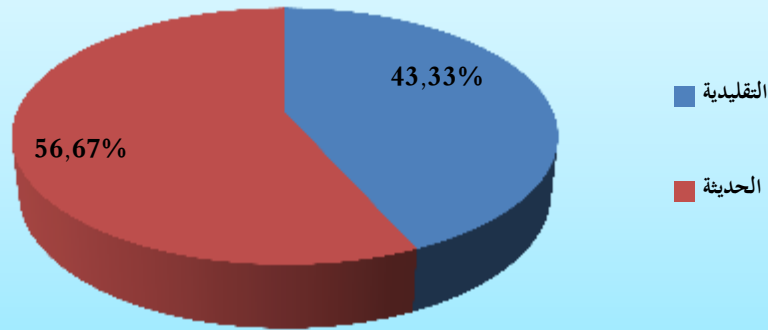
✓ التحليل:

تشير هذه النتيجة إلى أنّ معظم النساء الماكثات بالبيت يعتمدن على موقع الفايسبوك لتعلم الحلويات، لما له من أهمية في حياتهن اليومية، وهذا يعتبر مؤشر على أنّ عينة الدراسة على وعي تام بالحاجات التي تدفعها لاستخدام الفايسبوك، وأنّ هذا الأخير يساعد المبحوثات في التعلم واكتساب المعرفة من صفحات الحلويات.

- الجدول رقم *16*: يبين توزيع أفراد العينة حسب استعمال الفايسبوك في تعلم الأطباق التقليدية أو الحديثة.

هل يساعدك الفايسبوك في تعلم الأطباق التقليدية أو الحديثة؟	التكرار	النسبة المئوية (%)
التقليدية	13	43.33
الحديثة	17	56.67
المجموع	30	100

الشكل رقم *16*: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك لهن في تعلم الأطباق التقليدية أو الحديثة.



✓ القراءة الإحصائية: من الجدول رقم *16*، نجد أنّ:

* معظم النساء الماكثات بالبيت يساعدهن الفايسبوك في تعلم الأطباق الحديثة بنسبة 56.57%، أي ما يعادل 17 مفردة.

* 13 مبحوثة أي ما يقدر بنسبة 43.33% من اللواتي يستخدمن هذا الموقع في تعلم الأطباق لتعلم الأطباق التقليدية.

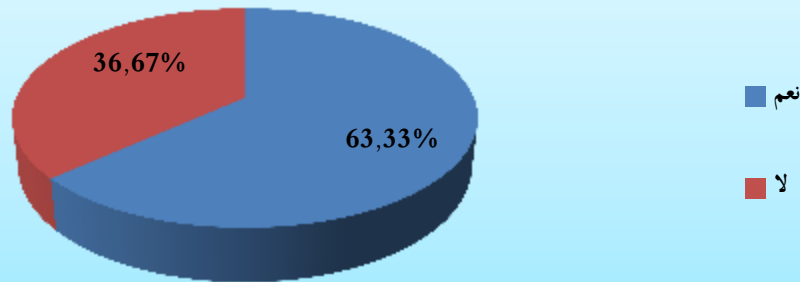
✓ التحليل:

من خلال هذا الجدول وهذه النتائج نستنتج: أنّ النساء الماكثات بالبيت يفضلن تعلم الأطباق الحديثة التي تواكب الوقت الحالي.

❖ الجدول رقم *17*: يبين توزيع أفراد العينة حسب استغلال الفايسبوك في تعلم مهارات البيت.

هل تستغلين الفايسبوك في تعلم مهارات البيت؟	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	19	63,33
لا	11	36,67
المجموع	30	100

الشكل *17*: يمثل توزيع أفراد العينة حسب استغلال الفايسبوك في تعلم مهارات البيت.



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *17*: والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب استغلالهن لموقع الفايسبوك في تعلم مهارات البيت أنّ:

* 19 مفردة من النساء الماكثات يستغلن موقع الفايسبوك في تعلم مهارات البيت بنسبة كبيرة قدرت بـ 63,33%.

* نسبة 36,67% أي بتكرار 11 مفردة لا يستغلن هذا الموقع في تعلم المهارات المنزلية.

✓ التحليل:

ومنه نستنتج أنّ المرأة الماكثة بالبيت تعتمد بشكل كبير على موقع الفايسبوك في تعلم مهارات البيت، ومن بين تلك المهارات نذكر: تعلم الخياطة، الأعمال اليدوية، تدايير منزلية، أشغال تزين البيت، تغيير ديكور البيت وغيرها، ويرجع ذلك لسببين هما:

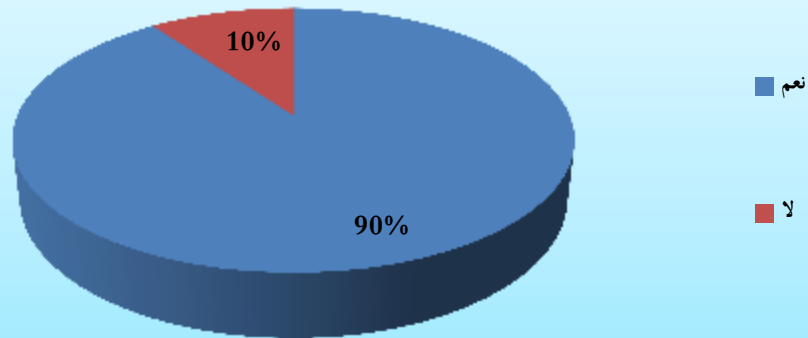
- السبب الأول: التعلم يسهل عليها ممارسة الحياة اليومية في بيتها.
- السبب الثاني: أنّ تعلم هذه المهارات على سبيل المثال تعلم الخياطة هي هواية جميلة ووسيلة لكسب العيش أو تحسين الدخل.

