



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تحت عنوان:

الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج

- دراسة ميدانية على عينة من النساء العازبات الجزائريات بمدينة المسيلة -

إشراف الدكتور:

- د. الطاهر راجعي

إعداد الطلبة:

✓ بن النية إيمان

د. صغيري	جامعة المسيلة	رئيسا
د. الطاهر راجعي	جامعة المسيلة	مشرفا ومقررا
د. بوربابة	جامعة المسيلة	مناقشا وممتحنا

السنة الجامعية : 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴾

(النحل: 78)

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

شكر و عرفان

عملا بقول الله تعالى " وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ "

سورة إبراهيم: الآية ١١

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على رسول الله ﷺ أما بعد:
الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، سيدنا محمد،
وعلى آله وصحبه أجمعين.

نحمد الله ونشكره أن وفقنا وأنعم علينا بنعمة الصبر لننجز هذا البحث
المتواضع، أتقدم بإسمي عبارات الشكر إلى كل من ساعدنا وساندنا طوال مشوار العمل
ونخص بالذكر الأستاذ المشرف " الدكتور الطاهر راجعي " الذي لم ييخل علي بنصائحه
القيمة وتواضعه معي.

كما نشكر أساتذة التخصص

وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد لإنجاز هذا البحث المتواضع وإتمامه.

إهداء

إلى أولئك الذين كانوا لي وطنًا حين ضاقت الدنيا،

إلى أمي... نبض قلبي، وسري حين أبكي، وضلعي الثابت مهما اهتزت الحياة.

إلى أبي... سندي الذي لا يميل، وعزوتي التي بها أفتخر.

إلى إخوتي، إلى من رسموا على وجهي البسمة وسط كل تعب.

إلى من آمنوا بي حين شككت في نفسي،

إلى كل من علّمني درسًا، ولو كان من خلف ستار الألم

إلى صديقاتي،

أنتنّ الحكاية الأجمل في هذا المشوار.

كنتنّ الضوء في أيامي الرمادية، والضحكة اللي تعلق في الذاكرة.

كنتنّ العون لما الحياة تعقدت، والونس لما الغربة كبرت.

إليكنّ، أهدي تعب السنين، وكل لحظة فخر اليوم نعيشها.

لولاكن، ما كانت الطريق بالسهولة، وما كان الإنجاز بهذا الطعم

إلى أساتذتي الأفاضل، الذين لم يبخلوا بعلمهم وتوجيهاتهم

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج، بحيث تم اختيار مجموعة أو عينة من النساء العازبات بمدينة المسيلة. معتمدين على الاستبيان وعلى المنتج الوصفية. بحيث تم تقسيم الاستبيان إلى محورين رئيسيين هما المحور الأول: استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي للمرأة الجزائرية. والمحور الثاني: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في عزوفها عن الزواج وتم وتوزيع الاستبيان على عينة من النساء العازبات والمكونة من 60 امرأة عازبة في مدينة المسيلة، وتم استخدام المنتج الوصفي كونها يعتمد على الوصف والتحليل والتفسير. وقدة توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج.

الكلمات المفتاحية: الشبكات الاجتماعية - المرأة الجزائرية ولاية المسيلة - العزوف عن الزواج.

Abstract:

The study aimed to understand the impact of social media on Algerian women in their reluctance to marry, specifically by selecting a sample group of single women in the city of M'sila. The research relied on a questionnaire and descriptive analysis. The questionnaire was divided into two main sections: the first section focused on the use of social media by Algerian women, and the second section examined the impact of social media on their reluctance to marry. The questionnaire was distributed to a sample of 60 single women in the city of M'sila, and descriptive analysis was used as it relies on description, analysis, and interpretation. The study resulted in several findings.

Keywords: social networks - Algerian woman - M'sila province - reluctance to marry.



فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	ملخص الدراسة
	شكر وتقدير
	الإهداء
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4	1- إشكالية الدراسة
5	2- أهداف الدراسة
5	3- أهمية الدراسة
5	4- أسباب اختيار الموضوع
6	5- تحديد المفاهيم
8	6- الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: المدخل النظري للدراسة
19	أولاً: الشبكات الاجتماعية
20	1- تعريف الشبكات الاجتماعية
23	2- نشأة وتطور مواقع الشبكات الاجتماعية
25	3- خصائص الشبكات الاجتماعية
26	4- الخدمات التي تتيحها مواقع الشبكات الاجتماعية
28	5- أسباب شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية
32	6- أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
35	7- آلية التواصل في الفيس بوك
37	8- فوائد وخدمات الفيس بوك
40	ثانياً: المرأة الجزائرية
40	1- تعريف المرأة الجزائرية
40	2- دور ومكانة المرأة في الأسرة الجزائرية

فهرس المحتويات

43	3- أهمية المرأة الجزائرية
43	4- خصائص الأسرة
44	5- العوامل المؤثرة في علاقات المرأة الجزائرية
الفصل الثالث: الإطار المنهجي	
48	01_ الدراسة الاستطلاعية
48	02_ أهداف الدراسة الاستطلاعية
49	03_ منهج الدراسة
50	04_ مجتمع وعينة الدراسة
50	05- أدوات الدراسة
الفصل الرابع: عرض ومناقشة نتائج الدراسة	
54	عرض وتحليل النتائج
54	أ/ تحليل البيانات الوصفية
58	ب/ تحليل أسئلة الاستبيان
103	النتائج الجزئية والعامة للدراسة
103	النتائج الجزئية للتساؤل الأول
104	النتيجة العامة الخاصة بالتساؤل الأول
105	النتائج الجزئية للتساؤل الثاني
106	النتيجة العامة الخاصة بالتساؤل الثاني
108	خاتمة
110	قائمة المصادر والمراجع
117	ملاحق

فهرس الجداول

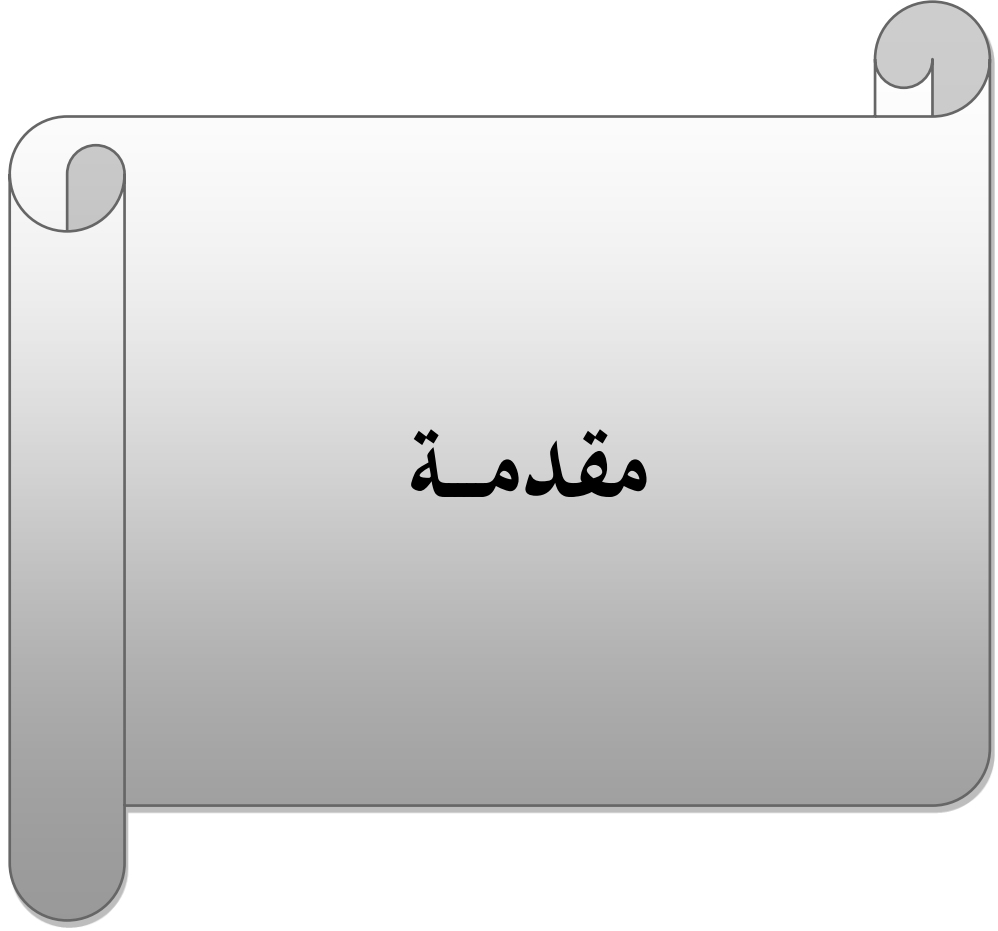
الصفحة	الجدول	الرقم
54	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	01
55	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي	02
56	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوضع المادي	03
57	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية	04
58	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)	05
60	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)	06
61	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)	07
63	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)	08
65	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)	09
67	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)	10
69	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)	11
71	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)	12
73	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)	13
74	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)	14
76	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)	15
78	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)	16
80	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)	17
82	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)	18
84	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)	19
86	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)	20
87	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)	21
89	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)	22
91	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)	23
93	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)	24

فهرس المحتويات

95	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)	25
96	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)	26
98	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (23)	27
99	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (24)	28
101	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (25)	29

فهرس الأشكال

الصفحة	الشكل	الرقم
54	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	01
55	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي	02
56	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوضع المادي	03
57	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية	04



مقدمة:

أفرز التطور التكنولوجي الحديث فضاءات تفاعل جديدة لم تكن معروفة من قبل، ناجمة عن الاستحداثات التكنولوجية التي تسيطر على الأفراد والجماعات والشعوب في عصرنا الحالي.

ومن تكنولوجيا الاتصال الحديثة شبكة الانترنت التي أخذت في التطور والانتشار وأدت دورا مهما في التأثير على ثقافات كثيرة من الشعوب لتشكل منعرجا حاسما في مجال الاتصال والتواصل الاجتماعي ومن مظاهر هذا التطور هو بروز وسائل التواصل الاجتماعي التي جمعت الجميع حول كل ما يهم المجتمع، خاصة تلك المتعلقة بالجوانب التي يتناولها كل الأفراد، وبالطبع فالتطور مسنا في العديد من الجوانب التي وسعت المجال أمام إيصال الأفكار والمعلومات للجميع، وهذا بفضل وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت منبرا لا منير له يعالج فيها لناشطون ما يهمهم وتعرف إقبالا واسعا من مختلف الأعمار والمستويات الاجتماعية والعلمية والثقافية ولذلك أصبحت اليوم مواقع التواصل الاجتماعي جزءا لا يتجزأ من حياة المجتمعات العصرية ومن أهم هذه المواقع.

نجد أن الفاييس بوك الذي أصبح يرافق الإنسان أينما حل فقد أصبح ملاذا للتواصل ومصدرا للأخبار ومرتعا كبيرا للشائعات سواء منها صحيحة أو كاذبة وأصبحت تؤثر على العلاقات الاجتماعية بالخصوص مع ظهور الهويات المزيفة التي تشكل خطرا على المستخدمين وخطرا على التماسك الأسري فقد مست هذه الظاهرة العائلات بصفة كبيرة جدا إذ أصبحت تسيطر على أوقات وأفكار المرأة الماكثة في البيت بشكل خاص وأصبحت شديدة الالتصاق بها مع استخداماته المتنوعة، ولكن مع مرور الوقت أصبحت هذه المواقع تشكل إدمانا للمستخدمين هذا ما يدفع للتساؤل عن مستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية والعلاقات الزوجية بالخصوص وهذا ما يدفعنا لمعرفة تأثير الشبكات الاجتماعية على المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج ولتحقيق هذا الهدف سننطلق من

أرضية منهجية ونظرية تمكننا من حسن التحليل في مرحلة لاحقة قصد الوصول إلى النتائج الصحيحة وذلك وفق خطوات منهجية وعلمية دقيقة.

لهذا كان الهدف الأساسي من هذا البحث هو معرفة تأثير الشبكات الاجتماعية في عزوف المرأة الجزائرية عن الزواج لذا يجب بناءه على أسس منهجية تضم جانبين جانب نظري وآخر تطبيقي.

إذ يحتوي الجانب النظري على فصلين، بداية الفصل الأول عنوانه ب: الإطار العام للدراسة الذي يضم الإشكالية وأهداف وأهمية الدراسة وفي الأخير تطرقنا إلى مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة، أما الفصل الثاني الذي عنوانه بالمدخل النظري للدراسة فقمنا بتقديم: أولاً: الشبكات الاجتماعية وجاء فيه تعريف الشبكات الاجتماعية ونشأة وتطور مواقع الشبكات الاجتماعية وخصائصها ثم الخدمات التي تتيحها مواقع الشبكات الاجتماعية ثم تطرقنا إلى أسباب شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: المرأة الجزائرية: جاء فيه: تعريف المرأة الجزائرية ودور ومكانة المرأة في الأسرة الجزائرية وأهمية المرأة الجزائرية ثم خصائص الأسرة والعوامل المؤثرة في علاقات المرأة الجزائرية.

أما الفصل الثاني الإطار المنهجي للدراسة

والفصل الثالث تطرقنا فيه إلى عرض وتحليل نتائج الدراسة بتحليل البيانات الوصفية وتحليل أسئلة الاستبيان، ثم النتائج العامة للاستبيان.
ثم خاتمة للدراسة ومراجعتها.

الفصل الأول:

الإطار العام للدراسة

1- إشكالية الدراسة:

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي ثورة في عالم التواصل بكافة أنواعه وأضحت ميدانا تفاعليا خصبا تتنوع فيه الآراء والمعلومات والمعارف والأخبار، ضف إلى ذلك مساهمتها الفعالة في طرح ومناقشة الكثير من المواضيع التي تهتم بكافة شرائح المجتمع وخاصة النساء، هذه الفئة التي وجدت في الفايسبوك والانستغرام واليوتيوب فضاء افتراضيا مميزا. وجاء استخدام النساء الجزيريات لمواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها من تطبيق الفايسبوك والانستغرام واليوتيوب وغيرها من المواقع الاجتماعية نظرا لخصائصها المتنوعة من سهولة في الاستخدام والتفاعلية والسرعة في تقديم الخدمات العديدة التي أتاحتها لهن والتي قد يكون لها تأثير إيجابي أو سلبي على الأسرة وعلاقاتها المترابطة.

وباعتبار أن الأسرة هي الوحدة الأساسية في بناء المجتمع والمرأة ركن أساسي فيها وعنصر فعال في العلاقات الأسرية من خلال ما عليها من مهام وأدوار رئيسية في المحافظة على تلك العلاقات، إذ أصبحت المرأة الماكثة في البيت من بين الشرائح المستهدفة في ظل مواكبتها للتطور التكنولوجي الحاصل ومن خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي قد يعود بنتائج على العلاقات الأسرية.

ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا لمعالجة هذا الموضوع والمتعلق باستخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج من خلال دراسة ميدانية على عينة من نساء من ولاية المسيلة، وعلى هذا الأساس نقوم بطرح مشكلة الدراسة التالية:

ما أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على المرأة الجزائرية بمدينة المسيلة في عزوفها عن الزواج؟

تندرج ضمنها مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

- ماهي عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية لولاية المسيلة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي التأثيرات الاجتماعية والأسرية والمهنية على المرأة الجزائرية لولاية المسيلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

2- أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف دراستنا فيما يلي:

- معرفة تأثير استخدام المرأة الجزائرية في المسيلة لمواقع التواصل الاجتماعي في عزوفها عن الزواج.

- إبراز استخدام المرأة العازبة الجزائرية بولاية المسيلة لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على عزوفها عن الزواج.

- الكشف عن أهم السلبيات التي يحدثها استخدام المرأة بولاية المسيلة لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية.

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في أهمية الموضوع المعالج والذي عنوانه الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج عبر دراسة على عينة من النساء في ولاية المسيلة، حيث أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح متاح لكل فئات المجتمع من مختلف الأعمار، حيث قد تكون له انعكاسات على الأسرة والمجتمع، فاستخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي قد يكون له تأثيرات متعددة

إيجابية وسلبية والتي قد يصل تأثيرها إلى العلاقات الأسرية مع الزوج والأبناء مستقبلا باعتبارها الأساس في بناء الأسرة ولها أثر على محيطها الذي تعيش فيه مما قد يؤثر على البناء الأسري.

4- أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب ذاتية:

- ميولنا واهتمامنا الشخصي بموضوع الأسرة وتأثير الشبكات الاجتماعية على المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج.

- كون الباحثة من النساء، الأمر الذي دفعها لاكتشاف أثر استخدام النساء لمواقع التواصل الاجتماعي على العزوف عن الزواج.

- محاولة معرفة الأسباب التي تجعل المرأة بولاية المسيلة تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة أثر ذلك على علاقتها الأسرية.

الأسباب الموضوعية:

- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى كل شرائح المجتمع وتأثيراته المتنوعة على العلاقات الأسرية.

حساسية الموضوع من خلال دراسة استخدام النساء لمواقع التواصل الاجتماعي وأثر ذلك على علاقاتهن الأسرية.

- قابلية الموضوع للطرح والقياس والدراسة ميدانياً.

5- تحديد المفاهيم:

5-1- التأثير:

أ- لغة:

أثر، يتأثر، متأثر بالشيء، تطلع به، أثر في الشيء أي ترك فيه أثر والأثر هو العلامة. وهو صفة عامة للإشارة إلى النتائج المباشرة المفترضة أو المقصورة ويتوضح من خلال هذا التعريف أن التأثير ما هو إلا رد فعل أو انعكاس نتيجة التعرض لوسيلة أو أي شيء آخر. (عزت، د س ن ، ص 208)

ب- اصطلاحاً:

يقصد بالتأثير في عملية الاتصال حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية والتي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال أو وظيفة الاتصال، وعادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل أو القائم بالاتصال ويتوقع تحقيقه من طرف المستقبل أو المتلقي، فالتأثير مرتبط بالقصدية والرغبة في بث رسالة معينة. (شفيق، 2013، ص 186)

ج- إجرائيا:

نقصد بالتأثير في هذه الدراسة التغيرات التي تحدث نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سواء كان هذا الاستخدام سلبي أو إيجابي.

5-2- مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- اصطلاحا:

أنه منظومة من المواقع الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (بركات، 2015، ص 32)

وهو عبارة عن صفحات ويب تسهل التفاعل النشط بين الأفراد المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة عبر الانترنت والتي من شأنها أن تساعد الأفراد على التفاعل فيما بينهم من خلال مميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات. (الدليمي، 2011، ص 183)

ب- إجرائيا:

هي وسائل اتصالية ذات شعبية كبيرة، وهي عبارة عن حلقات اجتماعية تربط الأفراد فيما بينهم بغية التواصل والتفاعل، يستخدمها الأزواج مدفوعين بأسباب نفسية واجتماعية... لتحقيق اشباعات معينة.

5-3- الزواج:

أ- لغة:

بمعنى الاقتران والارتباط، و أشتهر بمعنى اقتران الرجل بالمرأة وقد يستخدم الزواج بمعنى النكاح والوطء. (محمد، 2009، ص 47).

يعرف الزواج بأنه عقد يفيد حل عشرة بين الرجل والمرأة وتعاونهما مدى الحياة ويحدد بمقتضاه أحكام الشرع مالكيهما من حقوق وما عليهما من واجبات. (محمد، 2009، ص 47).

ب- اصطلاحا:

هي الارتباط الذي يحقق أهداف ومنافع الزواج إذا كانت العلاقة سامية متبنية البنيان يقوم كل طرف فيها بواجباته ومسؤولياته، فالزواج منافعه عظيمة وغاياته نبيلة. (مصباح، د.س، ص 120)

ج- إجرائيا:

هي علاقة بين الرجل والمرأة من أجل حياة مشتركة تحت سقف واحد، مقيد بشرائع دينية مختلفة تبعا للشعوب والأمم، كما يقوم على إدراك وتقدير متبادل من كل طرف. يعتبر الزواج عقدا منظما ومشاركة بين الرجل والمرأة يترتب عليه مجموعة من الحقوق والواجبات.

6- الدراسات السابقة:

أ- الدراسة الأولى: دراسة أمال حجاج 2017 بعنوان: استخدام النساء الماكثات بالبيت لفيس بوك .

اذ تتمحور اشكالية الدراسة في واقع استخدام النساء الماكثات بالبيت للفيسبوك في منطقة بني ثور ورقلة، فقامت الباحثة بتوزيع الاستبيان على عينة من نساء بني ثور الماكثات بالبيت، حيث احتوى الاستبيان على ثلاثة محاور تتضمن مجموعة من الأسئلة توضح انماط وعادات استخدام النساء الماكثات بالبيت للفيسبوك وماهي الدوافع التي دفعت النساء الماكثات بالبيت لاستخدام الفيسبوك والإشاعات المحققة من هذا الاستخدام وقد توصلت هذه الدراسة إلى إن ما نسبته 82% من المحور الثاني الأكثر استخداما لموقع الفيسبوك، وإن الدوافع المتمثلة في اتصال مع الأصدقاء القدامى والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ وزيادة الاطلاع على الأحداث والتطورات المحلية والدولية هي التي دفعت المبحوثات لاستخدام الفيسبوك، كما كشفت الدراسة ان الاشباع المحققة من هذا الاستخدام هو الاستمتاع بالاتصال مع الأصدقاء القدامى وأفراد العائلة ساعد

على ملئ أوقات الفراغ كما كشفت الدراسة أهمية موقع الفايسبوك في إبقاء الأفراد على اتصال مع بعضهم البعض. (أمال حجاج ، 2015/2016)

ب- دراسة الباحثة وال بركات (2015-2016)

دراسة بعنوان "انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية" للباحثة نوال بركات، جامعة محمد خيضر للعلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية(بسكرة)، أطروحة نهاية الدراسة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة سنة 2015م، وكان تساؤلها الرئيس كالتالي:

ما هي عوامل وانعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات التي تربط المستخدمين الجزائريين مع محيطهم الاجتماعي؟
ومن هذا التساؤل تفرعت التساؤلات التالية:

- 1- ما هي طبيعة استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 2- ما هي عوامل إقبال الجزائريين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 3- ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الأسري القربية الجزائرية؟
- 4- ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط علاقات الجيرة في المجتمع الجزائري؟

5- ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية بين زملاء الدراسة أو العمل في المجتمع الجزائري؟
أما مجتمع وعينة الدراسة تقتصر على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين دون غيرهم ونظرا لخصوصية هذا الموضوع بالذات، فكان مجتمع الدراسة 1000 مفردة.

وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وبعض الأساليب الإحصائية باستعانة إستمارة استبيان إلكترونية لجمع البيانات، وكانت نتائج الدراسة كالتالي:

1- استفادة أغلب مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين من استخدامها في التواصل مع أقاربهم البعيدين مكانيا، وقد ساعدت هذه المواقع المستخدمين في التواصل أيضا مع أقاربهم المقيمين خارج الجزائر.

2- نسبة كبيرة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين لا ينجزون واجباتهم المنزلية تجاه أسرهم) التسويق، العناية بالأطفال، تنظيف المنزل. (وذلك بسبب انشغالهم باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

3- يشكو أفراد أسر مستخدمي المواقع الاجتماعية بسبب طول الوقت الذي يقضونه في الاستخدام وتقودنا هذه الشكوى والتذمر الأسري إلى تقدير أن شعور أفراد الأسرة بأن التواصل والتواجد الفعلي لهذا المستخدم معهم قد تغير بعد استخدامه للمواقع الاجتماعية، حيث أصبح معظم وقته في تصفح واستخدام هذه المواقع.

4- تساعدهم هذه المواقع أيضا على التواصل مع زملائهم الذين خارج البلاد.

5- تساعدهم مواقع التواصل الاجتماعي على معرفة مختلف اهتمامات وانشغالات زملائهم في الدراسة أو العمل.

علاقة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

أوجه التشابه:

ومن أوجه التشابه بين هذه الدراسة ودراستنا أن كلاهما يدرس مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات.

أوجه الاختلاف:

أما الاختلاف فهذه الدراسة تبحث عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية بصفة عامة: (الجيرة، العلاقات الأسرية، زملاء العمل ...)، أما

دراستنا الحالية فركزت على الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج.

- نقاط الاستفادة من هذه الدراسة:

ساعدتنا الدراسة السابقة في ضبط وصياغة الجانب النظري والإجراءات المنهجية للدراسة، واستفدنا كثيرا في بناء أسئلة الاستبيان، وكذلك أفادتنا في المقارنات بين نتائج الدراسات السابقة وما توصلنا إليه في دراستنا الحالية.

الدراسة الثانية: دراسة الباحثة مريم ناريمان نومار (2011-2012)

دراسة بعنوان: "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية" للباحثة مريم ناريمان نومار، بجامعة باتنة للعلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، رسالة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام والتكنولوجيا للاتصال الحديثة، بقسم العلوم الإنسانية سنة 2011.

وكان تساؤلها الرئيسي كالتالي:

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية؟

ومن هذا التساؤل تفرعت التساؤلات التالية:

1- ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي لدى الجزائريين؟

2- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع "الفايس بوك"؟

بوك؟

كيف يؤثر استخدام الفايس بوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

أما عن مجتمع عينة الدراسة قصدية من المستخدمين الجزائريين لموقع الفايس بوك

وقوامها 280 مفردة.

وقد استخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي واعتمدت على الملاحظة

والاستبيان كأداتين لجمع البيانات، تكون الاستبيان من ثلاث محاور، وكانت نتائج

الدراسة كالتالي:

1- نجح موقع الفاييس بوك في تجسيد ثقافة الكترونية تواصلية جديدة بين الأفراد أنتجت مشاعرا جديدة حيث أصبح الأفراد يتواصلون عن طريق " الفاييس بوك" أكثر من تواصلهم وجها لوجه وأصبحوا يقضون وقت أكثر في الحديث مع أصدقائهم فيسمح لهم ذلك بنقل آرائهم واتجاهاتهم.

2-يؤثر استخدام موقع الفاييس بوك على التفاعل الاجتماعي للمستخدم مع عائلته وأصدقائه ومعارفه.

3-يؤثر استخدام موقع الفاييس بوك على الانتماء الاجتماعي، فبعد اندماج الفرد و إلغاء المسافات فيما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن المستخدم يعبر به عن شعوره بالوحدة والعزلة عن محيطه الاجتماعي وأيضا الشعور بالفراغ الاجتماعي والعاطفي.

أوجه التشابه:

ومن أوجه التشابه بين هذه الدراسة ودراستنا الحالية أن كلاهما يدرس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي.

أوجه الاختلاف:

أما الاختلاف المدخل النظري نفسه والعينة قصدية، إلا لكل واحد مدينة معينة به كذلك ركزت الدراسة السابقة على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، أما دراستنا فتخصصت وركزت على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج.

نقاط الاستفادة من هذه الدراسة:

استفدنا من هذه الدراسة على بيان الأثر الاجتماعي والسلبي في استخدام موقع الفاييس بوك على المجتمع الجزائري.

الدراسة الثالثة: دراسة حلمي خضر ساري 2008 بعنوان "تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثيرات الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري. وتبنت الباحثة استبانة مكونة من 21 سؤالاً، وبعد التحقق من صدق وثبات الأداة طبقت الدراسة على عينة بلغت (471 فرداً من دولة قطر بطريقة عشوائية، وقد توصلت الدراسة الى إلى النتائج التالية، نذكر أهمها:

- أن أفراد العينة من كلا الجنسين يستخدمون الانترنت في حياتهم اليومية بنسب متفاوتة، لكن تأثير الانترنت في الاناث كان أكثر من تأثيره في الذكور.
- أن لمتغيري التعليم وعدد ساعات الاستخدام أثرا في هذا التأثير.
- أن الاتصال عبر الانترنت ترك تأثير في اتصال أفراد العينة الشخصي المباشر مع أسرهم أكثر من وتأثير في اتصالهم بأصدقائهم ومعارفهم.
- أن هناك قدرة للاتصال عبر الانترنت في تكوين علاقات عاطفية قوية جعلت ومنهم لا يمانع فكرة الزواج عبر الانترنت.

الدراسة الرابعة: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك وتويتر نموذجا"، حنان بنت شعشوع الشهرى، رسالة ماجستير، 1434هـ:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدامها واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات 150 طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع وان هذين الموقعين قد ساهما في

تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة التواصل مع اقاربهن البعيدين
مكانيا.

**الدراسة الخامسة: تأثير الشبكات الاجتماعية على العلاقات الأسرية، ميليسا باكر
جونس ، جامعة أليانت الدولية ، كاليفورنيا 2014:**

دراسة كمية درست العلاقة بين العلاقات الأسرية الواقعية واستخدام الفيس بوك
للتواصل والتفاعل مع الأسرة . مقياس الفيسبوك (FBS) من الادوات التي اعتمد عليها
البحث لقياس مدى التمتع والاشباع للتواصل الاسرى على الفيس بوك .بالإضافة الى
ملئ قوائم من قبل المشاركين مثل مقياس العلاقات الأسرية، (التواصل لحل المشكلات
الاسرية) وافراد الأسرة الجدد وشارت النتائج ألى أن الفيسبوك يوفر امكانيات الاستخدام
في الحالات المرضية ليساعد في التطور وتحسين صحة الاسرة.

**الدراسة السادسة: دراسة نهى محمود مرسي المنصوري 2019، أثر استخدام
شبكات التواصل الاجتماعي علي العلاقات الأسرية دراسة لشرائح متباينة المستوي**

تهدف الدراسة إلى وصف وتحليل الآثار والتغيرات الناتجة عن استخدام أفراد الأسرة
شبكات التواصل الاجتماعي فهذا البحث يقيس العلاقة بين استخدام احد الزوجين لشبكات
التواصل الاجتماعي والآخر الايجابي أو السلبي علي العلاقة بين الزوجين وقد اعتمد
البحث الحالي علي منطلق نظري يتمثل في نظرية انتشار المستحدثات، ونظرية التفاعلية
الرمزية، ونظرية قوة الروابط الضعيفة، واعتمد البحث علي أداة الاستبيان (عن طريق
الفيسبوك) في جمع البيانات، حيث بلغ حجم عينة البحث (239) فردا مكونه من (103)
من الذكور، (136) من الإناث ممن سبق لهم الزواج وقد هدف البحث إلى تحديد أثر
شبكات التواصل الاجتماعي علي العلاقة بين الزوجين، بحث تأثير شبكات التواصل
الاجتماعي علي العلاقات الاسرية تبعا للنوع (زوج - زوجة)، بحث تأثير شبكات
التواصل الاجتماعي علي العلاقات الاسرية تبعا للفئة العمرية، وقد اعتمد البحث علي
المنهج الوصفي والمسح الاجتماعي بالعينة ومن نتائج البحث: عدد مستخدمي شبكات

التواصل الاجتماعي من الزوجات (الإناث) أكثر من عدد الأزواج (الذكور)، يتناسب استخدام عكسيا شبكات التواصل الاجتماعي مع العمر فكلما زاد العمر وازدادت المسؤوليات والاعباء الحياتية والاسرية كلما قل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من المتزوجين أكثر من عدد المطلقين والأرامل، وقد تفوقت نسبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر من 7 ساعات يوميا ومن أهم التوصيات: الاهتمام بالعلاقة بين جميع افراد الاسرة بشكل عام والزوجين بشكل خاص حتي نتجنب التفكك الاسري، مراعاة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مفيد لتجنب أضرارها علي الفرد والأسرة، تحديد وقت معين من اليوم لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيه لتجنب أن تتسبب في خرس الزوجي وخلل في العلاقة بين الزوجين، عدم نقل كل الثقافات التي توجد علي هذه الشبكات لأنها لا تتناسب العادات والتقاليد الموجودة في المجتمع المصري.

الدراسة السابعة: دراسة مريم نريمان نومار 2012 استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، هدفت هذه الدراسة الي التعرف علي الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للأعلام والاتصال في حياه الاشخاص والتعرف علي اهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية وايضا التعرف على تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية والتعرف على الاسباب التي ساعدت في انتشار العلاقات الافتراضية علي حساب نظيرتها الواقعية واعتمدت هذه الدراسة علي المنهج الوصفي واستخدمت لجمع البيانات الملاحظة والاستبيان. وكان التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة هو " ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية علي العلاقات الاجتماعية؟ وكانت اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة تقضي النسبة الاكبر من المبحوثين اكثر من ثلاث ساعات في استخدام " الفيسبوك " ويفضل اغلبهم خدمه التعليقات والدرشة بالدرجة الأولى. يستخدم اغلب افراد العينة موقع " الفيسبوك " بدافع التواصل مع الاهل والاصدقاء إلي جانب التثقيف

نقد الدراسات السابقة وطرق الاستفادة منها:

من خلال تحليل الدراسات السابقة المتعلقة بالشبكات الاجتماعية ومقارنتها، وجدت الباحثة ما يلي:

من حيث الهدف:

فقد هدفت بعض الدراسات إلى معرفة تأثير الشبكات الاجتماعية، كما هدفت بعض الدراسات الأخرى إلى معرفة مدى تأثير الشبكات الاجتماعية وبعض المتغيرات.

من حيث المنهج:

ساد المنهج الوصفي بأنواعه التحليلي الارتباطي، المسحي في معظم الدراسات.

من حيث الأدوات:

تم استخدام العديد من الأدوات، وتتنوع بتنوع متغيرات الدراسة وأهدافها، فبعضها أعده الباحثون بما يتلاءم مع طبيعة دراساتهم، وبعضها الآخر استخدم أدوات لباحثين آخرين إضافة إلى استخدام مقاييس وأدوات أجنبية بعد أن عربت وأجريت عليها معايير الصدق والثبات بما يتلاءم مع بيئة الدراسة. وبشكل عام اعتمد أغلب الباحثين على الاستبانة أداة لجمع المعلومات.

حيث تنوعت أهداف الدراسات السابقة بحيث ركزت بشكل أساسي على:

- 1- تعرف الظاهرة المدروسة بمجالات مختلفة.
- 2- الكشف عن المصادر المسببة لتلك الظاهرة، ومحاولة قياسها، وشيوعها، ونوعها في ضوء عدد من المتغيرات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

لقد ساهمت الدراسات السابقة التي تم عرضها في بناء العديد من جوانب هذه الدراسة

وهي:

_ ساعدت في تشكيل الإطار النظري بطريقة علمية لهذه الدراسة.

الفصل الأول _____ الإطار العام للدراسة

_ تم تحديد المفاهيم المستخدمة ووضع تساؤلات الدراسة بناء على ما أشارت إليه نتائجها.

_ ساهمت في بناء أداة الدراسة.

_ الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج دراستنا.

الفصل الثاني:

المدخل النظري للدراسة

أولاً: الشبكات الاجتماعية

تمهيد:

تشهد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، "أو ما يعرف ب الإعلام الاجتماعي الجديد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وقد كانت في بداياتها مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازدادت مع الوقت لتتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم بشكل ملحوظ وبارز.

لقد استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع الشبكات الاجتماعية على اختلاف توجهاتها ونظرة مؤسسيها وأهدافها أن تجمع النشاط الاتصالي البشري في خاصية الانتشار والمرونة وغيرها من الخصائص الأخرى في تواصل الأفراد مع بعضهم البعض على اختلاف أطوارهم التعليمية ومستواهم الاجتماعي وإمكانياتهم. (اللدعة، الخزندار، 2011، ص 43)

وتؤدي المواقع الاجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعي أدوارا عديدة أهمها اجتماعية وثقافية بالدرجة الأولى في حياة الأفراد على اختلاف ثقافتهم على الصعيد العالمي والإقليمي والمحلي. وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة نظرا لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات حتى أصبح بإمكان أي فرد أن ينشأ موقعه أو صفحات له على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر، والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة. ويأتي هذا من إدراك الناس لأهميتها بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة لأن الهدف واحد من إنشاء هذه الشبكات، مع الأخذ بعين الاعتبار الاستخدام السيئ لبعض الناس في هذه الشبكات، وأصبح تأثيرها على مختلف مناحي الحياة الاجتماعية والإدارية والتسويقية والاقتصادية والثقافية والبحثية والعلمية. (مهنا، 2002، ص 31)

1- تعريف الشبكات الاجتماعية:

أ/التعريفات العامة:

• لقد عرفت الشبكات الاجتماعية علي أنها " مجموعة من المواقع علي شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب web 2 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبة انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة... الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع علي الملفات الشخصية ،ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض . وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية " (زكي، 2012، ص3)

• منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. (زاهر،، ص23)

• "شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع صممت بناء على مبدأ التفاعلية لخلق مجتمعات للناس على الانترنت وذلك بتقديم الخدمات والأدوات التقنية اللازمة على الشبكة العنكبوتية ". من خلال هذا التعريف يتبين أن مبدأ التفاعلية هو من أهم المبادئ التي بنيت عليها شبكات التواصل الاجتماعي ولكن مفهوم التفاعلية قد تغير مع بداية الألفية الجديدة وذلك بولادة عدد من الشبكات العملاقة في هذا المضمار مثل TWITTER ,MYSPACE, FACEBOOK , HI5 وغيرها التي أعادت فكرة شبكات التواصل الاجتماعي من تفاعلية الأصدقاء إلى تفاعلية المؤسسات مع الزبائن وتفاعل المؤسسات مع بعضها وتفاعل الشعوب مع الشعوب. (Benneth, 2012)

• شبكات التواصل الاجتماعي هي استخدام الانترنت لتمكين الأفراد من إيجاد بعضهم البعض وفق الاهتمامات المشتركة وإيجاد فرصة ليلاقوا بعضهم افتراضيا على شبكة الانترنت. (Azizah 2010. p10)

• الشبكة الاجتماعية هي خدمة تتركز في بناء وتعزيز الشبكات الاجتماعية لتبادل الاتصال بين الناس الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة ، أو لمن يهتمون باكتشاف ميول وأنشطة الآخرين. وغاية هذه الخدمات في المقام الأول تعتمد على توفير مجموعة متنوعة من الطرق للتفاعل بين المستخدمين مثل: المحادثة، الرسائل، البريد، الفيديو، المحادثة الصوتية، تبادل الملفات، مدونات، مناقشات اجتماعية وهكذا. (مختار، 2012، ص9).

• تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي جزء من منظومة الإعلام الجديد New media أو الإعلام الرقمي Digital media وهو يعني مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت. (باقر الومضان، 2012، ص61)

ب/ تعريف الباحثين والعلماء:

عند العرب :

• يعرفها محمد عواد في أطروحته للماجستير : " بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة-NOTE) حيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة أو حمل جنسية بلد ما في هذا العالم وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص. (المنصور، 2012، ص28)

• وتعرفها هبة محمد خليفة: "بأنها شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء. كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض، وبعد سنوات طوال وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

• عرفها فايز الشهري: "منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيه إنشاء موقع خاص به، ومنى ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة والثانوية أو غير ذلك. (جرار، 2012، ص37)

• كما عرفها خالد غسان في كتابه "ثورة الشبكات الاجتماعية بقوله: "استخدام تطبيقات الانترنت للتواصل والاتصال بالغير" (المقادي، 2014، ص24)

• ويعرفها عثمان حمزة بقوله: "هي مواقع تشكل مجتمعات الكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصدقة، والمراسلة والمحادثة الفورية وإنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات المشاركة في الأحداث والمناسبات ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات (عمر، 2014)

عند الأجانب:

• عرف السون وبويد Boyd، Ellison الشبكات الاجتماعية علي أنها " مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة ، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر. (Boyd, Ellison)

• ولقد أوجز Swite (2009) مفهوم الشبكات الاجتماعية في أنها منظمة عصرانية غيرت في أسلوب الحياة من حيث الأسلوب والإدارة والممارسة ". (. Mcswete, 2009 , p 95-96)

• ويعرفها بالاس Balas : "بأنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت، أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة". (Kittiwongvivat, 2010, p20)

ج/ التعريف الإجرائي للشبكات الاجتماعية :

تعرف الباحثة الشبكات الاجتماعية على أنها نوع من الإعلام الجديد وتصنف ضمن مواقع الجيل الثاني للويب ويب 2.0 وهي شبكات اجتماعية تفاعلية فخاصيتها الأساسية بناؤها التفاعل حيث تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، وقد ظهرت كأحد تطبيقات شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة فغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية وخدمية، وتمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض كما تعرفك بأخرين لم تكن تعرفهم من قبل، إضافة إلى التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم، ولعل أبرز شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب.

2-نشأة وتطور مواقع الشبكات الاجتماعية:

كان أول مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في الولايات المتحدة على شبكة الإنترنت، في شكل تجمعات هو موقع THEGLOB.COM عام 1994 تلاه موقع Geocities في العام نفسه وتلاهها موقع Tripod بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات، في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني وأهمها موقع Classmate.com عام 1995، (الدبسي، الطاهات، 2013، ص5) ويعد أول موقع على الإنترنت يستحق أن يطلق عليه اسم شبكة اجتماعية الذي صممه "راندي كونرادز"، وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء الذين جمعتهم المدارس والجامعات في فترة معينة من

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

تاريخ حياتهم، قبل أن تفرق بينهم ظروف الدهر، في التواصل فيما بينهم من جديد.
(اللده، الخزندار، 2011، ص45)

وقد بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية تنتشر مع موقع الدرجات الست Six degress.com عام 1997 لإتاحة الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على المواقع وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين. وهذه الشبكات اتبعت أسلوبا مغايرا ببساطة عن طريق الارتباط مع البعض عبر عناوين البريد الالكتروني. وفي نهاية العقد التاسع أصبحت الملفات الشخصية هي الخاصة المحورية لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث أتاحت للمستخدمين تكوين قوائم من الأصدقاء والبحث عن مستخدمين آخرين لهم نفس الاهتمامات. وبهذا تضمنت مواقع تلك الشبكات الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء.

وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا لمالكها وتم إغلاق بعضها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الفترة ما بين 1999 وبين عام 2001 لكنها لم تحقق نجاحا كبيرا (عماري، 2012، ص33)

وتم ابتكار طرق جديدة للتواصل الاجتماعي في نهاية العقد التاسع، حيث بدأت كثير من المواقع في توفير إمكانية متقدمة للمستخدمين لتوسعة نطاق الأصدقاء والقدرة على التحكم في تلك الدائرة من الصداقات، وبهذا بدأ الرعيل الجديد من الشبكات الاجتماعية في الازدهار بظهور مايك أوت كلوب **Make out club** في عام 2000 ثم "فرنديستر" Friendster عام 2002 وسرعان ما أصبح جزءا من فعاليات الانترنت المتعارف عليها (طيب، 2012، ص 10).

ومنذ عام 2003 ظهرت العديد من مواقع و شبكات التواصل الاجتماعي، و نمت في هذا العام وبشكل مطرد ظاهرة المحتوى المقدم من قبل المستخدمين وبدأت

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

المواقع تركز على ما يقدمه المشاركون من مشاركات مثل الصور « Flickr » والموسيقى « last.com » ومقاطع الفيديو « youtube » وفي نفس العام قام موقع My space باجتذاب عدد كبير من مستخدمي موقع Friendster بعد أن أشيعت إشاعة في تلك الفترة أنه يعتزم أخذ ثمن من المستخدمين لقاء التمتع بخدماته المختلفة، فقام المستخدمون بالعمل على حث بعضهم البعض للتحويل إلى شبكات اجتماعية بديلة ومنها موقع My space الذي تميز بتقديم خدمات تحت الطلب ، فسمح لمستخدميه بإضافة السمات الشخصية على صفحاتهم الخاصة، وقد كان الفتیان حديثي السن من أكثر المقبلين عليه مما أدى إلى خلق مشكلة كبيرة تتعلق باستغلال القاصرين جنسيا من خلال هذا الموقع. (حلاسة، منصر، 2013، ص33)

3- خصائص الشبكات الاجتماعية :

تتميز الشبكات الاجتماعية بمجموعة من الميزات والخصائص جعلت منها رائدة ومتداولة بين الكثير من أفراد المجتمع على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية وطبقاتهم. ومن بين الخصائص ندرج الآتي ذكره:

- العالمية: حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية و يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب في بساطة وسهولة.
- التفاعلية: فالفرد فيها كما انه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي العملية المقيمة في الإعلام القديم - التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيز المشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.
- التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء.... الخ.
- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

• التوفير والاقتصادية: اقتصادية في الوقت والجهد والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي، وليست حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى (بن ورقلة، 2014)

• المشاركة: فهي تشجع على المساهمات وردود الأفعال من أي مهتم، وتلغي الحد الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقين.

