



جامعة اليرموك

كلية الإعلام

قسم الصحافة

إدراك المرأة الأردنية المتزوجة لمخاطر استخدام مواقع

التواصل الإجتماعي

دراسة مسحية

في إطار نظرية الشخص الثالث

Jordanian Married Women's Perception Of Social Networking Sites Risks

A Cross – Sectional Survey Study Using the Third Person Effect

إعداد

هبة محمد خليفة مفلح

إشراف الدكتور

بشار مطهر

2017/2016

إدراك المرأة الاردنية المتزوجة لمخاطر استخدام مواقع التواصل الإجتماعي
دراسة مسحية

إعداد

هبه محمد خليفه مفلح

بكالوريوس صحافة / جامعة اليرموك

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحافة من كلية
الاعلام في جامعة اليرموك ، اربد ، الاردن.

وافق عليها

الدكتور بشار مطهر.
مشرفاً ورئيساً

أستاذ مشارك - كلية الإعلام - جامعة اليرموك

الدكتور حاتم علاونة.
عضواً

أستاذ مشارك - كلية الإعلام - جامعة اليرموك

الدكتور غالب شطناوي.
عضواً

أستاذ مساعد - كلية الإعلام - جامعة اليرموك

تاريخ المناقشة: / / 2017

ب

التفويض

أنا الطالبة هبة محمد خليفة مفلح أفوض جامعة اليرموك بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات أو المنظمات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها.

الاسم: هبة محمد خليفة مفلح

التاريخ / / 2017

التوقيع

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى من به أخطو وتسارع خطواتي . . . إليك أهدي

عباراتي

إليك يا من غمرتني بجنانك وزرعت بنفسي حب الخير

إليك أهدي قلبي ورسالي . . . وإليك يا من أحمل اسمه بكل اقتحار

"والدي الغالي"

وإلى الشمعة التي أضاءت لي دربي وعلمتني العطاء دون انتظار وهي

سندي الدائم "أمي الحبيبة"

وإلى من هو أقرب إلى الروح من الجسد ، سندي وقوتي وملاذي . . . إلى

من غرس في حب العلم وذل الصعاب التي واجهتني "زوجي الغالي"

أتم فقط الذين أفتخر بهم . . . قدوتي في حياتي . . . اليكم فقط أهدي ثمرة

جهدي

الباحثة : هبة محمد خليفه مفلح

شكر وعرفان

أحمد الله تعالى وأشكره من قبل ومن بعد ، وله المنه في السالف والغد ، وله الحمد كثيراً.

حينما نعبّر أمواج العمل الدؤوب لنرسي على شط الاستقرار والنجاح لا يخطر في دواخلنا سوى أولئك الذين غرسوا كل جميل في طريقنا.

وانطلاقاً من قول النبي "صلى الله عليه وسلم" (لا يشكر الله من لا يشكر الناس) يملئ علي واجب الوفاء والاخلاص أن أدون من خلال صفحات هذا الجهد كل الشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل الدكتور بشار مطهر لتوجيهاته السديدة ومتابعته المستمرة لمهمة انجاز رسالتي في شكلها النهائي.

كما يقتضي الواجب أن اتقدم بخالص الشكر والاعتزاز إلى جميع أساتذتي في جامعة اليرموك - كلية الإعلام.

والشكر موصول لوالديّ اللذين تضرعا إلى الله أن يوفقني في مسعاي

الباحثة : هبه محمد خليفة مفلح

فهرس المحتويات

ج	الإهداء
د	شكر و عرفان
هـ	فهرس المحتويات
ح	فهرس الجداول
ي	الملخص
ك	الملخص باللغة الأنجليزية
1	المقدمة
3	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
3	مشكلة الدراسة
3	أهمية الدراسة
4	أهداف الدراسة
5	الدراسات السابقة
26	التعليق على الدراسات السابقة
29	أسئلة الدراسة وفروضها
32	نوع الدراسة ومنهجها
33	مجتمع الدراسة وعينتها
33	أدوات جمع البيانات
34	حدود الدراسة
34	المفاهيم والمصطلحات
35	إجراءات الصدق والثبات
36	المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة
37	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
37	المبحث الأول: نظرية تأثير الشخص الثالث
37	أولاً: نظرية تأثر الشخص الثالث: Third-Person Effect
39	ثانياً: فروض نظرية تأثير الشخص الثالث
43	ثالثاً: مراحل حدوث تأثير الشخص الثالث

44	رابعاً: العوامل والمتغيرات المؤثرة على فروض نظرية تأثير الشخص الثالث:
45	خامساً: الإنتقادات الموجهة لنظرية تأثير الشخص الثالث
47	المبحث الثاني: المواقع الإجتماعية
47	أولاً: مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي ونشأتها
54	ثالثاً: التأثيرات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
58	رابعاً: النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي
62	خامساً: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
64	سادساً: التأثيرات النفسية والإجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي
68	سابعاً: الاعلام الجديد والاعلام الرقمي
70	ثامناً: الإعلام الرقمي وجمهور الإعلام الجديد
71	تاسعاً: العلاقات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعية
74	الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية
74	أولاً: الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة
76	ثانياً: النتائج العامة للدراسة
88	ثالثاً: نتائج فروض الدراسة:
115	خلاصة النتائج
121	التوصيات
122	قائمة المصادر والمراجع
133	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الصفحة	الفقرة	رقم الجدول
74	الخصائص الديمغرافية للمرأة الأردنية المتزوجة.	جدول (1)
76	درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (2)
77	درجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (3)
78	الأماكن التي تستخدم فيها المرأة الأردنية المواقع الاجتماعية.	جدول (4)
79	الوسيلة التي تستخدم من خلالها المرأة الأردنية المتزوجة مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (5)
80	أسباب استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (6)
81	الموضوعات المفضلة لدى المرأة الأردنية المتزوجة في مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (7)
82	درجة تعرض المرأة الأردنية المتزوجة للقضايا الاجتماعية .	جدول (8)
83	القضايا الاجتماعية التي تتابعها المرأة الأردنية المتزوجة على مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (9)
84	إدراك المرأة الأردنية المتزوجة لوجود مخاطر أثناء استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (10)
84	المخاطر الناتجة جراء استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (11)
85	درجة التأثيرات السلبية عند استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي على الحياة الأسرية.	جدول (12)
86	تأييد المرأة الأردنية المتزوجة لفرض رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي ورفضها.	جدول (13)
87	نوع الرقابة المفضلة لدى المرأة الأردنية المتزوجة على مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (14)
89	أثر الحالة الاجتماعية على المتغيرات المتعلقة بالفرض الأول .	جدول (15)
90	الحالة الاجتماعية ودرجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (16)
92	الحالة الاجتماعية ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (17)
93	الحالة الاجتماعية ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (18)
95	أثر العمر على المتغيرات المتعلقة بالفرض الثاني .	جدول (19)
97	مستوى العمر ودرجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (20)
98	مستوى العمر ودرجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.	جدول (21)
99	مستوى العمر وإدراك المرأة الأردنية المتزوجة بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (22)
100	مستوى العمر ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (23)
102	مستوى العمر ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (24)
104	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية وتحليل التباين الأحادي لأثر المستوى التعليمي على المتغيرات المتعلقة بالفرض الثالث.	جدول (25)
106	المستوى التعليمي ودرجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (26)
107	المستوى التعليمي ودرجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.	جدول (27)

رقم الصفحة	الفقرة	رقم الجدول
108	المستوى التعليمي وإدراك المرأة الأردنية المتزوجة بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (28)
109	المستوى التعليمي ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟	جدول (29)
110	المستوى التعليمي ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (30)
111	المستوى التعليمي ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (31)
112	المستوى التعليمي ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.	جدول (32)
113	معامل ارتباط بيرسون بين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين كل من زيادة درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية جراء استخدام هذه المواقع ، وزيادة درجة اعتقادهن بضرورة وضع رقابة عليها.	جدول (33)
114	معامل ارتباط بيرسون بين إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة التعرض للقضايا الاجتماعية.	جدول (34)

الملخص

مفلح ، هبه محمد خليفه (2017) إدراك المرأة الأردنية المتزوجة لمخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي : "دراسة مسحية"، رسالة ماجستير في الصحافة، جامعة اليرموك،

إشراف: د. بشار مطهر

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام المرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي، كما سعت إلى معرفة إدراك استخدام المرأة الأردنية المتزوجة للتأثيرات السلبية على أنفسهن وعلى الآخرين جرّاء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى معرفة مدى قبول المرأة الأردنية المتزوجة لوضع بعض الإجراءات الرقابية للحد من التأثيرات السلبية جرّاء استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي. واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي، وطبقت على عينة بلغت (400) مفردة من النساء الأردنيات المتزوجات.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن موقع الفيس بوك الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة ، حيث بلغت نسبة استخدامه (3.44%)، ويليه موقع الواتس أب بنسبة (3.35%)، بينما جاء في المرتبة الثالثة موقع انستغرام بنسبة (2.79)، وأظهرت النتائج أن أهم الموضوعات المفضلة لدى المرأة الأردنية المتزوجة في مواقع التواصل هي الموضوعات الاجتماعية بنسبة (3.45%).

وأظهرت النتائج أن الفئة الأكبر التي ترجح وجود مخاطر لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أجابت بـ"نعم" بنسبة (75.3%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت الإجابة بـ"لا" بنسبة (24.7%) من إجمالي عينة الدراسة ، وتصدرت رؤية المبحوثات بأن الآخرين (الشخص الثالث) أكثر عرضه وتأثيراً للمخاطر نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (45.7%) من إجمالي عينة الدراسة.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، المرأة الاردنية المتزوجة، مخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - نظرية الشخص الثالث

Abstract

Muflih, Heba, Jordanian Married Women's Perception Of Social Networking Sites Risks: A Survey Study, Faculty of Mass Communication Yarmouk University, Supervisor: Dr Bashar Mutahar,

The epidemic of social media usage and its implications for society are becoming more pervasive. A cross-sectional study conducted on 400 female participants in Jordan to explore various patterns of social media use among Jordanian wives. This study aimed to identify the participants' risk perception involved with using social media and measure the adoption of policies and security procedures to minimize the potential for experiencing negative effects of common social media sites.

The findings of this study showed that Facebook was the go-to choice (3.34%) among Jordanian wives. Further, 3.35% and 2.79% of participants reported the use of WhatsApp and Instagram, respectively. This study also revealed that social issues were the major topic of interest as reported by participants.

The findings showed that there was a substantial agreement on the potential risks of using social media as the majority of participants (75.3%) answered "Yes" to the pertinent question, while only 24.7% of the total sample answered "No". Based on the third person effect, the empirical evidence showed that 45.7% of others (third-person) were at higher risk of the negative effects of social media than the participants (first-person).

Keywords: social media, Jordanian wives, disadvantages of using social media, the third-person effect.

المقدمة:

شهد العالم المعاصر ثورة من التغيرات في شتى المجالات والتقنيات، حيث تزداد أهمية الإنترنت على المستوى الدولي مع تنوع استعمالاته، وازدياد عدد المستخدمين له من قبل شرائح المجتمع المختلفة، وقد ساهمت التطورات الملحوظة في شبكة الإنترنت في إيجاد هيكل جديد من الإعلام لدى المهتمين الذي أطلقوا عليه الإعلام الجديد، أو الإعلام البديل، والذي يشمل الشبكات الإجتماعية.

أحدثت مواقع التواصل الإجتماعي تطوراً كبيراً ليس فقط في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والإجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكّل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقّة (حسن، 2009، ص 478).

وقد " ساهمت شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية على الإنترنت في تبادل الآراء والأفكار والخبرات بين المشاركين حول مختلف القضايا، كونها ساحات مفتوحة للحوار حيث تنتوع هذه المنتديات والشبكات بصورة ملحوظة، ومنها المنتديات العربية والعالمية التي تعمل على زعزعة الأمن والإستقرار للدولة" (عبد العزيز، 2012: ص74).

لوحظ في الآونة الأخيرة ما تردد في وسائل الإعلام إن مواقع التواصل الإجتماعي الإلكتروني بشكل عام والفيسبوك بشكل خاص وراء ثلث حالات الطلاق، وهذا ما أثار الإستغراب، مثال على ذلك، فقد رصدت الولايات المتحدة 66% من حالات الطلاق بسبب الفيس بوك، لذلك أصبحت وسائل التكنولوجيا مدعاًة للهروب من التعامل المباشر، وإقامة العلاقات الإجتماعية في المجتمع الأمريكي، وإنّ ضعف هذه العلاقات في الواقع وندرة القيام بالزيارات الإجتماعية يقلل التحاور وتبادل الخبرات والمشاعر، حيث تستبدل بالرسائل القصيرة. (شبكة النبا المعلوماتية، 2017)

لا شك أن مواقع التواصل الإجتماعي التي باتت سلاح ذو حدين لعبت دوراً هاماً في المظاهرات الإحتجاجية والإعتصامات التي كانت خلال عام 2011 والذي سمي بعام "الربيع العربي" والذي شهد العديد من المسيرات والإحتجاجات في عدد من البلدان العربية، الأمر الذي عزز استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بدافع متابعة الأحداث والتطورات التي تشهدها المنطقة، بحيث أصبح البعض منها مركزاً للمعارضة، يتم من خلاله التواصل بين منتسبي الأحزاب السياسية والناشطين سياسياً، للتنسيق فيما بينهم، والتحريض ضد الحكومة. (القرني، 2011، ص87)

ومن هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة لمعرفة إدراك المرأة الاردنية المتزوجة لمخاطر استخدام مواقع التواصل الإجتماعي واتجاهاتها نحوها، فضلاً عن معرفة ادراكهن لتأثيراتها السلبية على أنفسهن وعلى الآخرين جرّاء ذلك الاستخدام، بالإضافة إلى معرفة مدى قبولهن لوضع الاجراءات الرقابية للحد من تلك التأثيرات السلبية، وذلك بالتطبيق على عينة من النساء الأردنيات المتزوجات ممن يستخدمن مواقع التواصل الإجتماعي في مدينة إربد. وقسمت هذه الرسالة إلى ثلاث فصول:

- 1- الإطار المنهجي للدراسة: ويتناول هذا الفصل تعريفاً بالدراسة من حيث: مشكلتها وأهميتها، وأهدافها، وأسئلتها، وفروضها، ومفاهيمها، بالإضافة إلى عرض الدراسات السابقة، ونوع الدراسة ومنهجها، ومجتمعها وعينتها، وأداة الدراسة، وما تم استخدامه من مقاييس إحصائية.
- 2- الإطار النظري للدراسة: ويتضمن هذا الفصل مبحثان يتحدث المبحث الأول عن نظرية تأثير الشخص الثالث، وأهم الفروض التي تقوم عليها والنقد الموجّه إلى هذه النظرية، أما المبحث الثاني فيتحدث عن المواقع الإجتماعية ويتناول أهم خصائصها وسلبياتها وإيجابياتها.
- 3- ويمثل عرضاً وتحليلاً لنتائج الدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

يتناول هذا الفصل تعريفاً بالدراسة من حيث: مشكلتها وأهميتها، وأهدافها، وأسئلتها، وفروضها، ومفاهيمها، بالإضافة إلى عرض الدراسات السابقة، ونوع الدراسة ومنهجها، ومجتمعها وعينتها، وأداة الدراسة، وما تم استخدامه من مقاييس إحصائية.

مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكلة الدراسة في معرفة علاقة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي، بإدراكهن لتأثيراتها السلبية على أنفسهن وعلى الآخرين جراء ذلك الاستخدام بالإضافة إلى معرفة مدى قبولهن لوضع بعض الإجراءات الرقابية للحد من تلك التأثيرات السلبية. وكذلك معرفة تأثير مجموعة من المتغيرات كالمتغيرات الديموغرافية، وسيتم دراستها من خلال نظرية تأثيرات الشخص الثالث.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في ندرة الدراسات الأردنية التي تناولت مدى إدراك المرأة الأردنية المتزوجة لمخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وازدادت أهمية هذه الدراسة نظراً بأنها تعكس آراء شريحة إجتماعية لها دور فعال في المجتمع ممثلة بالمرأة الأردنية المتزوجة التي تأتي بمقدمة شرائح المجتمع، كما تحاول هذه الدراسة إثراء الدراسات التي أجريت في مجال مواقع التواصل الاجتماعي، نظراً لحدائثة هذه المواقع وتنوعها وانتشارها بشكل ملحوظ.

وأظهرت الإحصاءات العالمية تزايد الإقبال على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في جميع أرجاء العالم، حيث احتل الأردن مرتبة متقدمة على المستويين العربي والعالمي في

قائمة الدول الأكثر استخداماً لشبكة الفيسبوك الإجتماعية، وذلك بعد أن سجلت قاعدة اشتراكاته في المملكة مع نهاية عام 2011م، حوالي المليونى مشترك، بينما في عام 2017 تجاوز إجمالي عدد مشتركى الإنترنت فيها (2.7) مليون مستخدم، (Socialbackers.2017).

ووصلت الإحصائيات عام 2016 إلى مؤشرات جديدة تظهر شغف الأردنيين واستخدامهم المتزايد لشبكات التواصل الإجتماعي المختلفة (الفيسبوك، تويتر، انستغرام، سنابشات، وغيرها)، وبينت دراسة عالمية لمؤسسة (Pew Research Center) البحثية، أن الأردن يعد في المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر نسبة عدد من يستخدمون منصات وشبكات التواصل الإجتماعي بنسبة 90%.

(المبيضين، 2016)

أهداف الدراسة

تتمحور أهداف هذه الدراسة في الآتي:

- معرفة عادات وأنماط استخدام المرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الإجتماعي.
- معرفة إدراك استخدام المرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة) للتأثيرات السلبية على أنفسهن جرّاء استخدامهن لمواقع التواصل الإجتماعي.
- معرفة إدراك استخدام المرأة الأردنية (عينة الدراسة) للتأثيرات السلبية على الآخرين جرّاء استخدامهن لمواقع التواصل الإجتماعي.
- معرفة مدى قبول المرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة) لوضع بعض الإجراءات الرقابية للحد من التأثيرات السلبية جرّاء استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

محور الدراسات التي تناولت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

1- دراسة نجادات (2014)، بعنوان: "استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشباع المتحققة منه" وهدفت الدراسة التعرف على مدى استخدام المتزوجات العاملات في الأردن موقع الفيسبوك والإشباع التي تتحقق لهن من هذا الاستخدام، والدوافع من وراء هذا الاستخدام، وهدفت إلى التعرف على أفضل الأماكن والأوقات وعدد الساعات التي تتعامل فيها المبحوثات مع الفيسبوك إضافة إلى الموضوعات التي يفضلنها ويتبادلنها، وصنفت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تم استخدام المنهج المسحي، وبلغت عينة الدراسة 437 مفردة من المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية واللواتي يستخدمن موقع الفيسبوك.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن ما نسبته (65.5%) من المبحوثات لديهن حساب شخصي على موقع الفيسبوك، وأن الدوافع المتمثلة بالبقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى والجدد، والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية هي التي دفعت بالمبحوثات لاستخدام الفيسبوك.
- أن إشباعات التواصل الاجتماعي تقدمت على غيرها من الإشباعات الأخرى عند المبحوثات، وبمتوسط حسابي مرتفع مقداره (3.19) على المقياس الرباعي، عند استخدامهن لموقع الفيسبوك، مما يدل على أهمية هذا الموقع في إبقاء الأفراد على اتصال وتفاعل مع بعضهم بعض.

2- دراسة الطيار (2014)، بعنوان: "شبكات التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم لدى

طلاب الجامعة" تويتر نموذجاً" وهدفت الدراسة إلى بيان أثر استخدام طلاب جامعة

الملك سعود في الرياض لشبكات التواصل الإجتماعي إيجابياً وسلبياً على القيم لديهم،

وبيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الإجتماعية لدى طلاب الجامعة،

وصنفت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، وبلغت عينة الدراسة 2274

مفردة من طلاب جامعة الملك سعود في الرياض.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

- أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية

مع الجنس الآخر، والإهمال في الشعائر الدينية.

- أن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في الاطلاع على أخبار البلد الذي يعيشون فيه، وتعلم أمور

جديدة من خلال شبكات التواصل الإجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من

تخطي حاجز الخجل.

- أن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل ظهر في تعزيز استخدام الطالب

لشبكات التواصل الإجتماعي، والقدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة.

3- دراسة شناوي وعباس (2014)، بعنوان: "استخدام شبكة التواصل الإجتماعي

(الفييس بوك) وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين" وهدفت الدراسة الى التعرف

على مستويات استخدام شبكة التواصل الإجتماعي(الفييسبوك) وعلاقتها مع التوافق

النفسي لدى الطلبة المراهقين من صفوف العاشر والحادي عشر والثاني عشر في

القرى التابعة لسهل البطوف في الجليل، واستخدمت المنهج الوصفي وبلغت عينة

الدراسة 233 طالب وطالبة ممن يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن الفترة الزمنية التي يقضيها الطلبة المراهقون في استخدام الفيس بوك، والتي حصلت على أعلى تكرار هي الفترة أقل من ساعتين يومياً، وأن مستوى التوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين الذين يستخدمون الفيس بوك جاءت بدرجة مرتفعة.
- وجود علاقة سلبية دالة إحصائياً بين الفترة الزمنية التي يقضيها الطلبة المراهقون في استخدام الفيسبوك ومستوى التوافق النفسي.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الجنس على فترة استخدام الفيس بوك لدى الطلبة المراهقين، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس التوافق النفسي تعزى لأثر الجنس، ولصالح الذكور في مجال التوافق الشخصي، بينما كانت لصالح الإناث في مجالات التوافق الأسري والتوافق الاجتماعي والتوافق الأكاديمي وفي الدرجة الكلية.

4-دراسة Abdullah & Smadi (2014)، بعنوان : "A study on the negative effects of social networking sites such as facebook among asia pacific university scholars in Malaysia"

وهدفت الدراسة الى التعرف على الآثار السلبية لمواقع الشبكات الإجتماعية مثل الفيسبوك بين طلبة جامعة آسيا (جامعة المحيط الهادئ)، واستخدمت المنهج الوصفي وطبقت عينة الدراسة على 152 من الطلبة.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- أن هناك علاقة ذات دلالة بين متغير الجنس والمستوى التعليمي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد تضر بالصحة بنسبة 34% وأن هذه المواقع ليست السبب الوحيد في التأثير على صحة الطلبة الجامعيين.
- أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الحياة الخاصة بالطلبة الجامعيين والقضايا الأمنية والأوراق المالية.

5-دراسة Wijesundara (2014)، بعنوان: "Motivations and usage

patterns of social networking site : exploring cultural

differences between united states & sri lanka"

وهدفت الدراسة الى دمج الأبعاد الثقافية مع الدوافع وأنماط الإستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها مجموعة من المميزات المختلفة، وهذه الدراسة توازي إلى الأذهان الدراسة التي تمت في سيريلانكا، حيث قامت بتحديد الفروقات التي كان سببها النواحي الثقافية، واستخدمت المنهج المسحي وبلغت عينة الدراسة 262 مفردة من طلبة الجامعة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن أنماط ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا يختلف استخدامها عبر الثقافات من بلد لآخر.
- أن النواحي الثقافية هي السبب الوحيد التي لها تأثيرات نظرية وعملية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

6- دراسة الجمال (2013)، بعنوان: "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على

تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي" وهدفت الدراسة إلى التعرف على

تأثير وسائل الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت) على

النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم

الأخلاقية، وصنفت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج

المسحي، وبلغت عينة الدراسة 600 مفردة من الشباب السعودي.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن شبكة الفيس بوك تعد من أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب

(بدرجة كبيرة) بنسبة 63.50%.