■ تحليل الجداول المتعلقة بالفرضية الثانية: تستخدم المرأة الماكثة بالبيت كثيرا موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ترويحيا.

❖ الجدول رقم *18: يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك على كسر الروتين اليومي.

هل يساعدك الفايسبوك على كسر الروتين اليومي؟	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	27	90
لا	3	10
المجموع	30	100

الشكل *18: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك على كسر الروتين اليومي.



* نسبة 36,67% أي بتكرار 11 مفردة لا يستغلن هذا الموقع في تعلم المهارات المنزلية.

✓ التحليل:

ومنّه نستنتج أنّ المرأة الماكثة بالبيت تعتمد بشكل كبير على موقع الفايسبوك في تعلم مهارات البيت، ومن بين تلك المهارات نذكر: تعلم الخياطة، الأعمال اليدوية، تداير منزلية، أشغال تزين البيت، تغيير ديكور البيت وغيرها، ويرجع ذلك لسببين هما:

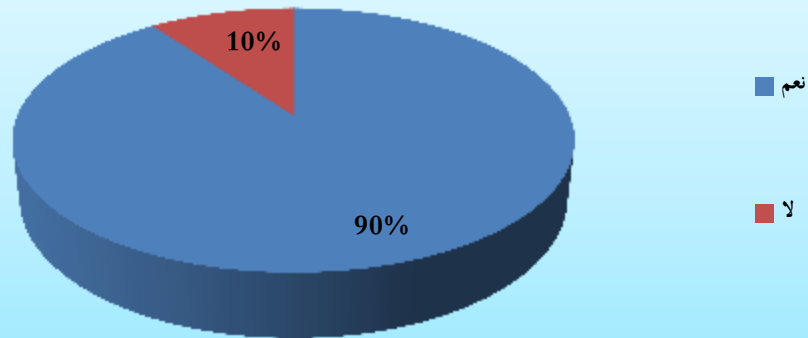
- السبب الأول: التعلم يسهل عليها ممارسة الحياة اليومية في بيتها.
- السبب الثاني: أنّ تعلم هذه المهارات على سبيل المثال تعلم الخياطة هي هواية جميلة ووسيلة لكسب العيش أو تحسين الدخل.

■ تحليل الجداول المتعلقة بالفرضية الثانية: تستخدم المرأة الماكثة بالبيت كثيرا موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ترويحيا.

❖ الجدول رقم *18: يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك على كسر الروتين اليومي.

هل يساعدك الفايسبوك على كسر الروتين اليومي؟	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	27	90
لا	3	10
المجموع	30	100

الشكل *18: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك على كسر الروتين اليومي.



✓ القراءة الإحصائية: من الجدول رقم *18* نلاحظ أن:

* نسبة النساء اللواتي يساعدهن الفايسبوك على كسر الروتين اليومي عالية جدا تقدر بـ 90% أي ما يعادل 27 مفردة.

* أما نسبة النساء اللواتي لا يساعدها هذا الموقع على كسر الروتين اليومي ضئيلة جدا يقدر بـ 10%، أي بتكرار 3 مفردات.

✓ التحليل:

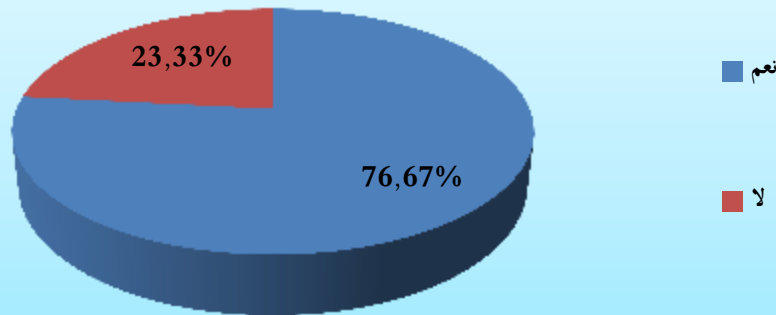
ومن خلال هذا نستنتج:

أن موقع الفايسبوك يساعد النساء الماكثات بالبيت على كسر الروتين اليومي فهو عبارة على المتنفس الوحيد بالنسبة لمن ما تعانیه المرأة من ضغوطات في البيت، بحيث أن الفايسبوك يساعد على تمضية الوقت والاسترخاء فهو بالتالي يعمل على كسر الروتين اليومي والتحرر من النمطية في الحياة والقيام بأعمال جديدة من خلال تصفحهن لهذا الموقع.

❖ الجدول رقم *19*: يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفايسبوك كوسيلة للتعارف.

هل تستخدمين الفايسبوك كوسيلة للتعارف؟	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	23	76,67
لا	7	23,33
المجموع	30	100

الشكل *19*: يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفايسبوك كوسيلة للتعارف.



✓ القراءة الإحصائية للجدول رقم *19*:

من خلال هذا الجدول والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفايسبوك كوسيلة للتعرف نجد أن:

* **23 مفردة** أي ما يقدر بنسبة **76,67%** من اللواتي يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي [فايسبوك] كوسيلة للتعرف وإنشاء صداقات.

* أقل نسبة لاستخدام هذا الموقع كوسيلة للتعرف قدرت بـ **23,33** أي بتكرار **7 مفردات**.