• الانفتاح: فمعظم شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات، ونادرا ما توجد حواجز أمام وصول المحتوى والاستفادة منه.

• التجمع: تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال، ويربط تلك التجمعات اهتمامات مشتركة ومختلفة. (مليقة، 2013، ص12).

4-الخدمات التي تتيحها مواقع الشبكات الاجتماعية :

كان ظهور شبكات التواصل الاجتماعي قفزة بارزة وواضحة المعالم في حياة الاتصال الإنساني، حيث استطاعت في فترة وجيزة أن تحجز لها مكانا في حياة الأفراد من خلال استخدامها في العديد من مجالات الحياة متجاوزة بذلك دورها التواصلي الأول وهذا نظرا للخدمات التي توفرها نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

• إعطاء المعلومات المختلفة والحصول عليها من خلال خدمات الملفات التي يتم تواجدها داخل مواقع التواصل المختلفة والمتنوعة في شتى المجالات.

• التعاون والتشارك في حل المشكلات واتخاذ القرارات.

• التعليم والتعلم والتدريب وتبادل الخبرات.

• التعبير عن المشاعر والأفكار والآراء وإسداء وتلقي النصح والإرشاد والتوجيه حول

مختلف المواضيع مثل المواضيع ذات الصبغة الطبية. (شقرة، 2014، ص60-61)

• المحادثة الفورية سواء مع قائمة الأصدقاء الذين يعرفهم أو من خلال تكوين صداقات جديدة عبر مواقع التواصل ، والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني، والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها.

• الممارسات السياسية: حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته ، ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع.

• التسويق والإعلان: حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج والدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الإشهارية المتنوعة، كما أصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية فسامت بذلك في تعزيز التسويق الإلكتروني الذي كان موجودا من قبل. (ملوكي، 2012، ص43)

• التسلية وممارسة الهوايات: فمواقع شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب والتسلية ، بالإضافة إلى ذلك أصبحت هذه الأخيرة تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في اللعبة مع أفراد آخرين ومباشرة ،ومن جهة أخرى أصبحت تشكل البيئة التي يقوم من خلالها المستخدم بممارسة مختلف هواياته واهتماماته. (Danah2008.)

وكان على إثر هذه الخدمات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية مجموعة من المتغيرات الثقافية والاجتماعية والتفاعلية والتي يمكن الوقوف عليها من النواحي التالية:

4-1- المتغيرات الاجتماعية: تتلخص المتغيرات الاجتماعية للشبكات في محورين يتمثل المحور الأول في تكوين الصداقات بينما يتمثل المحور الثاني في عضوية المجموعات ويمكن طرحهما من خلال السياق التالي :

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

أ- **تكوين الصداقات:** سهلت الشبكات الاجتماعية من تكوين الصداقات حيث تجمع الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية والفرضية الأساسية التي تتواكب مع تكوين الصداقات هي مشاركة الاهتمامات.

ب- **عضوية الجماعات:** سمحت الشبكات الاجتماعية أن تجمع في طياتها الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة ومن الممكن أن تؤسس هذه الجماعات بين أفراد المجتمع المحلي أو يتم الاشتراك فيها على الصعيد العالمي.

4-2- **المتغيرات الثقافية:** إن عضوية الأفراد سواء في المجموعات المتشكلة عبر الشبكات الاجتماعية فتح الباب للتغيرات الثقافية في الفضاء المعلوماتي، فالشأن الثقافي والعلمي أصبح متغير أساسي بالنسبة للشبكات الاجتماعية ، إذ أن الشبكات الاجتماعية ساهمت في تأرجح التفاعلات الثقافية بين عالمين الأول هو العالم الواقعي والثاني هو العالم الافتراضي الموازي المتمثل في الشبكات الاجتماعية (عبيد، 2013)

5- أنواع الشبكات الاجتماعية:

تتعدد تقسيمات الشبكات الاجتماعية وتفرع أنواعها حسب الباحثين، نذكر ذلك على النحو التالي :

5-1- التقسيم العام:

أ/ **نوع رئيسي:** وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين، وخدماته عامة مثل : المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي ومثالها مواقع: فيس بوك وماي سبيس .

ب/ **شبكات بميزات إضافية:** هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر ميزات أخرى مثل التدوين المصغر كموقع تويتر .

كما تتفرع أيضا ضمن نطاق الشبكات الاجتماعية:

شبكات شخصية، شبكات ثقافية، شبكات مهنية. (اللدعه، الخزندار، ص38) وسيتم تفصيلها بالتدرج ضمن التصنيف الموالي ذكره.

5-2- حسب نطاق الاستخدام:

يعد هذا التقسيم الذي قدمته "فريال مهنا" من بين التقسيمات المعتمدة في تصنيف الشبكات الاجتماعية . وقد جاء هذا التقسيم بناء على اعتبار نطاق الاستخدام. وبالتالي تنقسم الشبكات الاجتماعية إلى:

أ/ **الشبكات الاجتماعية الشخصية:** وهنا يتواجد شخص فقط لتبادل معلوماته الشخصية مع أصدقائه ومثال ذلك موقع Nearbie الذي يتيح لك ولأصدقائك طرح ونشر الأحداث والمناسبات الاجتماعية وربطها بزمان وذلك حفظا للذكريات. (مهنا، 2002، ص148)

ب/ **الشبكات الاجتماعية المهنية:** هي من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية فهي تربط أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات. كما تتضمن أيضا ملفات شخصية للمستخدمين تحتوي على سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قام بالعمل معهم. ومن أشهرها موقع LinkedIn الذي يعد مقر للعديد من شركات التوظيف التي بدورها تقوم بطرح سؤال في مجال احترافي معين ومن ثم الحصول على إجابة وصاحب الإجابة الأمثل سيصبح صاحب الوظيفة. (بدوي، 2007، ص32)

ح/ **الشبكات الاجتماعية الثقافية:** تعد ثورة معلوماتية حيث تستقطب مستخدمين مثقفين من كل أنحاء العالم ومثال ذلك موقع Imedix وهو خاص بكل شخص يريد الحديث عن الصحة. (مهنا، 2002، ص220)

5-3/ حسب الوسيلة المستخدمة: كما تصنف مواقع التواصل الاجتماعي تبعا

للووسيلة التي تستخدمها إلى:

-الشبكات الاجتماعية العامة مثل فيس بوك وماي سبيس.

-المدونات مثل سكاى بلوغ ويكيبيديا.

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

-أدوات التشارك لتسجيل الفيديو مثل يوتيوب والصور مثل فليكر والموسيقى مثل ديزار .

-أدوات الدردشة مثل PHPbb والمراسلة الآنية مثل Windows Live Messenger

-منصات إنشاء الشبكات الاجتماعية مثل Ning .

-وسائل الإشهار الصغيرة مثل تويتر والمواقع المشتقة منها مثل Twitxr .

5-4/حسب لغة التخاطب: وقد جاء بهذا التصنيف الآن لوفير الشبكات الاجتماعية

في كتابه الشبكات الاجتماعية إلى صنفين: الضمنية والصريحة

أ/ الشبكات الاجتماعية الضمنية:تضم المواقع المجتمعية المهتمة بالمضمون مثل

قاعدة لتبادل الفيديو .

ب/ الشبكات الاجتماعية الصريحة: فهي المواقع التي أنشأت من أجل المستخدمين

ولتقديم خدمات لهم مثل المواقع المهنية كما يمكن للشبكات الاجتماعية الرقمية أن تتكيف

مع كل المواضيع الممكنة مثل البحث عن عمل أو تطوير أعمال التعارف بين الأشخاص

أو تبادل المعلومات حول موضوع ذو اهتمام مشترك. (الدبسي، الطاهات، ص6)

5/حسب الأهداف: وتقسّم الشبكات الاجتماعية حسب الأهداف إلى:

أ/شبكات التنشئة الاجتماعية: وهي الشبكات التي أنشأت من أجل الترفيه والتواصل

الاجتماعي بين الأعضاء وغالبا ما تستخدم للعثور وعرض قوائم الأصدقاء الموجودة على

الشبكة مثل الفيس بوك وماي سبيس .

ب/شبكات التواصل الاجتماعي: وهي الشبكات التي تستخدم من أجل إيجاد علاقات

جديدة، وتضم عددا كبيرا من أسماء المستخدمين غير معروفة مثل لينكدان .

ج/الشبكات الاجتماعية للإبحار:وهي وسيلة لمساعدة المستخدمين على إيجاد نوع

معين من المعلومات أو المصادر، كما تستخدم من أجل نشر قوائم الاتصال، وقوائم

توفير سبل الوصول إلى المعلومات والموارد المرتبطة بها مثل موقع Digg وهو موقع روابط إنترنت. (eBizMBA Rank 2013..)

6/ أسباب شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية:

يمكننا القول أن مواقع الشبكات الاجتماعية اليوم تحتل مساحة كبيرة من حيث الاستعمال وهو ما تشير إليه الأرقام والإحصائيات حول تزايد المستخدمين يوماً بعد يوم، وهذه الشعبية مردها الأسباب التالية:

6-1/ العزلة الاجتماعية : والتي نتجت من نمط الحياة المعاصرة حيث أن جميع

أفراد الأسرة يعملون خارج المنزل وفي نفس الوقت يبحثون عن أشخاص يشاركونهم اهتماماتهم ، وبالنسبة لمواقع الشبكات الاجتماعية فيمكن التواصل من خلالها بطريقة بسيطة تكفي امتلاك المستخدم لجهاز كمبيوتر أو لوحة الكترونية أو حتى عن طريق الهاتف الذكي ومع تطبيقات الانترنت في هذه الوسائل يجد الفرد نفسه متصلاً متى شاء ووقت ما شاء في أي مكان كان.

6-2/ مساحة الرأي وحرية الموقف : من المعروف أن هذه المواقع تسمح

للأشخاص بحرية تعبير عن آرائهم وقضاياهم أكثر من بقية وسائل الاتصال المختلفة لأنها في متناول كافة الشرائح الاجتماعية على اختلاف الفوارق بينهم وكذا تكاليفها المالية ما جعل الكثير من المستخدمين يلجأون إليها للإفصاح عن رأيهم والتعليق على مختلف القضايا التي تقع في دائرة اهتمامهم من خلالها.

6-3/ البطالة أو الرغبة في تحسين الظروف المهنية : بعض الشبكات الاجتماعية

تتيح فرصة الحصول على وظيفة مناسبة أو حتى مجرد تسهيل انجاز عمل أو مهمة ما ومن أشهرها موقع لينكدان. من خلال توفير عروض العمل والمواصفات عبر هذه المواقع التي تتيح للفرد البحث عن عمله بطريقة أكثر فعالية من الطريقة العادية الكلاسيكية .

6-4/ جمع المعلومات واكتساب الخبرة : الشبكات الاجتماعية لها أهمية كبيرة

بالنسبة للمتقنين حيث تمكنهم من الحصول على أحدث الاتجاهات الثقافية والتجارية وقد

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

تكون أكثر تحديثًا. من الكتب والدوريات مثل موقع Imedix. وحتى من خلال المجموعات التي ينخرط فيها المثقفون والتي تمثل منبرا حواريا ثقافيا يوفر المعلومات والكتب والدوريات عن طريق الملفات التي يتم نشرها وتحميلها على هذه الشبكات.

6-5/ الدعاية والإعلان : الدعاية والإعلان ليست فقط في المجلات والصحف

والانترنت بل يتدعي الأمر إلى أحاديث الناس مع بعضهم البعض وهو يعتبر أكثر دعاية مثيرة لأنها تولد لدى الشخص رغبة ملححة لمعرفة ما يتحدث عنه الناس فيجد مواصفاته متوفرة عبر هذه المواقع كما تتيح له معرفة طريقة اتخاذ قرار الشراء وبالتالي يقوم بتجربته على سبيل الفضول. (Barker, Robert (1999)

6- أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

إذا كانت معايير تقسيم الشبكات الاجتماعية تختلف حسب وجهة نظر كل باحث وحسب نطاق التخصص لكل شبكة اجتماعية ما جعلها تتنوع بين الشبكات الثقافية والشخصية والمهنية فأنها تتقاطع في دورها التواصلي الكبير الذي تؤديه في حياة الفرد والمجتمعات، فبرزت شبكات على حساب أخرى وأدى استخدام بعضها بشكل ملحوظ إلى شهرتها من بين المواقع التواصلية نذكر منها أبرزها على النحو التالي:

• 1/ فيس بوك facebook :

يعد فيس بوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شهرة بين مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى بتقديمه للعديد من الخدمات ومرونة الاستخدام فيه التي تتيح التنقل بأريحية بين محتوياته.

وإذا أردنا أن نأتي على تعريف فيس بوك فقد ورد تعريفه في ويعرف قاموس الإعلام والاتصال « dictionary of media and communications على أنه « موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

الأشخاص. و فيس بوك هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم. (صالح كاتب، 2012، ص10)

ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلاب الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم، والدخول إلى الموقع والتسجيل به مجاناً، ويمكن للمستخدمين التفاعل والتواصل وإضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، وعدد مستخدمي الموقع في الوقت الحالي حوالي مليار شخص وأصبح Facebook ظاهرة عالمية، خاصة بعد الثورات التي قامت في بعض الدول العربية (سليمان عمر، 2013، ص10).

نشأة الفيس بوك:

وتعود نشأة الفيس بوك إلى 4 فيفري 2004 أين شهدت هذه الشبكة الاجتماعية بداية الانطلاق بفضل جهود مارك زوكربيرج، هدفه في بداية الأمر كان لأجل ربط طلاب جامعة هارفارد، ويعتبر فيس بوك فريداً من نوعه بين مواقع التشبيك الاجتماعي فمنبعه الرئيسي كان كليات الجامعة التي كان عددها 2000 كلية. حاول زوكربيرج الربط بينها بأسلوب تكنولوجي بسيط يحتاج فيه المستخدم إلى حساب إلكتروني لضمان الانخراط في حساب الكلية التي ينتمي إليها، كما يسمح له أيضاً بالإطلاع على مواقع الكليات الأخرى. (Jones, Soltren 2013).

وسمي الفيس بوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بـ"كتاب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء. وهذا ما حصل حيث اقتصر الفيس بوك في البداية على جامعة هارفارد، ثم

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

انتشر استخدامه إلى بقية الجامعات والكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات ، وفي عام 2006 حصل تطور في شروط استخدام هذا الموقع حيث ألغي شرط أن يمتلك المستخدم بريدا إلكترونيا صادرا عن جامعة أو كلية أو مدرسة أو شركة...وأصبح بإمكان أي شخص تجاوز سن الثالثة عشر ويمتلك عنوانا بريد الكتروني أن يصبح عضوا في هذا الموقع. (شقرة، ص64)

بهذه السرعة تحول الفيس بوك من وسيلة تواصل خاصة بمجتمع خاص هو جمهور الطلاب ومجتمع الجامعة إلى وسيلة جماهيرية موجهة لكافة الشرائح والفئات ويتم استخدامه لكافة الأغراض منها التواصلية ولبناء العلاقات الاجتماعية وكذا الإعلان والتسويق لمختلف السلع والخدمات بل وحتى في التضامن بين أفراد المجتمع كالتوزيع الإلكتروني وغيرها من المجالات الأخرى.

1-2/ الفيس بوك بلغة الأرقام

أ/على الصعيد العالمي:

مع زيادة انتشار هذه الشبكة الاجتماعية تزايد معها عدد المستخدمين، حيث بلغ عددهم في آخر إحصاء قدمه موقع Global Digital Statistic* وبالتحديد في شهر جانفي فقد بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك 1.184 مليار مستخدم عبر كافة أنحاء العالم وتتصدر دول شمال الولايات المتحدة الأمريكية القائمة بنسبة استخدام تبلغ 56 % تليها دول الجنوب ، وتقاربت النسب بين دول أوروبا الغربية وقارة أستراليا ودول شرق آسيا بمعدل 44 إلى 43 % .

إن القراءة الأولية لنسب الأرقام التي تتعلق بمدى استخدام شبكة الفيس بوك على مستوى الدول الغربية توضح لنا الانتشار الكبير لهذه الأخيرة في التواصل بين الأفراد مرده التطور التكنولوجي الحاصل في تكنولوجيا المعلومات وطرق التحكم الجيد فيها، إضافة إلى تمتعها بقاعدة الانترنت ذات الأجيال المتطورة، إذ نجد أن نسبة الربط بهذه الشبكة يبلغ شمال القارة الأمريكية في 2014 حسب ما جاء به موقع إحصائيات

Global Digital Statistic 81% كأعلى نسبة في العالم تليها دول أوروبا بنسبة 78% وتأتي في المرتبة الثالثة أستراليا ب 63%.

ب/على الصعيد العربي :

على الصعيد العربي فقد بلغت نسبة مستخدمي الفيس بوك في دول الشرق الأوسط 24%، حيث كشفت دراسة أجراها موقع "فيس بوك" عن إحصائيات توضح أن عدد مستخدمي الانترنت بالجزائر وصل إلى أكثر من مليوني مستخدم، أي بنسبة 6 بالمائة من مجموع عدد سكان الوطن، كما تم تصنيف الجزائر في المرتبة 52 عالميا والسادسة على المستوى العربي، بعد مصر (7.2 مليون مستخدم)، والسعودية (3.8 مليون مستخدم)، والمغرب (3.4 مليون مستخدم)، ثم تونس والإمارات بنفس النسبة (2.2 مليون مستخدم)، كما تظهر نفس الدراسة أن 90 بالمائة من المستخدمين لا نقل أعمارهم عن 44 سنة، لتكون نسبة الرجال مقدرة ب 68 بالمائة والنساء 32 بالمائة. (كحيلي، 216، ص 12)

7- آلية التواصل في الفيس بوك:

يتم التواصل بين الأعضاء المنخرطين في شبكة الفيس بوك عبر العديد من التطبيقات نذكرها على النحو التالي:

أ/الإعجابJ'aine: ويتم تطبيق هذه الخاصية في حالة إعجاب شخص من الأصدقاء بمنشور تم نشره على جدارية غيره، أو على المجموعات والصفحات التي يكون عضوا منخرطا فيها.

ب/التعليق:Commentaire: ويتم من خلال هذه الخاصية القيام بالإدلاء بالرأي على مختلف ما يتم نشره على جدارية الأصدقاء أو على الجدارية الخاصة بالمستخدم ويمكن هذا التعليق من فتح أفق تفاعلي بين الفرد والمحيط من حوله في تبادل الأفكار والآراء حول موضوع معين مهما كانت طبيعة هذا الأخير، و سواء كان من باب التبادل المعرفي أو التعليق على الصور الموجودات أو المقولات المختلفة.

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

ج/المشاركةPartager: إذا حدث وان أعجب الشخص بمنشور معين مهما كانت طبيعته وأراد أن يكون هذا الأخير على صفحته الخاصة به فالتطبيق الذي يتيح له هذه الخاصية يدعو بالمشاركة أي انه يتشارك ويشارك غيره، يتشارك بمدلول التقاطع بينه وبين الأصل الذي أخذ منه المنشور ويشارك غيره فيجعله محطة للتعليق من قبل مجموعته وأصدقائه حتى يدلوا هم الآخرين برأيهم فيه.

د/النشر: Publier : يعد النشر الالكتروني من بين الخدمات التي توجد على صفحة الفيس بوك الخاصة بكل مشترك سواء كان المنشور نصا مكتوبا أو صورة أو مجموعة من الصور أو الملفات أو التعبير عن الحالة التي يوجد عليها المستخدم .

ه/البحث عن الأصدقاء: Retrouve des amis: بداعي أن الفيس بوك أسس أول ما أسس بهدف الربط بين الأصدقاء فإنه من بين التطبيقات التي يوفرها خدمة البحث على الأصدقاء في أي مكان من العالم، وذلك من خلال تسجيل الاسم الحقيقي أو المستعار للشخص الذي يراد إيجاد المستخدم نفسه أمام قائمة طويلة من الأسماء لأشخاص بصورهم الحقيقية او المستعارة يختار منها من يراه مناسباً أو من يبحث عنه.

و/الدرشة: Discussion: يمكن للمنخرط في الفيس بوك من خلال حسابه الشخصي إجراء محادثة مباشرة مع أصدقائه على الخط الحي On line أو من خلال ترك رسالة له في صندوق رسائله يتصفحها متى زاره.

ز/الوخز: Poke: أو النكزة التي تتيح للمستخدمين إرسال « نكزة » افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

بالإضافة إلى إعدادات الخصوصية التي تهم كل مستخدم من خلال تغيير البيانات التي تتعلق به أو حذفها بإخفائها أو إظهارها، كما يوفر الموقع أيضا مجموعات يمكن الانخراط والعضوية فيها، زيادة على هذا يوفر الموقع بعض الألعاب الموجودة والتطبيقات الأخرى.

8- فوائد وخدمات الفيس بوك:

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

• إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع: حيث تتاح الفرصة لإضافة من يشاء من الأعضاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم، أو إرشاد صديقين إلى بعضهما البعض حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي مع إمكانية اقتراح أصدقاء جدد مع ترتيبهم أبجدياً حسب أسمائهم أو فرزهم حسب طبيعة الصداقة التي تربط المستخدم بهم.