- أن نسبة 76.33% من العينة حاصلة على مؤهل علمي (جامعي).

- أن نسبة 50.67% يستخدمون الهواتف النقالة كوسيلة للإتصال بالانترنت.

7- دراسة الدبيسي والطاهات (2013)، بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في

تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية" وهدفت الدراسة إلى معرفة معدلات

استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن

العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات

التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية بإعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات،

وصنفت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ، وبلغت عينة الدراسة 300 مفردة

من طلبة الجامعة الاردنية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- انتشار استخدام شبكات التواصل الإجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام.
- أن مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت تنافس وسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابياً مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبياً مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي.
- التشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الإعتصام أو الإضراب ، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

8- دراسة عوض (2013)، بعنوان: "آثار استخدام مواقع التواصل الإجتماعي على

التّحصيل الدّراسيّ للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربّات البيوت" وهدفت الدراسة إلى التعرف على الآثار السلبية والإيجابية لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعيّ على التحصيل الدراسي للأبناء، ومعرفة الدوافع الحقيقية، التي تجعل من مواقع التواصل الاجتماعيّ، مكاناً لإلتقاء الأبناء وانعكاسه على تحصيلهم الدراسي، وهدفت الى تحديد ساعات استخدام الأبناء لمواقع التواصل الاجتماعيّ ، ومحاولة ربطها بطبيعة الإستخدام، وصنفت هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية وبلغت عينة الدراسة 100 مفردة من ربّات البيوت التي لدى أبنائهن حساب على مواقع التواصل الإجتماعي في محافظة طولكرم تم اختيارهن بالطريقة الغرضية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- إنّ لمواقع التواصل الاجتماعيّ تأثيراً سلبياً على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة- طولكرم، وبخاصة في حالات ازدياد عدد ساعات الاستخدام.
- إنّ لمواقع التواصل الاجتماعيّ تأثيراً إيجابياً على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة- طولكرم، في حالة الإستخدام الإيجابيّ لهذه المواقع في خدمة العملية التعليمية، وتحت بصر أولياء الأمور وتوجيههم.
- هناك تأثير لعمر الأم، على طبيعة استخدام الإبن لمواقع التواصل الاجتماعيّ، فكلما تقدمت الأم بالعمر ازدادت الآثار السلبية الناتجة عن مواقع التواصل الاجتماعيّة، وازداد تأثيرها السلبى على التحصيل الدراسيّ للأبناء.

9- دراسة عبد الرزاق (2013)، بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعيّ في تشكيل

الوعي السياسي" هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات ومواقع التواصل الاجتماعيّ (Facebook, Twitter, Youtube) وأثرها على الوعي السياسي لفئة مهمة في المجتمع الا وهي فئة الشباب الجامعي، ومدى مشاركة الإعلام الجديد في تشكيل الإتجاهات السياسية لديهم، ومعرفة درجة تأثير المواقع في طرح القضايا المعاصرة التي تهتم المجتمع العراقي، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من 430 مفردة من الشباب الجامعي.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

- إن مواقع التواصل الاجتماعيّ (Facebook, Twitter, Youtube) تسهم في تشكيل الإتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الإتجاهات السياسية للشباب الجامعي بإختلاف متغيرات(النوع، مكان السكن، المرحلة الدراسية، الكلية، الفئة العمرية).
- تسهم مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook, Twitter, Youtube) في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي، وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي.

10- دراسة SALGUR (2013) ، بعنوان: The effect of Social

"networking on Teenagers School Success" وهدفت الدراسة إلى معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلاب المراهقين من ذوي أعضاء الشبكات الاجتماعية، ومعرفة ما إذا كانت هذه المواقع تؤثر على نجاحاتهم في المدرسة أو لا واستخدمت الدراسة المنهج المسحي وبلغت العينة 525 مفردة من المراهقين.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن غالبية المشاركين بنسبة 98.3% لديهم حسابات على واحد على الأقل من مواقع التواصل الاجتماعي.
- أن نسبة 55% من المبحوثين يستفيدون من اشتراكهم بمواقع التواصل الاجتماعي من خلال حياتهم اليومية.
- أن نسبة 22.39% من المراهقين يستخدمون الفيسبوك فقط كوسيلة وحيدة من مواقع التواصل الاجتماعي، وتصل النسبة الى 90.65% عندما يستخدم المراهق نفسه موقعين أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي.

11- دراسة العلونة (2012)، بعنوان: "دور مواقع التواصل الإجتماعي في

تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري" وهدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الإجتماعي، في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، والمطالب بالإصلاح السياسي والإقتصادي والإجتماعي، وصنفت هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية واستخدمت المنهج المسحي الإعلامي وبلغت عينة الدراسة (296) مفردة، من النقابيين في مدينة إربد.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

- أن ما نسبته (74,7%) من النقابيين يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي، و(24,3%) منهم يستخدمونها لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية.
- أن (50,6%) من النقابيين يستخدمون الفيسبوك و(27,1%) يستخدمون تويتر، وأن دوافع استخداماتهم لهذه المواقع تتمثل بأنها تسمح بالتواصل مع الأصدقاء بنسبة (28,5%)، وتتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة بنسبة (21,8%).
- أن (56,6%) من النقابيين يشاركون (دائماً وأحياناً ونادراً) في الحراك الجماهيري الذي يطالب بإجراء الإصلاح والتغيير في الأردن، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

12- دراسة الشهري (2012)، بعنوان: "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على

العلاقات الاجتماعية" الفيس بوك وتويتر نموذجاً" هدفت 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 استخدام تلك المواقع، وطبقت العينة على مجموعة طالبات من جامعة الملك عبد العزيز بجده والمنتظمات بالدراسة لمرحلة البكالوريوس من الكليات التالية (الآداب والعلوم الإنسانية، العلوم، الاقتصاد والإدارة) واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ، وبلغت العينة 150 مفردة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز، تم اختيارهن بطريقة قصدية.

و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

- أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لإستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع.
- أن الطالبات استقدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً.
- أن لإستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية.

13- دراسة **Tufekci & Wilson** (2012)، بعنوان: **"Social Media and the**

Decision to Participate in Political Protest: Observations

From Tahrir Square" وهدفت الدراسة الى معرفة الدور الذي تلعبه وسائل

الإعلام بشكل عام ومواقع التواصل الإجتماعي بشكل خاص لجعل المواطنين

يشكلون قراراتهم الفردية الحاسمة حول المشاركة في احتجاجات ميدان التحرير في

مصر أو منطقية هذه الإحتجاجات وفرص نجاحها، واستخدمت المنهج المسحي،

وبلغت عينة الدراسة 1200 مفردة من الذين شاركوا في مظاهرات التحرير.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن أهم دوافع التظاهر لدى المتظاهرين هو الإعلام الإجتماعي بصفة عامة، والفيديو على وجه التحديد لعب دوراً مهماً في إمدادهم بمصادر جديدة للمعلومات لا يستطيع النظام أن يتحكم فيها بسهولة.
- أن الناس يتظاهرون بعد أن تعرفوا على الإحتجاجات أولاً من خلال اتصالاتهم الشخصية مستخدمين الفيسبوك، والمكالمات الهاتفية، أو المناقشات المباشرة (Face to Face).
- ومن خلال التحكم في العوامل الأخرى.

- أن الإعلام الإجتماعي يستخدم التزايد الحاد في الإختلافات بين من حضروا أو شاركوا في احتجاجات اليوم الأول. ولقد كشفت الدراسة أن نصف من شملهم الإستطلاع قد أنتجوا ، ونشروا صوراً من المظاهرات من خلال الفيسبوك بالأساس.

14- دراسة Robin Effing, Jos van Hillegersberg , and Theo (2011)

Hubers بعنوان: "Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems?"

وهدفت الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام فيما يتعلق بالمشاركة السياسية وتأثير الإعلام الإجتماعي في الإنتخابات في هولندا ، حيث تبين أن الجهود السابقة لتشكيل المشاركة العامة في الإنتخابات من خلال الإنترنت والطرق التقليدية هي غير مجدية ولم تلق نجاحاً، بينما يتضح أن الإعلام الجديد له دور كبير في إدراك تغيير هذه المشاركات.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

- لم يكن للإعلام الإجتماعي في هولندا تأثير واضح ومؤثر في السلوك التصويتي أثناء الإنتخابات المحلية.
- معرفة كيفية الإستفادة من وسائل الاعلام الإجتماعية في تشكيل الخطط والبحوث المستقبلية.
- أن هناك تأثيراً قوياً من وسائل التواصل الإجتماعي على الوصول والتأثير على الناخبين.

15- دراسة Neelamalar & Chitra (2009)، بعنوان: "New media and society : a study on the impact of social networking sites on Indian youth"

وهدفت الدراسة إلى تحديد وتقييم القضايا المتعلقة بالشباب جرّاء استخدام الشبكات الإجتماعية والآثار الناجمة عن تلك الشبكات على التفاعلات الإجتماعية والسلوك الإجتماعي لدى الشباب. وتصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات النوعية التحليلية واستخدمت المنهج المسحي، وبلغت عينة الدراسة 100 مفردة وتنقسم إلى فئتين كل من 50، والفئات هي المراهقين (17-19)، والشباب في الفئة العمرية من (20-22)، من المدارس والكليات المختلفة والذين يعتبرون أعضاء نشيطون في الشبكات الإجتماعية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج وأهمها:

- أن 98% من الشباب هم أعضاء الشبكة الإجتماعية " أوركت".
- أن 54% هم أعضاء في أكثر من موقع من مواقع الشبكات الإجتماعية.

أن 95% هم أعضاء في واحد أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي، ويتفاوت مقدار الوقت من أقل من ساعة إلى حوالي 5 ساعات كل يوم.

- أن 42% من الشباب يكونون صداقاتهم من خلال هذه المواقع الاجتماعية.

16- دراسة Mythily و Qiu و Winslow (2008)، بعنوان: "Prevalence and correlates of excessive Internet use among youth in Singapore".

وهدفت الدراسة الكشف عن تأثيرات الاستخدام المفرط لشبكة الإنترنت من قبل الشباب، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وبلغت العينة 2735 من طلاب المدارس الثانوية في سنغافورة.

- وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستخدام المفرط لشبكة الإنترنت والإحساس بعدم الثقة والشعور بالحزن والإحباط.

- أن 25% من المراهقين لا يستخدمون الإنترنت بشكل يومي ، وأن 12.4% يستخدمونه لا يقل عن ساعة يومياً ، و 22.4% يستخدمونه لمدة ساعتين يومياً ، و 21.8% يستخدمونه من 3 إلى 5 ساعات يومياً وأن 17.1% يستخدمون الإنترنت أكثر من 5 ساعات يومياً.

- أن نسبة 17.1% من مستخدمي الإنترنت وصلوا لمستوى الإفراط أي "مرحلة الإدمان"

17- دراسة Strano (2008)، بعنوان: "User Descriptions and

Interpretations of Self-Presentation through Facebook

Profile Images"

- وهدفت الدراسة الإستقصائية إلى معرفة كيفية استخدام الصور الشخصية profile picture لمستخدمي الفيسبوك، والأسس التي يتم بناء عليها تغيير الصور من وقت

لآخر من حيث النوع الإجتماعي، بالإضافة إلى معرفة المعايير التي تستخدم في إختيار الصور، واستخدمت المنهج المسحي وبلغت عينة الدراسة 427 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن النساء المتزوجات والرجال يضعون الصور العائلية كصور شخصية والتي تدل على العلاقات العاطفية بين الأسرة الواحدة وأن تفسير هذه الصور يختلف من معنى لآخر وفقاً للنوع الإجتماعي.

- أن كبار السن الذين يستخدمون الفيسبوك هم أقل عرضه لتغيير صورهم الشخصية وأكثر عرضه لعرض صورهم الشخصية المنفردة وحدها على الفيسبوك.

- أن هناك فروق ذات دلالة لإستخدام الصور الشخصية على الفيسبوك تعزى الى الفئات العمرية والجنس.

18- دراسة Bryant, Jackson, Smallwood (2006)، بعنوان: "IMing, Text Messaging, and Adolescent Social Networks"

وهدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام الرسائل النصية من خلال شبكات مواقع التواصل الإجتماعي ، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي ، وبلغت عينة الدراسة 40 مبحوث.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- أن هناك تداخل محدود بين الصداقات في حياة الأفراد والصداقات عبر التكنولوجيا التفاعلية، فهناك عدد من الأصدقاء على الإنترنت يتم التواصل معهم On Line ،

- أن الرسائل الفورية لا تعد مصدراً بديلاً عن المساندة الإجتماعية أو الدعم الإجتماعي للأشخاص الأكثر انعزالاً.

محور الدراسات التي تناولت نظرية التأثير الشخص الثالث

1- دراسة السقا (2015)، بعنوان: "إدراك الشباب الخليجي لمخاطر وسائل التواصل

الاجتماعي"، وهدفت الدراسة إلى رصد معدل استخدام الشباب الخليجي لوسائل التواصل الاجتماعي ومعرفة تأثير هذا الإستخدام على إدراك تأثير الشخص الثالث، والتعرف على مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، الحالة الإجتماعية) على تأثير الشخص الثالث لدى الشباب الخليجي، والوقوف على مدى إدراك الشباب البحريني للمخاطر التي يمكن أن تحدثها وسائل التواصل الاجتماعي على الآخرين، واستخدمت المنهج المسحي ، وبلغت عينة الدراسة 247 مفردة.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- أن واتس اب جاء في مقدمة برامج التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب الخليجي بنسبة % 94 وتقاربت نسبة كل من سكاى بي وتانجو وجاءت على الترتيب % 12، % 11، كما جاء موقع الإنستجرام في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة % 79 يليه تويتر بنسبة % 51.

- أن نسبة % 79 من الشباب الخليجي (عينة الدراسة) يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي دائما، وجاءت نسبة % 2 فقط من إجمالي العينة ممن يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي نادرا وربما يشير ذلك الى أهمية هذه الوسائل وما تقدمه من موضوعات متنوعة.

- تقارب نسب الإستخدام اليومي لوسائل التواصل الإجتماعي بين كل من ساعة إلى أقل من ساعتين ومن ساعتين إلى أقل من 4 ساعات وجاءتا على الترتيب % 26 و % 25، في حين أشارت نسبة % 18 بأنها تستخدمها يوميا بمعدل 6 ساعات.

2- دراسة عطية (2011)، بعنوان: "تعرض المراهقين للدراما الأجنبية بالفضائيات

العربية وعلاقته بالانحرافات السلوكية لديهم في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث" وهدفت الدراسة إلى البحث في تصورات المراهقين للتأثيرات المدركة للانحرافات السلوكية المقدمة بالدراما الأجنبية في القنوات الفضائية العربية على الذات وعلى الآخرين من خلال التعرف على عادات وأنماط تعرض المراهقين للدراما الأجنبية بالقنوات الفضائية العربية ومدى اعتقادهم بتقبل المجتمع لمظاهر الانحراف السلوكي المقدم لهم ومدى اعتقادهم بتأثير هذه الانحرافات السلوكية على الذات وعلى أقرب صديق وعلى الآخرين بصفة عامة ومدى تأييدهم لفرض رقابة على الدراما الأجنبية المقدمة بالقنوات الفضائية العربية. وصنفت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية واستخدمت المنهج المسحي ، وبلغت عينة الدراسة 400 مفردة.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- أن أفراد العينة يعتقدون بتأثر سلوكهم الشخصي بدرجة ضعيفة بمشاهدة التدخين وشرب الخمر والإثارة والعنف بالدراما الأجنبية.

- أن الأفراد يعتقدون تأثر سلوكهم الشخصي بدرجة ضعيفة جداً بمشاهدة تعاطي المخدرات ومشاهد الإنتحار والقمار بالدراما الأجنبية.

- أن أفراد العينة يعتقدون بدرجة كبيرة بتأثر سلوك الآخرين بصفة عامة بمشاهدة التدخين وتعاطي المخدرات وشرب الخمر والأثار الجنسية والعنف والقمار بالدراما الأجنبية ، كما يعتقدون بدرجة متوسطة بتأثر سلوك الآخرين بصفة عامة بمشاهدة الانتحار بالدراما الأجنبية

3- دراسة Zhi-Jin Zhong (2009)، بعنوان : "Third-Person Perceptions and Online Games: A Comparison of Perceived Antisocial and Prosocial Game Effects"

وهدفت الدراسة إلى أن شعبية الألعاب عبر الإنترنت أثارت الجدل بشكل كبير ، حيث طبقت الدراسة نظرية تأثير الشخص الثالث لفحص تصورات الناس على الذات وعلى الآخرين، وتبين أن إدراك عدم مرغوبة تأثيرات الألعاب على الآخرين سوف يكون أكبر من إدراك التأثيرات غير المرغوبة على الذات، وأن الشخص الثالث يدرك تأثيرات الألعاب غير المرغوبة بدرجة أكبر بالنسبة إلى تأثيرات الألعاب المرغوبة.

واستخدمت الدراسة المنهج المسحي وبلغت العينة 465 مفردة ممن يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الصين. وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- أن هناك تأثير واضح للمسافة الاجتماعية على تصورات الشخص الثالث.
- في حالة الآثار الاجتماعية الإيجابية، فقد كان تأثير المسافة الاجتماعية مختلط، وبشأن الآثار المعادية للمجتمع، فقد ازدادت تناقضات الإدراك الحسي، حيث أصبحت المسافة الاجتماعية أكبر.

- يعتقد أفراد العينة بأن أفراد أسرهم إذا لعبوا سيعانون من العاب الإدمان على الإنترنت، كما يعتقدون أن الاصدقاء والغرباء يستفيدون من الشبكات الإجتماعيه واللعب عبر الإنترنت أكثر من أنفسهم.

4- دراسة القاضي (2008)، بعنوان: "إدراك الجمهور المصري لمخاطر إعلانات

المنتجات الدوائية" وهدفت الدراسة إلى رصد معدل تعرض الجمهور لإعلانات

المنتجات الدوائية ومعرفة تأثير التعرض لها في وسائل الإعلام على إدراك تأثر

الشخص الثالث، والتوصل إلى مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية (النوع - السن

- المستوى التعليمي) على تأثير الشخص الثالث لدى الجمهور، واستخدمت المنهج

المسحي، وبلغت عينة الدراسة 400 مفردة ممن يتابعون الإعلانات في وسائل

الإعلام.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- أن نسبة من يتابعون الإعلانات دائما بلغت 20.5% فقط من إجمالي أفراد العينة ،

مقارنة بـ71.5% يتابعونها أحيانا، و8% يتابعونها نادرا.

- أظهر استخدام اختبار T.test عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التعرض

لإعلانات المنتجات الدوائية والنوع، ولعل هذه النتيجة تعكس أهمية موضوع الدراسة

الذي يستحوذ على اهتمام جميع الأفراد بغض النظر عن النوع.

- أظهر استخدام اختبار One way ANOVA عدم وجود فروق ذات دلالة بين

التعرض لإعلانات المنتجات الدوائية والسن، مما يدل على أن متغير السن ليس فعالا

في تحديد معدل التعرض لإعلانات المنتجات الدوائية.

5- دراسة عبد المجيد (2008)، بعنوان: "الإنترنت وعلاقته بإدراك المراهقين

للمخاطر الصحية" وهدفت الدراسة الى رصد معدل تعرض المراهقين لشبكة الإنترنت، وتأثير هذا التعرض على التحيز التفاضلي الذي يمثل الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث، والتعرف على العلاقة بين التحيز التفاضلي ودرجة تفضيل وثقة المراهقين في المواد الإباحية التي تعرض من خلال شبكة الإنترنت وهدفت الى الكشف عن العلاقة بين التحيز التفاضلي ومستوى معرفة المراهقين بمضمون المخاطر الصحية، ورصد العلاقة بين التحيز التفاضلي وسلوك المخاطر الصحية لدى المراهقين، وصنفت هذه الدراسات من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي، وبلغت عينة الدراسة 293 مفردة.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها :

- أن اختبار *T. Test* أظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التحيز التفاضلي لعينة الدراسة والنوع، من حيث التحيز التفاضلي بالمقارنة مع أحسن صديق.
- أن استخدام اختبار *One Way Anova* أظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التحيز التفاضلي لعينة الدراسة والسن
- أن نسبة 41.8% من عينة الدراسة تحرص على استخدام الإنترنت دائماً، ونسبة 45.6 أحياناً، في حين جاءت نسبة 12.6% بأنها تستخدمه نادراً.
- أن نسبة 41.8% تستخدم الإنترنت من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات يومياً، ونسبة 30.1% تستخدمه أقل من ساعة يومياً واقتربت منها نسبة الاستخدام أكثر من أربع ساعات يومياً وجاءت 28%.

6- دراسة الكحكي (2007)، بعنوان: "إدراك الجمهور العربي واتجاهاته نحو

القنوات الفضائية ذات المضامين الروحانية والغيبية" وهدفت الدراسة الى معرفة

تأثير التعرض لقناتي شهرزاد وكنوز على إدراك تأثر الشخص الثالث، والتوصل

إلى العلاقة بين دوافع التعرض (طقوسية - نفعية) وإدراك تأثر الشخص الثالث،

والوقوف على مدى تأثير العوامل الديموجرافية (السن - النوع - المستوى

التعليمي - الجنسية) على مستوى إدراك العينة لتأثر الشخص الثالث، واستخدمت

الدراسة المنهج المسحي، وبلغت عينة الدراسة 400 مفردة من الدوحة في قطر.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- أن نسبة (56.3%) من العينة تشاهد قناتي شهرزاد وكنوز أحياناً أي بشكل غير

منتظم، في حين يشاهدها بشكل منتظم (13.5%) فقط، ونادراً ما يشاهدها (30.2%)

أي يشاهدونها بشكل عابر.

- إن الإناث أكثر تعرضاً من الذكور لقناتي شهرزاد وكنوز، إلا أن هذه الفروق جاءت

غير دالة. ولعل هذه النتيجة ترجع إلى أن موضوعات السحر والحسد تلقي اهتماماً من

قبل الإناث أكثر من الذكور.

- أن نسبة (53.8%) من العينة تصدق هذه القنوات استناداً إلى ما ذكر في القرآن الكريم

من آيات عن السحر، فهو حقيقة واقعة، لذلك فكل ما يقوله الروحانيون بالبرامج

صحيح.

7- دراسة Ron & Byoungkwan (2005)، بعنوان: " Third- person effect and internet pornography: the influence of coteclivism and internet self- efficacy "

وهدفت الدراسة الى الكشف عن تأثير الشخص الثالث للفن الإباحي على الإنترنت وذلك من خلال إجراء دراسة تجريبية طبقت على عينة من طلاب الجامعة من الأمريكان وكوريا الجنوبية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- وجود أثر سلبي للفن الإباحي على شبكة الإنترنت.
- أن تأثير الشخص الثالث كان أكبر على الآخرين مما هو عليهم.
- أيدت الفرض السلوكي لتأثير الشخص الثالث بضرورة دعم وجود الرقابة على الإنترنت.

