
تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع

التواصل الاجتماعي "دراسة في ضوء نظرية الغرس الثقافي"

الباحثة /هدى طارق عيسى أحمد

لدرجة الماجستير تخصص الإذاعة والتلفزيون بقسم الاعلام- كلية الآداب- جامعة المنوفية

إشراف

أ.د/ خالد أحمد عبد الجواد

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الآداب جامعة الزقازيق – وعميد كلية الإعلام بالأكاديمية

الدولية للهندسة وعلوم الاعلام، والمشرّف على الرسالة

ملخص الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية للتعرف على مدى تفاعل الجمهور المصري مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تعرضهم لها ودوافع هذا التعرض، ورصد أهم الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية التي يهتمون بمتابعتها، ومعرفة أهم القضايا التي تابعوها من خلالها، ومدى ادراكهم للواقع الحقيقي لقضايا الأسرة المصرية كما تعرضه هذه المواقع، وذلك في إطار نظرية الغرس الثقافي، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة متاحة من الجمهور المصري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها الارتفاع الكبير لنسبة الاهتمام بمتابعة القضايا الاجتماعية الأسرية عن القضايا السياسية والاقتصادية إلى ٨٣.٥٪ من إجمالي العينة، أما بالنسبة للقضايا الأسرية التي تابعتها المستخدمين من خلال هذه الصفحات، فقد احتلت المشاكل الزوجية والعاطفية مقدمة هذه القضايا بنسبة ٥٩.٣٪، تلاها تدخل الأهل والأقارب والدور التربوي السليم للأسرة وكيفية التعامل مع الأبناء، والعوامل التي تساعد على خلق علاقة زوجية صحية وسليمة لكي تكون قادرة على الحفاظ على الأسرة، كما تصدر موقع فيسبوك مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين في متابعة قضايا الأسرة المصرية بنسبة ٩٥.٢٪، وجاء التفاعل بالإعجاب في مقدمة أشكال التفاعل مع مضمون هذه الصفحات بنسبة ٦٨.٦٪، تلاه تفاعلهم بكتابة تعليق لإبداء الرأي أو النصيحة أو الدخول في نقاش

مع الآخرين بنسبة ٣٨.٣٪، وهو شكل أعمق من التفاعل والتواصل مع الآخرين، ثم تفاعلهم من خلال عمل Mention لأصدقائهم في المنشور للنقاش حول الموضوع بنسبة ٢١٪.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، قضايا الأسرة، التفاعل

مقدمة:

يؤثر التقدم التكنولوجي بشكل كبير على جوانب كثيرة من حياتنا، وكلما ازداد هذا التقدم كلما أثر في تغيير نمط حياة الأشخاص، ومع الاعتماد المتزايد على الإنترنت أصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً للتواصل اليومي والحصول على المعلومات حول الموضوعات والقضايا المختلفة، فلم يعد بإمكان الفرد متابعة ومعرفة ما يحدث في العالم من خلال متابعة الصحف الورقية والقنوات التلفزيونية فحسب، مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام.

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مجموعة من المنصات الإلكترونية تتيح للأفراد المستخدمين لها التعريف عن أنفسهم ومشاركة الآخرين، وإنشاء علاقات اجتماعية^(١)، فهي تخلق واقع افتراضي يستطيع من خلاله المستخدم من عرض أفكاره والتواصل مع باقي المستخدمين، كما تتيح للمستخدمين التفاعل من خلال أدوات التفاعل المختلفة^(٢).

وقد أظهر تقرير "معيّار التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي" ٢٠٢٢، الصادر عن Influencer Marketing Hub أن عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قد بلغ نحو ٤,٤٨ مليارات مستخدم نشط حتى يوليو ٢٠٢١، أي بما يعادل ٥٦,٨% من سكان العالم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي^(٣)، بواقع ساعتين و٢٦ دقيقة يومياً، فحين وصل عدد المستخدمين عام ٢٠٢٤ لـ ٥.١٧ مليار مستخدم حول العالم^(٤)، مما يعني زيادة اقبال الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي وحرصه على استخدامها والتعرض لمحتواها، لذا أصبحت أحد أبرز العوامل المؤثرة في الحياة الاجتماعية والفكرية والثقافية داخل المجتمعات.

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع
أما عن واقع منصات التواصل الاجتماعي داخل مصر، فوفقاً لتقرير Digital
Report ٢٠٢١ فقد بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في مصر نحو ٥٩,١٩ مليون مستخدم،
كما تأتي مصر في المرتبة الأولى من حيث عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في
البلدان العربية، وهذا بسبب ارتفاع عدد السكان بها مقارنة بباقي الدول العربية^(٥).

كما أكدت العديد من الدراسات على تنوع التأثيرات النفسية والاجتماعية لمواقع
التواصل الاجتماعي على المستخدمين، فقد أصبح أفراد الأسرة يعيشون حالات العزلة
رغم وجودهم معاً، حيث ينفرد كل واحد منهم على هاتفه الذي أصبح أقرب إليه ممن
حوله من أفراد الأسرة، غارقاً في حوارات مع أناس مجهولين أو أصدقاء لا يعرف
ميولهم وأفكارهم أو سلوكهم، يقيم معهم علاقات مختلفة لا تعرف حدودها، أو للتسلية مع
مقاطع أو مشاهد على مواقع إلكترونية لا تعرف طبيعة مصدرها أو كنيثتها^(٦)، حيث
انتجت هذه المواقع بيئة ومحيط إعلامي ذو أبعاد اجتماعية وثقافية لم تكن معهودة من
قبل^(٧)، مما جعلها تمارس أدواراً متعددة على المستويات الاجتماعية والسياسية
والاقتصادية، ومن أبرز هذه الأدوار هو دورها في تشكيل الوعي والواقع الاجتماعي
للأفراد حول القضايا والموضوعات المختلفة، لذلك تسعى الدراسة الحالية للتعرف على
مدي تفاعل المستخدمين من الجمهور مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية
على مواقع التواصل الاجتماعي، ومدي تعرضهم لها ودوافع هذا التعرض، ومدى
ادراكهم للواقع الحقيقي لقضايا الأسرة المصرية كما تعرضه هذه المواقع في إطار نظرية
الغرس الثقافي.

مشكلة الدراسة:

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي تحولاً كبيراً في دورها، حيث لم تعد تقتصر
على كونها وسيلة للتواصل الاجتماعي والترفيه، بل أصبحت من المصادر الرئيسية في
الحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار حول مختلف القضايا السياسية والاقتصادية
والاجتماعية وغيرها، مما جعلها تؤدي دوراً هاماً في بناء الصور الذهنية وتكوين الوعي
ونشر الأفكار والعادات المجتمعية المختلفة، سواء من خلال الصفحات الرسمية للجهات
الإعلامية أو الصفحات والمجموعات التي ينشئها المستخدمون أنفسهم على هذه المواقع،

حيث حولت الفرد من مجرد متلقي للمحتوى إلى أنه أصبح صاحب المحتوى ومشارك في صناعته، لذا ظهرت صفحات متخصصة ذات طابع اجتماعي، تسعى إلى تعزيز التفاعل مع المستخدمين والتعمق في حياتهم الأسرية، لتقديم النصائح والإرشادات لهم لحل مشاكلهم الأسرية، حيث يتبادلون عليها الآراء والتجارب والخبرات، ولا شك أن الاهتمام ببناء أسرة سليمة ينشئ مجتمعاً سليماً، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال الاهتمام بتقويم العلاقة بين الزوجين حتى تقوم على أساس من التفاهم والود، ما يساعد على بناء أجيال سوية نفسياً و مترابطة، ونظراً لزيادة أعداد متابعي هذه الصفحات أو المجموعات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ وصل عدد متابعين هذه الصفحات إلى الملايين مما يعكس مدى اهتمام وقبول الجمهور لطبيعة المحتوى المقدم عليها، ويشير إلى التفاعل الإيجابي الذي يحظى به هذا النوع من المحتوى، مما يعني أن هذه الصفحات تسهم في تشكيل وعي الجمهور المصري حول القضايا الأسرية، حيث يعتبرونها متنفساً لهم للتعبير عن مشاكلهم الأسرية بسرية، كما أنها مصدراً هاماً للمعلومات لإيجاد حلول لهذه المشاكل ومعرفة آراء وتجارب الآخرين وأخذ النصح والمشورة، مما يوضح مدى وعمق التأثير الذي تحققه في الحياة الأسرية خاصة لدى كثيفي التعرض لها.

لذا تكمن مشكلة الدراسة في التعرف على مدى تعرض الجمهور لهذه الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع هذا التعرض وأشكال تفاعلهم معها، مما يوضح مدى تأثيرها على حياتهم الأسرية، ورصد أهم الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية التي يهتمون بمتابعتها، ومعرفة أهم القضايا التي تابعوها من خلالها، ومدى تأثير هذه الصفحات على ادراكهم للواقع الاجتماعي الحقيقي لقضايا الأسرة المصرية كما تعرضه مواقع التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

(١) انتشار الصفحات التي تناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، وأصبح أعداد متابعيها بالملايين مثل: صفحة برنامج هي ويس، وصفحات Society problems، والصفحة الرسمية لهالة سمير، وصفحة Howayda Al Demerdash،

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع
وصفحة برنامج الستات مايعرفوش يكذبوا وغيرهم، وتعد هذه الصفحات امتداداً للدور
الهام الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على المجتمع نتيجة لحجم التفاعل
اليومي الهائل معها.

(٢) خصوصية الأسرة المصرية باعتبارها أساس بناء المجتمع وأقوي نظمته، لذا
تستحق الدراسة وربط طبيعة العلاقات والتفاعلات القائمة بين أطرافها بمدى تعرضهم
للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي.

(٣) توضيح أهمية الدور الذي تؤديه الأسرة المصرية في الحفاظ على استقرار
الأبناء، فالاستقرار الأسري يبني شخصية الطفل اجتماعياً ونفسياً ليكون قادراً على تحمل
المسؤولية والقيام بدوره في تنمية المجتمع، ويجعله قادراً على التفاعل الاجتماعي الإيجابي
وتكوين العلاقات الاجتماعية السوية، فالأسرة هي خط الدفاع الأول عن المجتمع.

(٤) توضيح أهمية الحد من المشاكل بين أفراد الأسرة ومعالجتها وتنمية التفاعل
الإيجابي بينهم، لتنتج أنظار الأسرة والمجتمع نحو بناء وتكوين الفرد وصقل شخصيته،
للمساهمة في ترقية المجتمع وتطويره، فإذا صلحت الأسرة صلح المجتمع كله، وإذا فسدت
فسد المجتمع كله، ففي كنفها يتعلم الإنسان أفضل أخلاقه، وفيها يجد الإنسان سكن القلب
واطمئنان النفس.

(٥) أهمية التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي فهو يؤدي دوراً مهماً في تعزيز
انتشار المحتوى وزيادة الوعي به، فكلما زاد التفاعل مع المحتوى زادت فرصة وصوله
إلى أكبر عدد من الجمهور.