• خدمة الشركات وأصحاب الأعمال: وتتمثل في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، وخدمات التسويق والترويج.

• تحميل البومات صور: بشكل أسهل وأكبر مما تتيحه المواقع الأخرى، يمكن تحميل أكثر من مليار صورة شهرياً على الفيس بوك أو مقاطع فيديو عبر مصادر متعددة كالهاتف النقال أو البريد الإلكتروني.

• التواصل مع مجتمعات افتراضية: متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.

• متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات: سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو فنية من خلال حساباتهم الموجودة على الفيس بوك. (شقرة، ص 68-69)

1-5/سلبيات التعامل مع موقع الفيس بوك:

إذا كان لموقع التواصل الاجتماعي الذي صنف على أنه أحد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استقطاباً لكافة الشرائح الاجتماعية إذا كان له إيجابيات في تسهيل التواصل فإنه كذلك يحوي مجموعة من السلبيات التي نشأت عن الاستخدام غير العقلاني من طرف الأشخاص نذكر منها التالي:

الفصل الثاني — المدخل النظري للدراسة

• **الفضائح الاجتماعية:** هناك العديد من الفضائح التي طالت الأفراد والشخصيات والفنانين والسياسيين، إما باختراق حساباتهم الشخصية وقرصنتها أو نشر صور منافية للأخلاق والآداب العامة على هذه المواقع ما أدى إلى نشوء خوف من هذا الموقع لدى كثيرين.

• **كشف الخصوصيات وإضعاف العلاقات الاجتماعية:** كثير من رواد الانترنت يرفضون فتح حسابات خاصة عبر هذا الموقع بحجة أن خصوصياتهم ستكشف (شعبان، صبطي، 2012، ص183)، ويعزى كشف الخصوصيات بالرغم من ضبط المستخدم لخيارات الخصوصية التي تحد أحيانا من الوصول إلى صفحته حسب ما أوردته "ألين أوليغ عوكي" في كتابها "فيسبوك للجميع" إلى غياب التدابير الأمنية المثالية التي تمكن من التحكم بتصرفات المستخدمين الآخرين الذين قد يختار الفرد مشاركتهم صفحته وتطبيقاته المختلفة التي يعرضها لهم. (عوكي، 2009، ص65)

• **العزلة الاجتماعية:** فلا شك أن صفحة الفيس بوك من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي فهي مغرية وتجذب الشباب بشكل خطير جدا وينتهي الأمر إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع مما يؤدي إلى هدر في الطاقات ويبدو الوقت بلا قيمة ولا معنى وخصوصا لدى الشباب الذي ترك يواجه الفراغ والبطالة والعجز والإحباط وفقدان الأمل في مستقبله، فيبحث عن تسلية وقته في حجرات الدردشة التي تتحول مع الوقت إلى إدمان أشبه بإدمان المخدرات لا يمكن الخلاص منه فيظل منهم مرابطا أمام هذه الشبكة بالساعات المتواصلة التي تزيد أحيانا عن عشر ساعات يوميا. (بن فتح، 2014)

• **اللغة التواصلية الجديدة:** أدى استخدام الفيس بوك بتطبيقاته الواسعة إلى نشوء لغة جديدة تواصلية أهم ما يميزها الاختصار وتوظيف الرمز أكثر، وهذا بارز بصفة كبيرة في الوسط الشباني فمثلا يتم استخدام رقم "3" بدل حرف العين وتوظف الكثير من الإيماءات الدالة على تفاعل المستخدم مع غيره، بل وتم استخدام الحروف الفرنسية

الفصل الثاني — المدخل النظري للدراسة

للكتاباة الدالة على العربية فكما تنطق الكلمة باللغة العربية تترجم لحروف الفرنسية، وهذا ما اعتبره البعض تهديدا للغة العربية وحصرها لاستخدامها في مجال التواصل الاجتماعي.

خلاصة:

إن الشبكات الاجتماعية وتطبيقات الإعلام الجديد توفر لمستخدمي الإنترنت الأدوات التي تساعدهم على مشاركة بعضهم البعض والعمل معا بتسهيلها للتواصل وتقديمها العديد من الخدمات التفاعلية السريعة والفورية .

إن قوة التأثير التي يمتلكها مستخدمو الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد أصبحت عالمية وتجاوزت بالفعل حدود الدولة التي يعيش فيها مستخدم الإنترنت وهذا جعل من مواقع التواصل الاجتماعي أدوات قوية ومؤثرة في الكثير من أوجه الأعلام. بل وجعلت منها الأداة الفاعلة في إحداث ثورات الربيع العربي في مختلف البلدان العربية .

وتبقى إيجابيات وسلبيات الشبكات الاجتماعية مرهونة بمدى ترشيد وعقلنة الاستخدام من طرف الفرد والذي من شأنه أن يستغلها في خدمة القضايا المهمة التي تعود عليه وعلى غيره بالنفع كما من شأنه أن يستخدمها في الجانب السلبي .

ثانيا: المرأة الجزائرية

1- تعريف المرأة الجزائرية

تعدّ المرأة الجزائرية إحدى الركائز الأساسية في بناء المجتمع الجزائري، إذ اضطلعت عبر التاريخ بأدوار محورية في الأسرة، الاقتصاد، والثورة التحريرية. فهي رمز للنضال والصمود، وقد برزت بقوة خلال الثورة الجزائرية (1954-1962) كمجاهدة وممرضة وناقلة للرسائل، إلى جانب أدوارها في التربية والتعليم والعمل بعد الاستقلال، مما جعلها تشكل عنصراً فعالاً في مسيرة التنمية الوطنية. (سعدي، 2010، ص45)

2- دور ومكانة المرأة في الأسرة الجزائرية.

تعتبر المرأة نواة المجتمع وركيزته الأساسية، وحاضنة أجيال المستقبل، وأن الحديث عن واقعها في الجزائر يفتح باباً واسعاً للطرح والنقاش، فالأوضاع التي مرت بها الجزائر تختلف عن أوضاعها في باقي أقطار الوطن العربي والإسلامي، فلقد كانت المرأة الجزائرية في زمن الاستعمار تعاني من الحرمان المطلق، وحتى بعد الاستقلال الذي حققته الجزائر سنة 1962 تواصلت حالة الحرمان مع اختلاف المسببات ولكن الأوضاع تغيرت مع الزمن وتوفرت بعض الإمكانيات، ففتح مجال واسعاً للمرأة الجزائرية في مختلف مجالات الحياة، فأضحت متواجدة في مختلف القطاعات، مع هذا يظل التساؤل المطروح: لا يمكن أن نتكلم عن دور ومكانة واحدة للمرأة في الأسرة الجزائرية التقليدية لأن وضعيتها تختلف من منطقة لأخرى وحتى في المنطقة نفسها نجد أنها تختلف من قبيلة لأخرى ومن عرش لآخر، فمثلاً عند الطوارق نجد المرأة مثقفة أكثر من الرجل، وفي مكانة أرفع منه، مستقلة عنه أما عند القبائل الكبرى، المرأة ليس لها أي حق تطالب به في وقت من الأوقات كانت تحرم من الميراث بل كانت من ضمن الأشياء التي تورث .

وكانت على العموم ولادة البنت في العائلة الجزائرية تستقبل بمشاعر الإحباط وخيبة الأمل خاصة إذا كانت قد سبقتها إلى الوجود في عائلتها أخت أو أكثر. فيكون ذلك اليوم مشؤوم على المرأة باعتبارها تقليدياً المسؤولة عن ذلك وليس من المستبعد أن تستبدل

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

بزوجة أخرى أقل منها سناً، أو مطلقة ولكن ولودة للذكور. حيث يعتبر إنجاب الذكور محدد لمكانة المرأة داخل العائلة ومجدها يكمن في عدد إنجاب الأطفال وكلما زاد عدد أطفالها كلما تمكنت من التوسع داخل العائلة أكثر ولا تزرع مكانتها بفضل أبنائها الذكور (نورية، 2014، ص 152).

إن التمييز بين الجنسين في العائلة الجزائرية يبدأ منذ الولادة بحيث تتصرف معه بطريقة تؤكد لها أن وجودها غير مرغوب فيه وأنها عبئاً في الإنفاق عليها بغير عائد، هذا بينما تتباها الأسرة

بما يحققه الذكور في عملية النضوج ويحاطون بكل العناية واللفظ اللازم لتفوقهم، أما البنت عموماً فالأحد يعتني بالعليق على تصرفاتها وإنجازاتها إلا إذا كانت تستوجب اللوم أو التوبيخ أو العقاب.

إذن نلاحظ أن القاعدة الأساسية للتنشئة الاجتماعية تقوم على أساس تخصيص أدوار للذكور وأخرى للإناث بين الداخل والخارج، كما تتضمن مبدأ خضوع الإناث للذكور فالزواج للبنت مثلاً لا يحررها من سلطة الذكر بحيث توضع تحت السيطرة الكاملة للزوج وأهله وبتعبير آخر سيطرة أهل زوجها.

إن التنشئة الاجتماعية للفتاة داخل العائلة الجزائرية مبنية على أساس مجموعة من المفاهيم والقيم المتمثلة في الحشمة، والحرمة، والطاعة، والتي تعتبر من أسس التربية الدينية للطفل التي هي موكلة للوالدين وبالخصوص الأم فهي التي تتولى التربية من الجهة العملية وتعليم الطفل مكانته في الجماعة وتعليمه طاعة الكبير. بعد طاعة الله والوالدين ثم الأقارب؛ وتقوم تنشئة الفتاة على تخصيص أدوار خاصة بها وهي الزواج والإنجاب والتربية .

أما الدور الاجتماعي والاقتصادي للمرأة في العائلة الجزائرية التقليدية فهو الإنجاب لضمان استمرارية النسل والمحافظة على اسم العائلة وثروتها، لذا فمن المنتظر منها إنجاب الذكور لكونهم العنصر الوحيد ثقافياً المخول له القيام بهذه المهمة وتلبية حاجاتهم

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

أما الدور الثالث فيتمثل في الطاعة والسير الحسن والاعتناء بالمنزل الكبير الذي يعيش فيه عدد كبير من الافراد يصل عددهم إلى 60 شخص (نورية، 2014، ص 152) نجد أن المرأة في الجزائر مازالت تتجه نحو المهن التي لا تتعارض مع دورها في البيت، والحاصل أن دور المرأة يكاد ينحصر في مجالات تقليدية معينة هي التعليم والطب والتمريض والعمل الإداري والمكتبي، ولا يملن كثيرا إلى الأعمال التي تتطلب التسيير والسلطة والقيادة وسبب ذلك أنه ليس للمرأة الثقة الكافية في نفسها لاتخاذ مثل هذه المسؤوليات، لأنها لم تحضر لذلك سواء من قبل الأسرة أو المجتمع كذلك فإن المجتمع يعتبر المسؤول الأول عن هذه الوضعية التي تعاني منها المرأة الجزائرية بسبب الهيمنة الذكورية في بعض المجالات، والنظرة التقليدية لها، مع اعتبار أن دورها مقتصر على التربية والإنجاب والأشغال المنزلية ولا حاحه لها للدراسة والعمل فهي تحت وصاية الرجل.

يتضح مما سبق الأدوار التي حددت للمرأة وفقا للصورة الذهنية المتكونة حولها والتي لا تؤهلها للمساواة مع الرجل في تولي المهام القيادية بسبب نظرة المجتمع المقتصرة على الرجل في هذا الجانب.

أما عدي الهواري في كتابه " تحولات المجتمع الجزائري والرابط الاجتماعي في الجزائر المعاصر " يرى: " أن التحولات التي عرفها المجتمع الجزائري مست أشكال تنظيم العائلة، حيث لم تبقى العائلة بطريقة بل تركت مكانها للعائلة الممتدة المتكونة من عدة أسر نووية، لكن في الوقت نفسه أشار إلى أن القيم والمعايير الاجتماعية السائدة مازالت قائمة رغم التحول الاقتصادي والحضري بسبب ما أضحى يسمى بالشبكة العائلية الناتج عن تجمع تلك الأسر حول الأبوين." (LhouariADDI,1999,Parie)

وتسهم أساليب التنشئة الأسرية في تحديد مضمون النوع الاجتماعي - الذكورة والأنوثة - وفي خلق فروق تجعل المرأة أقل طموحا من الرجل في المجالات الثقافية والاقتصادية والسياسية، ومكانتها واختياراتها المهنية فضلا عن انشغالها بأمور العائلة والبيت، إذ

الفصل الثاني — المدخل النظري للدراسة

تشكل التنشئة الأسرية المحور الأساس في نظرة المجتمع لدور المرأة في الحياة السياسية وقدرتها على صناعة القرار والتأثير في الآخرين وإقناعهم. (محمد وليد، 2018، ص71)

3- أهمية المرأة الجزائرية:

الحقيقة أن للمرأة أهمية بالغة في الحياة، ذلك لأنها التربة الأولى التي ينشأ فيها الفرد ويتربص، وهي التي تستقبل الطفل وهو مازال عجيبة ابنة قابلة للتكوين والتشكيل والتنمية، وفيها تتم أولى خطوات أهم عملية تربوية في حياة الإنسان وهي عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية والنفسية والأخلاقية تلك العملية التي تحيل الطفلة من مجرد كائن بيولوجي إلى كائن انساني، فالتنشئة الاجتماعية هي التي تكسب الإنسان إنسانيته وعن طريقها يمتص قيم المجتمع ومثله ومبادئه ومعاييره. (بن عبود، 2017، ص 45)

وتعد المرأة عنصرًا أساسيًا في بناء المجتمعات وتقدمها، إذ لا يمكن تحقيق تنمية شاملة دون مشاركتها الفعالة في مختلف مناحي الحياة. فالمرأة تساهم في تنشئة الأجيال، وتؤدي أدوارًا محورية في الأسرة، والتعليم، والصحة، والسياسة، والاقتصاد.

وقد أثبتت العديد من الدراسات أن تمكين المرأة والارتقاء بمكانتها يسهم مباشرة في تحسين مؤشرات التنمية البشرية والاقتصادية داخل المجتمعات. كما أن إشراك المرأة في مراكز صنع القرار يعزز من العدالة الاجتماعية ويُسهم في بناء مجتمعات أكثر توازنًا واستقرارًا. (الأمم المتحدة، 2022)

كما تتجلى أهمية المرأة بشكل خاص في مساهماتها المتعددة، بداية من نضالها في الثورة التحريرية، مرورًا بدورها التربوي والاجتماعي، ووصولًا إلى تقلدها مناصب قيادية في الدولة. إن الاعتراف بمكانة المرأة وتمكينها هو استثمار في مستقبل الوطن وتقدمه. (بوزيد، 2019، ص 39)

4- خصائص الأسرة

تعرف الأسرة بأنها تنظيم اجتماعي أساسه نكر وانثى ارتبطا بالزواج وقد يتكاثر عدد افراد الاسرة بإنجاب الأبناء او بشمول اعضاء ينتمون الى أحد الزوجين او كلاهما،

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

ويمكن ان ينطبق لفظ الاسرة على جزء منها نتيجة وفاة أحد الزوجين أو كلاهما. (المالك، نوفل، 2001، ص14).

الأسرة هي الخلية الأساسية في المجتمع وتتكون من أفراد تربطهم صلة القرابة والدم، فالأسر تختلف عن بعضها البعض في نظامها ونمط حياتها، إلا أن هناك مجموعة من الخصائص التي تشترك بها جميع الاسر داخل المجتمع الواحد ومنها:

- تتكون الأسرة من فردين فأكثر وتختلف مسميات الأسرة على حسب حجم أفرادها.
- الأسرة مجال اجتماعي يتضمن العلاقات الاجتماعية القائمة على القرابة والمودة والألفة.

- الأسرة كوحدة اجتماعية يتفاعل أفرادها تفاعلا متبادلا ويتفق مع ادوار كل منهم ومع الظروف السائدة في الاسرة من جهة نظم المجتمع ومن جهة ثانية بالصور التي تتفق مع اشباع الحاجات الاجتماعية والنفسية والاقتصادية لكل افراد الاسرة.(السيد، 2014، ص46)

- ومن الخصائص المعروفة عن الاسرة حجمها المحدد أي ان الاسرة لا تنمو الى ما لا نهاية فهي بالضرورة محدودة الحجم، وتتوقف عن النمو عن حد معين وهي أصغر الكل، وما يعرف بالأسرة الكبيرة أو الصغيرة هي أمر نسبي وليس مطلق.

- ومن الخصائص المعروفة عن الاسرة حجمها المحدد أي ان الاسرة لا تنمو الى ما لا نهاية فهي بالضرورة محدودة الحجم، وتتوقف عن النمو عن حد معين وهي أصغر الكل، وما يعرف بالأسرة الكبيرة أو الصغيرة هي أمر نسبي وليس مطلق.(رشوان، 2012، ص 27)

5- العوامل المؤثرة في علاقات المرأة الجزائرية

العوامل الاجتماعية: تعد التنشئة الاجتماعية نظاما من التضاريس المركبة والمتداخلة ومن هنا يميز الباحثون عدة اتجاهات وأساليب مختلفة في التنشئة الاجتماعية، ومن أبرزها هو الاتجاه التسلطي والديمقراطي، فاتجاه التسلط الذي يعتمد الوالدين مع أبنائهم

الفصل الثاني — المدخل النظري للدراسة

والذي يتركز على مبدأ العلاقات العمودية بين الأبناء والآباء، وما تأخذ هذه العلاقة من صورة عنف نفسية وفيزيولوجية مما يؤدي إلى نشوء الحقد والكره بين الآباء والأبناء فتتحول إلى صراع بينهم وهذا من أسباب حدوث تفكك أسري في حين أن الاتجاه الديمقراطي في التربية والذي ينطلق من قيمة الحب والعطف والدعم والتي من شأنها أن تسقط الحدود النفسية القائمة بينهم. (صديقي، 2005، ص70)

العامل الديني: يعتبر العامل الديني والاخلاقي من أهم الاركان الاساسية للاستقرار الزواجي، والذي يضمن تماسك الاسرة بالأخلاق والقيم وبالتالي تحميها من عوامل الانحراف، فالوعي الديني للأسرة له أثر عميق في تنشئة أبنائهم وتربيتهم بالتخلي بالخلق الحسن والقول الطيب ويساهم في تقوية العلاقة بينهم. وتماسك الأسرة في حين يمكن ان تتلاشى هذه العلاقة وتتكرر إذا غاب الدين والقيم والمعايير الاخلاقية.

العامل الاقتصادي: تؤثر الظروف الاقتصادية التي تمر بها الأسرة تأثيرا سلبيا أو ايجابيا على العلاقات داخل الأسرة، فالحياة الزوجية التي تبدأ في ظروف اقتصادية صعبة كأن تكون تحت وطأة اقساط شهرية أو مشاركة الاخرين مسكنهم وغير ذلك من مشاكل العصر الحالي، والتي ستأثر على طبيعة العلاقات داخل الأسرة، وهذا ما أكد عليه "سعد المغربي" في قوله "يلعب العامل الاقتصادي دورا هاما إلى حد بعيد في تحديد مدى سعادة الأسرة ومدى استقرارها وتماسكها". (لواطى، 2018، ص71)

العامل النفسي: تؤثر الظروف النفسية المصاحبة للزواج بشكل كبير على العلاقات داخل الاسرة وتتمثل الظروف النفسية في الأسلوب الذي يتم من خلاله الارتباط بشريك الحياة ومن ناحية أخرى فإن الاتجاهات والمشاعر التي تسود بين أعضاء الأسرة تنعكس على اتجاهات ومشاعر وبأفكار الطفل، فإذا ما حصل الطفل على الإحساس بالأمن في منزله ومن طرف والديه فهذا يجعل من الطفل قادر على مواجهة المشكلات ومواقف الحياة في المستقبل.

الفصل الثاني _____ المدخل النظري للدراسة

العامل التكنولوجي: التقنيات الحديثة والتغير التكنولوجي السريع له أثر كبير على مكونات البناء الاجتماعي ومنه البناء الأسري خصوصا عمق العلاقات الأسرية ومن أمثلة الغزو الإعلامي والشبكة العنكبوتية خصوصا في مثل استحالة التحكم في هذه التكنولوجيات. (الكندري، 1996، ص 206)

الفصل الثالث:

الإطار المنهجي

01_ الدراسة الاستطلاعية:

الدراسة الاستطلاعية هي مرحلة أولية أو دراسة قبلية تسبق الدراسة الأساسية، فهي تهدف إلى جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات على موضوع الدراسة كما تهدف أيضا إلى التجريب والتدريب. (عبد الهادي وياسمين، 2019، ص 59).

حيث تعتبر الدراسة الاستطلاعية أساسا جوهريا لبناء البحث كله، وذلك لما يمكن للباحث تحقيقه من خلالها، إذا تهدف الدراسة الاستطلاعية إضافة للتحقيق من صلاحية أدوات البحث إلى تعميق المعرفة بالموضوع المراد دراسته وتجميع الملاحظات والتعرف على أهمية البحث وتحديد ظروفه... الخ (محي الدين، 1995، ص 48).

وعلى هذا الأساس قمنا بإجراء دراسة على مجموعة من النساء العازبات بولاية المسيلة، وكانت العينة مكونة من (30) امرأة، حيث تم أخذ عينة الدراسة بطريقة عشوائية، بعدها قمنا بتطبيق استبيان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمرأة الجزائرية واستبيان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج من إعداد الطالبة. على مجموعة الدراسة وكان الهدف من الدراسة هو معرفة الظروف التي تجرى فيها الدراسة والتعرف على أهم الفروض التي يمكن وضعها وإخضاعها للبحث العلمي.

02_ أهداف الدراسة الاستطلاعية:

_ استطلاع الظروف التي يجري فيها البحث والتعرف على العقبات التي تقف في طريق الإجراء.

_ تحديد الوقت الكافي لتطبيق أداة الدراسة

- الإحاطة أكثر بالمشكلة البحثية.

- رسم ووضع هيكل عام للبحث.

- ضبط مصطلحات البحث.