8- دراسة باتريك (2004)، بعنوان: " Topic- relevant reference group and dimension of distance: political advertising and first – and third person effect "

وهدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الشخص الثالث في الإعلام السياسي من خلال دراسة تجريبية على عينة بلغت 140 ، من مؤيدي الرئيس الأمريكي بوش ونائبه ، وتم عرض 2000 اعلان رئاسي على المرشحين.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن عينة الدراسة أدركوا التأثيرات أكبر من الآخرين.
- وجدوا التأثير العكسي لتأثير الشخص الثالث في مقارنة الذات مع الآخرين من حيث الإستجابات لإعلانات المرشحين السياسيين.

التعليق على الدراسات السابقة:

توصلت الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية بشكل عام أن مضمون الرسائل السلبية تؤثر على الآخرين بدرجة أكبر من التأثير على الذات ، بينما مضمون الرسائل الإيجابية يكون تأثيره على الذات أكبر من التأثير على الآخرين.

كما بينت معظم الدراسات العربية والأجنبية أن المبحوثين يؤيدون فرض رقابة على المضامين الإعلامية والتي لها تأثير سلبي على الآخرين؛ وبالتالي فإن من يدعمون فكرة الرقابة أو القيود على المضامين الإعلامية هم الأكثر إدراكا لتأثير الشخص الثالث.

ندرة الأبحاث العربية التي تناولت نظرية الشخص الثالث تجاه المرأه الأردنية المتزوجة وعلاقتها باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي ، ما يؤكد على ضرورة إجراء هذه الدراسة وإثرائها.

اهتمت الدراسات السابقة والتي تتضمن نظرية الشخص الثالث على تناول المضامين السلبية في حين قلة تناولها للتأثير الإيجابي بوسائل الإتصال.

ومن خلال استعراض عناوين الدراسات السابقة نجد أن بعض هذه الدراسات ركزت على وجود علاقة بين مخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلبية والايجابية التي يتعرض لها الشباب الجامعي ، فبينت بعض الدراسات دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب في القضايا المجتمعية وطبيعة الدور التي تقوم فيه هذه

المواقع لتحفيزهم في المشاركات المجتمعية ، بالإضافة إلى دورها بتشكيل الوعي السياسي لدى الشباب ومدى مشاركتهم في الإعلام الجديد بتغيير إتجاهاتهم ومعاصرة القضايا التي تهم المجتمع، وأثر هذه المواقع في تنمية المسؤولية الإجتماعية لدى الشباب وإعداد برامج تدريبية وصفحات خاصة بهم لتنمية المسؤولية الإجتماعية، وتحديد وتقييم القضايا المتعلقة بهم جراء استخدام مواقع التواصل الإجتماعي والآثار الناجمة عنها، مثل دراسات (عبد الرزاق ، Neelmalar & chitra)

وأظهرت دراسة Winslow & qiu& mythily، السقا والجمال، التأثيرات السلبية لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب والمخاطر التي يتعرضون لها جراء استخدامهم لهذه المواقع، إضافة إلى أثر استخدام مواقع التواصل الإجتماعي على تشكيل النسق القيمي والأخلاقي.

وأوضحت بعض الدراسات أهمية هذه المواقع بالنسبة للطلبة الجامعي سلباً وإيجابياً، مثل استخدام مواقع التواصل الإجتماعي لدى الطلبة الجامعيين وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى، ودور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام لديهم ومعرفة معدل استخدامها والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل آرائهم واتجاهاتهم ومدى اعتمادهم عليها كمصادر للمعلومات، وتأثير هذه المواقع على الوعي السياسي لدى الطلبة ومدى انتشار هذه المواقع والتعرف على درجة التفاعل مع هذه المواقع وعلاقته بالوعي السياسي ، بالإضافة إلى الآثار السلبية لمواقع التواصل الإجتماعي بين طلبة الجامعة وأثرها على القيم الإجتماعية لديهم مثل دراسات (الدبيسي والطاهات، الطيار، و Abdullah & smadi)

وركزت بعض الدراسات في الشأن السياسي باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي فيما يتعلق بالمشاركات السياسية والإحتجاجات وجعل هذه المواقع تشكل آرائهم السياسييه

وإتجاهاتهم الفردية حول الإحتجاجات واتخاذ القرارات، والمشاركات السياسية وتأثير الإعلام المجتمعي في الإنتخابات، إضافة إلى دور مواقع التواصل الإجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري والمطالب بالإصلاح السياسي والإقتصادي والإجتماعي. مثل دراسات العلونه ، و Robin Effing, Jos van Hillegersberg , and

Theo Hubers, Tufekci & Wilson

وفي جانب المراهقين ركزت بعض الدراسات على الآثار السلبية التي يتعرض لها المراهقين جراء استخدامهم المتكرر لمواقع التواصل الإجتماعي وخاصة التأثير السلبي على تحصيلهم الدراسي ومعرفة الدوافع الحقيقية وراء انعكاسها على تحصيلهم الدراسي، والبحث في تصورات المراهقين للتأثيرات المدركة للانحرافات السلوكية ومدى إعتقادهم لهذه الإنحرافات، واستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين للتعرف على مستويات استخدام هذه المواقع وعلاقتها مع هذا التوافق النفسي، بالإضافة إلى علاقة الإنترنت بإدراك المراهقين للمخاطر الصحية جرّاء استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي. مثل دراسات (عطية وشناوي وعبد المجيد و salgur).

وبذلك فإن هذه الدراسة تتميز على غيرها من الدراسات بأنها تعكس آراء شريحة إجتماعية لها دور فعّال في المجتمع ممثلة بالمرأة الاردنية المتزوجة التي تأتي بمقدمة شرائح المجتمع، كما تحاول هذه الدراسة إثراء الدراسات التي أجريت في مجال مواقع التواصل الإجتماعي، نظراً لحدائثة هذه المواقع وتنوعها وانتشارها بشكل ملحوظ.

وأخيراً استفادت الباحثة من الدراسات السابقة كيفية تحديد المتغيرات وتصور العلاقات ما بينها وأساليب قياسها وصياغة فروضها ومحاولة تفسير نتائجها في ضوء خصوصية المرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة).

أسئلة الدراسة وفروضها

1- أسئلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما الأسباب الرئيسية التي تدعي المبحوثات لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي ؟
2. ما التطبيق الأكثر استخداماً بالنسبة للمبحوثات من مواقع التواصل الإجتماعي ؟
3. ما نوعية الموضوعات التي تتبادلها المبحوثات من خلال استخدام مواقع التواصل الإجتماعي؟

4. ما معدل الإستخدام اليومي للمبحوثات على مواقع التواصل الإجتماعي؟

5. ما أسباب استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الإجتماعي؟

6. ما مصادر التعرف على مواقع التواصل الإجتماعي ؟

7. ما أكثر الأوقات استخداماً لمواقع التواصل الإجتماعي؟

8. ما إدراك المبحوثات لمخاطر استخدام مواقع التواصل الإجتماعي على الآخرين؟

9. ما نوع الرقابة التي ترى المبحوثات فرضها عند استخدام مواقع التواصل

الإجتماعي؟

2- فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائياً بين الحالة الإجتماعية للمرأة الأردنية

المتزوجة (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:

(أ) درجة استخدامهن لمواقع التواصل الإجتماعي.

(ب) درجة تفضيلهن لمواقع وبرامج التواصل الإجتماعي.

(ج) ادراكهن بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع

التواصل الإجتماعي.

(د) درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(هـ) درجة اعتقادهم بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(و) درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(ز) درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(ي) درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائياً بين مستوى العمر للمرأة الأردنية المتزوجة

(عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:

(أ) درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

(ب) درجة تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.

(ج) ادراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(د) درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(هـ) درجة اعتقادهم بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(و) درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(ز) درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(ي) درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائياً بين المستوى التعليمي للمرأة الأردنية

المتزوجة (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:

(أ) درجة استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

(ب) درجة تفضيلهن لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.

(ج) ادراكهن بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهن (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(د) درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(هـ) درجة اعتقادهم بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(و) درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(ز) درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(ي) درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين درجة استخدام المرأة الأردنية

المتزوجة (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الإجتماعي والمتغيرات الآتية:

(أ) زيادة درجة اعتقادهن بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية جراء استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

(ب) زيادة درجة اعتقادهن بضرورة وضع الرقابة جراء استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين مدى إدراك المرأة الأردنية المتزوجة

بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تعرضهن لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

نوع الدراسة ومنهجها

تتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية (عليان وغنيم، 2000، ص43)، ودراسة جمهور المتلقين، وتصنيف الدوافع والحاجات، والأنماط السلوكية، ومستويات الإهتمام والتفضيل (عبد الحميد، 2004، ص59).

كما تنتمي هذه الدراسة إلى المنهج المسحي، الذي يسمح باختبار فروض الدراسة واختبار العلاقة بين متغيراتها، ومعرفة كامل جوانبها المختلفة، ويعد هذا المنهج من أهم المناهج التي تعنى بدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطاره الوصفي والتحليلي، من خلال جمع المعلومات والبيانات وتفسيرها، للدلالة على ما يحدث فعلاً، من أجل التوصل إلى استنتاجات وتعميمات (المغربي، 2007، ص97).

وفي إطار منهج المسح قامت الباحثة بمسح عينة من النساء الأردنيات المتزوجات بأربد لوصف هذه الظاهرة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها.

مجتمع الدراسة وعينتها

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من الأردنيات المتزوجات في محافظة اربد، وسيتم الاختيار بشكل قصدي ممن يستخدمن مواقع التواصل.

عينة الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على العينة العمدية بمحافظة اربد ويبلغ قوامها 400 مبحوثة من النساء الأردنيات المتزوجات واللواتي يستخدمن مواقع التواصل الإجتماعي بمحافظة اربد.

أداة جمع البيانات:

قامت الباحثة بجمع بيانات هذه الدراسة من خلال إستمارة الإستبيان عن طريق المقابلة، وطُبقت على النساء الأردنيات المتزوجات (عينة الدراسة)، وذلك لقياس المتغيرات والأبعاد التي تحقق أهداف هذه الدراسة، وتم تقسيم الإستبانة على النحو الآتي:

الجزء الأول: يتناول خصائص أفراد العينة من حيث الحالة الإجتماعية، العمر، مكان الإقامة، المستوى التعليمي، العمل، الدخل الشهري للأسر، الأقليم.

الجزء الثاني: يتناول دوافع استخدامات المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل

الإجتماعي

الجزء الثالث: يتناول أهم هذه المواقع، وما هي تقييمات العينة المبحوثة لهذه المواقع،

كما يبحث أهم العناصر التفاعلية في هذه المواقع من وجهة نظر المرأة الأردنية المتزوجة.

حدود الدراسة

تتكون هذه الدراسة من الحدود الآتية:

الحدود المكانية:

طبقت هذه الدراسة في محافظة اربد، على النساء الأردنيات المتزوجات وممن يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي.

الحدود الزمانية:

طبقت هذه الدراسة خلال العام الحالي (2016-2017).

المفاهيم والمصطلحات:

مواقع التواصل الاجتماعي: هي مواقع إلكترونية تفاعلية اجتماعية على الإنترنت وتتيح التواصل لمستخدميها في جميع أنحاء العالم حيث تعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد، والتي تمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل المعلومات والبيانات وذلك لتوطيد العلاقات الاجتماعية.

وتقصد بها الباحثة مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المرأة الأردنية المتزوجة كمواقع الفيسبوك، تويتر، انستغرام.

المرأة الأردنية المتزوجة:

هي المرأة التي تحمل الجنسية الأردنية، والمتزوجة وتمثل جميع النساء اللاتي تسكن في محافظة اربد بالمملكة الأردنية الهاشمية.

مخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: هي كل الأشياء الضارة والسلبية التي

تؤثر على المبحوثين بشكل كبير، وتعنى بمدى معرفة المرأة المتزوجة لبعض المشكلات والنتائج المترتبة من استخدام هذه المواقع من انتهاك للخصوصية والتعرض للجرائم واكتساب السلوكيات السيئة التي تتعارض مع مجتمعاتنا العربية.

إجراءات الصدق والثبات:

الصدق:

بعد وضع الأسئلة والعبارات التي تقيس متغيرات الدراسة المسحية للمبحوثات (عينة الدراسة)، قامت الباحثة بعرض الاستمارة على (3) من الأساتذة الخبراء والمحكمين ممن يعملون في الحقل الأكاديمي في كلية الإعلام في جامعة اليرموك للحكم على صلاحيتها، والتأكد من صدق استمارة المسح في قياس متغيرات الدراسة وأهدافها ، ثم الحصول على الملاحظات والتعديلات اللازمة على الأداة لتصبح قابلة للتطبيق والقياس.

الثبات والاختبار القبلي:

قامت الباحثة لتحقيق الثبات بتطبيق الاستمارة على 10% من عينة البحث من المتزوجات الاردنيات ،ثم استخدام طريقة الاختبار (test-re-test) لإعادة تطبيقها مرة أخرى بعد أسبوعين لمعرفة ثبات القياس.

المقاييس الإحصائية المستخدمة:

اعتمدت الباحثة باستخدام برنامج (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية) والمعروف باسم SPSS ، لتحليل بيانات الدراسة وقد استخدمت الأساليب الإحصائية التالية :
التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف باختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: LeastSignificance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها.

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة ما بين 0.30 - 0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

يتناول هذا الفصل "الإطار النظري للدراسة" والذي يتضمن مباحثان يتحدث المبحث الأول عن نظرية تأثير الشخص الثالث، وأهم الفروض التي تقوم عليها والنقد الموجه الى هذه النظرية، أما المبحث الثاني فيتحدث عن المواقع الإجتماعية ويتناول أهم خصائصها وسلبياتها وإيجابياتها، والنظريات المفسرة لها، ودوافع استخدامها.

المبحث الأول

نظرية تأثير الشخص الثالث

أولاً: نظرية تأثر الشخص الثالث : Third-Person Effect

اعتمدت الدراسة الحالية في أساسها النظري وبناء فروضها على نظرية تأثير الشخص الثالث التي وضعها فيليبس دافيسون، والتي تفترض أن الناس يميلون لتقدير تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات وسلوك الآخرين أكثر مما تحدثه عليهم أنفسهم، وبتعبير أكثر تحديداً فإن "الأشخاص الذين هم أفراد من الجمهور المتعرض للاتصال الإقناعي (سواء كان هذا الاتصال ينوي الإقناع أم لا) يُتوقع أن يكون للاتصال تأثير أكبر على الآخرين أكثر من تأثيره عليهم أنفسهم (Davison 1983, pp.1-15).

تعود جذور نظرية تأثير الشخص الثالث إلى عالم الإجتماع الألماني فيليب دافيسون عام 1983 والذي لفت انتباهه مجموعة من الملاحظات والتجارب التي دفعته إلى وضع نظريته. (النمر، 2013، ص74).

وعرف دافيسون تأثير الشخص الثالث بأنه ما يحدث عندما يدرك الفرد أن محتوى الرسائل الإعلامية له تأثير قوي على الأفراد الآخرين بدرجة أكبر من تأثيرها على الذات وبالتالي فإن هذا يؤدي إلى سلوك لاحق مبني على التصور. (النمر، 2013، ص74).

الجدور التاريخية لنظرية تأثير الشخص الثالث:

أشار فيليب دافيسون في عام 1983 إلى عدة ملاحظات وتجارب قادت إلى التفكير ودفعته إلى التوصل إلى هذه النظرية منها:

1- الدعاية اليابانية في الحرب العالمية الثانية: حيث يشير دافيسون إلى قصة إسقاط القوات اليابانية منشورات دعائية على وحدة عسكرية أمريكية في جزيرة iwa jima في المحيط الهادي والتي كان معظم أفرادها من الأمريكيين السود وكان يرأسها ضباط من البيض، وتدعو هذه المنشورات السود إلى الاستسلام والانسحاب لأن هذه الحرب هي حرب ضد الرجل الأبيض وليست هناك خصومة مع الرجل الأسود الذي لا يجب عليه أن يخاطر بحياته أو يضحى بنفسه من أجل الرجل الأبيض وقد كان لهذه المنشورات تأثيرها الفوري حيث انسحبت هذه الوحدة في اليوم التالي، غير أن ما أثار دافيسون في هذه القصة هو ما قيل عن أن سبب الانسحاب لم يكن ضغط السود ورغبتهم في الانسحاب ولكن اعتقاد الضباط البيض أن مثل هذه المنشورات قد يكون لها تأثيرها السلبي الكبير على السود.

2- مؤتمر دور وسائل الإعلام في تشكيل السياسة الخارجية: خلال اشتراك دافيسون في مؤتمر بعنوان " دور وسائل الاعلام في المانيا الغربية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو هذه السياسات، وأجاب الصحفيون بأن مثل هذه المواد الإعلامية قد

يكون لها تأثير ضئيل على أمثالنا "الشخص الأول" وعلى أمثالكم " الشخص الثاني"، ولكن القارئ العادي " الشخص الثالث" سوف يتأثر كثيراً بها.

3- تأثير الحملات السياسية في الانتخابات الألمانية : أشار دافيسون إلى أنه في إحدى الانتخابات المحلية في ألمانيا ، تطوع لخدمة مرشح الحزب الذي ينتمي إليه، وقبل موعد الانتخابات بيومين وجد دافيسون في صندوق بريده بعض النشرات الدعائية التي تدعم المرشح المنافس وقد دُهِش من مستوى جودة هذه النشرات وأيقن أنها سيكون لها تأثير كبير وسوف تجذب عدداً كبيراً من الناخبين لصالح هذا المرشح وبدون تفكير طويل شرع دافيسون في إعداد منشورات مضادة وبنفس مستواها، وأخذ بنفسه يوزع هذه المنشورات، والغريب من وجهة نظر دافيسون أن التحليلات الرسمية التي أعقبت هذه الانتخابات أشارت إلى أنه لم يكن لأي من الحملات الدعائية لكلا المرشحين أي تأثير على الناخبين. (النمر، 2013، ص75).

ثانياً: فروض نظرية تأثير الشخص الثالث:

أولاً: الفرض الإدراكي، أو التحيز الإدراكي ويعني تحيز الفرد لذاته عند تقديره لتأثير المضامين الإعلامية، فمحتوى الرسائل السلبية يفترض أنها تؤثر على الآخرين بدرجة أكبر من التأثير على الذات في حين يفترض أن يحدث عكس ذلك عندما تكون هذه الرسائل إيجابية.. (Gunther,1995, PP. 27 – 38)

كما يعني تحيز الفرد لذاته عند تقدير مدى تأثيره بالرسالة الإعلامية في مقابل تأثير الآخرين بنفس الرسائل (David Perrell (2006)، وذلك على أساس أن الفرد يؤمن بأنه قادر على حماية نفسه من تأثير هذه الرسائل الضارة، بينما الآخرون لا يملكون القدرة على حماية أنفسهم

ويفسره دافيسون بأنه ينتج عن التقدير المبالغ فيه لتأثير الرسائل الإعلامية على الآخرين، بينما يأتي تقدير التأثير على الذات دقيقاً وموضوعياً، وهو قد يحدث نتيجة لأحد هذه العوامل:

- أما المبالغة في تقدير الرسالة على مدركات الآخرين Overestimated .
- أو التهوين من تأثير الرسائل الإعلامية على الذات Underestimated .
- أو توليفة من المبالغة والتهوين في تأثير الرسائل الإعلامية على الذات والآخرين Salween .M.B. (1998)., P.261

كما أرجع المبالغة والتهويل في إدراك تأثير الرسائل الإعلامية إلى ميل الفرد الى تحيزه لذاته النابع من تقديره لشخصه وهذا الميل قد يؤدي الى أن يعتبر الفرد نفسه يمتلك عقلاً راجحاً وبصيرة حادة تمنع عنه التأثيرات الضارة للرسائل الإعلامية، مما يؤدي الى إدراكه بأن الآخرين معرضون بشدة للخطر نتيجة لتعرضهم لهذه الرسائل السلبية Rucinski,D. and Salmon,C.T.(1990), P.345-368 ، كما أنه يمكن تفسير الإستهانة بتأثير الرسائل الإعلامية على الذات أن الأفراد بصفة عامة لديهم فهم محدود للعمليات المعرفية التي تحدث داخلهم ونتيجة لذلك فإنهم يعتقدون أنهم لا يتأثرون أبداً بالرسائل الإعلامية حتى وإن كانوا يتأثرون بها في واقع الأمر. (محمد. 2004، ص 96)

ويحدث الاختلاف بين تأثير المضامين الإعلامية على الذات وعلى الآخرين في إطار

محورين:

الأول: يتعلق بالمبالغة في تقدير تأثير الرسائل على الآخرين وبالتالي يميل الفرد إلى التقليل من شخص الآخرين حيث يرون أنفسهم بطريقة أفضل من الآخرين.

الثاني: يتعلق بالتقليل من تأثير الرسائل على الذات وبالتالي يميل الفرد إلى إعلاء ذاته.

(Salween M. 1998, P. 261)

مفهوم التحيز المتفائل وتأثير الشخص الثالث: Optimistic Bias & Third Person Effect

يعد هذا المفهوم امتداداً لمفهوم التحيز الإدراكي في نظرية الشخص الثالث، فقد أكد العديد من الباحثين على مفهوم التحيز المتفائل وقاموا باختبار العلاقة بين تأثر الشخص الثالث والتحيز المتفائل، وأسفرت هذه الدراسات عن أن التحيز المتفائل يعد متغيراً هاماً في تفسير تأثر الشخص الثالث باختلاف مجالات تطبيق هذه الدراسات على مضامين مختلفة منها الجنس، والإصابة بالإيدز، الكوارث والأمراض. (Salween M. & Dupagne M, 2003 PP. 27-82)

في حين أكدت دراسة ميريك أن التحيز المتفائل ليس هو التفسير الرئيسي لتأثر الشخص الثالث، ووجد أن هناك تشابهاً بين تأثر الشخص الأول والشخص الثالث حيث أن الإدراك المتحيز لديهم هو الذي دفعهم لنفس الحاجة لتعزيز الذات Self-enhancement.

(Mirick, 2005, PP. 473-483)

ثانياً: الفرض السلوكي: وجد دافيسون أن الناس تؤيد فرض القيود على المضامين الإعلامية التي لها تأثير ضار على الآخرين "فالأكثر إدراكاً لتأثر الشخص الثالث هو الأكثر تدعيماً لفكرة الرقابة أو القيود على المضامين الإعلامية" "The Greater the third person perception, the Greater the Support for Restrictions"

ومن الدراسات التي دعمت المكون السلوكي دراسة باننج وجولانج وليزا (Banning S., Golung & Lisa, 2005) حول الإعلانات السياسية وتأثر الشخص الثالث - حيث اختبرت هذه الدراسة التجريبية التأثيرات السلوكية للإعلانات السياسية السلبية من خلال تجربة أجريت على عينة قوامها (340 شخصاً) لاختبار تأثير الإعلانات السياسية لوسائل الإعلام ضمن حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 2004 بين بوش وكيري، وأظهرت نتائج الدراسة بعض الدلائل على تأثير الحملات التليفزيونية على التصويت بهذه الانتخابات الرئاسية.