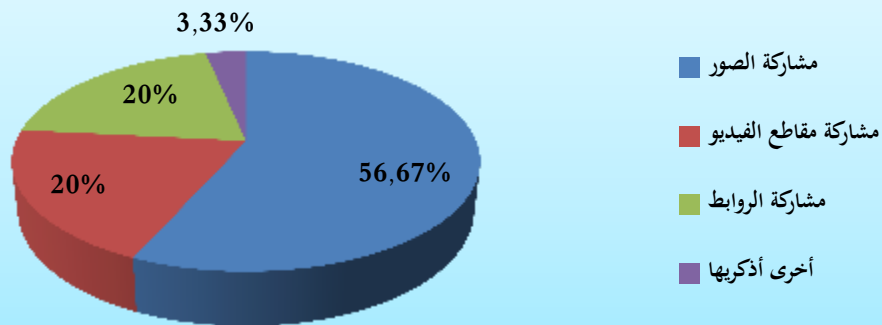
✓ التحليل:

لقد سهل الفايسبوك على العديد من المستخدمين سرعة التواصل والتعارف بين الأشخاص ومعرفة أخبارهم، كما ساعد على إنشاء علاقات اجتماعية جديدة.

❖ الجدول رقم *20*: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوعية الترفيه من خلال استخدامهن لموقع الفايسبوك.

النسبة المئوية (%)	التكرار	إذا كنت تستخدم الفايسبوك كوسيلة ترفيهية. فما هي نوعية هذا الترفيه؟
56,67	17	مشاركة الصور.
20	6	مشاركة مقاطع الفيديو.
20	6	مشاركة الروابط.
3,33	1	أخرى أذكرها.
100	30	المجموع

الشكل رقم *20*: يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفايسبوك كوسيلة ترفيهية.



✓ القراءة الإحصائية:

نلاحظ من الجدول رقم *20*، والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفايسبوك كوسيلة ترفيهية أن: * أعلى نسبة تمثلت في مشاركة النساء الماكثات بالبيت الصور على موقع الفايسبوك حيث قدرت هذه النسبة بـ 56,67% أي ما يعادل 17 مفردة.

* نجد مشاركة الفيديوهات والروابط هي النسبة التي تأتي بعدها تقدر بـ 20% أي بتكرار 6 مفردات.

* أما أقل نسبة فهي تمثل التعليق على المنشورات بنسبة تقدر بـ 3,33% أي ما يعادل مفردة واحدة.

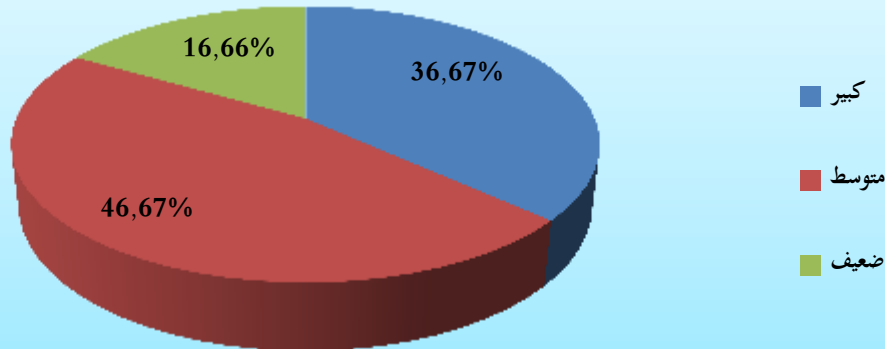
✓ التحليل:

ومنه نستنتج أن النساء الماكثات بالبيت تستعمل موقع الفايسبوك كوسيلة ترفيهية، فهنّ يفضلن مشاركة الصور والفيديوهات إلا أن نسبة 3,33% يفضلن التعليق على المنشورات، وهذا ما يعني أن مشاركة الصور والفيديوهات والروابط تتناسب مع أعمالهن المنزلية من خياطة، طرز وطبخ...

❖ الجدول رقم *21* يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام الفايسبوك في الدردشة.

النسبة المئوية (%)	التكرار	ما مدى استخدامك للفايسبوك في الدردشة؟
36,67	11	كبير
46,67	14	متوسط
16,66	5	ضعيف
100	30	المجموع

الشكل *21* : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام الفايسبوك في الدردشة.



✓ القراءة الإحصائية:

من الجدول رقم *21* والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدامهم لموقع الفايسبوك في الدردشة نلاحظ أنّ:

* 46,67% من اللواتي استخدمهم لموقع الفايسبوك متوسط .

* تليها إجابة التي مداهن للفايسبوك في الدردشة كبير قدرت بنسبة 36,67% ، أي بتكرار 11 مفردة.

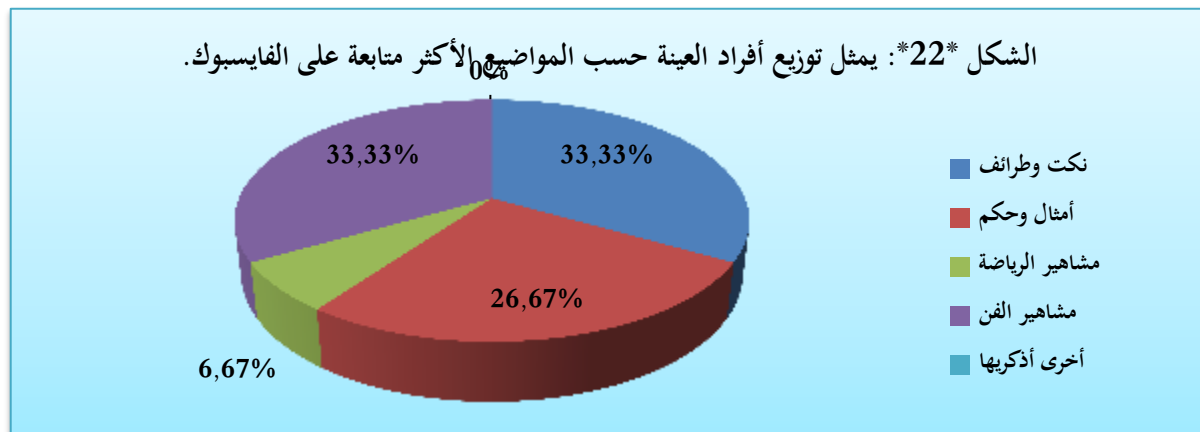
* في حين أنّ اللواتي استخدمهم لهذا الموقع في الدردشة بمدى ضعيف قدرت بنسبة 16,66% بتكرار 5 مفردات.