- التعرف على خصائص عينة الدراسة.

03_ منهج الدراسة:

من المؤكد أن البحث العلمي ما هو إلا سلسلة منظمة من المراحل المضبوطة بجملته من القواعد، والتي تسعى وفي كل العلوم إلى الوصول إلى الحقيقة ، سمتها الموضوعية والدقة والترتيب، ولقد تعددت المناهج العلمية للبحث تبعا لتعدد مواضيع الدراسة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وذلك من أجل الوصول إلى الحقائق بطريقة علمية دقيقة، ويعرف المنهج بأنه " مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه" (زرواتي، ص 119) وتماشيا مع أهداف وطبيعة موضوع الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بغرض الوصول إلى تأثير الشبكات الاجتماعية على المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج.

04_ مجتمع وعينة الدراسة:

لغرض اختيار عينة البحث والتي تعرف على أنها " ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا". (در، 2017، ص 313).

وعلى هذا تم تحديدها في مجتمع البحث والذي يعرف " على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث وهو مجموعة من المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ". (أزمور، 2018، ص16). حيث أن مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية والاجتماعية هو مجموعة منتهية، أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا، والتي تركز عليها الملاحظات، أو هو مجموعة عناصر لها خصائص، أو عدة خصائص مشتركة تميزه عن غيره من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث، أو التقصي. (أنجرس، 2004، ص 298).

ويتمثل مجتمع دراستنا ب: المرأة الجزائرية العازبة بولاية المسيلة، وبطريقة عشوائية بسيطة، تكونت عينة الدراسة من 60 امرأة من أصل المجتمع الكلي.

حدود الدراسة:

اقتصرت الدراسة الحالية على الحدود التالية:

الحدود البشرية: تم إجراء هذه الدراسة على عينة من النساء العازبات بولاية المسيلة.

الحدود المكانية: تم إجراء هذه الدراسة بولاية المسيلة.

الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة في الموسم الدراسي 2024 - 2025 خلال شهري أفريل وماي.

5- أدوات الدراسة:

هي الوسائل التي يستخدمها الباحث في حصوله على المعلومات المطلوبة من مصادر معينة في بحثه، ويؤكد مسلم محمد بخصوص أدوات الدراسة أن اختيار الأداة والوسيلة يتوقف على موضوع البحث، طبيعة الموضوع، نوعية مجتمع الدراسة، الظروف والملابسات التي تحيط بالموضوع، ويمكن للباحث أن يختار وسيلة واحدة كما يمكنه أن يحدد الوسائل حسب هدف البحث (مسلم محمد، 2002، ص 36).

بناء أداة الدراسة:

لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأنا إلى جمع البيانات الأولية من خلال المقياس كأداة رئيسية للبحث التي تعتبر نموذج يتكون من 25 سؤال، حيث اعتمدنا في إعداد هذا المقياس على مجموعة من المقاييس السابقة تتعلق بمواضيع تتشابه مع موضوع الدراسة، وبعد عرض الاستبانة على الأستاذ المشرف وثلاث أساتذة أفاضل محكمين مختصين في المجال لأخذ آرائهم حول مدى وضوح صياغة أسئلة الاستبيان، وبعد تصحيحهم للاستبيان وإعطاء الملاحظات، ترتب على ذلك استبعاد بعض العبارات والتعديل في صياغة بعض العبارات الأخرى وفي الأخير تمكنا من إخراجها بشكل نهائي وتوجيهه لفئة من النساء العازبات بولاية المسيلة.

تم تقسيم المقياس إلى قسمين رئيسيين:

- القسم الأول: يضمن البيانات الشخصية والتي ركزنا فيها على السن، المستوى

الدراسي، الوضع المادي، الوضعية المهنية.

- القسم الثاني: يضمن محورين:

المحور الأول: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمرأة الجزائرية

المحور الثاني: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المرأة الجزائرية في عزوفها عن

الزواج

الأساليب الإحصائية المستعملة:

- النسب المئوية

- اختبار الدلالة الإحصائية (كا²)

- K² قيمة

خلاصة:

من خلال هذا الفصل تم عرض الخطوات والإجراءات المنهجية لتحقيق أغراض الدراسة الميدانية، حيث تم تحديد المنهج المستخدم في الدراسة والمتمثل في المنهج الوصفي التحليلي، ثم تم تحديد المجتمع وعينة الدراسة والمتمثلة في المرأة الجزائرية العازبة، تم عرض أدوات الدراسة، وفي الأخير عرض الأساليب الإحصائية المتبعة وقد شكلت هذه العناصر سندا منهجيا في معالجة الموضوع ميدانيا، كما يعتبر بمثابة المرور إلى المرحلة الأخيرة من البحث الميداني والمتمثلة في تحليل ومناقشة النتائج وهذا ما سنتعرف عليه في الفصل التالي.

الفصل الرابع

عرض ومناقشة النتائج

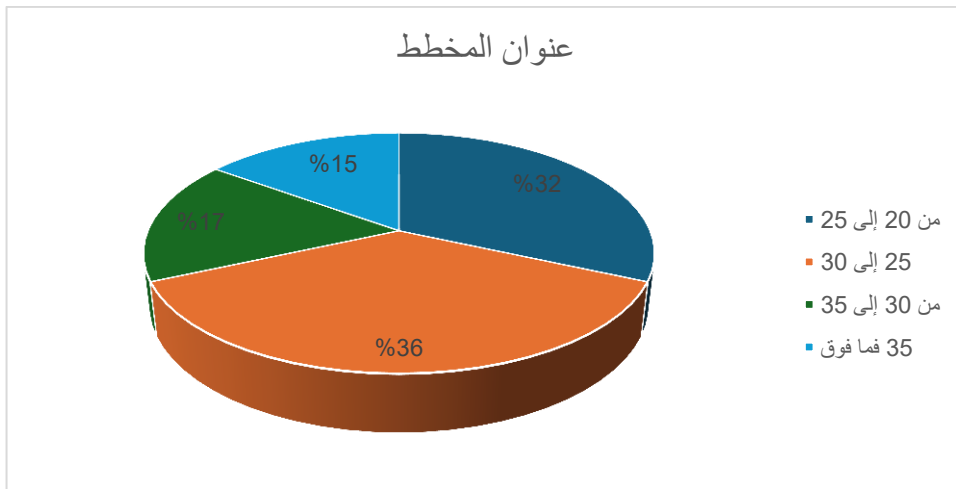
عرض وتحليل النتائج

أ/ تحليل البيانات الوصفية:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	السن	السن
32%	19	من 20 إلى 25
36%	22	25 إلى 30
17%	10	من 30 إلى 35
15%	9	35 فما فوق
%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه، والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب فئة السن، نلاحظ أن الفئة العمرية من 25 إلى 30 سنة تمثل أكبر نسبة في العينة، حيث بلغ عدد الأفراد 22 فردًا بنسبة 36%، تليها فئة من 20 إلى 25 سنة بعدد 19 فردًا أي بنسبة 32%. أما الفئة العمرية من 30 إلى 35 سنة فقد بلغ عدد أفرادها 10، وهو ما يمثل 17% من العينة، في حين أن الفئة الأخيرة 35 فما فوق تمثل أقل نسبة حيث بلغ عددها 9 أفراد بنسبة 15%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (02)



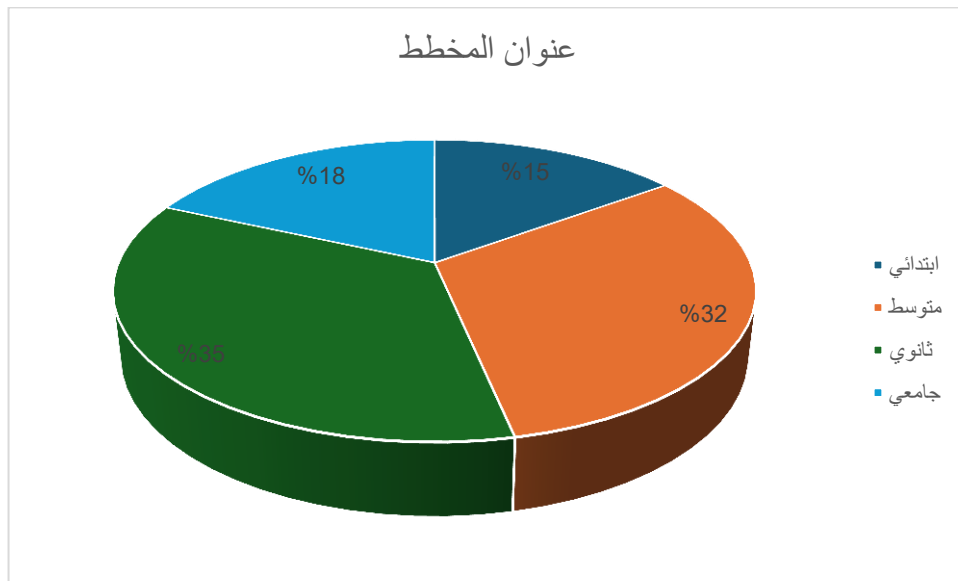
الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

الفصل الرابع عرض ومناقشة النتائج

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي

النسبة المئوية	السن	المستوى الدراسي
15%	09	ابتدائي
32%	19	متوسط
35%	21	ثانوي
18%	11	جامعي
%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه، يتبين أن أفراد العينة يتوزعون على مستويات دراسية مختلفة، حيث جاءت فئة الثانوي في المرتبة الأولى من حيث التكرار، إذ بلغ عدد أفرادها 21 شخصًا بنسبة 35%، تليها فئة المتوسط بعدد 19 فردًا بنسبة 32%. أما الفئة الجامعية فقد مثلت نسبة 18% من العينة بـ 11 فردًا، في حين جاءت فئة الابتدائي في المرتبة الأخيرة بـ 9 أفراد فقط، وهو ما يعادل نسبة 15%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (02)



الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى

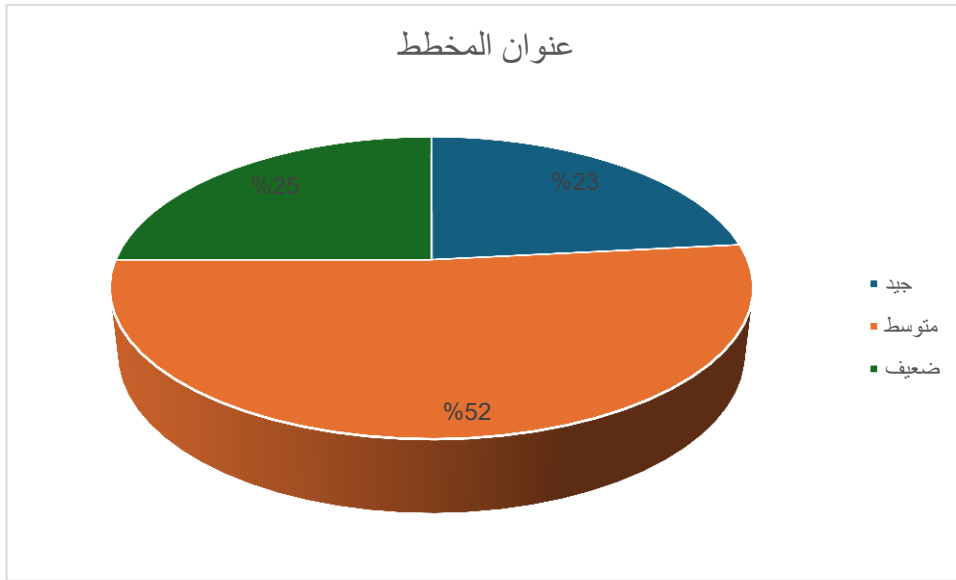
الدراسي

الفصل الرابع عرض ومناقشة النتائج

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوضع المادي

النسبة المئوية	السن	الوضع المادي
23%	14	جيد
52%	31	متوسط
25%	15	ضعيف
%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن فئة متوسطي الوضع المادي تشكل النسبة الأكبر بين أفراد العينة، حيث بلغ عددهم 31 فردًا بنسبة 51.7%. تليها فئة ضعيفي الحال المادي بـ 15 فردًا أي بنسبة 25.0%، ثم فئة من يتمتعون بوضع مادي جيد وعددهم 14 فردًا، بنسبة 23.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (03)



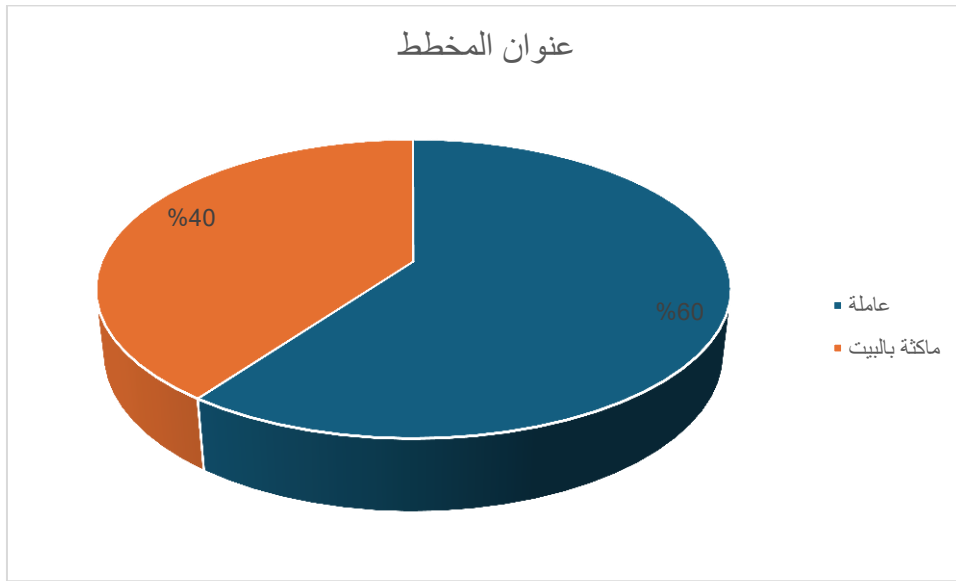
الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوضع المادي

الفصل الرابع عرض ومناقشة النتائج

الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية

النسبة المئوية	التكرارات	الوضعية المهنية
60%	36	عاملة
40%	24	ماكنة بالبيت
%100	60	الإجمالي

يتضح من الجدول أعلاه أن الغالبية من أفراد عينة الدراسة ينتمون إلى فئة العاملات، حيث بلغ عددهن 36 امرأة بنسبة 60.0%، في حين بلغ عدد الماكينات بالبيت 24 امرأة، وهو ما يمثل نسبة 40.0% من إجمالي العينة، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (04)



الشكل رقم (04) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوضعية

المهنية

ب/ تحليل أسئلة الاستبيان:

السؤال رقم (01):

نص السؤال رقم (01) على: "ماهي أهم المواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمونها"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 01
دال إحصائياً عند مستوى 0.01	0.001	17.467	3	14.0	15.0	48.3%	29	الفايسبوك
				-4.0	15.0	18.3%	11	اليوتيوب
				-5.0	15.0	16.7%	10	السناب شات
				-5.0	15.0	16.7%	10	الانستجرام
						100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1) بالبديل "الفايسبوك" وقد بلغ عددهم (29) فرداً بنسبة مئوية بلغت 48.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "اليوتيوب" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.3%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

بالبديل "السناب شات" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.7%، والمجموعة الرابعة تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "الانستجرام" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.7%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 17.467 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.001، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات لصالح المجموعة "الفايسبوك" ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. ويفسر هذا إلى أن الفيسبوك لا يزال يحتفظ بمكانة قوية كمنصة تواصل مهيمنة، وهو ما يمكن تفسيره بعدة عوامل مثل تعدد وظائفه، وانتشاره الواسع، وكونه مألوفاً لدى شرائح عمرية متنوعة. بالنظر إلى أهميته وما يحمل من معلومات قيمة جعلت الرواد يترددون عليه بصورة دائمة.

السؤال رقم (02):

نص السؤال رقم (02) على: " منذ متى تستخدمى المواقع التواصل الاجتماعي؟"،

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 02
غير دال إحصائياً	0.350	2.100	2	5.0	20.0	41.7%	25	منذ سنة
				-4.0	20	26.7	16	منذ سنتين
					.0	%		
عند مستوى 0.05				-1.0	20	31.6	19	أكثر من سنتين
					.0	%		
						100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (2) بالبديل "منذ سنة" وقد بلغ عددهم (25) فرداً بنسبة مئوية بلغت 41.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "منذ سنتين" والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.7%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أكثر من سنتين" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 31.6% وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت

الفصل الرابع — عرض ومناقشة النتائج

ب 2.100 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.350، وبالتالي فإنه لا يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث بنسبة تأكد تفوق 95%. ويفسر هذا التوزيع إلى وجود تباين في فترات بداية استخدام الأفراد للمنصة، مما يعكس تبايناً في وعيهم التكنولوجي أو دوافع استخدامهم للوسيلة. كما يمكن افتراض أن من بدأ استخدامه منذ سنة يمثل المستخدمين الجدد أو من تأثروا بعوامل حديثة (اجتماعية، مهنية، تعليمية) دفعته لاستخدام المنصة مؤخراً، بينما تمثل الفئتان الأخريان المستخدمين ذوي الخبرة الأطول أو الذين انخرطوا في الاستخدام في وقت مبكر.

السؤال رقم (03):

نص السؤال رقم (03) على: " كم عدد المرات التي تستخدمها فيها مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 03
إحصائياً عند مستوى 0.05	0.024	7.500	2	-5.0	20.0	25.0%	15	مرة واحدة
				-5.0	20.0	25.0%	15	من مرة إلى ثلاث مرات
				10.0	20.0	50.0%	30	أكثر من ثلاث مرات
						100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (3) بالبديل "مرة واحدة" وقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 25.0%، أما المجموعة الثانية فتتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "من مرة إلى ثلاث مرات" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.0%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أكثر من ثلاث مرات" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 50.0%

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 7.500 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.024، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة "أكثر من ثلاث مرات" ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%. وتفسر هذه النتيجة أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية، سواء لأغراض ترفيهية، تواصل اجتماعي، متابعة الأخبار، أو حتى لأسباب مهنية أو تعليمية. كما أن سهولة الوصول إلى هذه المنصات من خلال الهواتف الذكية وسرعة الاتصال بالإنترنت أسهمت في رفع وتيرة الاستخدام. هذا الاستخدام العالي يعكس مستوى من الاعتماد النفسي و العاطفي على هذه الوسائط، أو شعوراً بالحاجة المستمرة للتفاعل والتحديث الفوري للمحتوى، وهي أنماط سلوكية تناولتها دراسات سابقة في سياق ما يُعرف بـ"إدمان وسائل التواصل الاجتماعي".

السؤال رقم (04):

نص السؤال رقم (04) على: "ماهي الفترات التي تناسبك لاستخدام هذه المواقع"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين		النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 04
				التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع			
إحصائياً عند مستوى 0.05	0.038	8.400	3	-6.0	15.0	15.0%	9	صباحا
				-3.0	15.0	20.0%	12	ظهرا
				0.0	15.0	25.0%	15	مساء
				9.0	15.0	40.0%	24	ليلا
						100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (4) بالبديل "صباحاً" وقد بلغ عددهم (9) أفراد بنسبة مئوية بلغت 15.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ظهراً" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 20.0%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مساءً" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.0%، بينما المجموعة الرابعة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ليلاً" والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 40.0%

الفصل الرابع عرض ومناقشة النتائج

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 8.400 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.038، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة "ليلا" ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%. ويفسر ذلك بأنه يعود إلى طبيعة هذه الفترة الزمنية التي غالباً ما تكون خالية من الالتزامات اليومية كالدراسة أو العمل، ما يتيح مساحة أكبر من الوقت الحر لاستخدام هذه المنصات. كما تُعد الفترة الليلية بالنسبة للكثيرين وقتاً مخصصاً للاسترخاء والابتعاد عن ضغوط اليوم، وهو ما يدفع الأفراد إلى اللجوء إلى مواقع التواصل كوسيلة ترفيهية أو للتفاعل الاجتماعي غير الرسمي. إضافة إلى ذلك، توفر الفترة الليلية بيئة أكثر هدوءاً وخصوصية مقارنة ببقية اليوم، مما يشجع على الاستخدام المطول أو المركز لتلك الوسائط.

السؤال رقم (05):

نص السؤال رقم (05) على: " كم عدد الساعات التي تقضيها على هذه المواقع " ،
وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
غير دال	0.951	0.100	2	0.0	20.0	33.33%	20	ساعة واحدة
				-1.0	20.0	31.67%	19	من ساعتان إلى ثلاث
				1.0	20.0	35.00%	21	أكثر من ثلاث ساعات
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل " ساعة واحدة " وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت %33.33، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " من ساعتان إلى ثلاث " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ %31.67، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أكثر من ثلاث ساعات " والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ %35.00، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند

الفصل الرابع — عرض ومناقشة النتائج

درجة الحرية (2) قدرت بـ 0.100 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه لا يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95.1% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 4.9%. حيث نفسر عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الفئات الثلاث بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يتأثر بعوامل شخصية ومزاجية وظرفية تختلف من فرد لآخر، مثل طبيعة النشاط اليومي، التزامات الدراسة أو العمل، وأوقات الفراغ. كما أن التوزيع المتوازن نسبياً بين الفئات يشير إلى أن الاستخدام ليس محكوماً بوقت ثابت أو نمط جماعي موحد داخل العينة، بل يرتبط بخيارات فردية. هذا التنوع في المدة الزمنية للاستخدام يُعد مؤشراً على أن هذه المنصات تؤدي وظائف متعددة (ترفيه، تواصل، تعلم، إلخ) قد تختلف دوافعها من مستخدم إلى آخر، مما يؤدي إلى تباين نسبي في عدد الساعات دون أن يصل هذا التباين إلى درجة دلالة إحصائية.