ويوجد تفسيرات أخرى لهذا الجانب السلوكي:

- التفسير الأبوي أو ما أطلق عليه Paternalism explanation والذي يصور الرقيب كأنه أب يقوم بعمل مقصود لحماية الآخرين حيث يطالب بفرض قيود على الرسائل الإعلامية التي يدرك أن لها تأثير ضار عليهم.

- التفسير القائم على الدافعية الوقائية Protection Motivated Theory - والتي تشير إلى أن الحكم على مدى قابلية الشخص للتأثير بالتهديد المحيط به وتقييمه لقوة هذا التهديد قد يدفعه مجتمعي إلى إتخاذ سلوك وقائي للسيطرة على هذا الخطر أو التهديد.

Cunther,C.Albert (1995), P.27-28

وأكد دافيسون أنه من منطلق أن الأفراد يعتقدون أن لديهم معلومات غير متاحة للآخرين، فهم يعتقدون في الآخرين عدم معرفتهم بما يعرفوه، وبالتالي فهم أكثر عرضه لأن يقعوا تحت تأثير الرسائل الإعلامية، وسوف يقررون بعد ذلك أن يتخذوا سلوكاً مختلفاً عن السلوك الذي يمكن أن يتخذه بدون ذلك. Davison.W.(1996), 113-119

إلا ان الجانب السلوكي كان أقل إقناعاً حيث أن الربط بين تأثير الشخص الثالث والرقابة يتوقف على محتوى المادة الإعلامية، فاذا اعتمدت الرسالة على أنها تحتوي آثار سلبية افتراضياً، فإن الأفراد يميلون أكثر إلى وضع الرقابة عليها، وقد ربطت الدراسات بتأثير الشخص الثالث والرغبة في وضع رقابة على الرسالة الإعلامية ذات المضمون الإباحي.

Gunther,A. (1991) ,PP360

ومن جهة أخرى أيدت دراسات معدودة الفرض السلوكي لتأثير الشخص الثالث حيث ثبت أن هناك علاقة إيجابية بين حجم إدراك تأثير الشخص الثالث وتفضيل الرقابة على المواد

الجنسية وحتى بالنسبة لتأثير المشاهد على الذات كان هناك تفضيل لفرض تلك القيود الرقابية.

Gunther, C. Albert (1995), PP27-38

وأشارت دراسات إلى أن الفرض السلوكي يكون على درجة من الأهمية بالنسبة للموضوعات المتعلقة بالرقابة، فنادرًا ما يرى القائمين بالرقابة على الرسائل الإعلامية أنهم يتأثرون بشكل كبير بالمعلومات التي يمنعونها من العرض أو النشر، حتى لو تعرضوا لها عدة مرات، ويدعون أن الجمهور العام هو عادة ما يحتاج لأن تتم حمايته وليس القائم بالرقابة

على الرسائل الإعلامية. Diamond, E. (1978), pp. 134.

ثالثًا: مراحل حدوث تأثير الشخص الثالث:

- يميل الأفراد إلى الإعتقاد بأن لديهم معلومات غير متوافرة لدى الآخرين ، اعتقاداً منهم

بأن الآخرين ليست لديهم المعلومات الكافية التي يملكونها ، بما يجعلهم أكثر عرضة

لتأثير الرسائل الإعلامية.

- يرى الأفراد أن الرسائل الإعلامية تكون منحازة ضد آرائهم واتجاهاتهم؛ وبالتالي قد

تحدث تأثيرات غير مناسبة نتيجة لتحيز هذه الوسائل لوجهة نظر معينة، حيث يرى

هؤلاء الأفراد أنه من أجل تغطية متوازنة يجب أن تعرض وسائل الإعلام وجهة النظر

المتوازنة في عرض القضايا بعيداً عن أي تحيز Davison, W. P. (1983), P. 1-15

- يحدث تأثير الشخص الثالث نتيجة لما يسمى بالتعزيز الذاتي Self- Enhancement ،

ويحدث ذلك عندما يشعر الأفراد بأن الرسائل الإعلامية غير مرغوبة لديهم، وبالتالي

يكون غير مقتنعاً بما تعرضه الرسائل الإعلامية من مضامين ، ويكون مقتنعاً بما يملكه

من آراء واتجاهات Meirick, P. C (2004)., P. 234-255 .

- يمتلك الآخرون فهماً محدوداً من الأفكار والعمليات الإدراكية ، ومن ثم فهم أقل تأثراً

برسائل وسائل الإعلام، وخاصة الرسائل السلبية من وسائل الإعلام القوية ، ومن ثم فإن

الجماعات المرجعية التي ينتمون إليها أكبر تأثيراً من وسائل الإعلام. Salwen, M. B. (1999), P. 523-549.

رابعاً: العوامل والمتغيرات المؤثرة على فروض نظرية تأثير الشخص الثالث:

- إدراك الجمهور لتحيز مصدر الرسالة الإعلامية بشكل سلبي أو غير أهل للثقة به
.Perceived Source Bias

- موضوع الرسالة Message Topic وبتزايد تأثيرات الشخص الثالث حينما تتناول الرسائل الإعلامية بعض الموضوعات ذات الآثار السلبية أو غير المرغوبة إجتماعياً، وأن تزايد مدركات الأفراد لتأثيرات الرسائل الإعلامية من دونهم كلما زاد إنخراطهم بموضوع الرسالة الإعلامية وزادت أهميتها الذاتية بالنسبة لهم.

- عوامل متعلقة بالمستقبل وهي مستوى الإستغراق في القضية Involvement والعوامل الديموجرافية للجمهور Demographic Correlates والمسافة الاجتماعية Social Distance وهي فكرة المسافة بين الذات والآخرين، وأن الفرق بين التأثير على الذات والآخرين يتسع كلما اتسع البعد الاجتماعي للآخرين على أساس أن الأفراد عادة يتشابهون مع أعضاء جماعاتهم عن أعضاء الجماعات الأخرى Cohen J.and Davis R. (1991)., P.683.

يوجد مجموعة من العوامل والمتغيرات الدينية والديموغرافية والإجتماعية المرتبطة بالمكون السلوكي، حيث أشارت الدراسات السابقة أن الأفراد الذين يدعون أن لهم سلطة دينية قوية هم الأكثر احتمالاً لمعارضة الحرية المدنية أكثر من غيرهم، في حين لم تثبت دراسات أخرى وجود علاقة بين الدين والاستعداد لفرض الرقابة. (Ritts & Engbreston, 1991, pp. 240-267)(Schell & Bonin, 1989)

أما بالنسبة للمتغيرات الديموجرافية، أثبتت بعض دراسات تأثير الشخص الثالث أن الرجال أكثر تأييداً لحق التعبير عن النساء، وهناك دراسات وجدت علاقة بين المستوى التعليمي واحتمال التعبير في حين وجدت دراسات أخرى عدم وجود اختلافات دالة قائمة على متغير السن ومستوى التعليم فيما يتعلق بالاستعداد لفرض الرقابة على المضمون الإعلامي.

(Tewksbury, D., Hang, L. & Price V. ,1996, pp. 51-81)

وحول الأبعاد الاجتماعية وجد الباحثون أن لنظرية تأثير الشخص الثالث بعض الأبعاد الاجتماعية تتمثل فيما يسمى المسافة الاجتماعية Social Distance. وأول من قدم فكرة المسافة الاجتماعية هو عالم النفس بوجاردس (Bogardus, 1925) والذي أكد على أن الناس درجات مختلفة من الفهم والشعور لذلك يختلف الناس فيما بينهم في الخبرات. Tsfati, Yariv & Jonatian Cohen (2003) pp. 711-929

أخذ دافسون ظاهرة المسافة الاجتماعية كبعد لنظرية تأثير الشخص الثالث، واتضح ذلك في صياغة أخرى للنظرية والتي تنص على " إذا أردنا تقييم تأثير الاتصال فإن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لا يكون على "First Person "not on me" ولا عليك أنت Second person "not on you" ولكن سيكون عليهم "But on them" أي الشخص الثالث Third- Person. Davison, P. (1983)

خامسا: الإنتقادات الموجهة لنظرية تأثير الشخص الثالث:

أولاً: من حيث طريقة القياس، فقد وجد أنه ليس له تأثير لأن المبحوثين في الدراسات الأولية طلب منهم تقييم تأثيرات الرسالة على الآخرين قبل الإشارة إلى التأثيرات عليهم أنفسهم وقد رفض آخرون هذا النقد بوضعهم ترتيب السؤال وضعاً عكسياً ومع ذلك وجدوا

تأثيرا الشخص الثالث. Lasorsa, D. (1992), pp163-175.

ثانياً: بما أن المشاركين يطلب منهم تقييم التأثير في الذات والآخرين فربما تجنبوا بطريقة ينتج عنها تباين بين الذات والآخرين بغض النظر عن ترتيب السؤال ، وبهذا يمكن أن نرى عدداً مساوياً لآثار الشخص الأول وآثار الشخص الثالث والمزيد من الدراسات أكدت تأثيرات وجود الشخص الثالث أكثر من تأثيرات الشخص الأول بغض النظر عن ترتيب السؤال. (Mason, 1995, p 610 – 620)

ثالثاً: على مضمون الرسائل المختارة للدراسات، وغالبية دراسات تأثير الشخص الثالث رسائل مسلية ومواد إباحية، في حين يجب أن تشمل الأبحاث رسائل إيجابية في صالح المجتمع بصورة أكبر لدراسة تأثير الشخص الثالث، ويؤكد بيرلوف 1993 أنه وجد أن الرسائل الإيجابية تظهر أيضاً تأثير الشخص الثالث، ويجب ربط مفهوم تأثير الشخص الثالث بمفاهيم أخرى لزيادة إمكانية التفسير.

المبحث الثاني

المواقع الإجتماعية

أولاً: مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي ونشأتها:

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا كبيرا خلال السنوات الأخيرة وتتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الاشباعات ويأتي في مقدمتها مواقع فيسبوك، تويتر، يوتوب، وغيرها.

يعتبر الاعلام الاجتماعي عبارة عن شبكات اجتماعية بها أعضاء من مختلف دول العالم، وتهدف إلى ربطهم والتعارف بينهم حسب التخصص والمكان وطبيعة الأهداف الخاصة والإهتمامات، وهناك من يرغب بتعريفها على أنها، تركيبة إجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة ، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الإنتماء لشركة ما ، أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الإجتماعي أو المعتقدات التي ينتمي إليها الشخص. (عواد،، 2012)

تعددت تعريفات مواقع التواصل الإجتماعي، حيث اختلفت من باحث إلى آخر، ويعرفها "بالاس" « BALAS » 2006 على "إنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعض البعض لعديد من الأسباب المتنوعة".

وعرف "بريس" « preece » ومالوني كريشمار maloney krichmar (2005) مواقع التواصل الإجتماعي على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف

سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج. (Abrams, Maloney & Krichmar, Preece, 2004)

وتعرف على أنها مواقع الإنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة. (المؤتمر العربي-الاوروبي، 2013).

ويعرفها كاستل castells على أنها قنوات تواصلية تخلق بنية إجتماعية مفتوحة متفاعلة قادرة على الابتكار، دون المساس بشكل هذه البنية، مع صعوبة تحديد الهدف لهذه الخلايا الإجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني والمعلوماتي. (Poplas, 2012)

وتعتبر مواقع التواصل الإجتماعي منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الإهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك. وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني "الويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات إهتمام أو شبكات إنتماء (بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. (جرار، 2012، ص37، رامي، 2003، ص23).

وتعرف مواقع التواصل الإجتماعي أيضاً على أنها تلك المواقع الإجتماعية التي تتيح لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو ، وكذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الإلكترونية، وإجراء المحادثات الفورية، وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الإجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي : "الفيس بوك" "تويتر"، وموقع مقاطع الفيديو

"اليوتيوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث. (المنصور، 2012).

وتعتبر شبكات التواصل الإجتماعي مجموعة أنشطة وممارسات وسلوكيات تقوم بها الملايين من مستخدمي الإنترنت حول العالم لتبادل المعلومات والمعارف والخبرات والآراء على الانترنت مستخدمين تقنيات التفاعل والتواصل المتوافرة بكثافة على مواقع الانترنت وادواتها وشبكاتها الاجتماعية. (محمود، 2011 ، ص82).

وعرف ميرل ولونستين الاتصال الاجتماعي الجماهيري بأنه العملية التي يقوم فيها القائم بالاتصال ببحث رسائل مستمرة ومتعددة من خلال الوسائل الالية والالكترونية إلى عدد كبير من المتلقين في محاولة للتأثير عليهم بطرق متعددة. (Merill & Lowenstein. 1979 p 10) إن لمواقع التواصل الإجتماعي دوراً في التجييش والتفاعل والتأثير بقيادات غير منظمة، فهي ساهمت في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في نفس الإهتمامات والأنشطة، واستطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ، لذا لا يمكن أن نعتبر مواقع التواصل عبر الشبكات الاجتماعية موضة ستتغير مع الزمن.

كما أن الأحداث الجارية في الوطن العربي والإعلام الإجتماعي المتمثل في قنوات الإعلام الجديد، مثل الفيس بوك أو تويتر أو يوتيوب هو العامل الحاسم في إدارة الأزمات الاجتماعية. (محمود، 2011 ، ص83-ص85).

وتشير أحدث إحصائية عن الشبكات الاجتماعية الأكثر هيمنة في العالم إلى أن أكبر 20 شبكة انترنت اجتماعية يصل عدد مستخدميها إلى أكثر من 700 مليون مستخدم من كافة دول العالم، وأهم هذه الشبكات فيس بوك وبلوجر blogger ماي سبيس myspace،

يوتيوب، وورد برس word press، ياهو جيوسيتيز yahoo geocities، فليكر flickr، وهاي فايق hi5 . الخ.

وأفقلت مواقع التواصل الاجتماعي في بعض الدول لأسباب سياسية أو إجتماعية مثل باكستان وتركيا ويران. . الخ، الا أنها أصبحت واقعا ملموسا مؤثراً على الحياة العامة والحياة الشخصية لمئات الملايين من الأشخاص في كل أنحاء العالم. (محمود، 2011، ص88).

ثانيا: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً من الحياة اليومية حيث انطلقت منها الثورات وعليها تُقرأ الأخبار، وأصبح من غير الطبيعي أن لا يملك أي شخص حساباً واحداً على الأقل في إحدى هذه المواقع.

إن بداية شبكات التواصل الاجتماعي تعود إلى منتصف القرن الماضي، حيث كانت انطلاقتها في عام 1995 مع موقع التواصل الاجتماعي «Classmates.com» الذي أطلق ليكون حلقة وصل بين طلاب المدارس الأمريكية. وقسم موقع المدارس بحسب الولايات والمناطق لتسهيل البحث، وما زالت الشبكة نشطة حتى وقتنا هذا، وفيما يلي تعريف بأبرز هذه المواقع:

Six Degrees - 1

في العام 1997 انطلقت شبكة إجتماعية أسسها أندرو فاينرايش في نيويورك، وهي «SixDegrees.com»، والتي تعتبر أول شبكة تواصل إجتماعي، إذ اعتمدت على نموذج الدوائر الإجتماعية (صفحات، مجموعات)، وأتاحت لمستخدميها ميزة إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة. وبلغ عدد أعضاء الشبكة وقتها نحو 35 ألف عضو، واستمرت في

العمل حتى العام 2001 لتستحوذ عليها شبكة «يوث ستريم» في صفقة بلغت قيمتها 125 مليون دولار وأغلقتها بعد ذلك.

وتبع ذلك ظهور شبكات موجهة الى أعراق بعينها، مثل شبكة «asianave.com»، الموجهة الى الأميركيين من أصل آسيوي، و«Blackplanet.com» الموجهة إلى الأميركيين من أصول أفريقية.. (طه ، 2016)

friendster -2

أسس الكندي جوناثان ابرامز موقع «friendster.com» عام 2002، الذي أتاح لمستخدميه التواصل والتفاعل ومشاركة الصور والرسائل والتعليقات ومقاطع الفيديو، ثم تعثر الموقع وبدأ في الهبوط، خصوصاً مع ظهور موقع «MySpace» الذي نسخ فكرته لكنه طور وأضاف الكثير من الميزات التي كان يفتقدها «friendster».

وتحول الموقع من شبكة تواصل اجتماعي الى شبكة ترفيه تركز على الألعاب والموسيقى في العام 2011، إلا انه أبقى على حسابات المستخدمين ووفر أداة لتصدير بياناتهم وصورهم والرسائل والتعليقات والمدونات والمنتديات والمجموعات. وتم تحديد موعد نهائي للمستخدمين لحذف بياناتهم كافة من بعده، وأغلق الموقع للتجديد في حزيران (يونيو) العام 2015.

وفي النصف الثاني من العام 2002 ظهرت منصة التدوين الفرنسية « skyrock.com»، ثم تحولت بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب. (طه ، 2016)

Hi5 - 3

صُنِّفَت Hi5 في العام 2007 بأنها أكبر شبكة تواصل اجتماعي بعد «MySpace»، ثم حلت الثالثة بعد «فايسبوك» في العام 2008. بحسب موقع تحليل الإنترنت «comScore». وتأسست الشبكة الاجتماعية على يد يلامانتشي رومو في العام 2003، وفي العام 2009 عُيِّن بيل جوسمن مديراً تنفيذياً لها، وركز على تحويلها إلى شبكة ألعاب بالإضافة إلى كونها للتواصل الاجتماعي. (gigaom,2017)

mySpace - 4

أسس شبكة mySpace كريس دي وولف وتوم أندرسون، لتصبح الشبكة الاجتماعية الأكثر انتشاراً حتى العام 2006. وجاء الموقع بميزات جديدة جذبت المستخدمين، مثل قدرتهم على تغيير ألوان ملفات التعريفية، ومشاركة ملفات الموسيقى والصور المتحركة بصيغة «GIF»، بالإضافة إلى دمج الدردشة في الموقع.

واستحوذت شركة «News Corporation»، المملوكة لروبرت مورديوخ، على الشبكة في العام 2005 في صفقة بلغت 580 مليون دولار، وفي العام 2006 تجاوزت «غوغل» كأكثر المواقع زيارة في الولايات المتحدة، ولكن في العام 2008 تجاوزها «فايسبوك» وأصبح أكثر المواقع زيارة. إلا أن الشبكة تراجعت بشكل حاد وصنفت في العام 2014 في المركز 982 عالمياً و392 في الولايات المتحدة. (alexa,2013)

linkedin - 5

يعد موقع linkedin أول شبكة إجتماعية مهنية تختص في البحث عن الوظائف وعرضها. تأسست الشبكة في العام 2002 وانطلقت رسمياً في العام 2003، ووصل عدد المستخدمين إلى 20 مليوناً في العام 2006 وقفز إلى 400 مليون مستخدم من أكثر من 200

دولة في العام 2015. وتتيح الشبكة التي تتوافر بأكثر من 24 لغة للمستخدم البحث عن الوظائف. وتمتلك أكثر من 7 آلاف موظف في أكثر من 30 مكتباً حول العالم.

(linkedin,2017)

Facebook -6

كانت النقلة الكبيرة في عالم شبكات التواصل الإجتماعي مع انطلاق الموقع الأشهر «facebook» رسمياً في العام 2004، ليتطور من المحلية إلى العالمية في العام 2006. وزاد عدد مستخدمي «facebook» في شكل كبير عندما أتاح تكوين التطبيقات للمطورين، ما أدى إلى تربعه على عرش مواقع التواصل الإجتماعي، بل ومواقع الإنترنت عموماً، من حيث عدد المستخدمين على مستوى العالم.

أسس الموقع مارك زوكربيرغ بالاشتراك مع زميليه في الدراسة داستن موسكوفيتز وكريس هيوز، وكانت عضوية الموقع مقتصرة على طلبة جامعة «هارفارد» في بداية الأمر، إلا أنها امتدت بعد ذلك لتشمل جامعات أخرى مثل «آيفي ليغ» و«ستانفورد»، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً فأكثر.

ومنذ انطلاق facebook لم يتوقف عن التطور، ليصبح أكبر شبكة تواصل اجتماعي، إذ وصل عدد مستخدميه إلى بليون مستخدم نشط يومياً، وأكثر من بليون و500 مليون مستخدم نشط شهرياً. ويعمل في الشركة أكثر من 12 ألف موظف، وتخطت قيمتها 300 بليون دولار.

استحوذ «فايسبوك» على تطبيقات اجتماعية وشركات تقنية خلال رحلته، بدءاً بتطبيق مشاركة الصور «إنستغرام» وتطبيق التراسل الفوري «واتس أب»، وشركة «أوكولوس» لتقنيات الواقع الافتراضي، وشركة لتصنيع الطائرات المسيرة. (wsj,2007)

7- Twitter

أسسه جاك دورسي وإيفان وليامز وبيز ستون في مدينة سان فرانسيسكو في العام 2006، ويقدم خدمة التدوين القصير بحيث لا تتعدى التغريدة الواحدة 140 حرفاً. وأصبح موقع «تويتر» أحد أكبر الشبكات الاجتماعية بعدما وصل عدد مستخدميه إلى أكثر من 500 مليون مستخدم، منهم أكثر من 300 مليون مستخدم نشط، لكنه يواجه حالياً مشكلة عدم القدرة على زيادة عدد المستخدمين وهبوطاً في قيمته. (googleblog,2009)

ثالثاً: التأثيرات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي :

1- التأثيرات الايجابية:

إن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل أضفت بعداً إيجابياً جديداً على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية وإجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها،و من أهم هذه الآثار الايجابية :

-نافذة مطة على العالم: حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للإطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.

(blogspot,2016)

- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي. (blogspot,2016)

- أكثر انفتاحا على الآخر : إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى. (blogspot,2016)

منبر للرأي والرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية. (معتوق و كريم،2012)

- التقليل من صراع الحضارات: فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية للمغرب بدون زيف الإعلام ونفاق السياسة، مما يقضي في النهاية على تقارب فكري على صعيد الأشخاص فالجماعات والدول. (blogspot,2016)

- تزيد من تقارب العائلة الواحدة: فالיום ومع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة. (blogspot,2016)
- تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة: حيث بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، وقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها إما بسبب التبنى أو الاختطاف أو الهجرة السرية، فيتم العثور على الأبناء. (الموسوي وآخرون، 2011، ص 47)

2- التأثيرات السلبية:

- مثلما يوجد آثار إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإن لها آثار سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية:
- يقلل من مهارات التفاعل الشخصي: فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقبل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فورا وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر. (فضل الله، 2011، ص 20)
- إضاعة الوقت: حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين، قد تكون جذابة جدا لدرجة تنسى معها الوقت. (blogspot,2016)

- الإدمان على مواقع التواصل: إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدين، يجعله-بسبب الفراغ- أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمرا صعبا للغاية خاصة وأنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل. (blogspot,2016)

- قلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغير الترفيه من قبل مجتمعاتنا العربية. (blogspot,2016)

- ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين. (blogspot,2016)

- انعدام الخصوصية: تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير. (blogspot,2016)

- الصداقات قد تكون مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان: فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن وليس فورا، ففيه نوع من النفاق. (blogspot,2016)

- انتحال الشخصيات: تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى استخدامها في الإبتزاز وإنتحال الشخصية ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف. (عجم، 2010، ص12)

- تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية: أضحي استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف والمحادثة فتحوّلت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام باتت الحاء "7" والعين "3". (عبد الصادق، 2013)

رابعاً: النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي:

أشارت العديد من الدراسات لضياع مفهوم المجتمع المحلي أو الواقعي في تحولات التحديث للمجتمعات البشرية، وبخاصة الدراسات التي ظهرت على يد كل من ماركس ودوركايم أو غيرهما، وذلك بناءً على تحليلات علم الاجتماع التقليدي classical sociology الأمر الذي تقاوم في مظاهر التحول والانتقال إلى مجتمعات ما بعد الحداثة كما يقول فوستر 1973 إن علم الاجتماع الحديث يشير إلى ضياع هذا المفهوم خصوصاً في المجتمعات الغربية الحديثة والذي عرفه جورج هيلري بعد فحصه لنحو 94 تعريفاً سيبيولوجياً وإخضاعها للتحليل الكيفي والكمي واستخلاصه لهذا التعريف على أنه "مجموعة من الناس يشكون في تفاعل اجتماعي وبغض الروابط المشتركة بينهم، ويشتركون في الوقت في مساحة ما على الأقل لبعض الوقت. (رحومة، 2008، ص64).