✓ التحليل:

نستنتج أن استخدامهم لموقع الفايسبوك بمدى متوسط، وهذا ما يعني أن الوقت منقسم ما بين أشغال البيت وبين التصفح في الفايسبوك.

❖ الجدول رقم *22*: يبين توزيع أفراد العينة حسب المواضيع الأكثر متابعة على الفايسبوك.

النسبة المئوية (%)	التكرار	المواضيع الأكثر متابعة على الفايسبوك.
33,33	10	نكت وطرائف.
26,67	8	أمثال وحكم.
6,67	2	مشاهير الرياضة .
33,33	10	مشاهير الفن.
00	00	أخرى أذكرها
100	30	المجموع



✓ القراءة الإحصائية:

من خلال الجدول رقم *22* أعلاه نلاحظ أنّ:

* المواضيع المفضلة بالنسبة للمبحوثات هي نكت وطرائف ومشاهير الفن والتي تقدر بـ **33,33%** أي ما يعادل **10 مفردات**.

* تأتي بعدها الأمثال والحكم بنسبة **26,67%** بتكرار **8 مفردات**.

* وأقل نسبة من النساء الماكثات بالبيت يفضلن متابعة مشاهير الرياضة قدرت بـ **6,67%** أي ما يعادل **(2) مفردتان**.

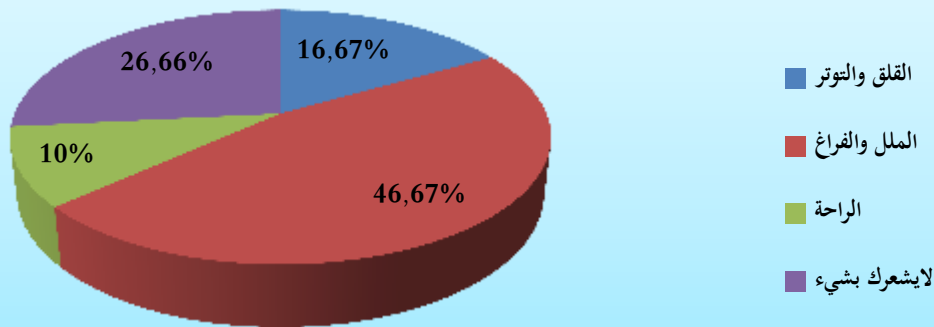
✓ التحليل:

ومنه نستنتج أنّ النساء يستغلن الفايسبوك من ناحية الترفيه في متابعة صفحات النكت والطرائف ومشاهير الفن، وهذا ما يدل على أنّ هذا الموقع فعلا يلعب دورا كبيرا في الترويج عن المبحوثات.

❖ الجدول رقم *23*: يبين توزيع أفراد العينة حسب ما يشعرون به عند غيابهن عن الفايسبوك.

النسبة المئوية(%)	التكرار	غيابك عن الفايسبوك لفترة يشعرك بـ.
16,67	5	القلق والتوتر.
46,67	14	الملل والفراغ.
10	3	الراحة .
26,66	8	لايشعرك بشيء.
100	30	المجموع

الشكل *23*: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مايشعرون به عند غيابهن عن الفايسبوك.



✓ القراءة الإحصائية:

* نلاحظ من خلال الجدول رقم *23*: والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب مايشعرون به عند غيابهن عن الفايسبوك أن:

* المبحوثات يشعرن بالملل والفراغ بنسبة تقدر **46,67%** ما يعادل **14** مفردة.

* هناك من لا يشعرن بشيء عند غيابهن عن الفايسبوك بنسبة تقدر بـ **26,66%** أي بتكرار **8** مفردات.

* أمّا اللواتي يشعرن بالقلق والتوتر فهن يمثلن نسبة **16,67%** بتكرار **5** مفردات.

* **3** مفردات او ما يعادل نسبة **10%** وهي أقل نسبة مثلتها اللواتي يشعرن بالراحة عند غيابهن عن موقع الفايسبوك.

✓ التحليل:

ومنه نستنتج أنّ المبحوثات يشعرن بشكل كبير بالملل والفراغ بحيث أن الفايسبوك يملأ أوقات فراغهن لأنه المتنفس الذي يقوم من خلاله النساء الماكثات بالبيت بقضاء وقت فراغهن من خلال مختلف أنماط التصفح الترفيهية.