السؤال رقم (06):

نص السؤال رقم (06) على: " أي مكان تفضلي استخدام هذه المواقع "، وبعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
دال	0.000	76.93	3	29.0	15.0	73.33%	44	البيت
		3		-	15	1.6%	1	مقهى الانترنت
				14.0	.0	7%		الجامعة
				-	15	15.00%	9	الإقامة الجامعية
				6.0	.0	00%		الإجمالي
				-	15	10.00%	6	
				9.0	.0	00%		
				////		100%	60	

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل " البيت " وقد بلغ عددهم (44) فرداً بنسبة مئوية بلغت 73.33%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مقهى الانترنت " والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

ب 1.67%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الجامعة" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت ب 15.00%، وأخيرا تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "الإقامة الجامعية" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت ب 10.00%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت ب 76.933 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) ، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة "الأولى"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

يمكن تفسير تفضيل النساء لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل بعدة عوامل ثقافية واجتماعية ونفسية. فالبيت يمثل بالنسبة لكثير من النساء فضاءً آمناً وخاصاً، يوفر لهن الراحة والخصوصية أثناء التفاعل الرقمي، دون قلق من النظرة الاجتماعية أو قيود السلوك العام في الأماكن المفتوحة. كما أن العادات والتقاليد قد تحد من حرية تنقل المرأة أو تقيّد استخدامها لأماكن مثل المقاهي أو حتى الفضاءات المشتركة داخل الجامعة، مما يجعل المنزل الخيار الأنسب، ومن ناحية أخرى يتيح المنزل بيئة مستقرة من حيث الاتصال بالإنترنت، والتحكم في الوقت، والقدرة على التفاعل بحرية دون ضغوط أو مراقبة خارجية، مما يعزز من ميل النساء إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في هذا السياق.

السؤال رقم (07):

نص السؤال رقم (07) على: " ماهي خدمات المواقع المفضلة لديكي " ، وبعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 07
غير دال	0.247	4.133	3	4.0	15.0	31.67%	19	مشاركة الصور
				-	15	15.	9	مشاركة الفيديوها
				6.0	.0	00%		
				-	15	23.	14	مشاركة الأحداث
				1.0	.0	33%		
				3.0	15	30.	18	نشر الأفكار
					.0	00%		
				////		100	60	الإجمالي
						%		

من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل "مشاركة الصور" وقد بلغ عددهم (19) فرداً بنسبة مئوية بلغت 31.67%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مشاركة الفيديوها" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 15.00%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " مشاركة الأحداث " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.33%، وأخيرا تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " نشر الأفكار " والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.00%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 4.133 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) ، وبالتالي فإنه لا يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات الأربع، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 75.3% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 24.7%.

يمكن تفسير هذا التنوع في استخدام الخدمات بأن النساء العازبات لا يفضلن خدمة واحدة فقط، بل يعتمدن على تنوع في أنماط الاستخدام بحسب السياق والمحتوى والغرض من التفاعل، فمشاركة الصور ترتبط غالبًا بالتعبير الذاتي وإبراز الهوية الشخصية، بينما نشر الأفكار يُعد وسيلة للتفاعل المعرفي أو العاطفي، ومشاركة الأحداث تعكس رغبة في التفاعل الاجتماعي أو إبراز المشاركة في الحياة العامة. أما مشاركة الفيديوهات، ورغم أنها الأقل شيوعًا، إلا أنها تتطلب في الغالب وقتًا أطول وسرعة إنترنت مناسبة، مما قد يفسر ضعف استخدامها نسبيًا، هذا التنوع يمثل انعكاسًا لاختلاف الخلفيات الثقافية والاهتمامات الشخصية للنساء العازبات، أو تأثرًا بمستوى الثقة الذاتية والخصوصية التي تمنحها كل خدمة على حدة.

السؤال رقم (08):

نص السؤال رقم (08) على: " ما هو المجال الأكثر الذي تفضلين متابعته عبر هذه المواقع "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:
الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين			التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 08
				التكرار المتوقع	التكرار المتوقع	التكرار المتوقع					
دال	0.001	18.000	4	-3.0	12.0	15.00%	9	الصحة			
				-5.0	13.	12	41.	25	الجمال		
				0	.0	67%			والأناقة		
				-	12	16.	10	الطبخ			
				2.0	.0	67%					
				-	12	15.	9	متعة وضحك			
	3.0	.0	00%								
				12.0	11.	7	الفنون والرياضة				
					66%						

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) بالبديل " الصحة " وقد بلغ عددهم (9) فرداً بنسبة مئوية بلغت 15.00%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الجمال والأناقة " والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 41.67%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا

السؤال بالبديل "الطبخ" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.67%، أما المجموعة الرابعة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل "متعة وضحك" وعددهم (9) بنسبة 15.00%، وأخيراً المجموعة الخامسة تمثلت في الأفراد الذين اختاروا البدل "الفنون والرياضة" وعددهم (7) بنسبة 11.66%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²)، حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 18.000، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة "الجمال والأناقة"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 0.1% حيث نفسر تفاوت تفضيل النساء لمجالات المتابعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى مجموعة من العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية التي تؤثر في سلوكهن، ويُعزى التفضيل الملحوظ لمجال "الجمال والأناقة" إلى اهتمام هذه الفئة بتعزيز مظهرها الخارجي وتحقيق صورة مثالية للذات، وهو ما تدعمه طبيعة المرحلة العمرية التي تتسم غالباً بالسعي إلى التميز الاجتماعي والقبول المجتمعي، كما يعد محتوى الجمال من أكثر المضامين حضوراً وتفاعلاً على منصات التواصل، لما يوفره من محتوى بصري جذاب وسهل الاستهلاك، بالإضافة إلى ارتباطه بثقافة المشاهير والمؤثرات التي تلقى صدى كبيراً لدى النساء، في المقابل، تراجع الاهتمام بمجالات مثل "الفنون والرياضة" يفسر بضعف الترويج لها أو بانخفاض صلتها المباشرة بحاجات النساء العازبات اليومية. لذلك فإن هذه النتائج تعكس توجهاً واضحاً نحو الجوانب الجمالية والترفيهية كأولوية في استخدام مواقع التواصل، أكثر من الجوانب المعرفية أو الصحية.

السؤال رقم (09):

نص السؤال رقم (09) على: " هل تستطيعين الاستغناء على هذه المواقع "، وبعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 09
غير دال	0.606	0.267	2.0	30.0	53.33%	32	نعم
			-	30	46.67%	28	لا
			2.0	.0	67%		
			////		100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (09) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 53.33%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 46.67%. وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²)، حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 0.267، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه لا يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعتين، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي أقل من 99%، مع احتمال الخطأ يتجاوز 1%. ويفسر هذا التقارب في الآراء إلى التباين في

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فبينما تعتمد بعض النساء على هذه المنصات في الترفيه أو متابعة مجالات الاهتمام الشخصي، قد ترى أخريات فيها أداة للتواصل الاجتماعي، أو وسيلة للهروب من الشعور بالوحدة، أو حتى كنافذة لتشكيل الهوية وبناء الصورة الذاتية، هذا الانقسام يعكس العلاقة المعقدة بين المستخدم والمحتوى الرقمي، والتي تتأرجح بين الحاجة الفعلية وبين الرغبة النفسية، الأمر الذي يُصعّب الحسم في إمكانية الاستغناء عن هذه الوسائط في الحياة اليومية، ويُظهر أنها تحولت من أدوات ترفيهية إلى جزء من الروتين الشخصي والاجتماعي للعديد من النساء.

السؤال رقم (10):

نص السؤال رقم (10) على: " هل المواقع التواصل الاجتماعي زادتك معرفة والاطلاع على الاحداث والتطورات حول الحياة العامة "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار		النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 10
				التكرار المتوقع	التكرار المشاهد والمتوقع			
دال	0.007	10.00	2	10.0	20.0	50.00%	30	دائما
				-	2	16.67	10	أحيانا
				10.0	0.0	%		
				0.0	2	33.33	20	نادرا
				0.0	0.0	%		
				////		100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) بالبديل "دائماً" وقد بلغ عددهم (30) فرداً بنسبة مئوية بلغت %50.00، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ %16.67، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادراً" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ %33.33 وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²)، حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 10.000، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة "دائماً"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

يمكن تفسير ذلك بأن المرأة، بحكم متغيرات اجتماعية ونفسية تجد في هذه الوسائط بديلاً سهل الوصول لمتابعة الأخبار والمواضيع الاجتماعية والثقافية، خصوصاً مع التحديث المستمر للمعلومات وسهولة التفاعل معها، كما أن الاهتمامات المرتبطة بقضايا الصحة، الجمال، الحياة اليومية أو حتى الأخبار السياسية، باتت تصل بشكل مباشر وفوري عبر هذه المنصات، مما يعزز من دورها في تشكيل وعي المستخدمين وتوسيع معارفهم حول العالم المحيط بهن وبالتالي، فإن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد وسيلة ترفيه أو تواصل، بل أصبحت قناة معرفية حيوية، تسهم بشكل فاعل في بناء وعي المستخدمين وتحديث معارفهم حول الحياة العامة.

السؤال رقم (11):

نص السؤال رقم (11) على: " هل مواقع التواصل الاجتماعي تجعلك تهربين من

الواقع والاستغراق في الخيال"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة

الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين			التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 11
				التكرار المتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية				
دال عند مستوى 0.01	0.017	8.100	2	9.0	20.0	48.3%	29	دائما		
				0.0	20	33.3%	20	أحيانا		
				-9.0	20	18.3%	11	نادرا		
							60	الإجمالي		
						0%				

من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (11) بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (29) فردا بنسبة مئوية بلغت 48.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.3%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 8.100 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($0.01 = \alpha$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.017، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة "دائماً"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 98.3% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1.7% حيث نفسر هذه النتيجة بأن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم محتوى بصريا وجماليا مكثفاً، وحياةً مثالية مزيفة، ما يجعلها بيئة خصبة للهروب من ضغوطات الواقع، خاصة عند فئة العازبات التي قد تكون أكثر تعرضاً للشعور بالفراغ العاطفي أو الاجتماعي، أو تبحث عن تعويضات نفسية رمزية من خلال الانغماس في حياة الآخرين الافتراضية أو التفاعل مع محتويات تتيح لهن تخيل أنماط حياة مختلفة، كما أن غياب الالتزامات الأسرية أو المسؤوليات الزوجية عند هذه الفئة يتيح لهن وقتاً أطول في الاستغراق داخل العوالم الرقمية، بما يعزز تأثير هذه المواقع على مشاعر الانفصال عن الواقع، مما ينعكس في شكل أحلام يقظة، مقارنة الذات بالآخرين، أو التعلق بمحتويات غير واقعية.

السؤال رقم (12):

نص السؤال رقم (12) على: "هل تحسين أن مواقع التواصل أثرت على نظرتك للزواج"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:
الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين		النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 12
				التكرار المتوقع	التكرار المشاهد والمتوقع			
غير دال	0.142	3.900	2	7.0	20.0	45.0%	27	دائما
إحصائيا				-2.0	20	30.0%	18	أحيانا
عند مستوى					.0			
0.01				-5.0	20	25.0%	15	نادرا
					.0			
						100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا من خلال الجدول أعلاه رقم () نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (27) فردا بنسبة مئوية بلغت 45.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.0%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.0%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²)

الفصل الرابع — عرض ومناقشة النتائج

حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 3.900 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.142، وبالتالي فإنه لا يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث، ويفسر ذلك إلى أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على نظرة المرأة العازبة للزواج لا يتبع نمطاً موحداً بين أفراد العينة، بل يعكس تبايناً شخصياً في التجربة والتفاعل مع المحتوى، هذا التباين يعود إلى عوامل مثل: درجة التفاعل اليومي مع المنصات ونوع المحتوى المتابع والخلفية الثقافية ومستوى النضج الفكري والاجتماعي، فبالرغم أن نسبة كبيرة ترى وجود تأثير دائم، إلا أن عدم دلالة الفروق إحصائياً يوحي بأن هذا الرأي لا يمثل نمطاً عاماً يمكن تعميمه، بل يعكس مواقف فردية متباينة. فالنساء يتأثرن بالمحتويات التي تروج للاستقلالية الفردية، أو تسلط الضوء على الجوانب السلبية للزواج، مما قد ينعكس على تصورهن للزواج، في حين أن أخريات لا يجدن في هذه المنصات ما يُغير من قناعاتهن أو يزعزع تصوراتهن التقليدية حول الزواج.

السؤال رقم (13):

نص السؤال رقم (13) على: " هل تعتقد أن ما ترينه على مواقع التواصل جعلك أكثر تردداً في الزواج "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين		النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 13
				التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع			
غير دال إحصائياً عند مستوى 0.01	0.247	2.800	2	6.0	20.0	43.3%	26	دائماً
				-2.0	20	30.0	18	أحياناً
					.0	%		
				-4.0	20	26.7	16	نادراً
					.0	%		
						100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) بالبديل " دائماً " وقد بلغ عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية بلغت 43.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحياناً " والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.0%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادراً " والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 2.800 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.247، وبالتالي فإنه لا يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث، مما يعكس تبايناً في التأثير الفردي بهذه المنصات، ويمكن تفسير ذلك أن المحتوى المعروض على هذه المواقع يختلف من شخص لآخر، فبينما تتأثر بعض النساء بالمحتوى السلبي المتعلق بالزواج كقصص الخيانة أو الطلاق، ترى أخريات محتوى إيجابي يُظهر الزواج كعلاقة ناجحة وسعيدة، مما لا يثير لديهن نفس التردد، كما أن الخلفية الثقافية والاجتماعية تلعب دوراً مهماً في مدى تقبلها أو تأثرها بما يُعرض، إضافة إلى أن الكثير من النساء بات لديهن وعي كاف بأن ما ينشر عبر هذه المنصات لا يعكس الواقع دائماً بل قد يكون مبالغاً فيه أو غير موضوعي.

السؤال رقم (14):

نص السؤال رقم (14) على: " هل تشعرين أن نماذج الحياة الزوجية التي تُعرض على مواقع التواصل تعكس الواقع "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد		النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 14
				التكرار المتوقع	التكرار المشاهد			
دال عند مستوى 0.01	0.003	11.700	2	12.0	20.0	53.3%	32	دائما
				-3.0	20	28	17	أحيانا
				-9.0	20	18	11	نادرا
						10	60	الإجمالي
						0%		

من خلال الجدول أعلاه رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) بالبديل " دائماً " وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 53.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.3%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادراً " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.3%، وللتأكد من دلالة

الفصل الرابع — عرض ومناقشة النتائج

هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 11.700 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.003، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة دائماً، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. حيث يفسر ذلك بأن التأثير البصري والمحتوى المتكرر الذي يعرض على هذه المنصات سواء من مشاهير أو أفراد عاديين يعزز من شعور المصدقية والانطباع الواقعي لدى المتلقيات، خاصة إذا كان مدعوماً بصور وفيديو توثق تفاصيل الحياة اليومية، كما تعكس تصوراً غير نقدي لبعض الحالات تجاه ما يُنشر على مواقع التواصل، إذ من الممكن أن يتأثرن بالطابع الدرامي مما يجعلهن يعتقدن أنها صورة حقيقية للواقع، وبالتالي، فإن هذا الإدراك قد يؤثر بدوره على رؤيتهن الشخصية للزواج، سواء بالإعجاب والانبهار أو بالضغط والمقارنة.

السؤال رقم (15):

نص السؤال رقم (15) على: " هل تعتقد أن استغلال المرأة المادي والنجاح المهني الذي يظهر على مواقع التواصل له تأثير على قرارها بتأجيل الزواج أو العزوف عنه " ، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار		النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 15
				التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع			
غير دال إحصائيا عند مستوى 0.01	0.116	4.300	2	1.0	20.0	35.0%	21	دائما
				6.0	20	43.3%	26	أحيانا
				-7.0	20	21.7%	13	نادرا
					.0			الإجمالي
						100%	60	

من خلال الجدول أعلاه رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (15) بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (21) فردا بنسبة مئوية بلغت 35.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 43.3%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 4.300 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.116، وبالتالي فإنه لا يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث. ويفسر ذلك بأن تأثير الاستقلال المادي والمهني على قرار الزواج لا يعود فقط لما يعرض على مواقع التواصل، بل يتداخل مع عوامل أخرى مثل القيم الاجتماعية، وضغوط الأسرة، والرغبة الشخصية، والمحيط الثقافي. إضافة إلى ذلك، قد تنتظر بعض النساء إلى هذا الاستقلال كعنصر تمكين وليس بالضرورة كدافع للعزوف عن الزواج، بل كشرط لضمان زواج متوازن لا يفرض التبعية، وعلى هذا الأساس، لا يمكن الجزم بأن ما يعرض على مواقع التواصل هو العامل الحاسم في تشكيل هذا القرار، بل هو مجرد أحد المؤثرات ضمن شبكة أوسع من العوامل النفسية والاجتماعية.

السؤال رقم (16):

نص السؤال رقم (16) على: " هل سبق وأن أثر رأي عام أو منشور على مواقع التواصل في رأيك الشخصي حول الزواج "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين		النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 16
				التكرار المتوقع	التكرار المشاهد والمتوقع			
غير دال إحصائياً عند مستوى 0.01	0.259	2.700	2	3.0	20.0	38.3%	23	دائماً
				3.0	20	38.3	23	أحياناً
					.0	%		
				-6.0	20	23.3	14	نادراً
					.0	%		
						100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (20) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (16) بالبديل " دائماً " وقد بلغ عددهم (23) فرداً بنسبة مئوية بلغت 38.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحياناً " والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 38.3%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادراً " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.3% وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 2.700 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.259، وبالتالي فإنه لا يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث. ويمكن تفسير ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي توفر محتوى متنوعاً قد يتضمن آراء متناقضة حول الزواج، ما يجعل من الصعب ترسيخ اتجاه موحد أو تأثير ثابت، خصوصاً لدى النساء اللاتي يمتلكن خلفيات معرفية وتجريبية مختلفة. وعليه، فإن تأثير الرأي العام الرقمي على الرأي الشخصي حول الزواج يظل محصوراً في إطار التفاعل الفردي، وليس موجّهاً جماعياً عاماً بالضرورة.

السؤال رقم (17):

نص السؤال رقم (17) على: " هل تحسين بأن مواقع التواصل تجعلك تضعين

معايير عالية لاختيار شريك الحياة"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (21) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	الفرق بين				التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الدرجة الحرية	بدائل الإجابة على السؤال رقم 17
			التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الدرجة الحرية					
دال	0.001	14.400	2	12.0	20.0	53.3%	32	دائماً			
إحصائياً عند مستوى 0.01				0.0	20	33.3%	20	أحياناً			
				-	20	13.3%	8	نادراً			
				12.0	.0	%		الإجمالي			
						100%	60				

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

من خلال الجدول رقم (21) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (17) بالبديل "دائماً" وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 53.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.3%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادراً" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.3% وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 14.400 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.001، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة "دائماً". ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. ويفسر بأن محتوى مواقع التواصل يعج بصور ونماذج مثالية لعلاقات الحب والزواج، وغالباً ما تُعرض بأسلوب استعراضي وانتقائي يبرز الجانب المادي والمظهري والنجاح الظاهري للشركاء أو الأزواج، مما يُشكل نوعاً من "المقارنة" لدى المتابعة. حيث تتأثر الفتاة دون وعي، فتضع شروطاً لا تتلاءم مع الواقع الاجتماعي والمعيشي المحيط بها، هذا التأثير يندرج ضمن "صناعة التوقعات الوهمية" في الفضاء الرقمي، والتي تسهم في تعقيد قرارات الزواج أو تأجيلها، إما بسبب الإحساس بعدم كفاية الشركاء المحتملين، أو بسبب بحث دائم عن "رجل مثالي" نادر التحقق في الواقع.

السؤال رقم (18):

نص السؤال رقم (18) على: " هل تحسین بالضغط للمقارنة مع الأخريات في حياتهن الزوجية "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (22) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار		النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 18
				التكرار المتوقع	المشاهد			
إحصائيا عند مستوى 0.01	0.005	10.800	2	6.0	20.0	43.3%	26	دائما
				6.0	20	43	26	أحيانا
				-	20	13	8	نادرا
				12.0	.0	.3%		
						10	60	الإجمالي
						0%		

من خلال الجدول أعلاه رقم (22) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (18) بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (26) فردا بنسبة مئوية بلغت 43.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 43.3%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.3% وللتأكد من دلالة هذه

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 10.800 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.005، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعتين "دائماً" و"أحياناً*" ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%، فالشعور المتكرر بالمقارنة والضغط النفسي يرتبط بشكل مباشر بما تروج له منصات التواصل الاجتماعي، حيث يتم استعراض أنماط الحياة الزوجية "المثالية" بشكل انتقائي، يظهر الجوانب الإيجابية فقط (الهدايا، السفر، التقاهم، الصور السعيدة...) ويخفي الجوانب الواقعية والتحديات اليومية. هذا الطرح غير المتوازن يُنتج لدى النساء، إحساساً بالنقص أو التأخر، ويدفعهن إلى مقارنة أنفسهن مع أخريات يظهرن بمظهر "الناجحات في الزواج".

هذه المقارنة المستمرة يمكن أن تؤدي إلى ضغط نفسي، وتراجع في الرضا الذاتي، أو حتى نشوء مشاعر قلق اجتماعي، خاصة إذا ترافق مع تعليق مباشر من المحيط (الأهل، الصديقات، المجتمع الرقمي). كما يعزز هذا الضغط من قرار تأجيل الزواج أو التردد بشأنه، نتيجة الشعور بأن الدخول في مشروع الزواج لا بد أن يكون ضمن شروط "مبهرة" كتلك التي تعرض على الإنترنت، وهو أمر يصعب تحقيقه في الحياة الواقعية.