إن تجد في هذا التعريف خمس عناصر أساسية لتشكل المجتمع المحلي والمتمثلة في المجتمع: التفاعل، الروابط، المكان، الزمان.

وعليه فإن التمثيل الرقمي لحركة شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت والويب تحديداً أصبح يحوي مختلف الظواهر الاجتماعية بشكل الكتروني شاملاً بذلك التفاعل الاجتماعي برمته على مستوى الأفراد والجماعات والمنظمات وأيضاً المنتجات المعرفية والخدمية بأنواعها والاتصال والنماذج البنائية للمجتمعات الافتراضية التي أصبحت جميعها تتمثل بشكل رقمي مجرد على الشبكة.

1- النظرية البنائية:

وهي مقارنة اجتماعية تبحث عن عولمة العلاقات الاجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعي حسب الاتجاه وهي مجموعة من العلاقات التي يكونها مجموعة من الأفراد وتكون ذات نمط خاص ونوعي على سبيل المثال (التعاون، النصح، الرقابة) بين مجموعة من الفاعلين، وعليه فإن تحليل هذه الشبكات يقوم على منهجية لوصف عولمة البناء العلائقي لهذا المجتمع.

فمواقع التواصل الاجتماعي قد جعلت علاقات الأفراد أكثر تداخلاً واعتماد بعضها على بعض مما كان عليه الأمر في الماضي، حيث أصبح كل فرد يعيش في الساحة الخلفية للآخر، فشبكات الترابط ونقاط الوصل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تتقاطع خطوطها وتتجاوز الحدود تؤثر تأثيراً حاسماً على الأفراد المشاركين فيها، فنحن نعيش اليوم في عالم تزايد فيه اعتمادنا المتبادل مع الآخرين حتى لو كانت الأطراف الأخرى في هذا التشابك المتبادل تعيش على بعد آلاف الأميال منا.

2- نظرية الحلقة الإجتماعية:

هي مقارنة تقوم على وصف وربط الشبكات من خلال صفات وسمات داخلية (داخل

الشبكة). (Alain,1994 .p 213)

فمواقع التواصل الاجتماعي وفق هذه النظرية هو تفاعل مجموع المستخدمين لهذه الشبكة مع بعضهم وفق رموز وشفرات معينة، قواعد وتمثيلات توفرها لهم هذه المواقع ما ينجم عنه نظام معرفي داخلي خاص بهذه الأخيرة.

فالتفاعلات الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي هي إطار مترابط العناصر من الأغراض والأهداف والحاجات المشتركة بين الأعضاء، وأيضا اللوائح والقواعد والسياسات المتبعة والأنماط التي تفرز من خلال هذه التفاعلات بما يدعم الثقافة المشكلة، سواء أكانت في أصولها لدى المشاركين أو إفرازاتها من جراء التفاعلات الجديدة في هذه البيئة العلائقية التي تكونت في المجتمع الافتراضي.

حيث تتعمق الحلقات الاجتماعية بثلاث سمات وهي:

- التماسك الداخلي والذي يمثل قوة العلاقات بين الأفراد والأعضاء المشكلين للحلقة الاجتماعية.
- الهوية التي تميز حلقة اجتماعية عن الأخرى.
- تكامل الأدوار بين الأعضاء المشكلين لهذه الحلقة أو هذا التشابك الاجتماعي كما أن الأفراد قد ينتمون لعدة شبكات اجتماعية أو لحلقات اجتماعية.

3- نظرية الشبكة الإجتماعية:

"هي نظرية تتناول بالفحص والكشف والدرس نماذج وخصائص الروابط الاجتماعية وعلاقتها بحياة الأفراد والمنظمة الاجتماعية".

وتستخدم هذه النظرية إطار الدراسة كيف يرتبط الناس بعضهم ببعض، من خلال أواسط شبكات الحواسيب وتتضمن هذه الخصائص تركيب الشبكات، وحجم الشبكات، ومدى الشبكة والتردد الاتصالي بين الناس وكثافة الروابط المتبادلة بين الأشخاص وخصائص الأعضاء وتاريخ الشبكة والموارد المتاحة للشبكة كما أشار إلى ذلك ويهان وفرانك. رحومة، 2008، ص108

4- نظرية رأس المال الإجتماعي الافتراضي:

ترادف مع ظهور الثورة الاتصالية المعلوماتية ثورة مناظرة في المفاهيم منها الانترنت وخصوصا مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أعادت هذه الأخيرة التشكلات التفاعلية التي ظهرت في إطار ما يمكن تسميته بإعادة المفاهيم على نحو افتراضي، ومن هذه المفاهيم رأس المال الاجتماعي في سياقه الافتراضي.

فهذه النظرية ترى أن رأس المال الاجتماعي على الصعيد الافتراضي يتأسس بناء على شبكة من الارتباطات بين أفراد التفاعلات الافتراضية المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أن المجال الافتراضي يتأسس عبر تفاعلات الانترنت التي تشكل آلية التواصل لتحقيق رأس المال الاجتماعي الافتراضي، " وذلك عبر عدة من الخصال والسمات طرحها بالانشرد وهورن وهي التبادل المعلوماتي والدعم الاجتماعي". وليد رشاد زكي: رأس المال الاجتماعي بين السياق الواقعي والافتراضي. (Accronline.june.27.2017)

ويقصد بهذا الارتباط التحولات التي تحدث من السياقات الواقعية إلى السياقات الافتراضية والعكس، بمعنى الاشتراك في المجموعات المنظمة عبر الإنترنت ذات الأبعاد الاجتماعية يؤسس علي عنصرين الأول متمثل في التبادل المعلوماتي: ويدرك المتأمل لهذه المقولة أن التبادل المعلوماتي يسهم في طرح مجال للاستفادة في حل المعضلات ذات الأبعاد التقنية والاجتماعية. ولقد اعتبر بالانشرد ان فكرة تبادل المعلومات من محددات تشكل رأس المال الاجتماعي في سياقاته الافتراضية، حيث تطرح أوجه للتبادل الفاعل. ويتمثل العنصر الثاني في الدعم الاجتماعي: والمقصود به هنا هو الدعم الذي يستفيد به الفرد من خلال امتلاكه شبكة من العلاقات الاجتماعية عبر تفاعلات المجتمع الافتراضي يمكن من خلالها تحقيق منافع تتأرجح هذه المنافع بين الواقع الافتراضي والمجتمع الواقعي.

خامسا: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

ويوجد الكثير من العوامل التي تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشئ حساباً واحداً له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصاً الشباب للإشتراك في هذه المواقع ما يلي:

1- المشاكل الأسرية:

تعتبر الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والأمان والحماية والاستقرار، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الإضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلاً في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

2- الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته حيث يبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي، فعدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيسبوك مثلاً لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد وسائل ملء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم. (مرسي، 2012، ص 157).

3- البطالة:

إن عملية الإنقطاع أو عدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي هو نتيجة تراكم العوائق والإنقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية والتي تعد من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول إفتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصاً ناقماً على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وإيديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الإحتيال والنصب. الوافي الطيب وبهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات. (Kankji,2017)

4- الفضول:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي عالماً افتراضياً مليئاً بالأفكار والتكنولوجيا الحديثه والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب لأن يقوم باستخدامها أي فرد. (الجزيرة، 2017)

5- التعرف وتكوين الصداقات:

سهلت مواقع التواصل الإجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد. (الجزيرة، 2017).

6- التسويق أو البحث عن وظائف:

أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الإتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الإنضمام إليها والإشتراك بها.

فلتعدد العوامل التي تدفع الأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الإجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنافس عن الذات. Phillippe Torloting, Ibrid

سادسا: التأثيرات النفسية والإجتماعية لمواقع التواصل الإجتماعي

إن إستخدام الشبكات الإجتماعية للتواصل مع الآخرين والتفاعل معهم في ظل عالم افتراضي هو أمر يمكن أن يقدم وسيلة ممتازة لمتابعة الهوايات وتأسيس الصداقات الجديدة وتعزيز العلاقات والتشارك بالأفكار، وبالرغم من كثرة فوائد التواصل على الإنترنت إلا أن الإنسياق غير الواعي صوب تأسيس العلاقات الإجتماعية عبر الإنترنت بما قد تتضمنه من نشر لكثير من المعلومات الشخصية على صفحات المواقع الإجتماعية الخاصة والمدونة الإلكترونية، أو حتى أثناء تبادل الحديث قد يشكل مخاطر على المستخدم، حيث أن عدم

المبالاة يمكنها أن تؤدي إلى الإساءة إلى سمعته من جراء استعمال تفاصيله الشخصية بطرق لم يقصدها أبداً وخارج السياق الخاص بها ، أو تعرضه إلى الإحتيال، سرقة الهوية، النصب، الرسائل الإلكترونية الإعلانية المزعجة، التحرش أو المطاردة الإلكترونية، وغيرها. (عبده ، 2009)

1- وقاية الأسرة والأبناء من مخاطر الإنترنت:

تعتبر الأسرة الخلية واللبنة الأولى في أي مجتمع حيث يطلق عليها علم الاجتماع الأسرة الذرية والتي تعيش تحت سقف واحد هو المنزل، وتعتبر هي المسؤولة عن إدارة الشؤون اليومية في المنزل وسد حاجات الأبناء وتنمية شخصياتهم وتوجيه مستقبلهم ورعايتهم من مشاكل وأخطار هذه الايام كمخاطر الإنجراف والوقوع فرائس في مكائد واغوائت عالم غامص غير مرئي، هو الإنترنت أو عالم الفراغ الإلكتروني ومواقع التواصل الإجتماعي خاصة، وتعتبر التوعية والتربية الوقائية ضد الانجراف في هذه المشاكل والأخطاء الإدراكية والسلوكية هي أنجح سبل الوقاية من التعرض للمشاكل الحياتية أو السلوكية والوقوع في مكائد استخدام التواصل الاجتماعي والانترنت بشكل عام. (حمدان، 2006، ص 67)

2- حماية الأبناء من سبل الانحراف على الانترنت :

يوفر الانترنت عدة فوائد للأسرة والأبناء في كثير من أوجه الحياه العملية والعلمية الا أن هناك أيضا العديد من مواقع الإنحراف التي تبذل جهوداً كبيرة لتظليل الأبناء وشدهم للإنزلاق في مشاكل سلوكية وخلقية خطيرة تفقدهم في الغالب قدراتهم على التفكير القويم والميول السوية والإجتماع المدني في واقع الحياة اليومية.

ويتعرض الأبناء إلى الكثير من المخاطر خلال استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي أو الإنترنت بجميع وسائله إذا لم تقم الأسرة بواجباتها تجاههم في الوقت المناسب بتوفير بيئة متفاعلة آمنة تحميهم من الإنترنت ومن هذه الأمثلة سوء المعلومات على الإنترنت وحماية الأبناء من تسويق الكراهية والحقد.

إن الإنترنت وبخاصة مواقع التواصل الإجتماعي هو البيئة الأكثر تسيباً من بين كل البيئات الواقعية والإلكترونية التي يعيشها الإنسان فهو بدون حدود جغرافية وبقنوات اتصال لا نهائية مفتوحة بكل الإتجاهات على مدار كل ثانية، حيث يسمح للجيد والسيء الدخول إليه والخروج منه في أي وقت يشاءون. (حمدان، 2006، ص78)

3- حماية الأبناء من الكلام اللفظي أو الإنفعالي عبر مواقع التواصل الإجتماعي:

خلال الاتصالات في مجموعات المناقشة وغرف المحادثة يتعرض الأبناء لرسائل فيها من الألفاظ الخشنة غير المتحضرة واللغة العامية السيئة والسباب أو من الكلام الملتهب المثير للغرائز والشهوات والإنفعالات الإيجابية والألفاظ السلبية مثل الغضب والغيض والحقد والخوف الشعور بالانتقام. (محمود، 2011، ص82)

4- حماية الأبناء من تكوين أدوات تدميرية على الإنترنت:

إن صناعة المساحيق والمواد المتفجرة مثل الجليسرين والأمونيا والبرافين والقنابل الذرية القذرة ناهيك عن ادوات العنف التقليدية مثل الآلات الحادة المختلفة هي عينات لا يمكن للأبناء تطويرها من خلال الإنترنت وكيف يمكن للأسرة ضبط إطلاع الأبناء على مثل هذه الوسائل ومصادر التدمير على الإنترنت ثم التأكد من عدم استعمالهم لمعلومات الإنترنت في صناعة أو إعداد مثل هذا الأذى البشري مرة أخرى.

5- حماية الأبناء من مواقع تسويق المخدرات والكحول والتبغ ومراكز القمار:

من أمثلة المواقع المؤذية المتاحة على الإنترنت الأمر الذي يضع أعباء إضافية على الأسرة لتجنب الأبناء مخاطر الانحراف في مزلقها المدمرة للعقل والصحة والمال في آن واحد. وتتخلص مخاطر المواقع الحالية في هذه مظاهر:

1- الانحراف السلوكي العام نتيجة تغييب العقل وتدهور الصحة النفسية والجسمية للأبناء الخسائر المالية التي يسببها الأبناء للأسرة في شراء الممنوعات أو في خسائر العاب القمار باستخدام بطاقات اعتماد الأسرة أو أرقام حسابات بنكية أو هدر مدخرات مالية للأبناء أنفسهم أحياناً. (محمود، 2011، ص85).

إن حجم عالم الشبكة العنكبوتية كبير جداً فقد تم ارسال 107 تريليونات رسالة إلكترونية في العام 2010 بمعدل يومي بلغ 294 مليار رساله، ويبلغ عدد مستخدمي البريد الإلكتروني حول العالم 1.88 مليار وثمة 480 مليوناً من مستخدمي البريد الإلكتروني الجدد زادوا هذا العام عن العام الذي سبقه، حيث أن الإحصاءات الأخرى تشير الدهشة، 25% فقط منها للشركات.

ويبلغ عدد المواقع الإلكترونية 255 مليوناً حتى كانون الأول 2010 وهناك 21.4 مليوناً من المواقع الإلكترونية المضافة في 2010، ويبلغ عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم حتى يونيو حزيران 2010 نحو ملياري مستخدم، 14% نسبة زيادة عدد مستخدمي الإنترنت عن السنه السابقة، منهم 825.1 مليوناً في آسيا و475.1 مليوناً في أوروبا و266.2 مليوناً في أمريكا الشمالية، و204.7 مليون في أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي و110.9 مليوناً في أفريقيا و63.2 مليوناً عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط. (الأسمر، 2011)

وفي دراسة في الولايات المتحدة اتضح أن من بين كل أربعة زيجات في عام 2008 كانت هناك زيجة تقف وراءها الشبكات الإجتماعية بشكل أو بآخر، ويزيد مستخدمو هذه الشبكات عن 400 مليون مستخدم وهو ما يعادل تقريباً تعداد سكان أستراليا ب 19 مره فقط. (بتاوي، سلطان، 2010).

سابعا: الإعلام الجديد والإعلام الرقمي

تكمن أهمية الإعلام الجديد في القيمة المعلوماتية وسرعة إيصال المعلومات، وضمان وصولها للشرائح المستهدفة، فضلاً عن تميزه بالتفاعلية ورخص الوسيلة واهتمام جميع أفراد المجتمع به، ويعد الإعلام الجديد في انتشار سريع وهائل كونه أزاح هم الرقابة عن كاهله، وأصبح بمقدور الصحفي نشر ما يشاء من خلف جهازه دون أن يمر على الرقابة أو يخضع للقانون، وسهل على المتلقي متابعة الأخبار، حيث وفر عليه الجهد والوقت والمال، بالإضافة إلى سرعة نقل الخبر ونشره ليصل إلى كل العالم في نفس الوقت وبتكلفة بسيطة جداً مقارنة مع تكلفة الإعلام الورقي، كما أتاحت الفرصة لحدوث حالة من التفاعل بين القارئ والكاتب. (الشعراوي، 2015).

يمثل الإعلام الجديد فرصة للمجتمعات والثقافات أن يقدم نفسه للعالم، فالإعلام الجديد وبشكل خاص الانترنت فتح المجال أمام الجميع بدون استثناء وبدون قيود لوضع ما يريدون على شبكة الإنترنت ليكون متاحاً للعالم رؤيته، وهذا يتطلب استعداداً حقيقياً للاستثمار في هذه الوسيلة، والأهم من ذلك استثمارها بشكل إيجابي، ناجح ومؤثر وفعال. (الشميري، 2010).

ويعرف الإعلام الجديد بأنه العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر، الكمبيوتر، الشبكات والوسائط المتعددة، وتمثل ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت

الراهن أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية، ومن أهم نتائج الثورة المعلوماتية التغييرات الكبرى التي حدثت في الصناعة الإعلامية وأنماط استهلاك المعلومات وانتاجها ونشرها والتشارك في مضامينها. (الشميري، 2010).

يعد الإعلام الجديد أو الرقمي عملية نقل واستقبال للمعلومات بين طرفين أو أكثر عبر عدة قنوات مباشرة وغير مباشرة، من ضمنها شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، حيث يتفاعل داخل محيطها المرسل والمستقبل في إطار رسالة معينة عبر قناة تجمع الطرفين فيظهر أثر التفاعل الدلالي بينهما من تبادل وتبليغ وتأثير ويظهر أيضا الأثر السلوكي المؤثر على المتلقي إما إيجابيا أو سلبياً، ذلك أن تلك العملية سارت وفق انفعالات وتعابير وميول شخصية أو ايولوجية. شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي. (محمود، 2011، ص 85)

وتضع كلية "شريديان التكنولوجية « cheridan » تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: " أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته. (صادق، 2011، ص 9). كما أن الإعلام الجديد يشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت.

وتتيح وسائط الإعلام الجديد إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الإنترنت ويعتبر الإنترنت

السبب الرئيسي لوصف هذا النمط من الإعلام الجديد. شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي ، (محمود 2011 ، ص60).

إن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية فإن ذلك سيمنحه منطقاً أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام ، وعلاقة أكثر استقلالاً مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي وخيار أكبر للمستخدم، وعندها تكون الطريقة التي يتعامل فيها الناس مع المصادر الإخبارية على الإنترنت مباشرة، ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيلاً لمعرفة الإنترنت على البنية السياسية للمجتمع. (Lister,2003)

ثامناً: الإعلام الرقمي وجمهور الإعلام الجديد

شهدت شبكات التواصل الاجتماعي منذ عام 2011 ارتفاعاً غير مسبوق بشعبية المواقع كتويتر وفيس بوك ويوتيوب وغيرها ، وذلك بسبب التطور الذي أحدثته تكنولوجيا الاتصال ما وفر وسائل استثنائية لنقل خدمات يحتاجها الناس في عملهم وحياتهم اليومية، فضلاً عن وقوع أحداث وثورات اجتاحت العالم العربي كالتي عاشتها مصر وتونس. شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي (محمود ، 2011 ، ص74).

ويقفز إلى الذهن في هذا الصدد الأحداث والإحتجاجات التي شهدتها العالم العربي كمثال على الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الإحداث بالنص والصورة إلى متلقيها عبر وسائل الإعلام استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتوير وسيلة لإتصال السياسيين بالجمهور كما أصبحت أداة في الحملات الإنتخابية كما جرى في الإنتخابات الأمريكية وانتخابات الرئاسة الإيرانية، حيث وجد رجال الأعمال والشركات والمؤسسات في تلك المواقع طرق مثلى من حيث السرعة والتكاليف للإتصال بالمستهلكين، بسبب دورها في تنظيم الصفوف وتنظيم الإحتجاجات وغيرها. ، وفي آخر إحصائية لعام

2011 تبين أنه يوجد 900 مليون صفحة على الفيس بوك و200 يدخلون عليه من خلال هواتفهم الذكية، كما أن الإنترنت على الهواتف الذكية تسهل على الناس المهمة وتوفر عناء الجلوس أمام الكمبيوتر. شبكات التواصل الإجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، (محمود، 2011، ص76).

إن التهديدات التي يشعر بها الناشرون التقليديون هي أقوى الأدلة على قوة التأثيرات التي أحدثها الإعلام الجديد في مجال النشر والإعلام ، وهما عاملان مهمان لتشكيل الوعي في كل دول العالم، وإذا أضفنا إلى ذلك المناهج الدراسية التي يمكن تداولها وتدريسها على الإنترنت أيضا سوف نكتشف الإمكانيات الهائلة التي أتاحتها الإنترنت بعد أن أصبحت منصات للإعلام والتعليم والتواصل. (محمود، 2011، ص73).

تاسعا: العلاقات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعية

تعد وسائل التواصل الإجتماعي أقصر الطرق إلى الطلاق والإنفصال بين الزوجين، حيث أشارت الإحصائيات إلى أن موقع الفيسبوك يعد المتهم الأول المسؤول عن ارتفاع نسب الطلاق العالمية، حيث أن 20% من حالات الطلاق في الولايات المتحدة الأمريكية سببها المباشر هو «فيسبوك»، بينما يعد تطبيق «واتساب»، في المرتبة الثانية حيث أنه تسبب في 40% من حالات الطلاق في إيطاليا، وفي ذات الجانب، ذكر موقع «ديفورس-أون لاين» line on Divorce البريطاني أن «فيسبوك» وحده تسبب في ثلث حالات الطلاق في بريطانيا عام 2011. (مجلة البيان، 2015).

يعد التفكك الأسري هو إحدى المنافذ والشغرات التي قد تؤدي بها وسائل التواصل المختلفة، حيث أثبت حدوث حالات تفكك أسري وبعض حالات الطلاق بفعل انفتاح هذه

الوسائل وعدم نضج بعض المتعاملين معها لتصبح منفذا للمجرمين والإرهابيين وتسمح باستدراج بعض أفراد المجتمع. (الحيدري، 2015).

وتبين أن نسبة الأشخاص الذين لا يقضون وقتنا مع عائلاتهم ارتفعت نسبتهم إلى 45 بالمئة بسبب الانشغال بمواقع التواصل الاجتماعي، وشكلت هذه المواقع خطرا على الكثير من العلاقات الاجتماعية كعلاقات الصداقة، وقطع العلاقات بين المقربين، إضافة إلى تضييع وقت كثير دون استثماره في شيء مفيد، وأثرت على الحالة النفسية للمستخدم، وزيادة الإحساس بالوحدة والاكنتاب، واحداث عدم رغبة المستخدم في الاختلاط والإكتفاء بمتابعة الحياة عبر الشاشة، ومراقبة أصدقائه بدلا من التفاعل معهم، فضلا عن التأثير على الترابط الأسري، والشعور بالوحدة والعزلة الاجتماعية والاكنتاب وعدم الثقة في النفس. (رجب، 2015، ص21).