(٦) قلة الدراسات حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل إدراكات
المستخدمين وبناء الواقع الاجتماعي نحو القضايا المختلفة وخاصة القضايا الاجتماعية
والتي منها قضايا الأسرة المصرية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي تتبثق منه مجموعة من الأهداف
الفرعية، ويمكن تحديد الهدف الرئيسي في التعرف على طبيعة تفاعل المستخدمين مع

قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في إطار نظرية الغرس الثقافي، وذلك من خلال:

- (١) التعرف على معدلات تعرض الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، وأهم الدوافع التي تسهم في تعرضهم.
- (٢) الكشف عن أهم القضايا التي يهتم الجمهور بمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- (٣) التعرف على أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يُفضلها الجمهور في متابعة قضايا الأسرة.
- (٤) رصد الصفحات التي قضايا ت تناول الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي التي يُفضل الجمهور متابعتها.
- (٥) التعرف على معدل تعرض الجمهور للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- (٦) معرفة دوافع تعرض الجمهور للصفحات التي قضايا ت تناول الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- (٧) الكشف عن أهم قضايا الأسرة المصرية التي تابعها الجمهور على الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- (٨) التعرف على مدى تفاعل الجمهور مع الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وأشكال وأساليب هذا التفاعل.
- (٩) التعرف على أوجه التشابه والاختلاف بين إدراك المبحوثين لقضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لها في الواقع الحقيقي.

الدراسات السابقة:

هدفت دراسة رانيا عبد الحى وياسمين عادل (٢٠٢١)^(٨) إلى معرفة كيفية معالجة القائم بالاتصال للقضايا الاجتماعية والاقتصادية باستخدام المواد الجرافيكية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتقوم الدراسة بتحليل مضمون صفحات فيسبوك التي تستخدم المواد الجرافيكية لعرض القضايا الاجتماعية والاقتصادية، ومثل: «طحالب، ورقة» لمدة

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع

شهر واحد، كما تكون مجتمع الدراسة الميدانية من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي طوال اليوم، وتمثلت أهم أسباب ودوافع متابعة الشباب لفيدوهات المواد الجرافيكية في أنها تعرض موضوعات مجتمعية مهمة وتحقق إشباع غريزة الشباب في حب الاستطلاع للقضايا الجديدة، وكما توصلت إلى اهتمام الشباب بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية مقارنة بالقضايا الأخرى، مثل: القضايا السياسية، والدينية، والعلمية، وأن أكثر أشكال المشاركة والتعبير التي يقوم بها الشباب أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تجاه القضايا المختلفة هي الإعجاب والتعليق.

سعت دراسة سماح المحمدي (٢٠٢٠)^(٩) إلى رصد وتحليل

أثر اندماج الشباب والمراهقين في مواقع التواصل الاجتماعي على إدراكهم للواقع من حولهم، وذلك بالتطبيق على قضية البناء وراجح المعروفة إعلامياً باسم شهيد الشهامة، والتي وقعت بمصر خال شهر أكتوبر ٢٠١٩، واعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان والتي تم تطبيقها على عينة متاحة بلغت ٤٠٠ مفردة من الشباب والمراهقين من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت النتائج إلى ارتفاع كثافة تعرض الشباب والمراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، وتنوعت أسباب ذلك وجاء في مقدمتها: التسلية وقضاء وقت الفراغ، التواصل مع الآخرين، ومتابعة آراء الآخرين بخصوص القضايا المجتمعية، وكانت وسائل التواصل الاجتماعي المصدر الأول لمتابعة أخبار القضية في المقدمة وتطوراتها تلاها التليفزيون.

اهتمت دراسة ابن الصغير (٢٠٢٠)^(١٠) بدراسة تفاعلية المستخدمين في الجزائر

مع القضايا الراهنة عبر منصات التواصل الاجتماعي، ورصدت الدراسة مشاركة المستخدمين في التفاعل مع هذه المواد سواء من خلال المنصات الرسمية لوسائل الإعلام أو تلك التي ينتجها المواطنون بأنفسهم من منشورات وصور وفيديوهات، وتوصلت الدراسة إلى إن استثمار وسائل الإعلام التقليدية في منصات وسائل التواصل الاجتماعي

وفر لها فرص أكبر للبقاء في سوق تقديم الخدمات الإعلامية، وأكدت أن هذه العلاقة كما أفادت وسائل الإعلام التقليدية في توطيد علاقتها بالجمهور، فإنها أفادت أيضا المستخدم بتمكينه من المشاركة الفاعلة وقدرته على تحديد أولويات القضايا الهامة في المجال العام.

دراسة (الدوس وآخرين، Aldous et al.2019) ⁽¹¹⁾ التي اهتمت بتقييم تأثيرات القضايا في منشورات وسائل التواصل الاجتماعي على الجماهير عبر خمس منصات وسائط اجتماعية (Twitter, Instagram, Facebook ,Reddit, YouTube)، استخدمت الدراسة نموذج للتفاعل مكون من مستويات أربع، وهي: (أ) التعرض، (ب) الإعجابات، (ج) التعليقات، (د) المشاركات، وبلغت عينة الدراسة 3.163.373 منشورا اجتماعيا لعدد ٥٣ مؤسسة إخبارية، خلال فترة ٨ أشهر، وركزت الدراسة على تحليل الاختلافات في استراتيجيات منصة الأخبار من خلال التركيز على اختلافات القضايا حسب المؤسسة الإخبارية وتأثير ذلك على تفاعل المستخدمين، وأظهرت النتائج أن ترتيب الموضوعات يختلف باختلاف سياسية كل مؤسسة، على الرغم من وجود بعض الموضوعات الشائعة التي حظيت باهتمام كل المؤسسات، كما تشير النتائج إلى اختلاف مستويات تفاعل المستخدم حسب الموضوعات، وأكدت النتائج أنه يمكن التنبؤ بما إذا كان سيتم مشاركة مقال بشكل عام على منصة تواصل اجتماعي أخرى بواسطة المستخدمين بدقة تصل إلى ٨٠٪ تقريبا.

دراسة (Larsson 2018) ⁽¹²⁾ التي أكدت على إن مشاركة الأخبار والتعليق عليها من أكثر الجوانب إثارة للاهتمام حول كيفية استهلاك الأخبار والتفاعل معها عبر الإنترنت، وأشارت الدراسة إلى إن الإجابة عن الأسئلة المتعلقة بمن يتفاعل من خلال أشكال المشاركة مع المحتوى الإخباري، ونوع المحتوى الذي يتم التفاعل معه وأسباب مشاركة محتوى معين والتعليق عليه دون غيره ما زالت تحتاج إلى العديد من الدراسات للتعرف على ديناميكيات التدفق الإخباري عبر الإنترنت، وسعت الدراسة للإجابة على سؤالين وهما: ما الذي تتم مشاركته أو التعليق عليه، ولماذا؟ في منصة التواصل الاجتماعي Facebook، ومن خلال التطبيق على تقييم نشاط الجمهور على صفحات Facebook لأربع صحف اسكندنافية، تشير النتائج إلى أن ردود الفعل - المميزات التي

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع
أطلقتها فيسبوك ٢٠١٦ - مثل الحب، هاهأ، واو، حزين وغاضب يبدوا أنها لا تحظى
بشعبية إلى حد ما مقارنة بوظيفة الإعجاب الأصلية إضافة إلى ذلك، تستخلص النتائج أن
ردود الفعل يحتمل أن يكون لها تأثير معوق على رغبة مستهلكي الأخبار على
Facebook للتفاعل عن طريق المشاركة والتعليق، علاوة على احتمال وجود تأثيرات
سلبية لردود الفعل السلبية على المستخدمين.

التعليق على الدراسات السابقة:

١. اتفقت الدراسات على أن موقع الفيسبوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي
استخداماً من قبل الجمهور.
٢. أجمعت الدراسات على زيادة اعتماد الجمهور خاصة الشباب على مواقع
التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.
٣. زيادة اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لمتابعة
المسلسلات والبرامج والتفاعل معهم، بجانب التواصل مع الآخرين والتسلية والترفيه.
٤. تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً فعالاً في تكوين آراء مستخدميها وتشكيل
اتجاهاتهم نحو الموضوعات والقضايا المختلفة.
٥. كما أوضحت أن العالم شهد تحولاً كمياً وكيفياً في التفاعل بين منطلق وسائل
الاعلام التقليدية ووسائل الاعلام الجديدة في انتاج وتوزيع المحتوى الإخباري.
٦. كما اثبتت العديد من الدراسات وجود رابط قوي بين المحتوى الذي يتفاعل معه
المستخدمون وتعبيرهم عن ذواتهم من خلال منصات التواصل الاجتماعي.
٧. اعتمدت الدراسات السابقة على استخدام منهج المسح سواء من خلال دراسة
تحليلية للمضمون الإعلامي أو دراسة ميدانية على الجمهور.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- (١) تحديد المشكلة البحثية وصياغتها بالشكل المناسب وبلورة أهداف الدراسة.
- (٢) صياغة فروض وتساؤلات الدراسة بشكل علمي يحقق الأهداف التي تسعى إليها
الدراسة.

الباحثة /هدى طارق عيسى أحمد

٣) تم الاستفادة منها في تصميم الدراسة من حيث الإجراءات المنهجية واختيار المنهج المناسب وأدوات جمع البيانات.

الإطار النظري للدراسة (نظرية الغرس الثقافي):

توظيف النظرية في الدراسة:

سيتم توظيف النظرية في الدراسة من خلال استخدام الفروض الخاصة بها، والتي تم صياغتها في التساؤلات التالية:

- ١) ما معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٢) ما دوافع تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٣) ما أهم القضايا التي يُفضل الجمهور متابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٤) أى من مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها المبحوثين للبحث عن حلول لمشاكلهم الأسرية؟
- ٥) ما معدل تعرض المبحوثين لقضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٦) ما هي الصفحات التي قضايا ت تناول الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها الجمهور؟
- ٧) ما دوافع تعرض الجمهور للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٨) ما قضايا الأسرة المصرية التي تابعها الجمهور من خلال الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٩) ما مدى تفاعل المبحوثين مع الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وأشكال وأساليب هذا التفاعل؟
- ١٠) ما أوجه التشابه والاختلاف بين إدراك المبحوثين لقضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لها في الواقع الحقيقي؟
- ١١) هل استفاد الجمهور من متابعة قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع
فروض الدراسة:

(١) توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض المبحوثين للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك الواقع الاجتماعي لهذه القضايا كما تعرضه هذه الصفحات.

(٢) توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض المبحوثين للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك الواقع الاجتماعي لهذه القضايا كما تعرضه هذه الصفحات.

(٣) توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إدراك المستخدمين للواقع الاجتماعي للقضايا الأسرية كما تعرضه مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلهم معها.

(٤) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين وإدراك الواقع الاجتماعي للقضايا الأسرية كما تقدمه الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي.

الإجراءات المنهجية:

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظواهر وجمع معلومات دقيقة حولها بهدف رسم صورة متكاملة وواقعية عن الظاهرة، وتتميز الدراسات الوصفية بجمع البيانات من عدد كبير نسبياً من الأفراد (١٣)، معتمدة على منهج المسح الإعلامي من خلال إجراء دراسة ميدانية لعينة من الجمهور المصري للتعرف على مدى تعرضهم لقضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع هذا التعرض، ومدى تفاعلهم معها ومدى مطابقتها مع الواقع الحقيقي، وذلك في إطار نظرية الغرس الثقافي.