❖ نتائج الدراسة الميدانية:

➤ أولاً: النتائج المتعلقة بالخصائص الشخصية لأفراد العينة:

- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أنّ أغلب النساء الماكثات بالبيت اللواتي يستخدمن موقع الفايسبوك تتراوح أعمارهن ما بين [24 - 29] سنة، وذلك بنسبة تقدر بـ 33,33%، وهذا ما يؤكده الجدول رقم *01* الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.
- بينت الدراسة أنّ أغلب أفراد العينة من النساء الماكثات بالبيت اللواتي يتصفحن موقع الفايسبوك هنّ عازبات، وذلك بنسبة تقدر بـ 46,66%، وهذا ما يوضحه الجدول رقم *02* الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية.
- كشفت الدراسة الميدانية أنّ معظم أفراد العينة من النساء الماكثات بالبيت اللواتي يتصفحن موقع التواصل الاجتماعي [فايسبوك] هنّ متعلّمات وإن اختلفت مستوياتهن التعليمية، حيث نجد 36,66% ذات مستوى تعليمي ثانوي، وهذا ما يبيّنه الجدول رقم *03*.
- فيما يتعلق بمتغير السكن فقد كشفت النتائج أنّ 43,33% من النساء الماكثات بالبيت المقيمات وسط المدينة هنّ الأكثر استخداماً وتصفحاً لهذا الموقع، وهذا ما يؤكده الجدول رقم *04*.

ومن خلال هذه النتائج نقول:

بالنسبة للنساء اللواتي يتصفحن موقع الفايسبوك أغلبهن من ذوات الأعمار الصغيرة والمتوسطة، حيث أظهرت النتائج أنه كلما كان سنّ المرأة أكبر قلت نسبة التصفح والمتابعة، بالإضافة إلى ذلك فمستواهن التعليمي مرتفع ويتعلق الأمر بمن لديهن مستوى ثانوي وجامعي، حيث أنه كلما قلّ المستوى التعليمي قلّ نسبة استخدام الفايسبوك، إضافة إلى ذلك فإنّ النساء العازبات هنّ الأكثر تصفحاً ومتابعة لموقع الفايسبوك.

➤ ثانياً: النتائج المتعلقة بعادات وأنماط مستخدمي موقع الفايسبوك:

- لقد بينت الدراسة الميدانية أنّ معظم النساء الماكثات بالبيت يستخدمن الفايسبوك بصفة دائمة وذلك بنسبة 43,33%، وهذا ما سنتج من خلال تحليلنا للجدول رقم *05*.
- كذلك يوضح لنا الجدول رقم *06* والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات استخدام موقع الفايسبوك، أنّ 60% من المبحوثات يستخدمن هذا الموقع من سنة إلى ثلاث سنوات.
- توصلت الدراسة إلى أنّ 60% من النساء الماكثات بالبيت يستعملن الفايسبوك بشكل أحيائي (متقطع)، وهذا ما يبيّنه الجدول رقم *07*.

- فحين أظهرت الدراسة أنّ نسبة 40% يستعملن موقع التواصل الاجتماعي [فايسبوك] من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم الواحد، وهذا ما يوضحه الجدول رقم *08*.
- يبين لنا الجدول رقم *09*، أنّ 40% تناسبهن الفترة الليلية لاستخدام هذا الموقع.
- كما أظهرت الدراسة من خلال الجدول رقم *10*، أنّ 43,33% يستخدمه من ساعة إلى ساعتين في اليوم (أي مجموع الساعات اليومية إذا كانت تدخل إلى هذه الشبكة بشكل متقطع).
- كشفت الدراسة أنّ 76,67% من المبحوثات لديهن صفحة واحدة على موقع الفاييسبوك، وهذا ما وجدناه من خلال تحليلنا للجدول رقم *11*.

➤ ثالثا: النتائج المتعلقة بالفرضيات:

- بناء على ما سبق ذكره نحاول أن نقدم أهم النتائج العامة التي أسفر عنها التحليل النظري والدراسة الميدانية للظاهرة المدروسة، وذلك حسب فروض البحث المطروحة وهي كما يلي:
- * تستخدم المرأة الماكثة بالبيت بنسبة كبيرة موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك منفعا.
 - * تستخدم المرأة الماكثة بالبيت كثيرا موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ترويجيا.
 - من خلال القراءة والتحليل الإحصائي للجدول الخاصة بالفرضية الأولى، وجدنا:
 - النساء الماكثات بالبيت يؤيدن بقوة فكرة التجارة التسويقية عبر موقع الفاييسبوك.
 - توصلت الدراسة إلى أنّ المبحوثات يفضلن عروض (بيع أو شراء) الملابس عبر هذا الموقع.
 - كذلك يأنّ موقع الفاييسبوك يساعد أفراد العينة بنسبة كبيرة في تعلم شؤون المطبخ.
 - كشفت الدراسة الميدانية أنّ أغلب النساء الماكثات بالبيت تعتمدن بشكل كبير على هذا الموقع في تعلم الحلويات.

- لقد بينت الدراسة أنّ موقع الفاييسبوك يساعد معظم المبحوثات في تعلم الأطباق الحديثة بدلا من تعلم الأطباق التقليدية.

- أظهرت لنا الدراسة أنّ أفراد العينة يستغلن هذا الموقع في تعلم مهارات البيت كتعلم الخياطة، الأعمال اليدوية، تداير منزلية، أشغال تزيين البيت، تغيير ديكور البيت.

■ من خلال القراءة والتحليل الإحصائي للجدول الخاصة بالفرضية الثانية، وجدنا:

- أنّ موقع الفاييسبوك يساعد المبحوثات على كسر الروتين اليومي بنسبة كبيرة جدا.

- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أنّ **المبحوثات** يستخدمن موقع التواصل الاجتماعي [فيسبوك] بشكل كبير كوسيلة للتعارف.
- كشفت الدراسة أنّ غالبية النساء يقمن **بمشاركة الصور** على موقع الفيسبوك.
- توصلت الدراسة إلى أنّ المبحوثات مدهن للفيسبوك في **الدرشة متوسط**.
- نجد في الدراسة أنّ **المواضيع المفضلة** والأكثر متابعة على هذا الموقع من قبل أفراد العينة هي **النكت والطرائف، مشاهير الفن**.
- كما بينت الدراسة على أنّ المبحوثات **يشعرن بالملل والفراغ** عند غيابهن عن موقع الفيسبوك.