السؤال رقم (19):

نص السؤال رقم (19) على: " هل تحسين أن الزواج قد يقيد حريتك الشخصية التي تعيشها حالياً " ، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (23) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 19
إحصائياً عند مستوى	0.047	6.100	2	9.0	20.0	48.3%	29	دائماً
				-5.0	20.0	25.0%	15	أحياناً
				-4.0	20.0	26.7%	16	نادراً
0.05					100%	60	الإجمالي	

من خلال الجدول أعلاه رقم (23) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (19) بالبديل " دائماً " وقد بلغ عددهم (29) فرداً بنسبة مئوية بلغت 48.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحياناً " والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.0%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادراً " والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.7%. وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 6.100 وهي قيمة

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.047، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة "دائماً". ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%، هذه النتيجة تعكس تحولات اجتماعية وثقافية عميقة تعيشها المرأة الجزائرية، خاصة في ظل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، التي باتت تروج بقوة لنموذج "المرأة الحرة والمستقلة" التي تملك زمام قراراتها، وتعيش حياة مهنية أو اجتماعية نشطة بدون قيود، فمن خلال هذه المنصات، تتعرض المرأة بشكل يومي إلى صور ونماذج لنساء مستقلات، يحققن النجاح خارج الإطار الأسري أو الزوجي، ما يعزز شعور بعضهن بأن الزواج قد يضعف هذا الاستقلال، أو يقيد حرية الحركة، والاختيارات، والتطلعات، هذا الانطباع ناتج عن تجارب سلبية يعرض جزء منها على الشبكات الاجتماعية، أو يُنقل من المحيط المباشر (صديقات، قريبات، محتوى رقمي...)، ما يعزز من حالة التردد، أو حتى التخوف من فقدان الاستقلال بعد الزواج.

وعليه، يمكن القول إن شعور المرأة بأن الزواج يقيد الحرية هو نتيجة تفاعل مع الواقع الرقمي الحديث، ومع تحولات في تصور الذات والأدوار الاجتماعية.

السؤال رقم (20):

نص السؤال رقم (20) على: " هل تحسين أن الزواج لم يعد أولوية بالنسبة لك بسبب التأثير الإعلامي"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (24) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 20
غير دال إحصائياً	0.086	4.900	2	-7.0	20.0	21.7%	13	دائماً
عند مستوى 0.05				7.0	20.0	45.0%	27	أحياناً
				0.0	20.0	33.3%	20	نادراً
						100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (24) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال رقم (20) بالبديل " دائماً " وقد بلغ عددهم (13) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 21.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين أجابوا بـ " أحياناً " وبلغ عددهم (27) بنسبة 45.0%، في حين المجموعة الثالثة تمثلت في من أجابوا بـ " نادراً " بعدد أفراد بلغ (20) ونسبة مئوية بلغت 33.3%. وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم استخدام اختبار كاي² حيث نلاحظ من الجدول أن قيمته عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 4.900، وهي قيمة غير دالة

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.086 ، أي أكبر من α .

وبالتالي فإن الفرق في التوزيع بين المجموعات الثلاث هو غير دال إحصائيا، مما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات العينة حول هذا السؤال، وهذا يعني أن التأثير الإعلامي لا يعد عاملا حاسما ومباشرا لدى معظم أفراد العينة في تحويل أولوياتهم بشأن الزواج. فقد يتأثر بعضهن أحيانا بالمضامين الإعلامية أو الصور المثالية أو السلبية المرتبطة بالزواج، لكن ذلك لا يرقى إلى كونه سببا جوهريا لتراجع قيمة الزواج في نظر الغالبية، فيمكن تفسير هذا بنتيجتين أولهما أنه لا تزال المنظومة الثقافية والاجتماعية في الجزائر تمنح الزواج مكانة مهمة في حياة المرأة. وثانيهما أن المضامين الإعلامية المتضاربة بين من يروج للزواج المثالي، ومن يسلط الضوء على فشله تحدث نوعا من التردد.

الفصل الرابع — عرض ومناقشة النتائج

السؤال رقم (21):

نص السؤال رقم (21) على: " هل تحسين أن نمط الحياة "الحرّة والمستقلة" الذي تروج له بعض الصفحات جذاب "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (25) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 21
إحصائياً عند مستوى 0.05	0.011	9.100	2	11.0	20.0	51.7%	31	دائماً
				-6.0	20.0	23.3%	14	أحياناً
				-5.0	20.0	25.0%	15	نادراً
	0.05					100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (25) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال رقم (21) بالبديل " دائماً " وقد بلغ عددهم (31) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 51.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين أجابوا بـ " أحياناً " وبلغ عددهم (14) بنسبة 23.3%، في حين المجموعة الثالثة تمثلت في من أجابوا بـ " نادراً " بعدد أفراد بلغ (15) ونسبة مئوية بلغت 25.0%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم استخدام اختبار كاي² حيث نلاحظ من الجدول أن قيمته عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 9.100، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو

الفصل الرابع — عرض ومناقشة النتائج

0.011، أي أصغر من α . وبالتالي فإن الفرق في التوزيع بين المجموعات الثلاث هو دال إحصائياً، مما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات العينة حول هذا السؤال. ونفسر هذا التوجه بكون منصات التواصل الاجتماعي أصبحت واجهة لعرض أنماط حياة مثالية تروج للحرية الشخصية، والسفر، والاستقلال المالي، وتحقيق الذات خارج إطار العلاقات التقليدية، فالمرأة الجزائرية، لا سيما العازبة تتجذب لهذه الصور المثالية التي تمنحها تصوراً بديلاً عن الحياة الزوجية التقليدية، مما قد يدفع بعضهن إلى إعادة النظر في أولوياتهن، والتفكير في الزواج كخيار مؤجل أو غير ضروري في بعض الحالات، فيعكس هذا التحول نوعاً من التغيير الثقافي التدريجي في نظرة المرأة لنفسها ولدورها الاجتماعي.

السؤال رقم (22):

نص السؤال رقم (22) على: " هل تحسين أن الزواج يحد من طموحاتك الشخصية أو المهنية "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (26) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 22
دال إحصائياً	0.003	11.700	2	12.0	20.0	53.3%	32	دائماً
عند مستوى				-3.0	20.0	28.3%	17	أحياناً
0.01				-9.0	20.0	18.3%	11	نادراً
						100%	60	الإجمالي

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

من خلال الجدول أعلاه رقم (26) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (22) بالبديل "دائماً" وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 53.3%، أما المجموعة الثانية فتتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.3%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادراً" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.3%. وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 11.700 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.003، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة "دائماً" ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. نفس هذه النتائج بأن الكثير من النساء الجزائريات، لا سيما ضمن الفئات المتعلمة أو الطموحة مهنيًا، رأوا في الزواج مسؤوليات إضافية تفرض عليهن دون توازن حقيقي في تقاسم الأعباء، مما يؤثر سلباً على مسارهن المهني أو طموحاتهن الشخصية، كما أن الخطاب الإعلامي المهيمن على مواقع التواصل، والذي يعزز فكرة الاستقلالية والنجاح الفردي، قد ساهم في تعزيز هذا الشعور لدى النساء بأن التوفيق بين الحياة الزوجية والطموح قد لا يكون ممكناً أو أنه محفوف بالصعوبات، ما يؤدي ببعضهن إلى إعادة النظر في خطوة الزواج.

السؤال رقم (23):

نص السؤال رقم (23) على: " هل تعتقد أن مواقع التواصل ساهمت في تعزيز شعور الاستغناء عن الزواج "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (27) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (23)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 23
إحصائياً عند مستوى	0.000	46.900	2	25.0	20.0	75.0%	45	دائماً
				-13.0	20.0	11.7%	7	أحياناً
				-12.0	20.0	13.3%	8	نادراً
0.01					100%	60	الإجمالي	

من خلال الجدول أعلاه رقم (27) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (23) بالبديل "دائماً" وقد بلغ عددهم (45) فرداً بنسبة مئوية بلغت 75.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.7%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادراً" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.3%. وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 46.900 وهي قيمة دالة

الفصل الرابع — عرض ومناقشة النتائج

إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.000، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة "دائماً" ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المحتوى الذي تروج له منصات التواصل كحياة الرفاهية الفردية، والاستقلال المالي، والحرية الشخصية، والتجارب الأنثوية الناجحة دون ارتباط، قد أوجد نموذجا بديلا للزواج، ينظر إليه على أنه غير ضروري لتحقيق الاستقرار أو السعادة، كما أن بعض الخطابات المنتشرة عبر المؤثرات وصانعات المحتوى تضيء على حياة العزوبية أو الاستقلال طابعا مثاليا وخاليا من الأعباء، وهو ما يعزز لدى العازبات فكرة أن الزواج لم يعد مطلبا أساسيا، بل خيارا قابلا للتجاوز.

السؤال رقم (24):

نص السؤال رقم (24) على: " هل ترين أن مواقع التواصل تنقل صورة سلبية عن الحياة الزوجية "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (28) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (24)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	الفرق بين				بدائل الإجابة على السؤال رقم 24	
			درجة الحرية	التكرار المشاهد والمتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد		
دال	0.004	10.900	2	-5.0	20.0	25.0%	15	دائما
إحصائيا				12.0	20.0	53.3%	32	أحيانا
عند مستوى				-7.0	20.0	21.7%	13	نادرا
0.01						100%	60	الإجمالي

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

من خلال الجدول رقم (28) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (24) بالبديل "دائماً" وقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 25.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 53.3%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادراً" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.7%. وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 10.900 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.004، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة "أحياناً" ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. ونفسر هذه النتائج بأن الحالات لا يتعرضن بصورة موحدة عن الزواج على مواقع التواصل، بل بصورة متقلبة ومزاجية، تتأثر بطبيعة المحتوى والمواقف التي يتم عرضها، فالكثير من الصفحات والمحتويات تركز على المشكلات الزوجية، والخيانات، والعنف الأسري، أو الصراعات اليومية، إما بدافع الإثارة أو من باب التوعية، ما يرسخ في أذهانهن صورة مشوهة أو جزئية عن الزواج.

السؤال رقم (25):

نص السؤال رقم (25) على: " في رأيك، هل مواقع التواصل تلعب دورًا رئيسيًا في عزوف بعض النساء عن الزواج "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (29) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (25)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين			التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 25
				التكرار المتوقع والمتوقع	النسبة المئوية	التكرار المتوقع		
إحصائيا عند مستوى	0.019	7.900	2	10.0	20.0	50.0%	30	دائما
				-3.0	20.0	28.3%	17	أحيانا
				-7.0	20.0	21.7%	13	نادرا
0.05					100%	60	الإجمالي	

من خلال الجدول أعلاه رقم (29) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (25) بالبديل "دائماً" وقد بلغ عددهم (30) فرداً بنسبة مئوية بلغت 50.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.3%، في حين المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادراً" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.7%. وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 7.900 وهي قيمة دالة

الفصل الرابع _____ عرض ومناقشة النتائج

إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب هو 0.019، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة "دائماً" ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5.5%، فأظهرت هذه النتائج إدراكاً متزايداً بين أفراد العينة للتأثير الكبير لمواقع التواصل على قرارات العزوف عن الزواج، هذا التأثير لا يقتصر فقط على المحتوى السلبي كما في الأسئلة السابقة، بل يتعداه إلى دور المنصات نفسها كبيئة ثقافية بديلة توفر نماذج من النساء المستقلات والناجحات، وتروج لنمط حياة لا يعتمد بالضرورة على الزواج لتحقيق الإنجاز أو السعادة، تكرار القصص والمحتوى الذي يظهر العلاقات الزوجية كمصدر للمعاناة أو العوائق، بالإضافة إلى تمجيد الاستقلال المادي والحرية الشخصية، يعزز لدى بعض النساء الشعور بالاكتمال الذاتي وعدم الحاجة إلى الزواج كوسيلة للاستقرار أو المكانة الاجتماعية، كما أن المشاركة في النقاشات العامة حول فشل العلاقات، وفضح الخيانات، أو التمييز في الزواج، يسهم في بناء موقف نفسي سلبي تجاه الزواج.

النتائج الجزئية والعامّة للدراسة

النتائج الجزئية للتساؤل الأول

ماهي عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية لولاية المسيلة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

1- أجابت 48.3% من عينة الدراسة أنهم يستخدمون تطبيق الفيسبوك كأكثر وسيلة.

2- أجابت 41.7% من أفراد عينة الدراسة أنهم يستخدمون الفيسبوك منذ سنة.

3- أقرت 50% من أفراد عينة الدراسة أنهم يستخدمون الفيسبوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم.

4- تبين أن 40.0% من أفراد العينة يفضلون الفترة الليلية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

5- تبين أن 35.00% من أفراد العينة يقضون أكثر من 3 ساعات على مواقع التواصل الاجتماعي.

6- أجابت 73.33% من النساء عينة الدراسة أنهم يفضلون استخدام هذه المواقع في البيت.

7- أقرت 31.67% من عينة الدراسة أنهم يفضلون مشاركة الصور عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

8- اختارت 41.67% من عينة الدراسة مجال الجمال والأناقة في متابعتها لهذه المواقع.

9- أجابت 53.33% من عينة الدراسة أنهم يستطيعون الاستغناء عن هذه المواقع.

10- أقرت 50.00% من عينة الدراسة أنه مواقع التواصل الاجتماعي زادت من معرفتهن معرفة والاطلاع على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة.

11- أجابت 48.3% من عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي دائماً تجعلهن يهربن من الواقع والاستغراق في الخيال.

النتيجة العامة الخاصة بالتساؤل الأول:

تبين لنا أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يُعد سلوكاً يومياً منتظماً لدى أغلب المبحوثات، حيث أظهرت البيانات أن عدد مرات الدخول إلى هذه المواقع يتجاوز في أغلب الأحيان "ثلاث مرات يومياً"، مع تفضيل واضح للفترة الليلية كأفضل وقت لاستخدام هذه الوسائل، وهو ما يعكس أنشطة فردية مرتبطة بالخصوصية والانشغال الذاتي بعيداً عن ضغوط الحياة اليومية أو التزامات النهار، كما أظهرت النتائج أن أغلب المستجيبات يقضين "أكثر من ثلاث ساعات يومياً" على هذه المنصات، مع تفضيل الاستخدام داخل "البيت" بنسبة كبيرة جداً مقارنة ببقية الأماكن، ما يشير إلى ارتباط الاستخدام بفضاءات الراحة والانغلاق. أما من حيث نوعية الخدمات المفضلة، فقد تصدرت "مشاركة الصور" و"نشر الأفكار" قائمة التفضيلات، بينما تركزت اهتماماتهن في متابعة محتوى يخص "الجمال والأناقة" بشكل لافت، تليه مجالات "الطبخ" و"الصحة"، ما يعكس التوجهات الثقافية والاهتمامات الاجتماعية لدى هذه الفئة، ورغم هذا الحضور الكثيف لاستخدام مواقع التواصل، إلا أن أغلب أفراد العينة عبّرن عن شعور بأن هذه المواقع تتيح لهن الهروب من الواقع نحو الخيال، وهو ما تم تأكيده إحصائياً بوجود فروق دالة لصالح من يشعرن بذلك "دائماً". وفي المقابل، لم تكن هناك فروق ذات دلالة في مدى إمكانية الاستغناء عن هذه المواقع، حيث انقسمت الآراء بشكل شبه متوازن، ما يدل على صراع داخلي بين التعلق بها والحاجة إلى التحرر من آثارها، وبشكل عام، كشفت النتائج أن المرأة الجزائرية العازبة تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف ويومي، وتعتبرها وسيلة ترفيهية ومعرفية، وأحياناً تعويضية عن واقع قد لا يشبع بعض حاجاتها النفسية والاجتماعية، ما يستدعي مزيداً من البحث في الجوانب العاطفية والمعرفية لهذا الاستخدام.

النتائج الجزئية للتساؤل الثاني

ما هي التأثيرات الاجتماعية والأسرية والمهنية على المرأة الجزائرية لولاية المسيلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

1- وضحت 45.0% بأنه دائما ما تحس المرأة عينة الدراسة أن مواقع التواصل تؤثر على نظرتها للزواج.

2- أقرت 43.3% من عينة الدراسة أن دائما ما يرونه على الفايسبوك جعلهن أكثر تردداً في الزواج.

3- أكدت 53.3% من عينة الدراسة أنهن دائما ما يشعرن أن نماذج الحياة الزوجية التي تُعرض على مواقع التواصل تعكس الواقع.

4- أجابت 43.3% من عينة الدراسة أن استقلال المرأة المادي والنجاح المهني الذي يظهر على مواقع التواصل له تأثير على قرارها بتأجيل الزواج أو العزوف عنه.

5- تقاسم البديلان (دائما وأحيانا) نسبة 38.3% من عينة الدراسة في أثر رأي عام أو منشور على مواقع التواصل في رأيك الشخصي حول الزواج.

6- أقرت 53.3% من عينة الدراسة أنه دائما ما يحسن بأن مواقع التواصل تجعلهن يضعن معايير عالية لاختيار شريك الحياة.

7- تقاسم البديلان (دائما وأحيانا) نسبة 43.3% من عينة الدراسة في الاحساس بالضغط للمقارنة مع الأخريات في حياتهن الزوجية.

8- أقرت 48.3% من عينة الدراسة بأنهن يحسن أن الزواج يقيد حريتهن الشخصية التي يعشنها حاليا.

9- أكدت 45.0% من عينة الدراسة بأنهن أحيانا ما يحسن أن الزواج لم يعد أولوية بالنسبة لهن بسبب التأثير الإعلامي.

10- سجلت 51.7% من عينة الدراسة أنهن دائما ما يحسن أن نمط الحياة "الحرّة والمستقلة" الذي تروج له بعض الصفحات جذاب.

11- أكدت 53.3% من عينة الدراسة أنهم دائماً ما يحسن أن الزواج يحد من طموحاتهن الشخصية أو المهنية.

12- أجابت 75.0% من عينة الدراسة بأنهن دائماً ما يعتقدن أن مواقع التواصل ساهمت في تعزيز شعور الاستغناء عن الزواج.

13- أكدت 53.3% من عينة الدراسة بأنهن أحياناً ما يرون أن مواقع التواصل تنقل صورة سلبية عن الحياة الزوجية.

14- أقرت 50.0% من عينة الدراسة بأنهن دائماً ما يرون أن مواقع التواصل تلعب دوراً رئيسياً في عزوف بعض النساء عن الزواج.

النتيجة العامة الخاصة بالتساؤل الثاني:

تشير النتائج إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً متنامياً في تشكيل مواقف المرأة الجزائرية تجاه الزواج، إذ أظهرت إجابات أفراد العينة أن هذه المنصات تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في نظرة المرأة لمفهوم الزواج وأولويته في حياتها، فقد بيّنت النتائج أن نسبة معتبرة من النساء يرين أن محتوى مواقع التواصل يرفع من معايير اختيار شريك الحياة ويعزز الشعور بالمقارنة مع الأخريات، مما يولد ضغطاً نفسياً قد يساهم في التردد أو العزوف عن الزواج، كما عبرت غالبية المشاركات عن أن نمط الحياة "الحرّة والمستقلة" الذي تروجه بعض الصفحات الرقمية يبدو جذاباً، ويقابل ذلك تصور بأن الزواج يحد من الحرية أو الطموحات الشخصية والمهنية، كما أن عدداً كبيراً من النساء يشعرون بأن هذه المواقع ساهمت في تعزيز شعور الاستغناء عن الزواج، خاصة في ظل الصور السلبية التي تنقل عن الحياة الزوجية. وبذلك، يتضح أن مواقع التواصل لا تكتفي بعكس الواقع الاجتماعي، بل أصبحت فاعلاً مؤثراً يُعيد تشكيل القيم والتصورات الفردية حول الزواج، مما يفسر نوعاً ما عزوف بعض النساء الجزائريات عن الزواج.



في ضوء ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج، يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تؤدي دورا محوريا في إعادة تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المرأة الجزائرية، وخصوصا فيما يتعلق بمسألة الزواج، فقد أظهرت التحليلات الكمية والكيفية أن هذه المنصات لا تقتصر فقط على تبادل المعلومات أو الترفيه، بل أصبحت تؤثر في منظومة القيم، وفي طريقة تفكير المرأة ونظرتها إلى مؤسسة الزواج، بما تحمله من رمزية اجتماعية ومسؤوليات فردية.

لقد بينت الدراسة أن نسبة كبيرة من النساء يعشن نوعا من الحيرة بين ما تروج له مواقع التواصل من أنماط حياة مستقلة وحررة، وبين الواقع الاجتماعي والثقافي الذي لا يزال يولي الزواج مكانة مركزية في حياة المرأة، حيث كشفت النتائج عن وجود مؤشرات لارتفاع المعايير المرتبطة باختيار الشريك، وازدياد الشعور بالمقارنة والضغط الاجتماعي، إلى جانب تصاعد التصورات السلبية حول الحياة الزوجية، مما ساهم بدرجات متفاوتة في تراجع رغبة بعض النساء في الارتباط.

وبناءً على ما سبق، توصي الدراسة بضرورة تعزيز الوعي لدى المرأة الجزائرية في تعاملها مع محتوى مواقع التواصل، وتشجيع الإعلام على تقديم نماذج واقعية ومتوازنة للحياة الزوجية، بما يعيد التوازن بين الحرية الفردية والمسؤولية الاجتماعية، ويمهد لفهم أعمق وأكثر لمسألة الزواج في ظل المتغيرات الرقمية الراهنة.