مجتمع الدراسة: الجمهور المصري بفئاته الاجتماعية والعلمية والثقافية المختلفة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

اعتمدت الباحثة على عينة متاحة من الذكور والإناث المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي قوامها ٤٠٠ مفردة من المواطنين المصريين ذوي الأعمار من ١٨ سنة إلى ٥٠ سنة، والجدول التالي يوضح خصائص العينة التي تم تطبيق الدراسة عليها، مع ملاحظة أن هذه الخصائص والنسب لم يتم تقسيمها أو اختيارها عمدياً بشكل مسبق، بمعنى أنه لم يتم تحديد نسبة الذكور والإناث ضمن العينة أو نسبة كل فئة عمرية أو غيرها.

جدول رقم (١) خصائص عينة الدراسة المسحية

المتغيرات	ك	%
النوع	١- ذكر	٣٣
	٢- أنثى	٦٧
	الإجمالي	١٠٠
الفئات العمرية	١- من ١٨ سنة لأقل من ٣٠ سنة	٢٩.٨
	٢- من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة	٣٨.٥
	٣- من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة	٣١.٧
	الإجمالي	١٠٠
	١- تعليم متوسط	٤.٣
المستوى التعليمي	٢- مؤهل جامعي	٦٣.٥
	٣- دراسات عليا	٣٢.٢
	الإجمالي	١٠٠
الحالة الاجتماعية	١- أعزب	٣٤.٨
	٢- متزوج	٦٠
	٣- مطلق	٣.٢
	٤- أرمل	٢
	الإجمالي	١٠٠

أداة جمع البيانات:

استخدمت صحيفة الاستبيان كأسلوب لجمع البيانات من عينة الدراسة للتعرف على مدى تفاعل المستخدمين مع قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لها، ودوافع هذا التعرض، ومعرفة الصفحات التي يُفضلونها في متابعة قضايا الأسرة، وما هي القضايا التي تابعوها من خلالها، ومدى اعتمادهم عليها في الحصول

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع
على المعلومات، ومدى مطابقة ما يقدم عليها مع الواقع الفعلي الذي يدركه الجمهور في
ضوء نظرية الغرس الثقافي.

اختبار الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان:

(١) الصدق:

تمثلت اختبارات الصدق في عرض الاستمارة الميدانية على مجموعة من أساتذة
الاعلام^(١٤) للتأكد من صدق أداة البحث للإجابة على التساؤلات وصلاحياتها لدراسة
الفروض الخاصة بالدراسة.

(٢) الثبات:

يتصف اختبار الثبات بالدقة، ويمكن الوثوق به لأنه إذا تم إعادة تطبيق نفس
المقاييس على نفس المادة الإعلامية أو المبحوثين ولكن في وقت مختلف، فإنه يعطي
النتائج نفسها أو قريبة منها، وقد قامت الباحثة بإجراء اختبار الثبات من خلال إعادة
تطبيق استمارة الاستبيان على عينة قوامها ٤٠ مفردة من نفس المبحوثين الذين تعرضوا
للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك
بنسبة ١٠٪ من إجمالي العينة، وقد كانت نسبة الثبات على مقياس ألفا كرونباخ ٧٨.٩٪،
وهي نسبة مقبولة تعني توافر درجة الثبات الكافية لتوظيف الأداة البحثية، والاستفادة من
النتائج المترتبة عليها.

نتائج الدراسة:

١. معدل تعرض المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي:

كشفت نتائج الدراسة الحالية كما هو مبين في الجدول رقم (٢) حرص غالبية
المستخدمين على التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم بنسبة ٦٢٪ من إجمالي
العينة، كما تبين ارتفاع نسبة معدل التعرض لمواقع التواصل بين الإناث أكثر من الذكور،
حيث وصلت إلى ٦٣.٤٪، في حين وصل معدل تعرض الذكور إلى نسبة ٥٩.١٪
للتعرض الدائم، بينما انخفضت النسبة للتعرض أحياناً بين الجنسين، وتفسر الباحثة هذا
التفوق الطفيف لصالح الإناث في كونهن الأكثر تعرض لمواقع التواصل الاجتماعي،
بسبب أنهن يجلسن في المنزل لفترات زمنية أكثر من الرجال، الذين يقضون معظم

الباحثة/هدى طارق عيسى أحمد

أوقاتهم في العمل أو مع الأصدقاء بالخارج، بينما المرأة تقضي أغلب وقتها في المنزل وقد تعمل أو لا حسب رغبتها، كما ظهر عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين الإناث والذكور فيما يتعلق بمعدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن قيمة (كا^٢) المحسوبة ١.٥١٩ وهي قيمة غير دالة بمستوى معنوية ٠.٠٠٥٪ عند درجتي حرية، وبالتالي يتساوى كل منهما في معدل التعرض الدائم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢)

العلاقة بين معدل تعرض المستخدمين من الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

النوع		ذكر		انثى		الاجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
دائماً		٧٨	٥٩.١	١٧٠	٦٣.٤	٢٤٨	٦٢
أحياناً		٣٦	٢٧.٣	٧٢	٢٦.٩	١٠٨	٢٧
نادراً		١٨	١٣.٦	٢٦	٩.٧	٤٤	١١
الاجمالي		١٣٢	١٠٠	٢٦٨	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
قيمة كا ^٢ = ١.٥١٩ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٦٢ مستوى المعنوية = ٠.٤٦٨ غير دال احصائياً							

جدول رقم (٣)

العلاقة بين معدل تعرض المستخدمين من الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً

للفئات العمرية

الفئات العمرية		من ١٨ لآقل من ٣٠ سنة		من ٣٠ لآقل من ٤٠ سنة		من ٤٠ لآقل من ٥٠ سنة		الاجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً		٧٢	٦٠.٥	٩٧	٦٣	٧٩	٦٢.٢	٢٤٨	٦٢
أحياناً		٣٦	٣٠.٣	٣٨	٢٤.٧	٣٤	٢٦.٨	١٠٨	٢٧
نادراً		١١	٩.٢	١٩	١٢.٣	١٤	١١	٤٤	١١
الاجمالي		١١٩	١٠٠	١٥٤	١٠٠	١٢٧	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
قيمة كا ^٢ = ١.٤٢٩ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.٠٦٠ مستوى المعنوية = ٠.٨٣٩ غير دال احصائياً									

وكشفت نتائج الدراسة أيضاً كما هو مبين بالجدول رقم (٣) ارتفاع نسبة معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بين الفئتين من ٣٠ لآقل من ٤٠ سنة، ومن ٤٠ لآقل من ٥٠ سنة أكثر من الفئة العمرية من ١٨ لآقل من ٣٠ سنة، حيث وصلوا إلى

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع نسبة ٦٣٪، تليها نسبة ٦٢.٢٪، بينما انخفض معدل تعرض الفئة العمرية من ١٨ لأقل من ٣٠ سنة إلى نسبة ٦٠.٥٪ للتعرض الدائم، مما يعني أن الأشخاص الناضجين هم الأكثر حرصاً على التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، وكما تبين عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين الفئات العمرية ومعدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة ١.٤٢٩ بمستوى معنوية ٠.٠٠٥٪ عند ٤ درجات حرية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة خالد عبد الجواد (٢٠١٨)^(١٥) التي أظهرت عدم وجود فروق بين كل من الأبناء والزوجين فيما يتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، ودراسة سماح محمدي (٢٠٢٠)^(١٦) التي أظهرت أيضاً ارتفاع كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك نظراً لما تتميز به من سرعة التواصل وسهولته، الي جانب أنية الحصول على المعلومات في وقت حدوثها، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٧٦,٣٪ من الشباب المصري يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثافة مرتفعة وبانتظام.

٢. دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٤)

دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي (ن = ٤٠٠)

دوافع الاستخدام	الترار والنسبة	ك	%
للترفيه عن النفس	٢٧٧	٦٩.٣	
للتعرف على قضايا الأسرة	٢٤٧	٦١.٨	
للتواصل الاجتماعي	٢٤٤	٦١.٠	
للاستفادة من آراء الآخرين حول القضايا المختلفة	١٨١	٤٥.٣	
سهولة الاستخدام	١٦٢	٤٠.٥	
مواكبه التقدم العلمي والتكنولوجي	١٥٥	٣٨.٨	
انخفاض تكاليف هذه الوسائل	٨٣	٢٠.٨	
العمل	٦	١.٥	
الإجمالي	٤٠٠		

يعتبر دافع الترفيه عن النفس من أهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين، إذ يلجؤون إليها لقضاء أوقات فراغهم وللتخلص من الضغوطات اليومية

التي يواجهونها في الحياة، كالهروب من المشكلات الأسرية التي تحدث داخل المنزل، حيث تشعرهم بالراحة النفسية، لذلك احتل الدافع الطقوسي الترفيه عن النفس المرتبة الأولى من الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما مبين في الجدول رقم (٤) بنسبة ٦٩.٣٪ من إجمالي العينة، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات في هذا المجال، إذ نرى اليوم أن هذه المواقع أصبحت ملجأ للمستخدمين الذين يفرون من الواقع، ويقول Hartevelde وآخرون^(١٧) "البشر مخلوقات تبحث عن المتعة، والمجتمع الحديث مكتظ بأنشطة الهروب، فمن قراءة الكتب إلى مشاهدة الأفلام، وقد يكون المجتمع قد تطور بهذه الطريقة لأن الناس كانوا قادرين على تلبية احتياجاتهم الأساسية"، أما في المرتبة الثانية فجاء الدافع النفعي التعرف على قضايا الأسرة بنسبة ٦١.٨٪ من إجمالي العينة، مما يدل على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات حول قضايا الأسرة، حيث توفر هذه المواقع جميع أنواع البيانات والمعلومات والآراء والخبرات المختلفة حولها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Choi & Sohn^(١٨) حول دوافع استخدام الطلبة الأمريكيين والكوريين لمواقع التواصل الاجتماعي، التي أكد فيها أغلب المبحوثين بأن هذا النوع من المواقع يعتبر من أهم المصادر التي يعتمدون عليها للحصول على المعلومات والأخبار، ثم جاء في المرتبة الثالثة دافع التواصل الاجتماعي بنسبة ٦١٪ مما يؤكد على مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ويتفق مع الهدف الأساسي لها، وهو التواصل والتقارب بين الأهل والأصدقاء وحتى التواصل والتقارب بين الأشخاص من الثقافات والمجتمعات المختلفة، ولكن ذلك يجعلها سلاح ذو حدين إما سلبي أو إيجابي حسب استخدام كل فرد، ومدى وعيه وتأثره بما يتعرض له، بينما جاء في المرتبة الرابعة دافع الاستفادة من آراء الآخرين حول القضايا المختلفة بنسبة ٤٥.٣٪ من إجمالي العينة، مما يؤكد على تأثير المستخدمين بما يعرض ويقدم على مواقع التواصل الاجتماعي، ويدل على اهتمامهم بالتعرف على آراء الآخرين حول الموضوعات والمشاكل التي يواجهونها على الرغم من أنهم قد يجهلوا هوية مقدم هذا الرأي إلا أنه يؤثر بهم وقد يعملون به، مما يوضح التأثير الكبير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على حياة الأفراد وإلغاء

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع مفهوم الخصوصية.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة أسماء محمد^(١٩) التي جاء فيها دافع التواصل مع الآخرين في المرتبة الأولى من الأسباب التي تدفع لاستخدام مواقع التواصل، بينما جاء دافع الترفيه في المرتبة الأخيرة بنسبة ٣٪ فقط، بينما تتفق مع دراسة أميرة إسماعيل^(٢٠) التي توصلت إلى أن في مقدمة الأسباب التي تدفع الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو معرفة ما يدور حولهم من أحداث في جميع أنحاء العالم بوزن نسبي ٨٣٪.