❖ الاستنتاج العام للدراسة:

يبدأ البحث في ذهن الباحث كفكرة تؤخذ من الميدان أو من الدراسات السابقة حول موضوعه، ثم يقوم بتكوين مفاهيمه والإجابة عن تساؤلاته، لأنّ المعلومات النظرية بدون جانب ميداني تبدو عميقة فالميدان هو المكان الخصب الذي تتولد عنه الحقائق العلمية، والهدف من هذا البحث هو الإجابة عن التساؤلات التي طرحت في الإشكالية واختبار الفروض المطروحة، وتفيد مجمل النتائج المتحصل عليها من خلال الجداول المعروضة في هذه الدراسة أنّ لمواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما وفعالا في حياة المجتمعات وانتشارا واسعا في أوساط فئة النساء الماكثات بالبيت، خاصة شبكة الفايستوك لما لها من سمات وخصائص تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ونشر أنواع متعددة من المعلومات وذلك من أجل ارضاء حاجات المستخدمين، وهذا ما يعني من خلال مقارنة بين النسب أنّ لهذا الموقع جانب منفعي للمرأة الماكثة بالبيت من خلال الصفحات التي تنشر على موقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أكدته النتائج الجزئية المتحصل عليها في هذه الدراسة.

خاتمة

يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، وتعدّ شبكات التّواصل الاجتماعي عبر الأنترنت وأشهرها على الإطلاق الفايسبوك فهو من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتّصالات الحديثة وأكثرها شعبية، ورغم أنّ هذه المواقع أنشئت على أساس للتّواصل الاجتماعي بين الأفراد، إلّا أنّه أحدث العديد من التغيرات في مختلف الميادين والمجالات على مستوى الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمع، ولاشكّ أنّ لهذه الشبكات جانب منفعي أكثر مما هو ترويجي لما يملكه من خصائص ومميزات تميزه عن المواقع الإلكترونية الأخرى، هذا ما زاد من شهرتها وانتشارها في جميع أنحاء العالم، وفي مختلف الأوساط الاجتماعية والثقافية والسياسية وغيرها.

وهكذا نكون قد أهيّنا هذا البحث المتواضع، الذي يعتبر دراسة جزئية ويحتاج إلى المزيد من البحوث والدراسات المعمّقة للتحقق من صحة نتائجها، ولاستكمال البيانات اللازمة للتوصّل إلى التعميمات والتنبؤات الصحيحة في هذا المجال خاصة تلك التنبؤات التي تتعلق بمجالات استخدام المرأة الماكثة بالبيت لمواقع التّواصل الاجتماعي [الفايسبوك].

قائمة المصادر والمراجع

❖ المصادر:

- القرآن الكريم.
- الأحاديث النبوية الشريفة.

❖ المراجع:

1. أحمد عبد الله اللحلح، مصطفى محمود أبو بكر، البحث العلمي تعريفه، خطواته، مناهجه، المفاهيم الإحصائية، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2002م.
2. تغريد بيضون، المرأة و الحياة الاجتماعية في الإسلام، بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1985م.
3. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط6، 2006م.
4. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، عين مليلة: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2007م.
5. رشيد زرواتي، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2004م.
6. سالم البهنساوي، مكانة المرأة بين الإسلام والقوانين العالمية، الجزائر: مطبعة طيباوي للطباعة والنشر، بدون ط ، بدون سنة.
7. سناء الخولي، الأسرة والحياة العائلية، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2008م.
8. صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع.
9. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2010م.
10. عبد الرب نواب الدين، عمل المرأة وموقف الإسلام منه، باتنة(الجزائر): دار الشهاب، 1988م.
11. عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلامي، الأصول النظرية، ومهارات التطبيق، القاهرة: دار الكاتب الحديث، 2012م.
12. عبد القادر حللمي، مدخل إلى الإحصاء، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1994م.

13. عطاء الله تاج، المرأة العاملة في تشريع العمل الجزائري بين المساواة والحماية القانونية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2006م.
14. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2013م.
15. عمر سليمان الأشقر، المرأة بين دعاة الإسلام وأدعياء التقدم، الجزائر: مكتبة رحاب، 1980م.
16. فاطمة كرداش، الإعلام العربي واستخداماته بين الجاليات العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 2005م.
17. فهد خليل زايد، أساسيات منهجية في العلوم الإنسانية، الأردن: دار النفاشي للنشر والتوزيع، ط1، 2007م.
18. فوزي غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، 2008م..
19. لويس معلوف السيوحي، المنجد في اللغة والأدب والعلوم، بيروت: المطبعة الكاثوليكية، ط18، 1956م.
20. ليلى صباغ، المرأة في التاريخ العربي، دمشق: منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، 1975م.
21. محمد جميل بيهم، المرأة في الإسلام في الحضارة الغربية، بيروت: دار الطليعة، ط1، 1980م.
22. محمد حسن بريفش، المرأة المسلمة الداعية (أحاديث ونماذج)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، بدون سنة.
23. محمد عبد العليم مرسي، الأصول الإسلامية للتربية، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2007م.
24. معن خليل معن، مناهج البحث في علم الاجتماع، بيروت: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 1996م.
25. منور أوسرير، رشيد بو عافية، أسس البحث العلمي في العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال، الجزائر: المكتبة الجزائرية، ط1، 2001م..
26. مهدي البليلي طاهري، دور المرأة في الدعوة وإصلاح المجتمع، بروكسل: أكاديمية العلوم الإسلامية.
27. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، 2004م.
28. وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية، 2012م.