يهدد وجود الإنترنت ترابط العلاقة الأسرية الحميمة، خاصة عند قضاء أحد أفراد العائلة وقتا طويلا أمام الإنترنت، مما يزيد من شك أحد الزوجين في الاستعمال لهذا التكنولوجيا في حد ذاتها، مما يؤدي إلى ظهور خيانة زوجية، والهروب إلى المواقع المخلة بالحياء، التي تؤثر سلباً على العلاقة الزوجية. (وازي، ويوسف، 2013).

وفي دراسة أجراها الأستاذ علم الاجتماع في الجامعة الأردنية الدكتور حلمي ساري، حول تأثير مواقع التواصل على العلاقات الأسرية والقريبة في المجتمع، كشفت أن الفتيات الجامعيات يبحثن في مواقع التواصل الاجتماعي عن حاجاتهن بتكوين علاقات مع الجنس الآخر؛ ووصلت نسبة من يستخدمونه لهذه الغاية، أعلى بشكل واضح من الذكور الذين يستخدمونه للغاية نفسها، إذ بلغت 83.3 % للإناث مقابل 63.5 % للذكور.

أما عن الجانب المتعلق بالزواج، فوجدت الدراسة تراجعاً لعملية الضبط الأسري على الشباب؛ إذ رأى عدد منهم أن هذه المواقع، أتاحت لهم فرصة للتحرر منه عند اختيارهم لشريك العمر، وفق ساري.

ولفت إلى أن العلاقة ما تزال تتسم بالقوة والترابط والحميمية بينهم وبين أسرهم، بنسبة بلغت نحو 72.3%. (صحيفة الغد، 2015).

وفي دراسة أخرى أعدها كل من الدكتور محمد سعيد والدكتور وجدي شفيق بكلية الآداب جامعة طنطا عن (الآثار الاجتماعية للإنترنت على الشباب) ، كشفت أن 50.07 % من العينة يذهبون إلى أن شبكة الإنترنت تؤثر سلباً على الوقت الذي يتم قضاءه مع أسرهم، ورأى 52.5% من المبحوثين أن لشبكة الإنترنت تأثير سلبي على العلاقات الأسرية، وذهب 60.8 أن لها تأثير سلبي على العلاقات مع الأقارب حيث تقل معدلات الزيارات الأسرية. (مجلة البيان، 2010).

الفصل الثالث

نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

جدول (1) يوضح الجدول الخصائص الديمغرافية للمرأة الأردنية المتزوجة

النسبة	التكرار	الفئات	
90.0	360	متزوجة	الحالة الاجتماعية
7.2	29	مطلقة	
2.8	11	أرملة	
22.5	90	سنة (20-29)	العمر
43.5	174	سنة (30-39)	
25.5	102	سنة (40-49)	
4.0	16	سنة (50-59)	
4.5	18	سنة فأكثر (60)	
14.8	59	ثانوية فما دون	المؤهل التعليمي
12.7	51	دبلوم متوسط	
63.0	252	بكالوريوس	
9.5	38	دراسات عليا	
44.5	178	انساني	التخصص
48.7	195	علمي	
6.8	27	بدون تخصص	
34.5	138	من 1-3 أفراد	عدد أفراد الأسرة
37.0	148	من 4-5 أفراد	
28.5	114	من 6 فأكثر	
67.5	270	مدينة	مكان الإقامة
32.5	130	قرية	
34.5	138	اقل من 500 دينار	الدخل الشهري
48.5	194	من 500-1000 دينار	
17.0	68	اكثر من 1000 دينار	
82.2	329	شمال	الإقليم
11.5	46	جنوب	
6.3	25	وسط	
71.0	284	اعمل	العمل
29.0	116	لا اعمل	
81.0	324	امتلك	امتلاك أجهزة ذكية
19.0	76	لا امتلك	
100	400	المجموع	

توضح بيانات الجدول رقم (1) إلى أن فئة "المتزوجات" من عينة الدراسة قد احتلن المرتبة الأولى بعدد (360) مفردة بنسبة (90.0)%، من إجمالي عينة الدراسة، يليهن فئة "المطلقات" بعدد (29) مفردة بنسبة (7.2)%، من إجمالي عينة الدراسة، بينما تبنى عدد "الأرامل" إلى (11)، مفردة بنسبة (2.8)%، من إجمالي عينة الدراسة.

ويوضح الجدول أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تتراوح أعمارهن ما بين (30-39) سنة إذ بلغ عددهن (174) مفردة بنسبة (43.5)%، من إجمالي عينة الدراسة، يليهن من تتراوح أعمارهن ما بين (40-49) سنة، إذ بلغ عددهن (102) مفردة بنسبة (25.5)%، من إجمالي عينة الدراسة، ثم من تتراوح أعمارهن ما بين (20-29) سنة، إذ بلغ عددهن (90) مفردة، بنسبة (22.5)% من إجمالي عينة الدراسة، ثم من تتراوح أعمارهن (60) سنة فأكثر) إذ بلغ عددهن (18) مفردة، بنسبة (4.5)% من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً من تتراوح أعمارهن ما بين (50-59) سنة، إذ بلغ عددهن (16) مفردة بنسبة (4.0)% من إجمالي عينة الدراسة.

ويظهر الجدول أن الحاصلات على شهادة البكالوريوس في المرتبة الأولى بعدد (252) مفردة بنسبة (63.0)% من إجمالي عينة الدراسة، يليهن في المرتبة الثانية الحاصلات على شهادة الثانوية العامة فما دون بعدد (59) مفردة بنسبة (14.8)% من إجمالي عينة الدراسة، ثم الحاصلات على شهادة الدبلوم المتوسط بعدد (51) مفردة بنسبة (12.7)% من إجمالي عينة الدراسة، وتدنت نسبة من يحملن شهادة " الماجستير والدكتوراه" بشكل ملحوظ حيث بلغ عددهن (38) مفردة، بنسبة (9.5)% من إجمالي عينة الدراسة.

ويتبين من الجدول (1)، أن من يتراوح عدد أفراد أسرتهن (4-5) قد جنن في المرتبة الأولى بعدد (148) مفردة بنسبة (37.0)% من إجمالي عينة الدراسة، يليهن من يتراوح عدد

أفراد أسرتهن (3-1) بعدد (138) مفردة بنسبة (34.5%) من إجمالي عينة الدراسة، وتدنّت نسبة من يتراوح عدد أفراد أسرتهن (من 6 فأكثر) بعدد (114) مفردة بنسبة (28.5%) من إجمالي عينة الدراسة.

ويشير الجدول إلى أن عدد اللواتي يتراوح دخل أسرتهن الشهري (500-1000) دينار قد بلغ (194) مفردة بنسبة (48.5%) من إجمالي عينة الدراسة، ثم من يتراوح دخل أسرتهن الشهري (أقل من 500) دينار قد بلغ (138) مفردة بنسبة (34.5%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً بلغ عدد من يتراوح دخل أسرتهن الشهري (أكثر من 1000) دينار بعدد (68) مفردة بنسبة (17.0%) من إجمالي عينة الدراسة.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة

1- درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الإجتماعي

جدول (2) يوضح الجدول درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الإجتماعي

النسبة	التكرار	الفئات
9.5	38	نادرا
33.2	133	أحيانا
57.3	229	دائما
100	400	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل المرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة) " دائماً" بنسبة بلغت (57.3%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها الاستخدام "أحيانا" بنسبة (33.2%) من إجمالي عينة الدراسة، ثم الاستخدام "نادراً" بنسبة (9.5%) من إجمالي عينة الدراسة. ويمكن تفسير ذلك أنه وفي ظل التنامي والتطور الكبير لإرتفاع معدل استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل جميع فئات المجتمع وخاصة المرأة الأردنية المتزوجة ، يرتدن صفحات التواصل الإجتماعي لمدة طويلة حيث يتعرضن لها ويستخدمنها أكثر من الوسائل الإتصالية الأخرى.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (حمود 2013) و(الجمال 2014) و(السقا 2015) وتتعارض

مع دراسة (عبد المجيد 2008)

2- درجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (3) يوضح الجدول درجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الفقرات	المرتبة
			%	ك	%	ك	%	ك		
1	.770	3.44	55.8	223	38.5	154	5.8	23	فيسبوك	1
2	.959	3.35	58.0	232	30.5	122	11.5	46	واتساب	5
3	1.159	2.79	32.3	129	41.3	165	26.5	106	انستغرام	3
4	1.109	2.68	23.0	92	49.5	198	27.5	110	يوتيوب	10
5	1.249	2.56	29.0	116	34.5	138	36.5	146	سناپ شات	4
6	1.200	2.34	18.5	74	39.5	158	42.0	168	تويتر	2
7	1.151	2.02	10.8	43	35.0	140	54.3	217	فايبر	7
8	1.158	1.98	11.3	45	32.0	128	56.8	227	ياهو ماسنجر	15
9	1.100	1.90	7.3	29	34.0	136	58.8	235	ايمو	9
10	1.077	1.79	6.8	27	29.3	117	64.0	256	لاين	8
11	1.011	1.77	2.5	10	34.5	138	63.0	252	تيليجرام	6
12	1.052	1.73	6.0	24	27.3	109	66.8	267	سكايب	13
13	.970	1.60	3.3	13	25.3	101	71.5	286	ماي لايف	11
14	.926	1.51	3.3	13	20.5	82	76.3	305	لينكد ان	14
15	.923	1.50	3.3	13	20.3	81	76.5	306	ماي سبيس	12

توضح بيانات الجدول السابق درجة تفضيل مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن

المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (1.50-3.44) %، وتصدر موقع فيسبوك المرتبة

الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.44) %، وذلك كوسيلة مفضلة للمرأة الأردنية المتزوجة

(عينة الدراسة) لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ثم يليه الواتسب ثم الانستغرام فالويوتيوب

ثم سناپ شات وتويتر وياهو ماسنجر، ثم يليه الايمو واللاين والتيليجرام وسكايب وماي لايف

ثم اللينكد ان، بينما جاء موقع ماي سبيس. في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ

(1.50) %، وهذا ما أشارت اليه نتائج العديد من الدراسات السابقة والتي خلصت إلى تفوق

موقع الفيس بوك في الإستحواذ على مختلف فئات الجمهور وذلك من خلال المميزات المتعددة التي تتوفر في هذا الموقع الإجتماعي كالتحديثات المستمرة والتي ترضي مستخدميه دائماً، مقارنة ببقية مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (نجات 2012) و (الدبيسي والطاهات 2013) و(العلونة 2012) و(الشهري 2012) و (نومار 2012) و(الجمال 2014) وتختلف مع دراسة (السقا 2015)

3- الأماكن التي تستخدم فيها المرأة الأردنية المتزوجة المواقع الإجتماعية

جدول (4) يوضح الجدول الأماكن التي تستخدم فيها المرأة الأردنية المواقع الإجتماعية

الأماكن	التكرار	النسبة
المنزل	284	71
العمل	87	21.8
الأصدقاء	71	17.8
الأقارب	52	13
ن	400	

توضح بيانات الجدول السابق الأماكن التي تستخدم فيها مواقع التواصل الإجتماعي، وتبين أن من يستخدم المواقع الإجتماعية في "المنزل" قد جئن في المرتبة الأولى وبلغ عددهن (284) مفردة بنسبة (71%) من إجمالي عينة الدراسة، ويليهن في المرتبة الثانية بفارق كبير عن سابقتها ممن يستخدمن هذه المواقع في "العمل" وبلغ عددهن (87) مفردة بنسبة (21.8%) من إجمالي عينة الدراسة، وفي المرتبة الثالثة ممن يستخدمن هذه المواقع عند "الأصدقاء" حيث بلغ عددهن (71) مفردة بنسبة (17.8%) من إجمالي عينة الدراسة، وفي المرتبة الأخيرة ممن يستخدمن هذه المواقع عند "الأقارب" حيث بلغ عددهن (52) مفردة بنسبة (13%) من إجمالي عينة الدراسة.

وقد تعزى هذه النتيجة لوجود جهاز الـ " واي فاي" في المنزل، الأمر الذي يمكنهم من استخدام المواقع الإجتماعية نظراً للسعة اللامحدودة فيه ، والوقت المتاح لإستخدام هذه المواقع في المنزل يكون أكبر من غيره من الأماكن.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (نجادات 2012) و(نومار 2012) و(الجمال 2014)

و(عبد الرزاق 2013)

4- الوسيلة التي تستخدم من خلالها المرأة الأردنية المتزوجة مواقع التواصل

الإجتماعي

جدول (5) يوضح الجدول الوسيلة التي تستخدم من خلالها المرأة الأردنية المتزوجة مواقع التواصل

الإجتماعي

الوسيلة	التكرار	النسبة
الهاتف النقال	335	83.8
لاب توب	55	13.8
الجهاز الشخصي	52	13
آي باد	26	6.5
ن	400	

توضح بيانات الجدول السابق الوسائل التي تستخدم من خلالها مواقع التواصل

الإجتماعي، وتبين أن من يستخدمون "الهاتف النقال" للدخول للمواقع الاجتماعية قد احتلن

المرتبة الأولى، وبلغ عددهن (335) مفردة بنسبة (83.8)% من إجمالي عينة الدراسة،

ويليهن في المرتبة الثانية ممن يستخدمون "اللابتوب" للدخول لهذا المواقع بلغ عددهن (55)

مفردة بنسبة (13.8)% من إجمالي عينة الدراسة، وفي المرتبة الثالثة ممن يستخدمون "الجهاز

الشخصي" للدخول لهذه المواقع بلغ عددهن (52) مفردة بنسبة (13) % من إجمالي عينة

الدراسة ، بينما في المرتبة الرابعة ممن يستخدمون " آي باد" للدخول لهذه المواقع بلغ عددهن

(26) مفردة بنسبة (6.5)% من إجمالي عينة الدراسة.

وتعزى هذه النتيجة إلى انتشار الهواتف الذكية بنسبة كبيرة في الأردن بحسب ما جاء في دراسة أجرتها شركة سيسكو في الشرق الأوسط تبين من خلالها أن الأردن سجل أعلى نسبة في انتشار الهواتف الذكية في الشرق الأوسط بنسبة 75%، ومن جهة أخرى يتمكن المستخدم للهواتف الذكية من تحميل كافة المواقع الإلكترونية بسهولة وسرعة أكبر إضافة إلى صغر حجمه وحمله إلى أي مكان.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (الشهري 2012) وتختلف مع دراسة (الديبسي

والطاهات 2013)

5- أسباب استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (6) يوضح أسباب استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		لا		الفقرات	الترتيب
			%	ك	%	ك	%	ك		
1	.604	3.69	74.0	296	23.5	94	2.5	10	معرفة الأخبار والمعلومات	1
2	.764	3.39	50.3	201	44.0	176	5.8	23	حب استطلاع	3
2	.822	3.39	53.8	215	39.0	156	7.3	29	التواصل مع الأهل والأصدقاء	9
4	.854	3.37	53.3	213	38.5	154	8.3	33	سرعة نقل الأخبار	4
5	.697	3.31	40.3	161	55.3	221	4.5	18	تسليية وترفيه	2
6	1.052	3.11	44.8	179	38.5	154	16.8	67	جزء من الروتين اليومي	11
7	1.058	2.96	34.8	139	46.0	184	19.3	77	الفراغ	6
7	1.069	2.96	35.3	141	45.0	180	19.8	79	الاستفادة في مجال العمل والدراسة	10
9	1.033	2.75	20.8	83	56.3	225	23.0	92	المشاكل الأسرية	5
10	1.134	2.30	12.5	50	46.5	186	41.0	164	التسويق والبحث عن وظائف	8
11	1.222	2.26	18.5	74	35.0	140	46.5	186	البطالة	7

توضح بيانات الجدول السابق دوافع استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع

التواصل الاجتماعي حيث تبين أن المتوسطات الحسابية للأسباب التي تدعو المرأة لإستخدام

مواقع التواصل الاجتماعي قد تراوحت ما بين (2.26-3.69) % ، حيث جاءت معرفة الأخبار

والمعلومات في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.69) %، يليه دافع "حب

الإستطلاع" بنسبة (3.39) %، ثم جاء دافعهم للإستخدام بغية التواصل مع الأهل والأصدقاء في الترتيب الثالث بنسبة (3.39) %، يليه دافع سرعة نقل الأخبار، ثم التسلية والترفيه ، ثم جزء من الروتين اليومي وملئ الفراغ، يليه الإستفادة في مجال العلم والدراسة، فالماكل الأسرية، ثم التسويق والبحث عن الوظائف، بينما جاءت البطالة في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.26) %.

وتعزى هذه النتيجة إلى أن معرفة الأخبار والمعلومات لا يزال الدافع الأبرز لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي لمعرفة كل ما هو جديد في هذا العالم، والتعرف على الثقافات الجديدة.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (نجات 2012)، و(نومار 2012) وتختلف مع دراسة (العلاونه 2012) و(الدبيسي والطاهات 2013) و(عبد الرزاق 2013) و(الطيبار 2014) و(السقا 2015).

6- الموضوعات المفضلة لدى المرأة الأردنية المتزوجة في مواقع التواصل الإجتماعي

جدول (7) يوضح الجدول الموضوعات المفضلة لدى المرأة الأردنية المتزوجة في مواقع التواصل الإجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		الفقرات	الترتيب
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1	.710	3.45	4.3	17	.0	0	41.8	167	54.0	216	اجتماعية	2
2	.704	3.40	4.3	17	0	0	47.8	191	48.0	192	دينية	7
3	.829	3.33	7.8	31	0	0	43.8	175	48.5	194	ثقافية	4
4	.988	3.21	13.5	54	0	0	38.8	155	47.8	191	أسرية	6
5	1.011	2.94	18.0	72	0	0	51.8	207	30.3	121	فنية	3
6	.871	2.89	14.8	59	0	0	67.3	269	18.0	72	اقتصادية	5
7	.950	2.88	17.3	69	0	0	60.3	241	22.5	90	سياسية	1

توضح بيانات الجدول السابق الموضوعات المفضل تناولها في مواقع التواصل

الإجتماعي، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للموضوعات المفضلة في مواقع التواصل

الإجتماعي ما بين (2.88-3.45) %، حيث جاءت الموضوعات الإجتماعية في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.45) %، ويليهما الموضوعات الدينية بمتوسط حسابي بلغ (3.40) %، ثم يليها في المرتبة الثالثة الموضوعات الثقافية وبلغ متوسطها الحسابي (3.33) %، ثم يليها الموضوعات الأسرية بمتوسط حسابي (3.21) %، ثم الموضوعات الفنية بمتوسط حسابي (2.94) %، وجاءت الموضوعات الإقتصادية بمتوسط حسابي بلغ (2.89) %، بينما جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الأخيرة وبتوسط حسابي بلغ (2.88) %.

وتعزى هذه النتيجة إلى تناول الموضوعات الإجتماعية المختلفة والمتنوعة عبر مواقع التواصل الإجتماعي، بينما المواضيع السياسية والاقتصادية التي جاءت في المرتبة الأخيرة يرجع ذلك لعينة الدراسة حيث أن النساء لا يخرطن في هذه الموضوعات وليس ضمن نطاق إهتمامتهن.

وتختلف مع دراسة (نومار 2012)

7- درجة تعرض المرأة الأردنية المتزوجة للقضايا الإجتماعية

جدول (8) يوضح الجدول درجة تعرض المرأة الأردنية المتزوجة للقضايا الإجتماعية

الفئات	التكرار	النسبة
منخفضة	91	22.8
متوسطة	206	51.5
كبيرة	103	25.7
المجموع	400	100

توضح بيانات الجدول السابق درجة التعرض للقضايا الإجتماعية على مواقع التواصل الإجتماعي وتشير النتائج إلى أن الدرجة "المتوسطة" لتعرض المرأة الأردنية المتزوجة للقضايا الإجتماعية عبر مواقع التواصل الإجتماعي شكلت أعلى مرتبة حيث بلغ عددهن (206) مفردة بنسبة (51.5) % من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت فئة "كبيرة" في المرتبة الثانية وبلغ عددهن (103) مفردة بنسبة (25.7) % من إجمالي عينة الدراسة، وجاءت فئة "منخفضة" في المرتبة الأخيرة حيث بلغ عددهن (91) مفردة بنسبة (22.8) % من إجمالي عينة الدراسة،

وبلغ المتوسط الحسابي لجميع هذه الفئات (2.03)%. وتعزى هذه النتيجة إلى تناول النساء للموضوعات الاجتماعية المتنوعة على مواقع التواصل الاجتماعي.

8- القضايا الاجتماعية التي تتابعها المرأة الأردنية المتزوجة على مواقع التواصل

الاجتماعي

جدول (9) يوضح الجدول القضايا الاجتماعية التي تتابعها المرأة الأردنية المتزوجة على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدرجة عالية		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة		الفقرات	الرقم
			%	ك	%	ك	%	ك		
1	.747	2.40	56.3	225	28.0	112	15.8	63	الصحة	4
2	.799	2.32	52.8	211	26.3	105	21.0	84	تربية الأبناء	5
3	.772	1.88	24.3	97	39.0	156	36.8	147	التفكك الأسري	1
4	.710	1.87	19.5	78	48.0	192	32.5	130	المساهمة في حل مشكلات الآخرين	3
5	.779	1.68	19.5	78	29.5	118	51.0	204	الخيانة الزوجية	2
6	.720	1.55	13.5	5	28.0	112	58.5	234	الخلع والطلاق	6

توضح بيانات الجدول السابق القضايا الاجتماعية التي يتم متابعتها على مواقع

التواصل الاجتماعي، وتبين أن المتوسطات الحسابية لهذه القضايا قد تراوحت ما بين (1.55-

2.40) %، حيث جاءت الصحة في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (2.40) %،

ويليها تربية الأبناء بنسبة (2.32) %، ثم التفكك الأسري بنسبة (1.88) %، ويليهما المساهمة

في حل مشكلات الآخرين بنسبة (1.87) %، والخيانة الزوجية بنسبة (1.68) %، بينما جاء

الخلع والطلاق في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (1.55) % . وتعزى هذه النتائج إلى

تعدد المواقع الإلكترونية بشأن الصحة والتي تعتبر ضمن نطاق إهتمامات المرأة من حيث

جمالها وأناقته واتباعها لمعرفة الأسس الصحية والنظام الغذائي المتكامل وغيره من الأسباب.