٣. القضايا التي يهتم بمتابعتها المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٥)

الفروق في أهم القضايا التي يهتم بمتابعتها المستخدمين من الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع (ن = ٤٠٠)

النوع	ذكر		انثى		الإجمالي		z	مستوى المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%		
أهم القضايا الاجتماعية الأسرية	١٠٤	٧٨.٨	٢٣٠	٨٥.٨	٣٣٤	٨٣.٥	١.٧٠	٠.٠٩٠ غير دال احصائيا
القضايا الاقتصادية	٥٧	٤٣.٢	٨٣	٣١	١٤٠	٣٥.٠	١.٦٣	٠.١٠٣ غير دال احصائيا
القضايا السياسية	٥٣	٤٠.٢	٦١	٢٢.٨	١١٤	٢٨.٥	٣.٤٩	٠.٠١ دال احصائيا
الإجمالي	١٣٢		٢٦٨		٤٠٠			

وللتعرف على نوعية القضايا التي يهتم المستخدمين بمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي يوضحها الجدول رقم (٥)، كشفت الدراسة الارتفاع الكبير لنسبة الاهتمام بمتابعة القضايا الاجتماعية الأسرية عن القضايا السياسية والاقتصادية إلى ٨٣.٥٪ من إجمالي العينة، بينما انخفضت نسبة الاهتمام بالقضايا الاقتصادية إلى ٣٥٪، تلاها القضايا السياسية بنسبة ٢٨.٥٪، ويرجع ذلك إلى أن القضايا الاجتماعية الأسرية تمس حياة الأفراد اليومية وتتعلق بالعلاقات الإنسانية، حيث تشمل مشاكل التربية والعلاقات الزوجية والعائلية والصحة النفسية والطلاق والزواج والتواصل الفعال داخل الأسرة ومشاكل إدارة الميزانية وتوفير الاحتياجات الأساسية للأسرة وغيرها، كما أن وسائل الإعلام وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي تتناول هذه القضايا بشكل مكثف، مما يجذب الجمهور لمتابعتها والمشاركة فيها، على عكس القضايا الاقتصادية والسياسية التي يزداد الاهتمام بها في فترات معينة كالانتخابات أو الأحداث السياسية كالثورات أو

الباحثة /هدى طارق عيسى أحمد

الأزمات الاقتصادية التي تؤثر على الفرد بشكل مباشر كارتفاع الأسعار مثلاً كما هو الحال الآن، كما يبين الجدول ارتفاع نسبة اهتمام الإناث عن الذكور بالقضايا الاجتماعية الأسرية، حيث وصلت إلى ٨٥.٨٪ للإناث مقابل ٧٨.٨٪ للذكور، بينما يرتفع اهتمام الذكور بالقضايا الاقتصادية عن الإناث، حيث وصلت نسبتهم ٤٣.٢٪ مقابل ٣١٪ من الإناث، ويرجع ذلك إلى أن الرجال يقع عليهم توفير الأمان المادي للأسرة لذلك يكونوا أكثر اهتماماً بهذه القضايا، وبصفة عامة كشفت نتائج الدراسة عن عدم وجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث من حيث القضايا الاجتماعية الأسرية التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة (Z) ١.٧٠ وهي غير دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٥ لأنها أقل من القيمة الحرجة ١.٩٦.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة رانيا عبد الحي وياسمين عادل^(٢١) التي توصلت إلى اهتمام الشباب بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية مقارنة بالقضايا الأخرى، وذلك لمعاناة العديد من الشباب من المشاكل التي تواجههم في حياتهم الاجتماعية والاقتصادية والتي تؤثر في حياتهم اليومية بشكل كبير، ودراسة أسماء محمد^(٢٢) حيث احتلت الموضوعات الاجتماعية المرتبة الأولى من طبيعة الموضوعات التي يفضل الشباب التعرض لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما اتفقت مع دراسة أسماء حمدي^(٢٣)، التي توصلت إلى أن القضايا الأساسية التي ركزت عليها المواقع الإلكترونية ومنها فيسبوك هي القضايا الاجتماعية.

جدول رقم (٦)

العلاقة بين أهم القضايا التي يهتم بمتابعتها المستخدمين من الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمستوى التعليمي (ن = ٤٠٠)

المستوى التعليمي	تعليم متوسط		مؤهل جامعي		دراسات عليا		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أهم القضايا								
القضايا الاجتماعية الأسرية	١٣	٥٢	٢١٢	٥٦.٤	١٠٩	٥٨.٣	٣٣٤	٥٦.٨
القضايا الاقتصادية	٨	٣٢	٩٥	٢٥.٢	٣٧	١٩.٨	١٤٠	٢٣.٨
القضايا السياسية	٤	١٦	٦٩	١٨.٤	٤١	٢١.٩	١١٤	١٩.٤
إجمالي التكرارات	٢٥	١٠٠	٣٧٦	١٠٠	١٨٧	١٠٠	٥٨٨	١٠٠
قيمة كا ^٢ = ٣.٤٧٤ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.٠٧٧								
مستوى المعنوية = ٠.٤٨٢ غير دال احصائياً								

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع وكشفت الدراسة أن فئة التعليم العالي هم الأكثر متابعة للقضايا الاجتماعية الأسرية على مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث يبين الجدول رقم (٦) ارتفاع نسبة متابعة أصحاب الدراسات العليا (ماجستير أو دكتوراة) للقضايا الاجتماعية الأسرية إلى ٥٨.٣٪، تلاها أصحاب المؤهل العالي (الجامعي) بنسبة ٥٦.٤٪، بينما انخفضت نسبة أصحاب التعليم المتوسط إلى ٥٢٪، وتفسر الباحثة ذلك بأن أصحاب المؤهلات العليا يكونوا أكثر قدرة على التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي وقادرين على استيعاب ما يقدم من خلالها من قضايا خاصة القضايا الاجتماعية الأسرية والاستفادة منها في الحياة الواقعية، وللتعرف على العلاقة بين القضايا التي يتابعها المستخدمين على مواقع التواصل المستوى التعليمي، تبين عدم وجود علاقة دالة إحصائية بينهم إذ بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة ٣.٤٧٤ بمستوى معنوية ٠.٠٥ عند ٤ درجات حرية.

٤. أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور في متابعته لقضايا الأسرة المصرية:

جدول رقم (٧)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور في متابعته لقضايا الأسرة المصرية (ن=٣٣٤)

أهم المواقع التواصل الاجتماعي	الترار والنسبة	ك	%
فيسبوك (Facebook)	٣١٨	٩٥.٢	
واتساب (What's up)	١٣٨	٤١.٣	
يوتيوب (You tube)	١٢١	٣٦.٢	
انستجرام (Instagram)	٩٣	٢٧.٨	
تويتر (Twitter)	٣٥	١٠.٥	
تيلجرام (Telegram)	٦	١.٨	
من جملة من يتابعون القضايا الأسرية	٣٣٤		

تتعدد مواقع التواصل لدى المستخدمين وتقدم خدمات متنوعة، كما تتميز كل منها بميزات فريدة عن الأخرى، وقد أتاح هذا التنوع للأفراد الفرصة للاختيار من بين تلك المواقع ما يتوافق مع رغباتهم واحتياجاتهم، ويتضح من الجدول رقم (٧) أن موقع فيسبوك احتل المركز الأول بنسبة ٩٥.٢٪ في مقدمة مواقع التواصل التي يعتمد عليها الباحثين في متابعة قضايا الأسرة المصرية، وتؤكد هذه النتيجة ما توصلت له الدراسات السابقة في أن فيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً وشهرة على مستوى

الباحثة /هدى طارق عيسى أحمد

العالم، وقد يرجع ذلك لسهولة استخدامه وامكانياته التي يفضلها الكثير ممن يستخدمونه، تلاه موقع واتساب في المركز الثاني بسبة ٤١.٣٪ من المبحوثين، وذلك لأنه وسيلة اتصال بسيطة مع الأهل والأصدقاء وزملاء العمل، ثم جاء في المركز الثالث موقع يوتيوب بنسبة ٣٦.٢٪، ثم تلاه انستجرام بنسبة ٢٧.٨٪، ثم تويتر بنسبة ١٠.٥٪، أما في المركز الأخير جاء تليجرام بنسبة ١.٨٪ وهو وسيلة اتصال سهلة حديثة شبيه بواتساب، ولكنه يوفر العديد من الميزات والخدمات التي لا يوفرها واتساب كمشاهدة المسلسلات والأفلام وارسال الملفات والصور كبيرة الحجم وترجمة الرسائل وغيرها من المميزات التي ينفرد بها.

٥. مدى متابعة الجمهور للصفحات أو المجموعات الافتراضية التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٨)

العلاقة بين مدى متابعة المستخدمين للصفحات او المجموعات الخاصة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للفئات العمرية

الاجمالي		من ٤٠ لافقل من ٥٠ سنة		من ٣٠ لافقل من ٤٠ سنة		من ١٨ لافقل من ٣٠ سنة		الفئات العمرية
		ك	%	ك	%	ك	%	
الاجمالي		٣٣٤	١٠٠	١١٤	١٠٠	١٣٠	١٠٠	٩٠
نادرًا		٧٩	١٦.٦	١٩	٢٦.٢	٣٤	٢٨.٩	٢٦
احيانًا		١٠٦	٣٦	٤١	٣٠	٣٩	٢٨.٩	٢٦
دائمًا		١٤٩	٤٧.٤	٥٤	٤٣.٨	٥٧	٤٢.٢	٣٨
%								

قيمة كا^٢ = ٥.٠٦٢ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.١٢٢
مستوى المعنوية = ٠.٢٨١ غير دال احصائيا

ومن النتائج التي يرصدها الجدول رقم (٨)، تكشف الدراسة عن ارتفاع نسبة متابعة الأفراد من سن ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث وصلت نسبتهم إلى ٨٣.٤٪ (للمتابعة دائما وحيانا مجتمعة)، في حين انخفضت النسبة إلى ٧٣.٨٪ عند ذوي الأعمار من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة (للمتابعة دائما وحيانا)، تلاها ذوي الأعمار من ١٨ لأقل من ٣٠ سنة

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع بنسبة ٧١.١٪، وتبدو هذه النتيجة منطقية حيث أن ذوي الأعمار الأعلى (الأكثر سناً) يكونون أكثر اهتماماً بالقضايا الأسرية، لأنهم الآباء الذين يبحثون عن موضوعات تربية الأبناء والمزوجون الذين يواجهون مشاكل زوجية وأسرية يبحثون عن حلول لها أو حتى المقبلين على الزواج ويهتمون بهذه الموضوعات، لمعرفة كيفية اختيار شريك الحياة المناسب على أسس سليمة لتجنب المشاكل المستقبلية، لذلك يزداد الاهتمام بمتابعة هذه القضايا كلما زاد عمر الفرد، ولمعرفة العلاقة بين الفئات العمرية ومدى متابعة المستخدمين للمجموعات التي تتناول قضايا الأسرة على مواقع التواصل الاجتماعي، تبين عدم وجود علاقة دالة إحصائية بينهم حيث بلغت قيمة (كا^٢) ٥.٠٦٢ بمستوى معنوية ٠.٠٥ عند درجة حرية = ٤.