❖ قواميس ومعاجم:

1. عصام نور الدين، الوسيط العربي - عربي، بيروت: دار الكتب العلمية، ط1، 2005م.
2. قاموس عام: عربي - إنجليزي، بيروت: دار الكتب العلمية، 2005م.
3. معجم المعاني الجامع، المعجم الوسيط، معجم عربي-عربي، اللغة العربية المعاصرة.

❖ دوريات علمية:

1. بارعة حمزة شقير، مجلة جامعة دمشق (مقال بعنوان: استخدام أساتذة جامعة دمشق للأترنت والإشباع المحقق منها)، العدد 01 + 02، المجلد 25، 2009م.
2. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد2، 2007م.
3. نوال الصفتي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (مقال بعنوان: مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الأترنت)، العدد 09، جامعة القاهرة، ديسمبر 2000م.
4. هيثم فيصل علي، بحث حول العوامل المؤثرة على مهارات المرأة في صنع القرار، مجلة الأنبار، العدد الثالث، 2011م.

❖ أطروحات علمية:

- 1- حسام الدين قريبيز، محمد بوزكري، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين صورة المؤسسة (دراسة حالة: مؤسسة اتصالات الجزائر)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة الأغواط 2013م/2014م.
- 2- سميرة بلغشية، الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت، دراسة في الاستعلامات والإشباع لمنطقة مستغانم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام، 2010م/2011م.
- 3- صفية برطال، زهية محصر، تأثير مهنة المرأة الإعلامية على علاقاتها الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، جامعة الأغواط، كلية الحقوق والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع الاتصال، 2009م.

قائمة المصادر والمراجع.

- 4- كاف جهاد، تمزور الزهرة، موقع التواصل الاجتماعي وأثرها على التحصيل الدراسي للتلميذ في الطور الثانوي [الفايسبوك كنموذج]، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع ، تخصص تربوي، جامعة الأغواط عمار ثليجي 2016م، 2015م.
- 5- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية (العربية نموذجاً)، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال ، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012م.
- 6- مليكة الحاج يوسف، آثار عمل الأم على تربية أطفالها، دراسة ميدانية لبعض الأمهات العاملات بمدينة الشارقة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2002م.
- 7- نزيهان مريم نورمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2011م/2012م.

❖ بحوث علمية:

1. Keith n – Hampon - وآخرون، مواقع التواصل الاجتماعية وحياتنا، جامعة بسلفانيا لصالح مركز الأبحاث الأمريكي American Life Project و Pew، بتاريخ 16 جوان 2011م.
2. إحسان محمد الحسن، علم الاجتماع المرأة دراسة تحليلية عن دور المرأة في المجتمع المعاصر، الإسكندرية: دار وائل للنشر والتوزيع، ط 1، 2008م.
3. جنات رجم، المرأة الماكثة بالبيت والإشهار التلفزيوني، دراسة استطلاعية بمدينة سطيف، قسم العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة سطيف، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد16، ديسمبر 2012م، نشر إلكترونيا 708.
4. حسن عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية لدى الشباب، في جامعة القدس المفتوحة، 2011م.
5. سالم زغلولة، خليل صقر، صورة المرأة في وسائل الاتصال، جامعة الأردن: كلية الآداب، 1994م.

6. السيد رشاد غنيم، نادية السيد عمر، السيد محمد الراجح، دراسات في علم الاجتماع العائلي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ط 1، 2008م.
7. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد(المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، الشروق، 2008م.
8. علي عقلة نجادات، استخدامات الأسرة الأردنية للفايسبوك Facebook ، والإشاعات المحفقة منها، 2 - 24 جمادى الأولى 1433هـ ، الموافق ل 15 - 16 أبريل 2012م.
9. فاطمة الزهراء عماري، استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكة التواصل الاجتماعي [فايسبوك نموذجاً]، جامعة الجزائر 03، 2012.
10. فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً)، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، 2014م.
11. محمد الجمال راسم، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مصر: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1995م.
12. مهدي مهريزي، مسألة المرأة، دراسات في تجديد الفكر الديني في قضية المرأة، الترجمة: علي الموسوي وآخرون، بيروت، مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، ط1، 2008م.
13. نبيل عيد، دراسة حول المواقع الاجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفاييسبوك، تويتر، واليوتيوب، 2018/02/23م-13:00.

❖ صحف وجرائد:

- 1- محمد قيراط، العرب وتحديات الأنترنت، الخبر الأسبوعي، العدد 81، من 26 إلى 28 سبتمبر، ص 28.

❖ المواقع الإلكترونية:

- <http://education.owno.com>.
- <http://audinence.studies.Over.blog.Com>.
- <http://revues.univstif708.dz/index.PHP?id2>.
- <http://www.foochia.com/life/interests/30443>.
- <http://kenanonline.com/users/ozhor-gaper/posts/51288>.

-[http://revues,univ ,PHP ?id2 stif 708.dz/index](http://revues.univ_PHP?id2_stif_708.dz/index)

-وردشان، موقع البرونزية النسائي، المواضيع الجديدة في الكمبيوتر وبرامجه والأترنت، شوهد يوم 2018/02/21م، على الساعة: 16:00 مساءً.

- <http://www.broonzaah.net/vb/t77624html>

-عبد الحميد شمس الدين، مقال، شوهد يوم 2018/02/23م، على الساعة 10:30 صباحاً، على الموقع:

- <http://mawdou3.com> .

- <http://www.almrsal.com> - نادية راضي، أفضل شبكة التواصل الاجتماعي.