9- ادراك المرأة الاردنية المتزوجة لوجود مخاطر على أثناء استخدامها لمواقع التواصل

الإجتماعي

جدول (10) يوضح ادراك المرأة الاردنية المتزوجة لوجود مخاطر أثناء استخدامها لمواقع التواصل الإجتماعي

النسبة	التكرار	الفئات
75.3	301	نعم
24.7	99	لا
100	400	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق وجود وعدم وجود مخاطر لإستخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الإجتماعي ، حيث أظهرت النتائج أن الفئة الأكبر التي ترجح وجود مخاطر لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أجابت بـ"نعم" حيث بلغ عددهن (301) مفردة بنسبة (75.3)% من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت الإجابة بـ"لا" وبلغ عددهن (99) مفردة بنسبة (24.7)% من إجمالي عينة الدراسة، وتعزى هذه النتيجة إلى الفترات الطويلة التي تقضيها المرأة الاردنية المتزوجة في استخدام مواقع التواصل الإجتماعي ما يؤدي الى التقصير في أداء الواجبات المنزلية والزوجية إضافة إلى الأضرار الصحية التي تخلفها هذه المواقع. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (السقا 2015)

10- المخاطر الناتجة جرّاء استخدام المرأة الأردنية المتزوجة مواقع التواصل

الإجتماعي

جدول (11) يوضح الجدول المخاطر الناتجة جرّاء استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الإجتماعي

النسبة	التكرار	الفئات
20.3	81	أكثر تأثيراً علي من الآخرين
45.7	183	أكثر تأثيراً على الآخرين من تأثيرها علي
34.0	136	يتساوى تأثيرها علي مع الآخرين
100	400	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق المخاطر من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تصدرت رؤية المبحوثين بأن الآخرين (الشخص الثالث) أكثر عرضه وتأثيراً للمخاطر نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت النسبة (45.7%) من إجمالي عينة الدراسة، مقابل نسبة (20.3%) يرون أنهم يتأثرون بدرجة أكبر، في حين جاءت رؤيتهم أنهم يتساوون في الأتصير مع الآخرين في الترتيب الأخير بنسبة (34.0%).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه العديد من الدراسات السابقة في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، والذي يشير فرضها إلى أن الأفراد يتوقعون حدوث تأثيرات سلبية أكبر من وسائل الإعلام على الآخرين، أكثر من أنفسهم. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (المطهر) و(السقا 2015)

11- درجة التأثيرات السلبية عند استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي على الحياة الأسرية

جدول (12) يوضح الجدول درجة التأثيرات السلبية عند استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي على الحياة الأسرية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة كبيرة		درجة متوسطة		درجة منخفضة		الفقرات	م.ع
			%	ك	%	ك	%	ك		
1	.799	1.82	24.5	98	33.0	132	42.5	170	عليك	1
1	.669	1.82	15.0	60	52.3	209	32.8	131	على الآخرين	2
3	.758	1.75	19.1	76	36.3	144	44.6	177	على الأهل	5
4	.682	1.74	13.5	54	46.8	187	39.8	159	على الأصدقاء	4
5	.678	1.69	12.3	49	44.5	178	43.3	173	على الأقارب	3

توضح بيانات الجدول السابق درجة التأثيرات السلبية للمرأة الأردنية المتزوجة عند استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي على الحياة الأسرية، وتبين أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (1.69-1.82) %، حيث تصدر إدراك المبحوثين بأن عليك (الشخص الأول) وعلى الآخرين (الشخص الثالث) أكثر عرضه وتأثيراً للتأثيرات السلبية نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بأعلى متوسط حسابي بلغ (1.82) %، يليه في الترتيب الثاني

إدراك المبحوثين بأن يتأثر الأهل بنسبة (1.75) %، ثم ادراك المبحوثين بأن يتأثر الأصدقاء بنسبة (1.74) % ، بينما جاء إدراك المبحوثين بأن يتأثر الأقارب في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (1.69).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت اليه العديد من نتائج الدراسات السابقة التي طبقت نظرية تأثير الشخص الثالث والتي توضح الفجوة الإدراكية بناء على المسافة الإجتماعية.

12- تأييد المرأة الأردنية المتزوجة لفرض رقابة على مواقع التواصل الإجتماعي

جدول (13) يوضح الجدول تأييد المرأة الأردنية المتزوجة لفرض رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي ورفضها

النسبة	التكرار	الفئات
67.3	269	نعم
32.7	131	لا
100	400	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق تأييد فرض رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي ورفضها ، حيث أقر نسبة (67.3) % من إجمالي عينة الدراسة بضرورة وضع رقابة، مقابل نسبة (32.7) % لا يرون بضرورة فرضها، وهذه النتيجة تتسق مع فرض نظرية الشخص الثالث والتي تشير إلى أن الأفراد يتوقعون حدوث تأثيرات سلبية أكبر من وسائل الإعلام على الآخرين أكثر من انفسهم، ونتيجة ذلك فإن الأفراد قد يتخذون موقفاً من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن وسائل الإعلام مثل فرض الرقابة عليهم، لانهم يعتقدون أن التأثير الأكبر يكون على الآخرين لأن عقولهم أكثر قابلية للتأثير. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (نجات 2012) و(السقا 2015).

13- نوع الرقابة التي تفضلها المرأة الأردنية المتزوجة على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (14) يوضح الجدول نوع الرقابة المفضلة لدى المرأة الأردنية المتزوجة على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		الفقرات	الترتيب
			%	ك	%	ك	%	ك		
1	.833	3.59	7.5	30	19.0	76	73.5	294	ذاتية	1
2	.886	3.21	10.3	41	48.0	192	41.8	167	أسرية	2
3	.937	2.92	16.0	64	59.8	239	24.3	97	حكومية	3
4	1.094	2.88	22.3	89	45.8	183	32.0	128	وضع تشريعات قانونية	5
5	1.081	2.83	22.8	91	48.8	195	28.5	114	من قبل وسائل الإعلام	4

توضح بيانات الجدول السابق نوع الرقابة التي يمكن أن تجنب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الوقوع في المخاطر والتأثيرات السلبية جراء استخدامهم لهذه المواقع، وتبين أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (2.83-3.59) %، حيث جاءت الرقابة الذاتية في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.59) % من إجمالي عينة الدراسة، يليها الرقابة الأسرية بنسبة (3.21) %، ثم الرقابة الحكومية بنسبة (2.92) %، يليها وضع تشريعات قانونية بنسبة (2.88) %، بينما جاء من قبل وسائل الإعلام في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.83) %.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الإستخدام الكثيف للهواتف النقالة وشعور المبحوثات بخطورة ما ينشر على هذه المواقع ولإعتقادهن أنه يحتوي على مواد لا أخلاقية.

ثالثاً: نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائياً بين الحالة الإجتماعية للمرأة الأردنية المتزوجة

(عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:

- أ. درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الإجتماعي.
- ب. درجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الإجتماعي.
- ج. إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي.
- د. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي.
- هـ. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي.
- و. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي.
- ز. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي.
- ي. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الإجتماعي.

للإجابة عن هذا الفرض تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل من درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الإجتماعي، ودرجة تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الإجتماعي، وإدراكهن بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة اعتقادهن بتأثر الآخرين (الشخص الثالث)، والأقارب والأهل والأسرة والأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي، إضافة إلى درجة اعتقادهن بضرورة وضع رقابة على مواقع

التواصل الإجتماعي، حسب متغير الحالة الإجتماعية، وليبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام تحليل التباين الأحادي والجدول أدناه توضح ذلك.

جدول (15) يوضح الجدول أثر الحالة الاجتماعية على المتغيرات المتعلقة بالفرض الأول

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد		
.000	2، 397	8.991	.637	2.52	360	متزوجة	درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
			.693	2.14	29	مطلقة	
			.944	1.91	11	أرملة	
			.664	2.48	400	المجموع	
.097	2، 397	2.343	.593	2.18	360	متزوجة	درجة التفضيل
			.642	2.42	29	مطلقة	
			.805	2.29	11	أرملة	
			.605	2.20	400	المجموع	
.058	2، 397	2.871	.811	1.79	360	متزوجة	عليك
			.516	2.14	29	مطلقة	
			.894	2.00	11	أرملة	
			.799	1.82	400	المجموع	
.182	2، 397	1.712	.657	1.80	360	متزوجة	على الأهل والأسرة
			.778	2.03	29	مطلقة	
			.701	1.91	11	أرملة	
			.669	1.82	400	المجموع	
.003	2، 397	5.959	.661	1.66	360	متزوجة	على الأقارب
			.724	2.10	29	مطلقة	
			.809	1.64	11	أرملة	
			.678	1.69	400	المجموع	
.001	2، 397	6.710	.667	1.70	360	متزوجة	على الأصدقاء
			.759	2.17	29	مطلقة	
			.603	1.82	11	أرملة	
			.682	1.74	400	المجموع	
.192	2، 397	1.657	.756	1.72	357	متزوجة	على الآخرين
			.704	1.93	29	مطلقة	
			.894	2.00	11	أرملة	
			.758	1.75	397	المجموع	
.129	2، 397	2.056	.660	3.11	360	متزوجة	انواع الرقابة
			.810	2.88	29	مطلقة	
			.755	2.87	11	أرملة	
			.676	3.08	400	المجموع	

توضح بيانات الجدول السابق النتائج الآتية:

أ. درجة استخدام المرأة الاردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين
المبحوثات من حيث درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة
ف(8.991) عند مستوى المعنوية (0.000). وعلى ذلك نقبل الفرض الأول فقرة (أ).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات
البعديّة بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (16) يوضح الجدول الحالة الاجتماعية ودرجة استخدام المرأة الاردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	الحالة الاجتماعية (أ)	الحالة الاجتماعية (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
درجة استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي	متزوجة	مطلقة	*.38	.002
	متزوجة	أرملة	*.61	.002
	مطلقة	أرملة	.23	.321

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يظهر من خلال الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متزوجة من
جهة ومطلقة من جهة وجاءت الفروق لصالح متزوجة بنسبة أعلى متوسط حسابي ، كما
أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متزوجة من جهة وأرملة من جهة
وجاءت الفروق لصالح متزوجة بنسبة أعلى متوسط حسابي وذلك في درجة استخدام مواقع
التواصل الاجتماعي.

ب. درجة تفضيل المرأة الاردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين
المبحوثات من حيث تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز

مستوى المعنوية الخطأ المسموح به احصائياً حيث بلغت قيمة ف(2.343) عند مستوى معنوية (0.097)، وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (ب).

ج. إدراك المرأة الاردنية المتزوجة بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة إدراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي ، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً حيث بلغت ف (2.871) بنسبة معنوية (0.058) وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (ج).

د. درجة اعتقاد المرأة الاردنية المتزوجة بتأثر الآخرين (الشخص الثالث)

بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به احصائياً، حيث بلغت ف(1.657) بمستوى معنوية (0.192)، وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (د).

هـ. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت ف (5.959) بمستوى معنوية (0.003)، وعلى ذلك نقبل الفرض الأول فقرة (هـ).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (17) يوضح الجدول الحالة الاجتماعية ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	الحالة الاجتماعية (أ)	الحالة الاجتماعية (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
على الأقارب	متزوجة	مطلقة	-.45*	.001
	مطلقة	أرملة	.47*	.050

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يظهر من خلال الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متزوجة من جهة ومطلقة من جهة وجاءت الفروق لصالح مطلقة بنسبة أعلى متوسط حسابي، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مطلقة من جهة وأرملة من جهة وجاءت الفروق لصالح مطلقة بنسبة أعلى متوسط حسابي، وذلك في درجة اعتقادهم بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

و. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية

بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به احصائياً حيث بلغت قيمة ف (1.712) بمستوى معنوية (0.182)، وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (و).

ز. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية

بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة إعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث بلغت ف (6.710) بنسبة معنوية (0.001) وعلى ذلك نقبل الفرض الأول فقرة (ز).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات

البعديّة بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (18) يوضح الجدول الحالة الاجتماعية ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأصدقاء

بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	الحالة الاجتماعية (أ)	الحالة الاجتماعية (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
على الأصدقاء	متزوجة	مطلقة	*-0.47	0.000
	مطلقة	أرملة	-0.12	0.566
		أرملة	0.35	0.137

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يظهر من خلال الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متزوجة ومطلقة وجاءت الفروق لصالح مطلقة في درجة اعتقادهم بتأثر والأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

ي. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة إعتقادهم بضرورة وضع رقابة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به احصائياً ، حيث بلغت ف (2.056) بمستوى معنوية (0.129) وهذا يعني أن المبحوثات يتقاربون في درجة إعتقادهم بضرورة وضع رقابة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (ي).

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائية بين مستوى العمر للمرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:

- أ. درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ب. درجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.
- ج. إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- د. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- هـ. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- و. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- ز. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- ي. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.

للإجابة عن هذا الفرض تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل من درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة تفضيلهم لها، وإدراكهن بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهن (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة اعتقادهن بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) والأقارب والأهل والأسرة والأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى درجة اعتقادهن بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي، حسب متغير العمر، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام تحليل التباين الأحادي والجدول أدناه توضح ذلك.

جدول (19) يوضح الجدول أثر العمر على المتغيرات المتعلقة بالفرض الثاني

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد		
.000	395، 4	19.346	.547	2.64	90	سنة (20-29)	درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
			.661	2.49	174	سنة (30-39)	
			.551	2.59	102	سنة (40-49)	
			.806	1.88	16	سنة (50-59)	
			.511	1.44	18	(60) سنة فأكثر	
			.664	2.48	400	المجموع	
.002	395، 4	4.304	.557	2.34	90	سنة (20-29)	درجة التفضيل
			.593	2.21	174	سنة (30-39)	
			.596	2.01	102	سنة (40-49)	
			.591	2.24	16	سنة (50-59)	
			.777	2.37	18	(60) سنة فأكثر	
			.605	2.20	400	المجموع	
.000	395، 4	6.676	.814	2.01	90	سنة (20-29)	عليك

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد		
			.801	1.92	174	سنة (30-39)	
			.671	1.50	102	سنة (40-49)	
			.806	1.63	16	سنة (50-59)	
			.900	1.89	18	سنة فأكثر (60)	
			.799	1.82	400	المجموع	
.346	4، 395	1.122	.669	1.84	90	سنة (20-29)	على الأهل والأسرة
			.692	1.84	174	سنة (30-39)	
			.636	1.82	102	سنة (40-49)	
			.403	1.81	16	سنة (50-59)	
			.786	1.50	18	سنة فأكثر (60)	
			.669	1.82	400	المجموع	
.672	4، 395	.587	.700	1.73	90	سنة (20-29)	على الأقارب
			.710	1.72	174	سنة (30-39)	
			.616	1.61	102	سنة (40-49)	
			.500	1.63	16	سنة (50-59)	
			.752	1.72	18	سنة فأكثر (60)	
			.678	1.69	400	المجموع	
.097	4، 395	1.977	.732	1.68	90	سنة (20-29)	على الأصدقاء
			.617	1.74	174	سنة (30-39)	
			.695	1.72	102	سنة (40-49)	
			.403	2.19	16	سنة (50-59)	
			1.003	1.78	18	سنة فأكثر (60)	
			.682	1.74	400	المجموع	
.001	4، 395	4.732	.640	1.52	90	سنة (20-29)	على الآخرين
			.718	1.75	171	سنة (30-39)	
			.889	1.89	102	سنة (40-49)	
			.403	2.19	16	سنة (50-59)	
			.784	1.56	18	سنة فأكثر (60)	
			.758	1.75	397	المجموع	
.000	4، 395	14.041	.676	2.84	90	سنة (20-29)	أنواع الرقابة
			.670	3.07	174	سنة (30-39)	
			.521	3.39	102	سنة (40-49)	
			.420	3.30	16	سنة (50-59)	
			.812	2.47	18	سنة فأكثر (60)	
			.676	3.09	400	المجموع	

توضح بيانات الجدول السابق الآتي:

أ. درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف (19.346) عند مستوى المعنوية (0.000)، وهذا يعني أن المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة. وعلى ذلك نقبل الفرض الثاني فقرة (أ).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات

البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (20) يوضح الجدول مستوى العمر ودرجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	العمر (أ)	العمر (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي	سنة (29-20)	سنة (39-30)	*.16	.050
		سنة (49-40)	.06	.524
		سنة (59-50)	*.77	.000
		سنة (60) فأكثر	*1.20	.000
سنة (39-30)	سنة (49-40)	سنة (49-40)	-.10	.191
		سنة (59-50)	*.61	.000
		سنة (60) فأكثر	*1.04	.000
سنة (49-40)	سنة (59-50)	سنة (59-50)	*.71	.000
		سنة (60) فأكثر	*1.14	.000
سنة (59-50)	سنة (60) فأكثر	*.43	.041	

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (29-20) سنة من جهة

وكل من (39-30)، و(59-50) سنة، و(60) سنة فأكثر من جهة أخرى وجاءت الفروق

لصالح (29-20) سنة، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (39-30) سنة من

جهة وكل من (50-59) سنة، و(60) سنة فأكثر من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح (30-39)، وكما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (40-49) سنة من جهة وكل من (50-59) سنة، و(60) سنة فأكثر من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح (40-49) سنة، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (50-59) سنة، و(60) سنة فأكثر وجاءت الفروق لصالح (50-59) سنة، في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

ب. درجة تفضيل المرأة الاردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف(4.304) عند مستوى معنوية (0.002)، وعلى ذلك نقبل الفرض الثاني فقرة (ب).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات

البعديّة بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (21) يوضح الجدول مستوى العمر ودرجة تفضيل المرأة الاردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي

المتغير	العمر (أ)	العمر (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
درجة التفضيل	(20-29) سنة	(30-39) سنة	.13	.104
		(40-49) سنة	*.33	.000
		(50-59) سنة	.10	.546
		(60) سنة فأكثر	-.03	.858
(30-39) سنة	(39-40) سنة	(40-49) سنة	*.21	.006
		(50-59) سنة	-.03	.856
		(60) سنة فأكثر	-.15	.299
(40-49) سنة	(50-59) سنة	(50-59) سنة	-.23	.144
		(60) سنة فأكثر	*-.36	.019
		(60) سنة فأكثر	-.13	.541

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (20-29) سنة و(40-49) سنة وجاءت الفروق لصالح (20-29) سنة، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (30-39) سنة و(40-49) سنة وجاءت الفروق لصالح (30-39)، وكما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (40-49) سنة و(60) سنة فأكثر وجاءت الفروق لصالح (60) سنة فأكثر في درجة التفضل.

ج. إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة إدراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث بلغت ف (6.676) بنسبة معنوية (0.000). وعلى ذلك نقبل الفرض الثاني فقرة (ج).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (22) يوضح الجدول مستوى العمر وإدراك المرأة الأردنية المتزوجة بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير	العمر (أ)	العمر (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
عليك	(20-29) سنة	(30-39) سنة	.09	.365
		(40-49) سنة	*.51	.000
		(50-59) سنة	.39	.068
		(60) سنة فأكثر	.12	.543
	(30-39) سنة	(40-49) سنة	*.42	.000
		(50-59) سنة	.29	.148
		(60) سنة فأكثر	.03	.874
		(40-49) سنة	-.13	.550
	(40-49) سنة	(60) سنة فأكثر	-.39	.051
		(60) سنة فأكثر	-.26	.324

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (20-29) سنة و(40-49) سنة وجاءت الفروق لصالح (20-29) سنة، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (30-39) سنة و(40-49) سنة وجاءت الفروق لصالح (30-39)، في التأثير عليك (الشخص الأول).

د. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين (الشخص الثالث)

بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت ف(4.732) بمستوى معنوية (0.001)، وعلى ذلك نقبل الفرض الثاني فقرة (د).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات

البعديّة بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (23) يوضح الجدول مستوى العمر ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين (الشخص

الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	العمر (أ)	العمر (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
على الآخرين	سنة (20-29)	سنة (30-39)	-.23*	.017
		سنة (40-49)	-.37*	.001
		سنة (50-59)	-.67*	.001
		سنة (60) فأكثر	-.03	.862
	سنة (30-39)	سنة (40-49)	-.14	.140
		سنة (50-59)	-.43*	.026
		سنة (60) فأكثر	.20	.281
		سنة (40-49)	-.30	.141
	سنة (40-49)	سنة (50-59)	.34	.077
		سنة (60) فأكثر	.63*	.014

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (20-29) سنة من جهة وكل من (30-39)، و(40-49) سنة و(50-59) سنة، من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح كل من (30-39)، و(40-49) سنة و(50-59) سنة، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (30-39) سنة ومن (50-59) سنة وجاءت الفروق لصالح (50-59) سنة، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (50-59) سنة، و(60) سنة فأكثر وجاءت الفروق لصالح (50-59) سنة، في التأثير على الآخرين (الشخص الثالث).

هـ. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً حيث بلغت ف (587). بمستوى معنوية (672)، وعلى ذلك نرفض الفرض الثاني فقرة (هـ).

و. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً حيث بلغت قيمة ف (1.122) بمستوى معنوية (346). وعلى ذلك نرفض الفرض الثاني فقرة (و).

ز. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً حيث بلغت ف (1.977) بنسبة معنوية (0.097). وعلى ذلك نرفض الفرض الثاني فقرة (ز).

ي. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ، حيث بلغت ف (14.041) بمستوى معنوية (0.000) ، وعلى ذلك نقبل الفرض الثاني فقرة (ي).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (24) يوضح الجدول مستوى العمر ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير	العمر (أ)	العمر (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
انواع الرقابة	سنة (29-20)	سنة (39-30)	*-.23	.005
		سنة (49-40)	*-.55	.000
		سنة (59-50)	*-.46	.008
		سنة (60) فأكثر	*.38	.023
سنة (39-30)	سنة (49-40)	سنة (49-40)	*-.32	.000
		سنة (59-50)	-.23	.173
		سنة (60) فأكثر	*.61	.000
سنة (49-40)	سنة (59-50)	سنة (59-50)	.09	.582
		سنة (60) فأكثر	*.93	.000
		سنة (60) فأكثر	*.83	.000

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (20-29) سنة من جهة وكل من (30-39)، و(40-49) سنة، و(50-59) سنة، من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح كل من (30-39) سنة، و(40-49) سنة، و(50-59) سنة، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (20-29) سنة و(60) سنة فأكثر وجاءت الفروق لصالح (20-29) سنة، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (30-39) سنة و(40-49) سنة وجاءت الفروق لصالح (40-49) سنة، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (30-39) سنة و(60) سنة فأكثر وجاءت الفروق لصالح (30-39) سنة، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (40-49) سنة و(60) سنة فأكثر وجاءت الفروق لصالح (40-49) سنة، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (50-59) سنة، و(60) سنة فأكثر وجاءت الفروق لصالح (50-59) سنة، في ضرورة الرقابة.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:

- أ. درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ب. درجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.
- ج. إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- د. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- هـ. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- و. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

ز. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية

بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

ي. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل

الاجتماعي.

للإجابة عن هذا الفرض تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل من درجة استخدام المرأة الاردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي، وإدراكهن بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهن (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة اعتقادهن بتأثر الآخرين (الشخص الثالث)، والأقارب والأهل والأسرة والأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى درجة اعتقادهن بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي، حسب متغير المستوى التعليمي، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام تحليل التباين الأحادي والجدول أدناه توضح ذلك.