قائمة و المصادر

المراجع

أولاً: الكتب:

1. ابراهيم جابر السيد، التفكك الاسري الاسباب والمشكلات وطرق علاجها، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2014.
2. بسمة اللدعه، ندى الخزندار، استخدامات الشبكات الاجتماعية في الإعلان، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، 2011.
3. جمال مختار، حقيقة الفيس بوك عدو أم صديق، شركة متروبول للطباعة، مصر، ط1، 2012.
4. حسين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار الفكر والفن والطباعة والنشر والتوزيع، 2013.
5. حفصة بنت صالح المالك، ربيع محمود نوفل، العلاقات الاسرية، ط 6، دار الزهراء، الرياض، 2001.
6. خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 2014.
7. سعدو، نورية، (2014)، واقع العزوبة السنوية في الوطن العربي، الجيزة، مصر: دار جوانا للنشر والتوزيع.
8. سعدي، نورة. المرأة الجزائرية والثورة التحريرية، دار الهدى، الجزائر، 2010.
9. سلوى عثمان صديقي، المدخل الاجتماعي للسكان والأسرة، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005.
10. شريف فهمي بدوي، معجم مصطلحات الكمبيوتر والانترنت المعلوماتية، دار الكتاب اللبناني للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

11. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد في الصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، ط 1، الأردن، 2011
12. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2014.
13. فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، دمشق، د.ط، 2002.
14. فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، د.ط، 2012.
15. الكندري أحمد، علم النفس الأسري، ط 7، مكتبة الفلاح للنشر، الكويت، 1996
16. ليلي أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2012.
17. محمد عبد الفتاح محمد: ظواهر ومشكلات الأسرة والطفولة المعاصرة: منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009
18. محمد فريد عزت: قاموس المصطلحات الاعلامية، دار مكتبة الهلال لنشر والتوزيع.
19. محمد وليد، النوع الاجتماعي والمشاركة السياسية للمرأة، دار المعرفة، الجزائر، 2018
- ثانيا: الرسائل الجامعية:
20. أمال حجاج، استخدام النساء الماكثات بالبيت للفيسبوك، مذكرة تخرج ماستر، جامعة ورقلة، 2015/2016
21. بن عبود نسرين، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري، دراسة على عينة من أسر مدينة عين البيضاء، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة أم البواقي، 2016 - 2017

22. شعبان حلاسة، محمد منصر، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، رسالة ماجستير، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013.
23. عبد الله ملوكي، أثر الانترنت في نشر الجريمة في الوسط الطلابي ، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012 .
24. فاطمة الزهراء عماري، استخدام القنوات التلفزيونية الاخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي حالة الفيس بوك، رسالة ماستر ،كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، 2012.
25. لواطى مريم، حميدوش سعاد، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية للأستاذ الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2018
26. محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير ، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية الدانمارك، 2012
27. محمد سعيد باقر الومضان، الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية، رسالة ماجستير، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة بالدانمارك، 2012،
28. نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.

ثالثاً: المجالات:

29. أسامة بن صادق طيب، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، العدد 39، مركز الدراسات الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2012
30. ألين اوليغ عوكي، فيسبوك للجميع، الدار العربية للعلوم، لبنان، ط1، 2009
31. أمل نصر الدين سليمان عمر، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم القائم على المشروعات وأثره في زيادة دافعية الإنجاز والاتجاه نحو التعليم على الويب، المؤتمر الدولي الثالث للتعليم الإلكتروني والتعليم عن بعد، 2013، جامعة عين شمس، أم القرى.
32. بوزيد، فاطمة. "المرأة الجزائرية بين الماضي والحاضر"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 15، جامعة باتنة، 2019.
33. تقرير التنمية البشرية الأمم المتحدة، ، 2022: "تمكين المرأة هو مفتاح تحقيق التنمية المستدامة وبناء مجتمعات عادلة وشاملة".
34. حاسي مليكة، مواقع التواصل الإلكترونية والتسويق الاقتصادي دراسة في الأهمية والمميزات، الملتقى الدولي الثاني للإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص، جامعة بسكرة، 2013
35. حسين عبد الحميد أحمد رشوان، الأسرة والمجتمع، دراسة في علم اجتماع الأسرة، الاسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2012
36. حمزة عثمان عمر، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، المجلة السودانية لدراسات الرأي العام، مجلة دورية محكمة تصدر عن مركز الرؤية لدراسات الرأي العام.
37. راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان.

38. سعود صالح كاتب، الاعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، 13-15 ديسمبر 2012، جامعة الملك عبد العزيز، جدة

39. عبد الكريم علي الدبسي، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعة الاردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013

40. علي محمد بن فتح، مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها القيمية والأخلاقية، الجامعة الإسلامية، غزة، 2014

41. مصباح الصمد وصلاح صالح: موسوعة تاريخ الزواج، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، د.س.

42. وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الإيديولوجيا إلى الميثودولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس 2012

المراجع الأجنبية:

43. Barker, Robert L. (Ed.). The social work dictionary(4th Ed.). Washington, DC: 'NASW ; (1999).site webe: <http://www.amazon.com> May2014.

44. Danah Boyd ; Understanding Socio-Technical Phenomena in Web 2.0 Erea ; MicrosoftResearch New Englend ; Combridge MA ; 22sd of September 2008

45. Lahouari, Addi. (1999). les mutation de la société Algérienne "la famille et lien social dans

46. l'Algérie contemporaine, Parie : Edition la couverte.

47. Mohmed, Mohmed Y & Abdul. Rahman, Azizah(2010).” The Impact of Social Network on Some Selected Corporate Business”, International Journal of Engineering Science and Technology. Available on: <http://www.ijest.info>.

48. O.C.Mcswete, the challenge of social networks, Administrative theory and praxis, march , 2009

49. Wasine Kittiwongvivat, Pimonpha Rakkangkan. Facebook your dream ,Master Thesis, 2010.

المواقع الالكترونية:

50. سمية كحيلي، 6 بالمائة من الجزائريين مدمنون على الفيس بوك، جريدة الفجر،

الموقع: <http://www.al-fadjr.com>

51. عصام عبيد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الموارد البشرية دراسة

استكشافية للمكتبات العامة، 2013 الرابط: <http://www.academia.edu/6452628>

52. نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي

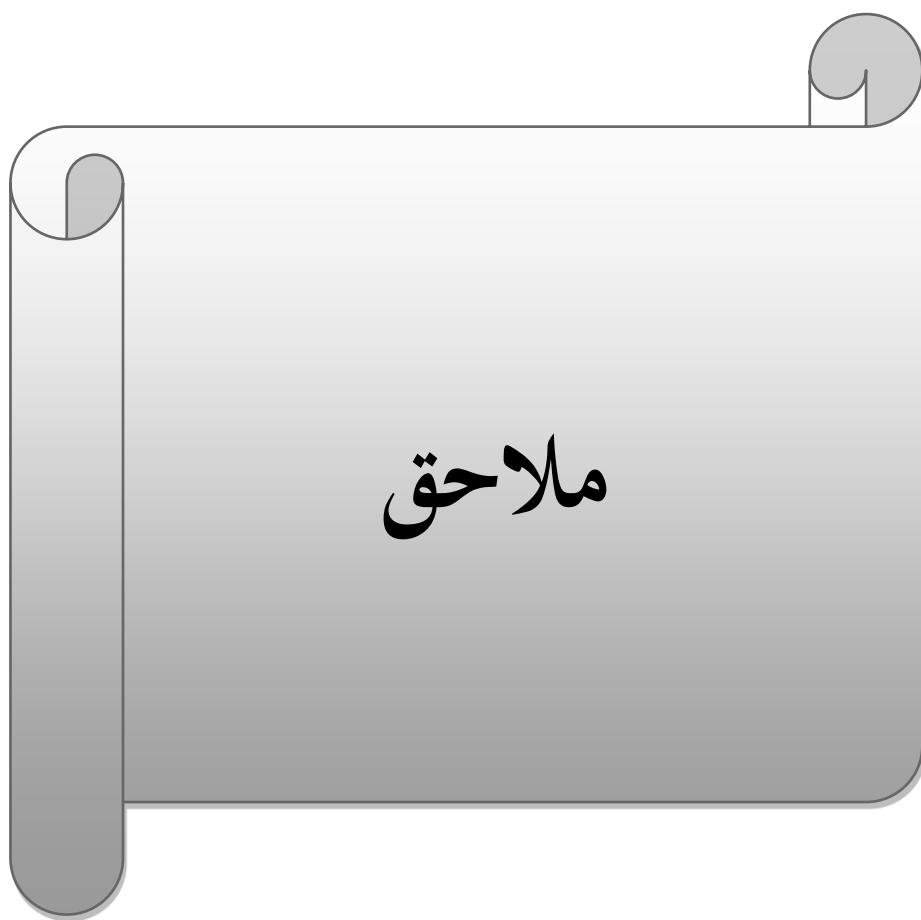
لدى الشباب العربي، 2014 الرابط: <http://www.univ->

[djelfa.dz/revues/dirassat/index_htm_files](http://www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index_htm_files)

53. Harvey Jones, Jos_e Hiram Soltren , Facebook Threats to Privacy,site: <http://groups.csail.mit.edu>.

54. Benneth, Iloka & Tangavelu, Vimala(2012). “Social Network Adoption in Businesses”, a report belongs to www.ilokabenneth.com available on:

http://www.iservices.ilokabenneth.com/images/social_networking_in_buisness.



تحكيم استبيان

نهديكم أطيب التحيات أما بعد:

في إطار إعدادنا لمذكرة تخرج في تخصص اتصال وعلاقات عامة الاتصال والعلاقات العامة، بعنوان الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج، يشرفني أن أضع بين أيديكم استبيان خاص بالشبكات الاجتماعية وتأثيرها على المرأة في عزوفها عن الزواج، راجيين منكم التفضل بتحكيم الأدوات وتقديم ملاحظاتكم واقتراحاتكم.

مع خالص شكرنا وتقديرنا.

الملاحظة	الدرجة العلمية	الأستاذ
المدرجة اسفل الاستبيان	أستاذ محاضر أ	د. سلامي اسعيداني
نفس الملاحظات	أستاذ محاضر أ	د. ليلي فقيري
يا ريت توضع الاستمارة وفق ليكرت الثلاثي او الخماسي	أستاذ محاضر أ	د. بيبى فيصل

البيانات الشخصية:

• السن :

من 20 الى 25 من 25 الى 30 من 30 إلى 35 35 فما فوق

المستوى الدراسي:

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

• الوضع المادي: جيد متوسط ضعيف

• الوضعية المهنية: عاملة مأكثة بالبيت

المحور الأول: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمرأة الجزائرية

1- ماهي أهم المواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمينها:

الفايسبوك اليوتيوب السناب شات الانستجرام

2- منذ متى تستخدمين المواقع التواصل الاجتماعي:

منذ سنة منذ سنتين أكثر من سنتين

3 كم عدد المرات التي تستخدمين فيها مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم؟

مرة واحدة من مرة الى ثلاثة مرات أكثر من ثلاث مرات

4 ماهي الفترات التي تناسبك لاستخدام هذه المواقع :

صباحا ظهرا مساء ليلا

5_ كم عدد الساعات التي تقضيها على هذه المواقع:

ساعة واحدة من ساعتان الى ثلاث أكثر من ثلاث ساعات

6 اي مكان تفضلي استخدام هذه المواقع

البيت مقهى الانترنت الجامعة الاقامة الجامعية

7- ماهي خدمات المواقع المفضلة لديك:

مشاركة الصور مشاركة الفيديوهات مشاركة الأحداث نشر الأفكار

8_ ماهو المجال الاكثر الذي تفضلين متابعته عبر هذه المواقع

الصحة الجمال والأناقة الطبخ متعة وضد الفنون والرياضة

9- هل تستطيعين الاستغناء على هذه المواقع :

نعم لا

10 هل المواقع التواصل الاجتماعي زادتك معرفة والاطلاع على الاحداث والتطورات حول الحياة العامة ؟

دائماً أحياناً نادراً

11_ هل مواقع التواصل الاجتماعي تجعلك تهربين من الواقع والاستغراق في الخيال ؟

دائماً أحياناً نادراً

المحور الثاني: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المرأة الجزائرية في عزوفها عن الزواج

1- هل تحسين أن مواقع التواصل أثرت على نظرتك للزواج؟

دائماً أحياناً نادراً

2- هل تعتقدين أن ما ترينه على مواقع التواصل جعلك أكثر ترددًا في الزواج؟

دائماً أحياناً نادراً

3- هل تشعرين أن نماذج الحياة الزوجية التي تُعرض على مواقع التواصل تعكس الواقع؟

دائماً أحياناً نادراً

4- هل تعتقدين أن استقلال المرأة المادي والنجاح المهني الذي يظهر على مواقع التواصل له تأثير

على قرارها بتأجيل الزواج أو العزوف عنه؟

دائماً أحياناً نادراً

5- هل سبق وأن أثر رأي عام أو منشور على مواقع التواصل في رأيك الشخصي حول الزواج؟

دائماً أحياناً نادراً

6- هل تحسين بأن مواقع التواصل تجعلك تضعين معايير عالية لاختيار شريك الحياة؟

دائماً أحياناً نادراً

7- هل تحسين بالضغط للمقارنة مع الأخريات في حياتهن الزوجية؟

دائماً أحياناً نادراً

8- هل تحسين أن الزواج قد يقيد حريتك الشخصية التي تعيشينها حالياً؟

- دائماً أحياناً نادراً
- 9- هل تحسين أن الزواج لم يعد أولوية بالنسبة لك بسبب التأثير الإعلامي؟
- دائماً أحياناً نادراً
- 10- هل تحسين أن نمط الحياة "الحرّة والمستقلة" الذي تروج له بعض الصفحات جذاب؟
- دائماً أحياناً نادراً
- 11- هل تحسين أن الزواج يحد من طموحاتك الشخصية أو المهنية؟
- دائماً أحياناً نادراً
- 12- هل تعتقدين أن مواقع التواصل ساهمت في تعزيز شعور الاستغناء عن الزواج؟
- دائماً أحياناً نادراً
- 13- هل ترين أن مواقع التواصل تنقل صورة سلبية عن الحياة الزوجية؟
- دائماً أحياناً نادراً
- 14- في رأيك، هل مواقع التواصل تلعب دورًا رئيسيًا في عزوف بعض النساء عن الزواج؟
- دائماً أحياناً نادراً

ف1

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
الفايسبوك	29	15.0	14.0
اليوتيوب	11	15.0	-4.0
السناب شات	10	15.0	-5.0
الانستجرام	10	15.0	-5.0
Total	60		

Test

	ف1
Khi-deux	17.467 ^a
ddl	3
Signification asymptotique	.001

ف2

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
منذ سنة	25	20.0	5.0
منذ سنتين	16	20.0	-4.0
أكثر من سنتين	19	20.0	-1.0
Total	60		

Test

	ف2
Khi-deux	2.100 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.350

ف3

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
مرة واحدة	15	20.0	-5.0
من مرة إلى ثلاث مرات	15	20.0	-5.0
أكثر من ثلاث مرات	30	20.0	10.0
Total	60		

Test

	ف3
Khi-deux	7.500 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.024

ف4

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
صباحا	9	15.0	-6.0
ظهرا	12	15.0	-3.0
مساء	15	15.0	0.0
ليلا	24	15.0	9.0
Total	60		

Test

	ف4
Khi-deux	8.400 ^a
ddl	3
Signification asymptotique	.038

ف5

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
ساعة واحدة	20	20.0	0.0
من ساعتان إلى ثلاث	19	20.0	-1.0
أكثر من ثلاث ساعات	21	20.0	1.0
Total	60		

Test

	ف5
Khi-deux	.100 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.951

ف6

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
البيت	44	15.0	29.0
مقهى الانترنت	1	15.0	-14.0
الجامعة	9	15.0	-6.0
الإقامة الجامعية	6	15.0	-9.0
Total	60		

Test

	ف6
Khi-deux	76.933 ^a
ddl	3
Signification asymptotique	.000

ف7

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
مشاركة الصور	19	15.0	4.0
مشاركة الفيديوهات	9	15.0	-6.0
مشاركة الأحداث	14	15.0	-1.0
نشر الأفكار	18	15.0	3.0
Total	60		

Test

	ف7
Khi-deux	4.133 ^a
ddl	3
Signification asymptotique	.247

ف8

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
الصحة	9	12.0	-3.0
الجمال وأناقة	25	12.0	13.0
الطبخ	10	12.0	-2.0
متعة وضحك	9	12.0	-3.0
الفنون والرياضة	7	12.0	-5.0
Total	60		

Test

	ف8
Khi-deux	18.000 ^a
ddl	4
Signification asymptotique	.001

ف9

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
نعم	32	30.0	2.0
لا	28	30.0	-2.0
Total	60		

Test

	ف9
Khi-deux	.267 ^a
ddl	1
Signification asymptotique	.606

ف10

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	30	20.0	10.0
أحيانا	10	20.0	-10.0
نادرا	20	20.0	0.0
Total	60		

Test

	ف10
Khi-deux	10.000 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.007

Test du Khi-deux

Fréquences

ف12

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	27	20.0	7.0
أحيانا	18	20.0	-2.0
نادرا	15	20.0	-5.0
Total	60		

Test

	ف12
Khi-deux	3.900 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.142

Fréquences

ف13

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	26	20.0	6.0
أحيانا	18	20.0	-2.0
نادرا	16	20.0	-4.0
Total	60		

Test

	ف13
Khi-deux	2.800 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.247

Fréquences

ف14

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	32	20.0	12.0
أحيانا	17	20.0	-3.0
نادرا	11	20.0	-9.0
Total	60		

Test

	ف14
Khi-deux	11.700 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.003

Test du Khi-deux

Fréquences

ف15

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	21	20.0	1.0
أحيانا	26	20.0	6.0
نادرا	13	20.0	-7.0
Total	60		

Test

	ف15
Khi-deux	4.300 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.116

Test du Khi-deux

Fréquences

ف16

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	23	20.0	3.0
أحيانا	23	20.0	3.0
نادرا	14	20.0	-6.0
Total	60		

Test

	ف16
Khi-deux	2.700 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.259

Test du Khi-deux

Fréquences

ف17

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	32	20.0	12.0
أحيانا	20	20.0	0.0
نادرا	8	20.0	-12.0
Total	60		

Test

	ف17
Khi-deux	14.400 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.001

Test du Khi-deux

Fréquences

ف18

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	26	20.0	6.0
أحيانا	26	20.0	6.0
نادرا	8	20.0	-12.0
Total	60		

Test

	ف18
Khi-deux	10.800 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.005

Test du Khi-deux

Fréquences

ف19

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	29	20.0	9.0
أحيانا	15	20.0	-5.0
نادرا	16	20.0	-4.0
Total	60		

Test

	ف19
Khi-deux	6.100 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.047

Test du Khi-deux

Fréquences

ف20

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	13	20.0	-7.0
أحيانا	27	20.0	7.0
نادرا	20	20.0	0.0
Total	60		

Test

	ف20
Khi-deux	4.900 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.086

Test du Khi-deux

Fréquences

ف21

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	31	20.0	11.0
أحيانا	14	20.0	-6.0
نادرا	15	20.0	-5.0
Total	60		

Test

	ف21
Khi-deux	9.100 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.011

Test du Khi-deux

Fréquences

ف22

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	32	20.0	12.0
أحيانا	17	20.0	-3.0
نادرا	11	20.0	-9.0
Total	60		

Test

	ف22
Khi-deux	11.700 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.003

Test du Khi-deux

Fréquences

ف23

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	45	20.0	25.0
أحيانا	7	20.0	-13.0
نادرا	8	20.0	-12.0
Total	60		

Test

	ف23
Khi-deux	46.900 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.000

Test du Khi-deux

Fréquences

ف24

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	15	20.0	-5.0
أحيانا	32	20.0	12.0
نادرا	13	20.0	-7.0
Total	60		

Test

	ف24
Khi-deux	10.900 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.004

Test du Khi-deux

Fréquences

ف25

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	30	20.0	10.0
أحيانا	17	20.0	-3.0
نادرا	13	20.0	-7.0
Total	60		

Test

	ف25
Khi-deux	7.900 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.019

Statistiques

		السن	المستوى الدراسي	الوضع المادي	الوضعية المهنية
N	Valide	60	60	60	60
	Manquante	0	0	0	0

Tableau de fréquences

السن

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 20 إلى 25	19	31.7	31.7	31.7
	30 إلى 25	22	36.7	36.7	68.3
	من 30 إلى 35	10	16.7	16.7	85.0
	35 فما فوق	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

المستوى_الدراسي

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ابتدائي	9	15.0	15.0	15.0
	متوسط	19	31.7	31.7	46.7
	ثانوي	21	35.0	35.0	81.7
	جامعي	11	18.3	18.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

الوضع_المادي

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	جيد	14	23.3	23.3	23.3
	متوسط	31	51.7	51.7	75.0
	ضعيف	15	25.0	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

الوضعية_المهنية

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	عاملة	36	60.0	60.0	60.0
	ماكثة بالبيت	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على المرأة الجزائرية في
عزوها عن الزواج
دراسة ميدانية على عينة من النساء الجزائريات بالمسيلة

إعداد الطلبة:

1- بن النية إيمان رقم التسجيل: 202033043785
2- رقم التسجيل:

القسم: علوم اعلام واتصال الشعبوية: اعلام واتصال التخصص: اتصالات وعلاقات عامة
إشراف: راجي الطاهر الرتبة: استاذ مساعد منف ب

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2024-
2025 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وامضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة):

رئيس القسم



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
UNIVERSITÉ MOHAMED BOUDIAF - M'SILA
FACULTÉ DES HUMANITÉS
ET DES SCIENCES SOCIALES

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2025/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): بن النيرة ايمان

الصفة (طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 406766813

الصادرة بتاريخ: 2023 / 08 / 30 عن دائرة: برج الغدير

المسجل(ة) بكلية: العلوم الانسانية والاجتماعية قسم: الاعلام والاتصال

تخصص: الاتصال وعلاقتك عامة تحت رقم التسجيل: 33043785

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: المشكلات الاجتماعية وتأثيراتها على المرأة الجزائرية في عصر ريفها

عن الزواج - دراسة ميدانية على عينة من النساء الجزائريات

بالمسيلة -

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2025 / 08 / 12

امضاء المعني (ة): Ben

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في 27 ديسمبر 2020
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): بن. النيرة إيمان الصفة: طالب. أستاذ. باحث طالب
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 406766813 والصادرة بتاريخ: 2023/08/30
المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم الانسانية والاجتماعية قسم إعلام واتصال
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).
عنوانها: الشبكة الاجتماعية وتأثيراتها على المرأة الجزائرية في عزومها
عن الزواج. دراسة ميدانية على عينة من النساء الجزائريات بالمسيلة.
أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2023/08/30

توقيع المعني (ة)

Bajna

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