-محمد محمد، موضوع إقرأ عربي

- <http://mawdoo3.com>

- <https://www.google.dz/amp/s/weedoo:tech>

- <http://www.Android.dz.com>

-www.palaf.net.

- www.madaroress.com.

❖ الكتب الأجنبية:

- Andrée Michel: **Sexisme et Société, France Femme**, éd. pdf1977.

- أوماندا ماتيلار وميشيل، نظريات الاتصال، ترجمة حضور أديب، دمشق، ط1.

-مصطفى بيتشفونشت، ترجمة دمري أحمد، العائلة الجزائرية التطور والخصائص الحديثة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1984م.

- Klapper Jit .**The Effects of mass communication**. 2ed 6 lencoc free. 2001.

-Wasimee Kittiwomgvirat, **Pimonpha Rakkannan. Facebooking Your Dream**, Master Thsis, 2010.

- **Romina, Cachia, Social Computing**, 2008.

ملاحق

جامعة عمار ثليجي بالأغواط.

كلية: العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة.

قسم: علوم الإعلام والاتصال.

تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

استمارة مقابلة

في إطار التحضير لمذكرة التخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر بعنوان:

مجالات استخدام المرأة الماكثة بالبيت لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).

دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات بالبيت بمدينة الأغواط.

إعداد الطالبتين:

● رفاة سعدة.

● فرشان خيرة.

المشرف:

* بن سليم حسين.

المساعد:

* النوعي عبد القادر

السلام عليكم:

يشرفنا كطالبتين في قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، أن نتقدم إليكم بطرح مجموعة من الأسئلة، لذا نرجو من سيادتكن مساعدتنا في البحث العلمي من خلال مساهمتكن بالإجابة على الأسئلة المطروحة، كما نخطكن علما أنّ استخدام هذه الإجابات سوف يكون فقط لأغراض البحث العلمي مع ضمان السرية التامة للمعلومات.

تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

ولكنّ الشكر على حسن تعاونكن.

*المحور الأول: بيانات شخصية:

1. السن:
2. الحالة العائلية: عازبة متزوجة مطلقة أرملة
3. المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
4. مكان الإقامة: شمال المدينة جنوب المدينة وسط المدينة شرق المدينة غرب المدينة

*المحور الثاني: بيانات متعلقة بكيفية استخدام الفايسبوك:

1. هل تستخدم الفايسبوك؟

- دائماً أحياناً نادراً

2. منذ متى وأنت تستخدم الفايسبوك؟

.....

3. ماهي أشكال استخدامك للفايسبوك؟

- بشكل يومي (مستمر) أحياناً (متقطع)

4. كم مرة في اليوم تتصفح حسابك في الفيسبوك؟

- مرة واحدة من مرتين إلى ثلاث مرات أكثر من ثلاث مرات

5. ماهي الفترات التي تناسبك في استخدام الفايسبوك؟

- الفترة الصباحية (من الساعة 6 إلى 12) الفترة المسائية (من الساعة 12 إلى 18)
- ليلاً (من الساعة 18 إلى منتصف الليل) من منتصف الليل حتى الساعة 6 صباحاً

6. ماهي عدد الساعات التي تقضيها على شبكة الفايسبوك بشكل يومي (أي مجموع الساعات اليومية إذا

كنت تدخل إلى هذه الشبكة بشكل متقطع)؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين من ثلاث ساعات فأكثر

7. كم لديك من صفحة على الفايسبوك؟

- صفحة واحدة صفحتين أكثر من ذلك

*المحور الثالث: بيانات متعلقة بالفرضية الأولى (تستخدم المرأة الماكينة بالبيت بنسبة كبيرة موقع التواصل

الاجتماعي فايسبوك منفعياً):

1. هل تؤيد فكرة التجارة التسويقية عبر الفايسبوك؟

- نعم لا

- إذا كانت الإجابة ب (لا) فلماذا؟.....

2. إذا كانت الإجابة ب (نعم) فما هي عروض الشراء و البيع التي تفضلينها؟

- مستلزمات منزلية الأعمال اليدوية الحلويات الأطباق التقليدية والحديثة ملابس
- أخرى أذكرها:.....

3. هل يساعدك الفايسبوك في تعلم بعض شؤون المطبخ؟

- نعم لا

4. هل يساعدك الفايسبوك في تعلم الحلويات؟

- نعم لا

5. هل يساعدك الفايسبوك في تعلم الأطباق التقليدية أو الحديثة؟

- التقليدية الحديثة

6. هل تستغلين الفايسبوك في تعلم مهارات البيت؟

- نعم لا

- ذكر المهارة:.....

* المحور الرابع: بيانات متعلقة بالفرضية الثانية (تستخدم المرأة الماكثة بالبيت موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ترويجيا):

1. هل يساعدك الفايسبوك على كسر الروتين اليومي؟

- نعم لا

2. هل تستخدمين الفايسبوك كوسيلة للتعرف؟

- نعم لا

3. إذا كنت تستخدمين الفايسبوك كوسيلة ترفيهية. فماهي نوعية هذا الترفيه؟

- مشاركة الصور مشاركة مقاطع الفيديو مشاركة الروابط

- أخرى أذكرها:.....

4. ما مدى استخدامك للفايسبوك في الدردشة؟

- كبير متوسط ضعيف

5. المواضيع الأكثر متابعة على الفايسبوك:

- نكت وطرائف أمثال وحكم أخبار مشاهير الرياضة أخبار مشاهير الفن

-أخرى اذكرها:.....

6. غيابك عن الفيسبوك لفترة يشعر بـ:

- القلق والتوتر الملل والفراغ الراحة لا يشعر بشيء