٦. متوسط عدد أيام تعرض الجمهور للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأسبوع:

جدول رقم (٩)

العلاقة بين متوسط عدد أيام تعرض الجمهور للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأسبوع وفقاً للنوع

النوع		ذكر		انثى		الاجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
متوسط عدد الايام							
أكثر من ٣ أيام		٢٩	٢٨.٢	٦٧	٢٩	٩٦	٢٨.٧
من يومين إلى ثلاث أيام		٤٠	٣٨.٨	١٠٧	٤٦.٣	١٤٧	٤٤
يوم واحد		٣٤	٣٣	٥٧	٢٤.٧	٩١	٢٧.٣
الاجمالي		١٠٣	١٠٠	٢٣١	١٠٠	٣٣٤	١٠٠
قيمة كا = ٢.٧٤١		درجة الحرية = ٢		معامل التوافق = ٠.٠٩٠			
				مستوى المعنوية = ٠.٢٥٤ غير دال احصائيا			

يعد هذا السؤال مؤشراً يوضح كم الوقت الذي يتعرض فيه المبحوثين للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأسبوع، كما هو مبين بالجدول رقم (٩)، وتكشف الدراسة أن المبحوثين يتعرضون لهذه الصفحات بشكل متوسط مقارنة بالوقت الذي يقضونه في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة التعرض لها من يومين إلى ثلاث أيام في الأسبوع ٤٤٪ من إجمالي المبحوثين، بينما انخفضت النسبة إلى ٢٨.٧٪ للتعرض لقضايا الأسرة أكثر من ٣ أيام في الأسبوع، ويرجع ذلك الاختلاف في معدل التعرض بين مواقع التواصل وقضايا الأسرة أن

الباحثة /هدى طارق عيسى أحمد

المبحوثين يتعرضون لقضايا أخرى بالإضافة إلى استخدامات مواقع التواصل الأخرى كـتواصل مع الأهل والأصدقاء ومتابعة الأخبار، ولكن توضح أيضاً هذه المقارنة ارتفاع تعرض المبحوثين لقضايا الأسرة، حيث يقضون أكثر من نصف وقتهم الذي يقضونه على مواقع التواصل في متابعة هذه القضايا، كما يبين الجدول ارتفاع نسبة تعرض الإناث لقضايا الأسرة على مواقع التواصل الاجتماعي عن الذكور، حيث وصلت نسبتهم ٧٥.٣٪ (للتعرض من يومين لأكثر من ٣ أيام مجتمعة)، مقابل نسبة ٦٦.٥٪ للذكور، مما يدل على أن الإناث أكثر مداومة واهتمام بمتابعة الموضوعات الأسرية على مواقع التواصل الاجتماعي من الذكور، كما يوضح الجدول عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متوسط عدد أيام تعرض الجمهور لقضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأسبوع والنوع، إذ بلغت قيمة (كا^٢) ٢.٧٤١ بمستوى معنوية ٠.٠٥ عند درجتي حرية. ٧. متوسط عدد ساعات متابعة الجمهور للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً:

جدول رقم (١٠)

العلاقة بين متوسط عدد ساعات متابعة قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً وفقاً للنوع

النوع		ذكر		انثى		الاجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
متوسط عدد الساعات		٥٦	٥٤.٤	١١٩	٥١.٥	١٧٥	٥٢.٤
أقل من ساعة		٣١	٣٠.١	٧٨	٣٣.٨	١٠٩	٣٢.٦
من ساعتين لثلاث ساعات		١٦	١٥.٥	٣٤	١٤.٧	٥٠	١٥
أكثر من ثلاث ساعات		١٠٣	١٠٠	٢٣١	١٠٠	٣٣٤	١٠٠
الاجمالي							
قيمة كا ^٢ = ٠.٤٣٦		درجة الحرية = ٢		معامل التوافق = ٠.٠٣٦		مستوى المعنوية = ٠.٨٠٤ غير دال احصائياً	

يبين الجدول رقم (١٠) إدراك المبحوثين للوقت الذي يتعرضون فيه لقضايا الأسرة على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً، حيث كشف الدراسة أن المبحوثين يقضون أقل من ساعة في متابعة قضايا الأسرة على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً بنسبة ٥٢.٤٪، فيما تتفوق الإناث عن الذكور أيضاً في عدد ساعات المتابعة اليومية لقضايا الأسرة بفارق

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع نسبي بسيط، حيث وصلت نسبتهم ٤٨.٥٪ (للمتابعة من ساعتين إلى أكثر من ٣ ساعات يومياً)، مقابل ٤٥.٦٪ للذكور، وتؤكد هذه النتيجة كم الوقت الذي يقضيه الأفراد في التعرض لقضايا هامة كقضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوضح مدى الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات التي قد تكون من أشخاص مجولين الهوية أو غير متخصصين لإعطاء النصح والمشورة، مما يدل على مدى التأثير الذي تحدثه هذه المواقع في حياة الأسرة والمجتمع، لذا ينبغي أن يولي التربويين والمتخصصين اهتماماً بهذه الصفحات وتحليل ما ينشر عليها، أما للتعرف على العلاقة بين متوسط عدد ساعات متابعة قضايا الأسرة على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً والنوع، فقد تبين عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بينهم إذ بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة ٠.٤٣٦ بمستوى معنوية ٠.٠٥ عند درجة الحرية = ٢.

٨. الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية التي يُفضل المستخدمين متابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١١)

الصفحات المفضلة لدى الجمهور التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع

التواصل الاجتماعي (ن=٣٣٤)

الصفحات التي تناقش قضايا الأسرة	التكرار والنسبة	ك	%
صفحات وجروبات Society Problems	١٥٢	٤٥.٥	
صفحة هالة سمير- الرسمية	١٣١	٣٩.٢	
صفحة برنامج هي ويس	١٢٨	٣٨.٣	
صفحة برنامج الستات ميعرفوش يكذبوا	٦٧	٢٠.١	
صفحة Problem Counseling Center	٣٧	١١.١	
صفحة Harmony Co – Howayda Al Demerdash	٣٥	١٠.٥	
من جملة من يتابعون القضايا الاجتماعية الأسرية	٣٣٤		

يبين الجدول رقم (١١) أهم الصفحات التي يُفضلها المستخدمين في متابعة قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كشفت الدراسة أن الصفحات والجروبات المعروفة باسم (Society Problems) جاءت في مقدمة الصفحات التي يُفضلها المستخدمين بنسبة ٤٥.٥٪، وهي صفحات أو مجموعات (Groups) ينشأها أفراد

غير معروفين تقوم بعرض المشكلات الأسرية للراغبين في الحصول على النصح والمشورة حول مشكلة معينة مع إخفاء هوية صاحب المشكلة، ليقوم المتابعين بكتابة العديد من التعليقات، التي تشتمل على آرائهم ونصائحهم حول المشكلة كما يتناقشون فيما بينهم، كما قد يعرض أحدهم تجربة شبيهة بالمشكلة قد مر بها، أو يعرض أحد المتخصصين مساعدته القانونية أو النفسية لصاحب المشكلة، أما في المركز الثاني جاءت صفحة الدكتورة هالة سمير- الرسمية المستشار الأسري والتربوي ومستشار الصحة النفسية لتنمية ودعم المرأة في كافة المجالات الأسرية والتربوية بنسبة ٣٩.٢٪، وتختلف هذه الصفحة في شكلها عن المجموعات السابقة في كونها مملوكة لشخصية معروفة ومتخصصة تقوم فيها ببث حلقات برنامجها التلفزيوني على هذه المواقع، حيث تتناول العديد من القضايا الأسرية مثل كيفية التعامل مع المشكلات الزوجية وتربية الأبناء وطريقة التعامل معهم وأسس اختيار شريك الحياة وغيرها، بالإضافة الي تلقي الاستفسارات والاتصالات وعرض المشكلات وتقديم الحلول والنصح والمشورة، ثم جاء في المركز الثالث صفحة برنامج هي وبس بنسبة ٣٨.٣٪ وهو برنامج تلفزيوني أيضاً يتم بث حلقاته على هذه المواقع، والذي اثار الجدل بسبب اتهامه بالانحياز للمرأة عن الرجل وعدم الموضوعية في التعامل مع المشكلات الزوجية والأسرية وتم وصف مذيعه البرنامج "بخرابة البيوت"، وقد يرجع ذلك لجذب اهتمام الجمهور لمتابعته وتحقيق نسب مشاهدة عالية خاصة أن المذيع غير متخصصة بل تقدم نصائحها بناء علي تجاربها الشخصية، تلاه صفحة برنامج الستات معرفوش يكذبوا بنسبة ٢٠.١٪، وهو برنامج تلفزيوني يبث أيضاً علي مواقع التواصل، مما يوضح مدى اهتمام البرامج التلفزيونية بإنشاء صفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي، ويدل على أهمية هذه المواقع في الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وتحقيق نسب المشاهدة العالية، كما يوضح انخفاض نسب مشاهدة التلفزيون وهو ما أكدته العديد من الدراسات، فالخصائص التفاعلية التي تنتجها مواقع التواصل الاجتماعي تجذب الجمهور أكثر من التلفزيون، ثم جاءت صفحة Problem Counseling Center بنسبة ١١.١٪، وصفحة Howayda Al Harmony Co – Demerdash بنسبة ١٠.٥٪، وينبغي الإشارة إلى أن هذه الصفحات

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع تختلف من حيث أسلوب تناولها لقضايا الأسرة وطريقة معالجتها وشخصية مقدم الاستشارة أو النصيحة الأسرية، لذا تنوعت اختيارات المبحوثين للصفحات التي يتابعونها بما يتناسب مع أفكارهم واعتقاداتهم وأسلوبهم في الحياة، كما ذكر المبحوثين بعض الصفحات الأخرى التي تتناول قضايا الأسرة والتي اهتموا بمتابعتها، كصفحة Togo Mori وصفحة عبد الله ناجي وصفحة دفا البيوت، كما ذكر بعضهم أنه لا يوجد صفحات معينة يتابعون عليها قضايا الأسرة بل يتعرضون لها بشكل غير انتقائي.

٩. أهم قضايا الأسرة المصرية التي تابعها المستخدمين من الجمهور من خلال الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٢)

أهم قضايا الأسرة المصرية التي تابعها المستخدمين من خلال الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٣٣٤)

الترتيب والنسبة	ك	%
أهم قضايا الأسرة المصرية		
المشاكل الزوجية والعاطفية	١٩٨	٥٩.٣
تدخل الأهل والأقارب	١٧٧	٥٣.٠
الدور التربوي السليم للأسرة وكيفية التعامل مع الأبناء	١٧٠	٥٠.٩
العوامل التي تساعد على خلق علاقة زوجية صحية وسليمة لكي تكون قادرة على الحفاظ على الأسرة	١٦٦	٤٩.٧
كيفية اختيار شريك الحياة	١١٤	٣٤.١
التفكك الأسري وأثره على انحراف الأبناء	٩٨	٢٩.٣
مشكلة البطالة وانعكاسها على الحياة الأسرية	٩٨	٢٩.٣
الطلاق	٦١	١٨.٣
الخيانة الزوجية	٥٦	١٦.٨
من جملة من يتابعون القضايا الاجتماعية الأسرية	٣٣٤	

يعتمد بناء الأسرة على الترابط والتكافل وحسن المعاشرة والتربية الحسنة، وحسن الخلق ونبذ الآفات الاجتماعية؛ وهي التي تبنى على أساس من التماسك والتناصر بين أفراد الأسرة الواحدة، ومن أسباب اختلال نظام الأسرة الخلافات والمشاكل التي تقوم بين الزوجين، فاختلال نظام الحياة الأسرية يؤدي إلى غياب الاستقرار والمودة، فيسود العنف ويقع الطلاق فتتفكك الأسرة ويتشرد الأطفال، ويبين الجدول رقم (١٢) أهم القضايا

والموضوعات الأسرية التي تابعها المستخدمون من خلال الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كشفت الدراسة أن المشاكل الزوجية والعاطفية كانت في مقدمة هذه القضايا بنسبة ٥٩.٣٪، والتي تعني وجود نوع من العلاقات المضطربة بين الطرفين الناتجة عن سوء سلوك أحدهما، ويهتم المبحوثون بمتابعتها إما بسبب التعرف على تجارب الآخرين والاستفادة منها أو لأنهم يجدونها شبيهة للمشكلات التي يواجهونها في واقعهم فيبحثون عن حلول لها، وتعدد المشكلات الزوجية والعاطفية التي تنشرها هذه الصفحات، فمنها المشكلات النفسية كسوء التوافق العاطفي والجنسي والغيرة والنزاع على السلطة داخل الأسرة، ومنها المشكلات الاجتماعية كسوء العلاقة بين الزوجين والأبناء ومشكلات المرأة العاملة وتعدد الزوجات والطلاق، ومنها المشكلات الاقتصادية كعدم كفاية الدخل أو انعدامه أو سوء التصرف في انفاقه، ومنها الثقافية كتناقص الميول الشخصية والقيم بين الزوجين واختلاف ثقافة كل منهما أو تباين المستوى التعليمي بينهما، والذي يرجع إلى التسرع وسوء الاختيار من البداية، ومنها الأخلاقية كالخيانة الزوجية والقسوة في معاملة الزوج لزوجته أو العكس، أي التنكر للقيم الاجتماعية والأخلاقية في معاملتهم وعدم الصدق والصراحة أو الإخلاص في العلاقة الزوجية، ويجدر الإشارة إلى أن كثرة الشجار والاختلاف بين الزوجين يجعل الأسرة في حالة اضطراب مما يفقد الأبناء هبة الأسرة واحترامها والانتماء لها، كما أن التدخل السلبي للأهل في العلاقة الزوجية يسبب تفاقم المشاكل مثل تحريض طرف على الآخر، لذلك جاءت هذه المشكلة في المركز الثاني بنسبة ٥٣٪، وقد يرجع ذلك إلى اعتماد أحد الزوجين على والديه في اتخاذ القرارات وقضاء الحاجات وعدم الاستقلال المادي وعدم القدرة على تحمل المسؤولية، مما يعطي مجالاً كبيراً لتدخل الأهل في شؤونهم، وهو ما يتعارض مع أساس الحياة الزوجية القائمة على تحمل المسؤولية والخصوصية والتفاهم بين الشريكين لتمضي الحياة قدماً نحو الكمال، ثم جاء في المرتبة الثالثة التعرف على الدور التربوي السليم للأسرة وكيفية التعامل مع الأبناء بنسبة ٥٠.٩٪، مما يدل على حرص المبحوثين على تعلم الأساليب الصحيحة في تربية الأبناء وكيفية بناء نفسية وشخصية الطفل لعلاقة صحية بين الطرفين (الأباء والأبناء)، كتعلم كيفية الاستماع للطفل

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع
وترك المساحة له للتعبير عن نفسه وحاجاته والهدوء في الحوار والانتباه للكلمات التي
تقال له، واستخدام التشجيع بدلاً من المدح وأسلوب تعريفه بالعواقب لا العقاب، ثم جاء في
المرتبة الرابعة معرفة العوامل التي تساعد على خلق علاقة زوجية صحية وسليمة لكي
تكون قادرة على الحفاظ على الأسرة بنسبة ٤٩.٧٪، وبدل ذلك على إدراك المبحوثين
لأهمية الحفاظ على بناء الأسرة ومعالجة المشاكل الأسرية ومعرفة كيفية التعامل معها،
تلاها في المرتبة الخامسة معرفة كيفية اختيار شريك الحياة بنسبة ٣٤.١٪، فاختيار شريك
الحياة المناسب يعد الخطوة الأكثر أهمية لتكوين الأسرة ومحدداً مهماً لسعادتها واستمرار
كيانها الاجتماعي وتجنب المشكلات المستقبلية، ثم جاء النفكك الأسري وأثره على
انحراف الأبناء ومشكلة البطالة وانعكاسها على الحياة الأسرية بنسبة ٢٩.٣٪ لكلاً منهما،
تلاه م الطلاق بنسبة ١٨.٣٪، ثم في المركز الأخير جاءت الخيانة الزوجية بنسبة
١٦.٨٪، كما ذكر المبحوثين بعض القضايا والمشكلات الأخرى التي تابعوها من خلال
هذه الصفحات، ومنها مشكلة الهجرة غير الشرعية ودورها في التفكك الأسري وتأثر
الاطفال بالخلافات الأسرية وضوابط الخطوبة ومشكلة قائمة المنقولات والاتفاقات بين
الأهل.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أسماء حمدي^(٢٤)، التي توصلت إلى أن المواقع
الإلكترونية ركزت على الخلافات الزوجية ومشكلة الطلاق، وموضوعات أخرى مثل:
الأمر الخاصة بالزواج وتربية الأبناء ونصائح للمرأة الحامل وتقديم استشارات
ونصائح في شتى المجالات، كما توصلت إلى أن الجروبات النسائية على موقع فيس بوك
أصبحت منافساً قوياً لوسائل الإعلام التقليدية.

١٠. نوعية القالب الذي يُفضله الجمهور في متابعة قضايا الأسرة المصرية على
مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٣)

نوعية القالب الذي يُفضله المستخدمون في متابعة قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٣٣٤)

نوعية القالب	التكرار والنسبة	ك	%
المجموعات والصفحات التي ينشأها الأفراد	٢٠٥	٦١.٤	
البرامج التلفزيونية التي تبث على مواقع التواصل	١٤٥	٤٣.٤	
الأعمال الدرامية التي تعرض على مواقع التواصل	١٣٢	٣٩.٥	
الصفحات الرسمية لمؤسسات الدولة (مثل دار الإفتاء)	٧٠	٢١	
من جملة من يتابعون القضايا الاجتماعية الأسرية	٣٣٤		

كشفت الدراسة أن المستخدمين يفضلون في متابعة قضايا الأسرة على مواقع التواصل الاجتماعي المجموعات والصفحات التي ينشأها الأفراد عن البرامج التلفزيونية والأعمال الدرامية التي تبث على الموقع، حيث وصلت نسبتهم إلى ٦١.٤٪، مقابل ٤٣.٤٪ للبرامج التلفزيونية، و ٣٩.٥٪ للأعمال الدرامية، كما هو مبين في الجدول رقم (١٣)، ويدل ذلك على بروز دور مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أول وأساسي للمعلومات في متابعة الأخبار والقضايا مقابل تراجع مكانة الوسائل التقليدية، وقد يرجع السبب إلى أن هذه الصفحات والمجموعات تعطي لهم مساحة أكبر للتعبير عن أنفسهم والدخول في نقاش ومشاركة التجارب وتبادل الخبرات، مما يتيح لهم قدر أكبر من التفاعل والتواصل مع الآخرين، بينما جاء في المركز الأخير الصفحات الرسمية لمؤسسات الدولة (مثل دار الإفتاء) بنسبة ٢١٪.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة نشرتها جامعة "Eastern Mediterranean" توصلت إلى أن شبكة الإنترنت غيرت نماذج الاتصال، وأن هذا التغيير السريع أدى إلى إنشاء مجتمعات شبكية استحوذت على جمهور التلفزيون، الذي كان المنصة الأهم التي يتابعها مستهلكو وسائل الإعلام^(٢٥).

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع

١١. مدى اتفاق الجمهور مع العبارات الآتية وذلك من خلال متابعتهم للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٤)

إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للقضايا الأسرية كما تعرضه الصفحات التي تتناول

قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي

البيان	درجة الموافقة		وافق		الى حد ما		لا اوافق		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
الزواج من زوجة ثانية يسبب العديد من المشاكل الأسرية التي قد تؤدي الى الطلاق.	٢٢٦	٦٧.٦	٧٦	٢٢.٨	٣٢	٩.٦			٠.٦٦١	٢.٥٨	٨٦.٠
دعمك لشريك حياتك نفسياً سواء على الجانب المهني أو الاجتماعي ده مقوم أساسي من مقومات نجاح العلاقة الزوجية ويدل على كونك سوي نفسياً.	٢١٥	٦٤.٤	٩٨	٢٩.٣	٢١	٦.٣			٠.٦٠٩	٢.٥٨	٨٦.٠
تحول صورة المرأة في اغلب الأعمال الدرامية الأخيرة من الضعف والاستكانة إلى القوة والتحدى والقدرة على تحقيق ذاتها وأنها تستطيع اخذ حقها كزوجة أو كأم مثل مسلسل (تحت الوصاية).	٢٠١	٦٠.٢	٩٨	٢٩.٣	٣٥	١٠.٥			٠.٦٧٩	٢.٥٠	٨٣.٢
عدم معرفة كل طرف لحقوقه وواجباته مثل تحمل الزوجة مسؤولية النفقة على المنزل بدلاً من الزوج من أهم المشاكل الأسرية التي تؤدي الى الطلاق.	١٨٦	٥٥.٧	١٢٧	٣٨	٢١	٦.٣			٠.٦١٤	٢.٤٩	٨٣.١
اعتذار الأبناء للأبناء وقول (انا اسف) لا يقلل منهم، بل يساعدهم في تربية الأبناء بشكل صحي وسليم ويجعل الأبناء يرونهم كممثل وقوة لهم وينمي عندهم ثقافة الاعتذار عندما يخطئوا في حق أحد.	١٨٨	٥٦.٣	١١٨	٣٥.٣	٢٨	٨.٤			٠.٦٤٧	٢.٤٨	٨٢.٦
تدخل الأقارب والأصدقاء في العلاقة الزوجية يؤدي الى تفاقم المشكلات وفي بعض الاحيان يؤدي الى الطلاق.	١٨١	٥٤.٢	١٢٨	٣٨.٣	٢٥	٧.٥			٠.٦٣٢	٢.٤٧	٨٢.٢
الخيانة أو الغيرة وحب الامتلاك قد تدفع الزوجة "للقتل" مثلما رأينا في بعض الأخبار على الصفحات او (جعفر العمدة).	٤٣	١٢.٩	١٠١	٣٠.٢	١٩٠	٥٦.٩			٠.٧١١	٢.٤٤	٨١.٣
بدل الأب والأم للجهد في التقرب من أولادهم في السن الصغير وعدم الانشغال عنهم ببيني نفسية الطفل بصورة صحيحة وسوية تغيبهم من الاضطرابات التي تظهر بوضوح مع سن المراهقة ويبنى بينهم قدر كبير من التفاهم.	١٧٦	٥٢.٧	١٢٣	٣٦.٨	٣٥	١٠.٥			٠.٦٧٤	٢.٤٢	٨٠.٧
الإهمال للمسئوليات والنقد المستمر	١٧٧	٥٣	١٠٥	٣١.٤	٥٢	١٥.٦			٠.٧٤٠	٢.٣٧	٧٩.١

الباحثة /هدى طارق عيسى أحمد

١٧٥	٥٢.٤	١٠.٦	٣١.٧	٥٣	١٥.٩	٢.٣٧	٠.٧٤٢	٧٨.٨	أدوات تمنع نجاح أي علاقة زوجية. عندما تكون المرأة عاملة ومستقرة مادياً ولديها أصدقاء وهوايات تمارسها وتنمي نفسها في المجالات المختلفة هذه العوامل تدفعها إلى حسن اختيار شريك الحياة المناسب. عندما تتعرض الزوجة للعنف الجسدي (الضرب) والاهانة يجب أن تطلب الطلاق.
١٦٣	٤٨.٨	١٢٧	٣٨	٤٤	١٣.٢	٢.٣٦	٠.٧٠٣	٧٨.٥	يجب عند اختيار شريك الحياة أن يكون مناسب من حيث المستوى الاجتماعي والمادي والتعليمي والفكري والثقافي لنجاح العلاقة الزوجية.
١٦٢	٤٨.٥	١١٦	٣٤.٧	٥٦	١٦.٨	٢.٣٢	٠.٧٤٤	٧٧.٢	احتياج الزوجة للعاطفة وللحوار بشكل يومي مع الزوج حتى لو يخصص وقت بسيط خلال اليوم لهذا حتى لا يحدث ما يطلق عليه الخرس الزوجي أو تتفاقم المشكلة ويحدث طلاق (أي يحدث انفصال صامت أو فعلي).
١٥٣	٤٥.٨	١٢٦	٣٧.٧	٥٥	١٦.٥	٢.٢٩	٠.٧٣٤	٧٦.٤	وجدت أن الأكثر حرصاً على إصلاح مشاكل الحياة الأسرية هم النساء من خلال سؤال المتخصصين في الصفحات والبحث عن الاستشارات عكس الرجال الذين في أغلب الأحيان لا يدركون وجود مشكلة أو لا يفضلون هذه الطريقة في حل مشاكلهم.
١٤٩	٤٤.٦	١٢٦	٣٧.٧	٥٩	١٧.٧	٢.٢٧	٠.٧٤٣	٧٥.٦	اعتذار الزوج أو الزوجة عند الخطأ ومحاولة كسب رضا الطرف الآخر والتسامح والاحترام المتبادل هو أساس الحياة الزوجية والأسرية الناجحة ونشأة أبناء أسوياء.
١١١	٣٣.٣	١٣٩	٤١.٦	٨٤	٢٥.١	٢.٠٨	٠.٧٦١	٦٩.٤	
٣٣٤									الإجمالي

للتعرف على مدى اتفاق المبحوثين مع ما تعرضوا له من قضايا وموضوعات أسرية على الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد تم وضع بعض العبارات للموضوعات التي تناقش عليها وسؤال المتابعين عن مدى الاتفاق معاه، وذلك لقياس مدى تطابق إدراكهم للواقع الحقيقي للقضايا الأسرية كما تعرضه هذه الصفحات، مما يبين مدى حدوث الغرس الثقافي، وقد كشفت نتائج الدراسة كما هو مبين بالجدول رقم (١٤) أن غالبية المتابعين انفقوا في المرتبة الأولى مع عبارة أن الزواج من زوجة ثانية يسبب العديد من المشاكل الأسرية التي قد تؤدي إلى الطلاق بنسبة ٦٧.٦٪ للموافق، ونسبة ٢٢.٨٪ للموافق إلى حد ما، وذلك بوزن نسبي ٨٦٪، فزواج الرجل من زوجة ثانية حلال في الدين الإسلامي، ولكن بشروط أساسها

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع

العدل بينهم وليس العدل على الجانب المادي فقط ولكن المعنوي والنفسي أيضاً، وذلك لقوله تعالى "فإن خفتم ألا تعدلوا فواحدة"، ويرجع سبب المشاكل العديدة التي يسببها هذا الزواج إلى عدم استطاعة توفر هذا الشرط في أغلب الحالات، حيث نجد رجل يترك الانفاق على زوجته وأولاده ويذهب للزواج من ثانية أو هرباً من مشاكل الزوجة الأولى فبدلاً من محاولة إيجاد حل لهذه المشاكل يتزوج من ثانية والتي قد يواجه معها نفس المشكلات الزوجية والأسرية، ومنهم من يتزوج لرغبته في قهر الزوجة الأولى، وايضاً منهم من قد يلجأ لذلك لاحتياجات نفسية وعاطفية أو غيرها، لذا يرون الزواج من ثانية حلاً لعدم الوقوع في المحرمات فلا حرج فيه ولكن بشرط العدل، والأولى محاولة إيجاد حلاً من خلال التحدث مع الزوجة واستشارة مختص لقوله تعالى "ولن تستطيعوا أن تعدلوا بين النساء ولو حرصتم"، لذا جاءت عبارة دعم شريك الحياة سواء على الجانب المهني أو الاجتماعي أو النفسي ده مقوم أساسي من مقومات نجاح العلاقة الزوجية ويدل على كونه سوي نفسياً في المرتبة الثانية بنسبة ٦٤.٤٪ للموافق، ونسبة ٢٩.٣٪ للموافق إلى حد ما، وذلك بوزن نسبي ٨٦٪، ويرجع ذلك إلى إدراك المبحوثين إلى أهمية الدعم النفسي والعاطفي لشريك الحياة ليسود الود والمحبة بيت الزوجية مما ينعكس على نفسية الأبناء، وإعمالاً بقوله تعالى "لَتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً" فالسكينة والاطمئنان الناتجين عن التفاهم وحسن المعاملة هم الأساس الذي يجب أن تقوم عليه العلاقة الزوجية، ثم اتفق المبحوثين في المرتبة الثالثة مع عبارة تحول صورة المرأة في اغلب الأعمال الدرامية الأخيرة من الضعف والاستكانة إلى القوة والتحدي والقدرة على تحقيق ذاتها وأنها تستطيع اخذ حقها كزوجة أو كأم مثل مسلسل (تحت الوصاية)، وذلك بوزن نسبي ٨٣.٢٪، ويرجع ذلك إلى سعى الدراما خلال السنوات القليلة الماضية من خلال بعض الأعمال الدرامية (كمسلسل تحت الوصاية) نموذجاً، للفت الانتباه نحو قضايا المرأة المسكوت عنها والقوانين التي لا تتصفها أو العنف الذي يمارسه المجتمع ضدها بعد أن كانت تناقش قضايا تقليدية، حيث أصبحت اليوم تتناول قضايا حيوية تعكس ما يحدث في الواقع، وتقدم صور أكثر إيجابية وأكثر تمكيناً للمرأة والبعد عن استخدامها كوسيلة للإغراء أو سلعة للبيع، حيث قامت بعرض شخصيات ناجحة من السيدات القادرات

على التغلب على العقبات وتجاوز الصعوبات وتحقيق أهدافهن، وقد أصدر المجلس القومي للمرأة تقرير من خلال رصد وتحليل مضمون الدراما الرمضانية التي عُرضت عام ٢٠٢٣، وكشف التقرير عن تنامي الصورة الإيجابية للمرأة المصرية في الأعمال الرمضانية بنسبة ٥٨% مقارنة بعام ٢٠١٦، حيث تم التركيز هذا العام على صورة المرأة التي تواجه الظروف القهرية التي تعيش فيها، والأدوار القيادية التي تقوم بها، والمرأة المساندة والزوجة والأم والصديقة الداعمة والمرأة الطموح التي تصمم على الحصول على حقها في التعليم والميراث، واختيار شريك الحياة، والدفاع عن أسرتها، وتندرج كل هذه القضايا داخل مؤشرات تمكين المرأة^(٢٦)، مما يدل على الاهتمام بإبراز دور المرأة في بناء الأسرة المصرية والمجتمع المصري ككل، ولذلك اتفق المبحوثين في المرتبة الرابعة مع عبارة عدم معرفة كل طرف لحقوقه وواجباته مثل تحمل الزوجة مسؤولية النفقة على المنزل بدلاً من الزوج من أهم المشاكل الأسرية التي تؤدي الى الطلاق بوزن نسبي ٨٣.١٪، حيث أن النفقة على الأسرة وتوفير احتياجاتها هي مسؤولية خالصة للزوج وليس الزوجة حتي إن كانت عاملة أو غنية، إلا أن يكون ذلك بطيب خاطر منها مع استمرار تحمل الزوج لمسؤولية العمل والانفاق وعدم الاعتماد عليها حتى لا يختل نظام الأسرة، لقوله تعالى "الرجال قوامون على النساء، بما فضل الله بعضهم على بعض، وبما أنفقوا"، فكلًا من الزوج والزوجة لديه حقوق وعليه واجبات وإخلال أحد الطرفين أو كلاهما بدوره يحدث خلل في العلاقة الزوجية مما يؤدي إلى العديد من المشاكل التي تؤثر سلباً على الأبناء وتفكك الأسرة، ثم جاء في المرتبة الخامسة اتفاق المبحوثين مع عبارة أن اعتذار الأباء للأبناء وقول (انا اسف/ة) لا يقلل منهم بل يساعدهم في تربية الأبناء بشكل صحي وسليم ويجعل الابناء يرونهم كمثل وقوة لهم وينمي عندهم ثقافة الاعتذار عندما يخطئوا في حق أحد، وذلك بوزن نسبي ٨٢.٦٪، بينما اختلف المبحوثين مع عبارة أن الخيانة أو الغيرة وحب الامتلاك قد تدفع الزوجة "للقتل" مثلما رأينا في بعض الأخبار على الصفحات او في بعض الأعمال الدرامية مثل (جعفر العمدة) بنسبة ٥٦.٩٪ لغير الموافقين و بوزن نسبي ٨١.٣٪، حيث أكدت كافة الشرائع السماوية والقوانين والتشريعات على حرمة قتل النفس إلا بالحق، وقال تعالى "وَمَنْ يَقْتُلْ مُؤْمِنًا مُتَعَمِّدًا فَجَزَاؤُهُ جَهَنَّمُ خَالِدًا

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع
فِيهَا وَغَضِبَ اللَّهُ عَلَيْهِ وَلَعَنَهُ وَأَعَدَّ لَهُ عَذَابًا عَظِيمًا^(٤٩)، وقوله "وَلَا تَقْتُلُوا النَّفْسَ الَّتِي
حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ ذَلِكُمْ وَصَاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ"، فحين اتفق ما يقرب من نصف العينة
مع هذه العبارة التي تسمح للزوجة بارتكاب جريمة القتل في حالة الخيانة أو بدافع الغيرة
وحب الامتلاك للزوج وذلك بنسبة ٤٣.١٪ (للموافق وللموافق إلى حد ما معاً)، وهذه
النسبة تعد مؤشراً خطيراً لمدى انتشار العنف في المجتمع، وانهيار القيم الأخلاقية
والمجتمعية في ظل غياب الدين والنماذج الإعلامية التي تربي قيم الفضيلة، وتروج
غالبية الأفلام والنماذج الدرامية لفكرة الانتقام، التي تؤدي إلى دمار الأسرة والمجتمع،
بدلاً من التمسك بالقيم الدينية التي يقصد بها مدى ما يتمسك به الأفراد (الأزواج أو
الزوجات) من خصائص سلوكية من التسامح والعفو والخوف من الله في كل شيء
والإيمان بمشيئته وقدره، لذا وجدنا في السنوات الأخيرة انتشار أخبار قتل الزوجات
لأواجهن بسبب خلافات أسرية كالخلاف على نفقات البيت أو للخلاف على كوب شاي
وغيرها.

١٢. اختيار الجمهور لشكل التفاعل الذي يستخدمه عند متابعة الصفحات التي تتناول
قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٥)

تحديد الجمهور لشكل التفاعل الذي يستخدمه عند متابعة الصفحات الخاصة بقضايا

الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٣٣٤)

%	ك	التكرار والنسبة
		تقييم الجمهور لشكل التفاعل
٨٤.١	٢٨١	أقوم بالإعجاب بالصفحة
٣٤.٧	١١٦	اجعل متابعة محتوى الصفحة في المفضلة (بحيث يظهر جميع ما يتم نشره أول بأول)
١٨.٩	٦٣	أقوم بدعوة أصدقائي للإعجاب بالصفحة ومتابعتها
٣٣.٤		من جملة من يتابعون القضايا الأسرية

تبين من الجدول رقم (١٥) شكل التفاعل الذي يفضل الجمهور استخدامه لمتابعة
اخبار الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي،
حيث ارتفعت نسبة من يقومون بالإعجاب بالصفحة إلى ٨٤.١٪، تلاها من يجعلون متابعة

محتوى الصفحة في المفضلة (بحيث يظهر جميع ما يتم نشره عليها أول بأول) بنسبة ٣٤.٧٪، كما يقوم البعض بدعوة أصدقائهم للإعجاب بالصفحة ومتابعتها بنسبة ١٨.٩٪، وإجمالاً توضح هذه النتائج مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار القضايا الأسرية ومشكلاتها من خلال هذه الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت مصدراً أساسياً للحصول على المعلومات، ومدي تأثيرها على الحياة الأسرية بشكل مباشر.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ابن الصغير^(٢٧) التي توصلت إلى أن الإعجاب والمتابعة من أهم أشكال التفاعل التي يستخدمها الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يسجلون إعجاباً بالصفحات التي تنشئها المؤسسات الإعلامية المختلفة بنية متابعة أخبارها ومستجداتها الراهنة التي تضعها كمنشورات أو صور أو فيديوهات متنوعة.

١٣. أشكال تفاعل الجمهور مع مضمون الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٦)

أشكال تفاعل الجمهور مع مضمون الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٣٣٤)

التكرار والنسبة	ك	%
أشكال التفاعل مع مضمون الصفحات		
اكتفي بالإعجاب على ما يتم نشره	٢٢٩	٦٨.٦
أقوم بكتابة تعليق لإبداء الرأي أو النصيحة أو الدخول في نقاش مع الآخرين	١٢٨	٣٨.٣
اعمل Mention لأصدقائي للنقاش حول الموضوع	٧٠	٢١.٠
أقوم بإرساله لأصدقائي أو أقاربي والدخول في نقاش معهم	٥٧	١٧.١
أقوم بمشاركته على صفحتي الشخصية	٥٠	١٥.٠
من جملة من يتابعون القضايا الاجتماعية الأسرية	٣٣٤	

وتكشف الدراسة عن تعدد وتنوع أشكال تفاعل الجمهور مع ما تنشره الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة تفاعلهم بالإعجاب (Like) مع المحتوى بنسبة ٦٨.٦٪، كما هو مبين في الجدول رقم (١٦)، وهو الشكل التقليدي والبسيط للتفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع تفاعلهم بكتابة تعليق لإبداء الرأي أو النصيحة أو الدخول في نقاش مع الآخرين وذلك بنسبة ٣٨.٣٪ من المبحوثين، وهو شكل أعمق من التفاعل والتواصل مع الآخرين، ثم جاء في المرتبة الثالثة تفاعلهم من خلال عمل Mention لأصدقائهم في المنشور للنقاش حول الموضوع بنسبة ٢١٪، تلاه في المرتبة الرابعة تفاعلهم من خلال إرسال المحتوى لأصدقائهم أو أقاربهم والدخول في نقاش معهم وذلك بنسبة ١٧.١٪، ثم جاء في المرتبة الأخيرة أقوم بمشاركته على صفحتي الشخصية بنسبة ١٥٪ من إجمالي العينة، وتؤكد هذه النتيجة ما أشارت إليه النتائج السابقة من زيادة معدلات الاهتمام والمتابعة للصفحات الخاصة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك زادت مستويات تفاعل المبحوثين معها بصور متنوعة.

وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات^(٢٨) التي أثبتت أن التفاعل من خلال الإعجاب هو الأكثر شيوعاً بين المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي.

نتائج اختبارات صحة فروض الدراسة:

ثبتت صحة جميع فروض الدراسة حيث إنه:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الجمهور للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي لهذه القضايا كما تعرضه هذه الصفحات.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الجمهور للصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي لهذه القضايا كما تعرضه هذه الصفحات.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك المستخدمين للواقع الاجتماعي للقضايا الأسرية كما تعرضه الصفحات التي تتناول قضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلهم معها.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين من حيث (السن، المستوى التعليمي، الوظيفة)؛ وإدراك الواقع الاجتماعي للقضايا الأسرية كما تقدمها الصفحات الخاصة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما لم يثبت صحة الفرض من حيث (النوع، الحالة الاجتماعية).

توصيات الدراسة ومقترحاتها:

- (١) ضرورة توجيه وإرشاد أفراد الأسرة خاصة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة بأهمية الاستخدام المعتدل لها وتعلم كيفية استبدالها بالأنشطة الأسرية المفيدة وغيرها من الهوايات والأنشطة المتنوعة.

(٢) توجيه صناع القرار ومؤسسات المجتمع المدني بأهمية إنشاء صفحات قادرة على التفاعل وتلبية احتياجات الجمهور المعرفية والتوجيه نحو مختلف القضايا الاجتماعية والأسرية قائم عليها المتخصصون في العلاقات الأسرية والنفسية.

المراجع

- 1) Bai, Lxue and Yao, Oliver, **Facebook on Campus: The Use and Friend formation in Online Social Networks**, College of Business and Economics, Lehigh University, 2010.
- (٢) نسرين عبدالله عبدالقادر، "أثر وسائل التواصل الاجتماعي علي طبيعة العلاقات الزوجية"، حوليات آداب عين شمس، المجلد ٤٨، العدد ٧، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، ٢٠٢٠)، ص ٤٨٩.
- (٣) رئاسة مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار: <https://www.idsc.gov.eg/Article/details/7123>
- 4) <https://tridenstechnology.com/ar/احصائيات-وسائل-التواصل-الاجتماعي/>
- (٥) رئاسة مجلس الوزراء، المرجع السابق.
- (٦) خالد أحمد عبد الجواد، "علاقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمشكلات الأسرة العربية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٦٤، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، مايو ٢٠١٨).
- (٧) سعيد ناصف، علم الاجتماع الإعلامي: المفاهيم- القضايا- التطبيقات، ط ١، (الشارقة، الأفق المشرقة، ٢٠١٥)، ص ٩٥.
- (٨) رانيا عبد الحي، ياسمين عادل، "معالجة القضايا الاجتماعية والاقتصادية باستخدام المواد الجرافيكية (الرسوم المتحركة) عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك الشباب لتلك القضايا"، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٧٧، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠٢١).
- (٩) سماح محمد محمدي، "اندماج الشباب والمراهقين في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على إدراكهم للواقع: دراسة حالة على قضية البناء وراجح"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٥٤، (جامعة الأزهر: كلية الاعلام، يوليو ٢٠٢٠).
- (١٠) ابن الصغير يعقوب، "تداول القضايا الراهنة عبر فضاءات التواصل الاجتماعي: فرص المستخدم وأشكال التفاعل"، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ١٢، العدد ١، (الجزائر: جامعة الجلفة، ٢٠٢٠).
- 11) Aldous K.K, An, J. & Jansen, J. B. **View, Like, Comment, Post: Analyzing User Engagement by Topic at 4 Levels across 5 Social Media Platforms for 53 News Organizations**, Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, Vol 13, No 1, 2019, p 47-57, from: <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/3208>
- 12) Diversifying likes: Relating reactions to commentin .(٢٠١٨) Larsson, A. O. Journalism Practice .and sharing newspaper Facebook pages, Vol 12, No 3, p 326- 343.

(١٣) سمير حسين، بحوث الاعلام، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٢، ص ٩٩.

(١٤) المحكمون وفقا للترتيب الأبجدي:

- أ.د/ حسن عماد مكاوي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، وعميد كلية الاعلام جامعة القاهرة الأسبق.

- أ.د/ صابر سليمان عسران، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام جامعة القاهرة.

تفاعل المستخدمين مع الموضوعات المتعلقة بقضايا الأسرة المصرية على مواقع

- د. صفا محمد، مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الاعلام.
- د. طارق اليماني، مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الاعلام.
- أ.د/ محمد غريب، الأستاذ بقسم الاعلام ووكيل كلية الآداب جامعة الزقازيق.
- أ.د/ منال ابو الحسن، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام وفنون الاتصال جامعة ٦ أكتوبر سابقاً.
- د. نهى عادل، مدرس الإذاعة والتلفزيون بقسم الاعلام كلية الآداب جامعة المنوفية.
- أ.د/ هويدا مصطفى، أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الاعلام جامعة القاهرة سابقاً.
- (١٥) خالد أحمد عبد الجواد، مرجع سابق، ص ١١٢.
- (١٦) سماح محمد محمدي، مرجع سابق، ص ١٣٣٢.
- 17) Casper Hartevelde, Harald Warmelink, Igor Mayer, **Press Enter or Escape to Play Deconstructing Escapism in Multiplayer Gaming**, Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory. Proceedings of DiGRA, 2009.
- 18) Kim, Y., Sohn, D. and Choi, S.M, **Cultural Difference in Motivations for Using Social Network Sites: A Comparative Study of American and Korean College Students**, Computers in Human Behavior, 2011, Vol 27, p 365-372.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2010.08.015>
- (١٩) أسماء محمد مصطفى، "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب الجامعي"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ٨، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠١٦)، ص ٢٩٩.
- (٢٠) أميرة إسماعيل خالد إسماعيل، "دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة"، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧.
- (٢١) رانيا عبد الحي إبراهيم النحاس، وباسمين عادل محمد محمود، مرجع سابق، ص ٢٠٦٥.
- (٢٢) أسماء محمد مصطفى، مرجع سابق، ص ٣٠٠.
- (٢٣) أسماء حمدي عبد الحميد قنديل، "أطر تقديم صورة المرأة والأسرة الخليجية في الإعلام الخليجي-دراسة تحليلية لعينة من المجلات والمواقع الالكترونية المتخصصة والجروبات النسانية على موقع الفيسبوك"، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد ٢٠، (جامعة الأهرام الكندية: كلية الاعلام، ٢٠١٨)، ص ١٢٢-١٢١.
- (٢٤) أسماء حمدي عبد الحميد قنديل، مرجع سابق، ص ١٢١-١٢٢.
- (٢٥) مركز القرار للدراسات الإعلامية، السعودية: <https://alqarar.sa/3270>
- (٢٦) رئاسة مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار،
<https://www.idsc.gov.eg/Article/details/8859>
- (٢٧) ابن الصغير يعقوب، مرجع سابق، ص ٤٤١.
- (٢٨) استندت النتيجة إلى المراجع التالية:
- The social media logic of political interaction: Exploring citizens' and politicians' relationship on Facebook and Twitter, First Monday, Vol 22, No 2, 2017, from: <https://doi.org/10.6342/firstmonday.2017.22.2.1>
- سماح المحمدي، مرجع سابق، ص ١٣٥١.
- هويدا محمد رضا الدر، "اتجاهات المقتربيين المصريين في الخارج نحو التأثيرات الاجتماعية لاعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد ٥، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠١٦)، ص ٢٦٥.