جدول (25) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الأحادي لأثر المستوى التعليمي

على المتغيرات المتعلقة بالفرض الثالث

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد		
.000	396, 3	12.781	.791	2.17	59	ثانوية فما دون	درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
			.784	2.16	51	دبلوم متوسط	
			.583	2.58	252	بكالوريوس	
			.460	2.71	38	دراسات عليا	
			.664	2.48	400	المجموع	
.015	396, 3	3.550	.811	2.11	59	ثانوية فما دون	درجة التفضيل
			.590	2.41	51	دبلوم متوسط	
			.545	2.20	252	بكالوريوس	
			.572	2.02	38	دراسات عليا	
			.605	2.20	400	المجموع	
.000	396, 3	6.745	.678	1.46	59	ثانوية فما دون	عليك
			.864	2.12	51	دبلوم متوسط	
			.798	1.84	252	بكالوريوس	
			.718	1.84	38	دراسات عليا	
			.799	1.82	400	المجموع	

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد		
.012	396, 3	3.673	.772	1.56	59	ثانوية فما دون	على الأهل والأسرة
			.621	1.88	51	دبلوم متوسط	
			.652	1.87	252	بكالوريوس	
			.594	1.84	38	دراسات عليا	
			.669	1.82	400	المجموع	
.224	396, 3	1.464	.700	1.58	59	ثانوية فما دون	على الأقارب
			.726	1.59	51	دبلوم متوسط	
			.663	1.74	252	بكالوريوس	
			.669	1.66	38	دراسات عليا	
			.678	1.69	400	المجموع	
.009	396, 3	3.896	.728	1.49	59	ثانوية فما دون	على الأصدقاء
			.610	1.71	51	دبلوم متوسط	
			.698	1.81	252	بكالوريوس	
			.481	1.66	38	دراسات عليا	
			.682	1.74	400	المجموع	
.000	396, 3	11.755	.437	1.25	56	ثانوية فما دون	على الآخرين
			.740	1.82	51	دبلوم متوسط	
			.782	1.87	252	بكالوريوس	
			.683	1.58	38	دراسات عليا	
			.758	1.75	397	المجموع	
.001	396, 3	5.259	.708	3.20	59	ثانوية فما دون	انواع الرقابة
			.725	2.75	51	دبلوم متوسط	
			.649	3.11	252	بكالوريوس	
			.624	3.16	38	دراسات عليا	
			.676	3.09	400	المجموع	

توضح بيانات الجدول السابق الآتي:

أ. درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين

المبحوثات من حيث درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي،

حيث بلغت ف (12.781) بمستوى معاينة (0.000)، وعلى ذلك نقبل الفرض الثالث فقرة

(أ).

جدول (26) يوضح الجدول المستوى التعليمي ودرجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير	المؤهل التعليمي (أ)	المؤهل التعليمي (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
ما درجة استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟	ثانوية فما دون	دبلوم متوسط	.01	.917
		بكالوريوس	*-.41	.000
		دراسات عليا	*-.54	.000
	دبلوم متوسط	بكالوريوس	*-.42	.000
		دراسات عليا	*-.55	.000
	بكالوريوس	دراسات عليا	-.13	.237

* دالة عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.05)$.

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ثانوية فما دون من جهة وكل من بكالوريوس، ودراسات عليا من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح بكالوريوس، ودراسات عليا، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دبلوم متوسط من جهة وكل من بكالوريوس، ودراسات عليا من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح بكالوريوس، ودراسات عليا، في درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.

ب. درجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية $(\alpha = 0.05)$ تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثير عليك (الشخص الأول) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في درجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي، حيث بلغت ف (3.550) بمستوى معاينة (0.015)، وعلى ذلك نقبل الفرض الثالث فقرة (ب).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات

البعديّة بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (27) يوضح الجدول المستوى التعليمي درجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.

المتغير	المؤهل التعليمي (أ)	المؤهل التعليمي (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
درجة التفضيل	ثانوية فما دون	دبلوم متوسط	*-.30	.010
		بكالوريوس	-.09	.288
		دراسات عليا	.09	.486
دبلوم متوسط	دبلوم متوسط	بكالوريوس	*.20	.028
		دراسات عليا	*.38	.003
بكالوريوس	بكالوريوس	دراسات عليا	.18	.087

* دالة عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.05)$.

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ثانوية فما دون ودبلوم متوسط وجاءت الفروق لصالح دبلوم متوسط، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دبلوم متوسط من جهة وكل من بكالوريوس، ودراسات عليا من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح دبلوم متوسط، في درجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.

ج. إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية $(\alpha = 0.05)$ تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير عليك (الشخص الأول)، حيث بلغت ف (6.745) بمستوى معاينة (0.000)، وعلى ذلك نقبل الفرض الثالث فقرة (ج)،

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات

البعديّة بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (28) يوضح الجدول المستوى التعليمي وإدراك المرأة الأردنية المتزوجة بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	المؤهل التعليمي (أ)	المؤهل التعليمي (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
عليك	ثانوية فما دون	دبلوم متوسط	*-.66	.000
		بكالوريوس	*-.38	.001
		دراسات عليا	*-.38	.019
	دبلوم متوسط	بكالوريوس	*.28	.022
		دراسات عليا	.28	.101
	بكالوريوس	دراسات عليا	.00	.995

* دالة عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.05)$.

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ثانوية فما دون من جهة وكل من دبلوم متوسط، وبكالوريوس، ودراسات عليا من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح كل من دبلوم متوسط، وبكالوريوس، ودراسات عليا، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دبلوم متوسط وبكالوريوس وجاءت الفروق لصالح دبلوم متوسط، في التأثير عليك (الشخص الأول).

د. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات

السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية $(\alpha = 0.05)$ تعزى لأثر المستوى التعليمي بين

المبحوثات في التأثير على الآخرين (الشخص الثالث)، حيث بلغت ف (11.755)

بمستوى معاينة (0.000)، وعلى ذلك نقبل الفرض الثالث فقرة (د).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات

البعديّة بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (29) يوضح الجدول المستوى التعليمي ودرجة اعتقاد المرأة الاردنية المتزوجة بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي

المتغير	المؤهل التعليمي (أ)	المؤهل التعليمي (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
على الآخرين	ثانوية فما دون	دبلوم متوسط	*-.57	.000
		بكالوريوس	*-.62	.000
		دراسات عليا	*-.33	.032
	دبلوم متوسط	بكالوريوس	-.04	.711
		دراسات عليا	.24	.118
		دراسات عليا	*.29	.025

* دالة عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.05)$.

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ثانوية فما دون من جهة وكل من دبلوم متوسط، وبكالوريوس، ودراسات عليا من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح كل من دبلوم متوسط، وبكالوريوس، ودراسات عليا، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين بكالوريوس ودراسات عليا وجاءت الفروق لصالح بكالوريوس، في التأثير على الآخرين (الشخص الثالث).

هـ. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية $(\alpha = 0.05)$ تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به

احصائياً حيث بلغت ف (1.464)، بمستوى معنوية (0.224)، وعلى ذلك نرفض الفرض الثالث فقرة (د).

و. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة إعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف (3.673) وبمستوى معنوية (0.012) وعلى ذلك نقبل الفرض الثالث فقرة (و).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (30) يوضح الجدول المستوى التعليمي ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	المؤهل التعليمي (أ)	المؤهل التعليمي (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
على الأهل والأسرة	ثانوية فما دون	دبلوم متوسط	*-.32	.011
		بكالوريوس	*-.31	.001
		دراسات عليا	*-.28	.041
دبلوم متوسط	دبلوم متوسط	بكالوريوس	.01	.896
		دراسات عليا	.04	.777
		دراسات عليا	.03	.815

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ثانوية فما دون من جهة وكل من دبلوم متوسط، وبكالوريوس، ودراسات عليا من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح كل من دبلوم متوسط، وبكالوريوس، ودراسات عليا، في التأثير على الأهل والأسرة.

ز. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت ف (3.896) بنسبة معنوية (0.009). وعلى ذلك نقبل الفرض الثالث فقرة (ز).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (31) يوضح الجدول المستوى التعليمي ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	المؤهل التعليمي (أ)	المؤهل التعليمي (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
على الأصدقاء	ثانوية فما دون	دبلوم متوسط	-0.21	0.097
		بكالوريوس	*-0.32	0.001
		دراسات عليا	-0.17	0.236
	دبلوم متوسط	بكالوريوس	-0.11	0.299
		دراسات عليا	0.05	0.740
		دراسات عليا	0.16	0.186

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

ويوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ثانوية فما دون وبكالوريوس وجاءت الفروق لصالح بكالوريوس في التأثير على الأصدقاء.

ي. درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ، حيث بلغت ف (5.259) بمستوى معنوية (0.001)، وعلى ذلك نقبل الفرض الثالث فقرة (ي).

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (32) يوضح الجدول المستوى التعليمي ودرجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بضرورة وضع رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير	المؤهل التعليمي (أ)	المؤهل التعليمي (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)	الدلالة الإحصائية
انواع الرقابة	ثانوية فما دون	دبلوم متوسط	*.45	.000
		بكالوريوس	.09	.374
		دراسات عليا	.04	.790
دبلوم متوسط	دبلوم متوسط	بكالوريوس	*-.37	.000
		دراسات عليا	*-.41	.004
		دراسات عليا	-.05	.673

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ثانوية فما دون ودبلوم متوسط وجاءت الفروق لصالح ثانوية فما دون، كما يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دبلوم متوسط من جهة وكل من بكالوريوس، ودراسات عليا من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح بكالوريوس، ودراسات عليا، في ضرورة الرقابة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات الآتية:

أ. زيادة درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية جراء استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

ب. زيادة درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بضرورة وضع الرقابة جراء استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي وبين كل من زيادة درجة اعتقادهن بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وزيادة درجة اعتقادهن بضرورة وضع الرقابة جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والجدول (33) يوضح ذلك.

جدول (33) معامل ارتباط بيرسون بين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين كل من زيادة درجة اعتقاد المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية جراء استخدام هذه المواقع ، وزيادة درجة اعتقادهن بضرورة وضع رقابة عليها.

انواع الرقابة	على الآخرين		
.004	-.002	معامل الارتباط	درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
.932	.968	الدالة الإحصائية	

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05).

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01).

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي وبين كل من زيادة درجة اعتقادهن بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وزيادة درجة اعتقادهن بضرورة وضع الرقابة جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباط ايجابية بين درجة التعرض لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي.

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة التعرض للقضايا الاجتماعية، والجدول (34) يوضح ذلك.

جدول (34) معامل ارتباط بيرسون بين إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة التعرض للقضايا الاجتماعية

على الآخرين		
** .181	معامل الارتباط ر	درجة التعرض للقضايا الاجتماعية
.000	الدالة الإحصائية	

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05).

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01).

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ايجابية دالة إحصائية بين إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة التعرض للقضايا الاجتماعية.

خلاصة النتائج

- 1- ارتفاع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة) "دائماً" بنسبة بلغت (57.3%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها الاستخدام "أحياناً" بنسبة (33.3%) من إجمالي عينة الدراسة، ثم الاستخدام "نادراً" بنسبة (9.5%) من إجمالي عينة الدراسة.
- 2- تصدر موقع فيسبوك في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.44) %، وذلك كوسيلة مفضلة للمرأة الأردنية المتزوجة (عينة الدراسة) لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- أن من يستخدمن المواقع الاجتماعية في "المنزل" من النساء الأردنيات المتزوجات ، قد جئن في المرتبة الأولى بنسبة (71%) من إجمالي عينة الدراسة.
- 4- أن من يستخدمن "الهاتف النقال" من النساء الأردنيات المتزوجات للدخول للمواقع الاجتماعية قد احتلن المرتبة الأولى بنسبة (83.8%) من إجمالي عينة الدراسة.
- 5- جاءت معرفة الأخبار والمعلومات في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.69) % من حيث دوافع استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي، يليه دافع " حب الاستطلاع" بنسبة (3.39) % ، ثم جاء دافعهم للاستخدام بغية التواصل مع الأهل والأصدقاء في الترتيب الثالث بنسبة (3.39) %.
- 6- بلغت نسبة تناول المرأة الأردنية للموضوعات الاجتماعية المفضلة لديها في المرتبة الأولى بنسبة (3.45) % والموضوعات الدينية بنسبة، (3.40) % والموضوعات الثقافية (3.33) %.

7- إن الدرجة "المتوسطة" لتعرض المرأة الاردنية المتزوجة للقضايا الإجتماعية عبر مواقع التواصل الإجتماعي شكلت أعلى مرتبة بنسبة (51.5%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما جات فئة "كبيرة" في المرتبة الثانية بنسبة (25.8%) من إجمالي عينة الدراسة، وجاءت فئة "منخفضة" في المرتبة الأخيرة بنسبة (22.8%) من إجمالي عينة الدراسة.

8- ارتفاع نسبة متابعة قضايا الصحة بأعلى متوسط حسابي بلغ (2.40%) من حيث القضايا الإجتماعية التي يتم متابعتها على مواقع التواصل، ويليهما تربية الأبناء بنسبة (2.32%)، ثم التفكك الأسري بنسبة (1.88%).

9- أن الفئة الأكبر التي ترجح وجود مخاطر لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أجابت بـ"نعم" بنسبة (75.3%) من إجمالي عينة الدراسة.

10- تصدرت رؤية المبحوثين بأن الآخرين (الشخص الثالث) أكثر عرضه وتأثيراً للمخاطر نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (45.8%) من إجمالي عينة الدراسة، مقابل نسبة (20.3%) يرون أنهم يتأثرون بدرجة أكبر ، في حين جاءت رؤيتهم أنهم يتساوون في التأثير مع الآخرين في الترتيب الأخير بنسبة (34.0%).

11- تصدر إدراك المبحوثين بأن الشخص الأول والشخص الثالث أكثر عرضة وتأثيراً للتأثيرات السلبية نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بأعلى متوسط حسابي بلغ (1.82%) ، يليه في الترتيب الثاني إدراك المبحوثين بأن يتأثر الأهل بنسبة (1.75%)، ثم ادراك المبحوثين بأن يتأثر الأصدقاء بنسبة (1.74%)، بينما

جاء إدراك المبحوثين بأن يتأثر الأقارب في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (1.69).

12- أقر نسبة (67.3%) من إجمالي عينة الدراسة بضرورة وضع رقابة، مقابل نسبة (100.0%) لا يرون بضرورة فرضها،

13- جاءت الرقابة الذاتية على مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.59%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها الرقابة الأسرية بنسبة (3.21%)، ثم الرقابة الحكومية بنسبة (2.92%)، يليها وضع تشريعات قانونية بنسبة (2.88%)، بينما جاء من قبل وسائل الإعلام في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.83).

14- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

15- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.

16- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة إدراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

17- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

18- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- 19- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 20- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 21- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 22- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 23- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.
- 24- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة إدراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 25- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 26- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 27- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- 28- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 29- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر العمر بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 30- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 31- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر عليك (الشخص الأول) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في درجة تفضيل المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.
- 32- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير عليك (الشخص الأول).
- 33- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات في التأثير على الآخرين (الشخص الثالث).
- 34- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأقارب بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 35- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- 36- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 37- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي بين المبحوثات من حيث درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 38- عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي وبين كل من زيادة درجة اعتقادهن بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وزيادة درجة اعتقادهن بضرورة وضع الرقابة جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 39- وجود علاقة ايجابية دالة إحصائية بين إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة التعرض للقضايا الاجتماعية.

التوصيات

- 1- ضرورة التوعية بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال عقد الدورات للنساء الأردنيات المتزوجات، وتعريفهن بطرق الاستخدام الأفضل لهذه المواقع، وإدراك الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدامات هذه الشرائح لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- إجراء المزيد من الدراسات المعمقة حول مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها المختلفة، واستخداماتها، ودوافع هذه الاستخدامات.
- 3- الإهتمام بالمضامين الإعلامية التي تخص المرأة وتسلط الضوء على القضايا التي تهمها وأهم المشاكل والمعوقات التي تواجهها، واستخدامها للمواقع الاجتماعية.
- 4- انشاء مواقع اجتماعية خاصة تهتم بقضايا المرأة وجعلها مواقع تناسب ما يحتج إليه من معلومات.
- 5- ضرورة القيام بإجراء دراسات مشابهة لهذه الدراسة، على شرائح المجتمع المختلفة، لتوعية جميع شرائح المجتمع بالآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخداماتهم لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب والمجلات العربية

بركات، عبد العزيز. (2012). مناهج البحث الاعلامي - الاصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، طبعة اولى.

جرار، ليلي احمد. (2012). الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان.

الجمال، رباب رأفت، (2014)، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق

القيمي الأخلاقي للشباب السعودي. المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 11،

ص ص 89-169.

الحيدري، منى. (2015). وسائل التواصل الاجتماعي.. علاقاتنا الأسرية في خطر، جدة.

رامي، زاهر. (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة

التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان.

رحومة، علي محمد. (2008). علم الاجتماع الآلي ، عالم المعرفة، الكويت.

شناوي، سامي وعباس، محمد. (2014). استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)

وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين ، مجلة جامعة ، المجلد 18، العدد 2

صادق، عباس مصحفي. (2011) الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.

الطيّار، فهد بن علي. (2014). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب

الجامعة "تويتتر نموذجاً"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 30،

العدد 61

عبد الحميد، محمد، (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة.

عبد المجيد، همت، (2008). الإنترنت وعلاقته بإدراك المراهقين للمخاطر الصحية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد 28.

عليان، ربحي مصطفى وغنيم، محمد عثمان (2000)، **مناهج وأساليب البحث العلمي**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.

القاضي، ندية، (2008)، إدراك الجمهور المصري لمخاطر إعلانات المنتجات الدوائية، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، العدد 32.

القرني، علي، (2011)، **الإعلام الجديد**، مكتبة الملك فهد للنشر، الرياض.

الكحكي، عزة، (2007)، إدراك الجمهور العربي واتجاهاته نحو القنوات الفضائية ذات المضامين الروحانية والغيبية، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد 27

مجلة البيان - وسائل الاتصال الحديثة وتأثيرها على الأسرة، التاريخ 12/6/2010 : 12:00:00 AM

مجلة البيان العدد 341 - محرّم 1437هـ، أكتوبر - نوفمبر 2015م.

محمد، عزة عبد العظيم. (2004) إدراك الشباب الجامعي لتأثير الفضائيات الغنائية على أخلاقيات المجتمعات العربية.

محمود، خالد وليد. (2011). **شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي**، دار مدارك للنشر.

مشري مرسى. (2012). **شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف**، مجلة المستقبل العربي، لبنان.

المغربي، كامل محمد (2007)، **أساليب البحث العلمي**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.

موسى جواد الموسوي وآخرون. (2011). الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، ط 1.

نجادات، علي، (2014) ، استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الاردنية للفيديوك والاشباع المتحققه منه ، المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية ، المجلد 7 ، العدد 1 وائل مبارك خضر فضل الله. (2011). اثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، ط1.

ثانياً : الدراسات الأكاديمية والأبحاث العلمية المحكمة

دراسة وسائل التكنولوجيا الحديثة وتأثيرها على الاتصال بين الاباء والابناء د/ طوس وازي /أ عادل يوسف خوجة قسم العلوم الإجتماعية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قاصدي مرباح / ورقلة، (2013).

الديبسي، عبد الكريم والطاهات، زهير. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1 رسالة دكتوراه غير مشنوره، جامعة

المنصورة، كلية التربية النوعية، 2013

الشهري، حنان (2012). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك وتويتر نموذجا"، رسالة ماجستير، كلية الاداب والعلوم الانسانية ، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية ، جامعة الملك عبد العزيز.

عبد الرزاق، رأفت. (2013). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة ماجستير، كلية الاداب والعلوم ، قسم الصحافة و الاعلام، جامعة البترا الاردنية.

عطية، مصطفى. (2011). تعرض المراهقين للدراما الاجنبية بالفضائيات العربية وعلاقته

بالانحرافات السلوكية لديهم في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، رسالة دكتوراه،

كلية التربية التوعوية، قسم الاعلام التربوي، جامعة المنصورة.

عوض، رشا، (2013)، أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي

للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربّات البيوت، رسالة بكالوريوس، كلية

التمية الاجتماعية والاسرية تخصص خدمة اجتماعية، جامعة القدس المفتوحة.

مراد، بسنت. (2010). علاقة الشباب الجامعي ببرامج تلفزيون الواقع في اطار تطبيق:

نظرية تأثير الشخص الثالث" ، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة:

كلية الإعلام.

النمر، مصطفى صابر. (2013). تعرض المراهقين للدراما الأجنبية بالفضائيات العربية

وعلاقته بالانحرافات السلوكية لديهم، رسالة دكتوراه غير منشوره، جامعة

المنصورة، كلية التربية النوعية.

المنصور، محمد. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة

ماجستير في الإعلام والاتصال للطالب، مجلس كلية الاداب والتربية، الاكاديمية

العربية في الدنمارك.

ثالثاً : المؤتمرات والندوات والمواقع الالكترونية

بتاوي، سلطان، (2010). مواقع الشبكات الاجتماعية جعلت العالم أصغر من قرية موقع العربية نت.

حسن، أشرف جلال. (2009). اثر شبكة العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، المؤتمر العلمي الأول "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الجزء الثاني، فبراير، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

حلمي الأسمر. (2011). اعتذار إلى شباب الانترنت، جريدة الدستور الاردنية، 25 فبراير/شباط.

حمدان، محمد زياد. الأسرة والأبناء مع الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والترفيه المعاصرة، علم نفس تربوي.

السقا، همت. (2015). إدراك الشباب الخليجي لمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي -التطبيقات والاشكالات المنهجية-، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية.

طه، وليد، 2016 ، قصة الانترنت : تاريخ شبكات التواصل الاجتماعي، موقع الحياة. عبده، ابراهيم اسماعيل. (2009). العلاقات الاجتماعية عبر الانترنت، مركز اسبار،

ديسمبر/كانون : <http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=779>

المبيضين، ابراهيم، 2016، الأردن الأول عالميا باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، صحيفة الغد.

معتوق، جمال، كريم، شريهان. (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات وممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي، بسكرة، 10/9.

شبكة النبا المعلوماتية ، <http://annabaa.org/arabic/informatics/1400>

زامل عبدالله الشعراوي. 2015/5/19. صحيفة الشرق مقال أهمية الإعلام الجديد.

صحيفة العرب/ مواقع التواصل الاجتماعي تتسبب في التفكك الأسري.

صحيفة الغد / تم نشره في الأحد 31 أيار / مايو 2015. 12:00 صباحاً عادل عبد

الصادق: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن والحرية.

[http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid\\$501.2013](http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid$501.2013)

/1/15.h 22 :08

العلاونة، حاتم. (2012). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين

على المشاركة في الحراك الجماهيري، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر

بعنوان " ثقافة التغيير، كلية الاعلام، قسم الصحافة ، جامعة اليرموك.

عواد، محمد، شبكات التواصل الاجتماعي

http://www.taamolat.com/2010/10/blog-post_7300

كتاب فهد بن عبد الرحمن الشميري/ مؤسسة التربية الإعلامية / الرياض 2010م

المؤتمر العربي- الاوروبي، تمكين الشباب ومنظماتهم ودعم مبادرات المجتمع المدني في

الدول العربية جنوب البحر المتوسط، ورقة مقدمة في المؤتمر العربي-الاوروبي،

مالطا، 22-24 مارس 2012. <http://www.poplas.org/ar/news.asp?id=34>

محمد رجب نُشر في 17/04/2015، العدد: 9890.

www.Socialbackers.com.

محمد عجم: الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب -عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، *جريدة الشرق الأوسط*، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010 الموافق لـ 8 محرم 1432 هـ.

الوفاي الطيب وبهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات.

<http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc2013/3/12h> 22:05.

وليد رشاد زكي: رأس المال الاجتماعي بين السياق الواقعي والافتراضي

<http://www.accronline.com/articledeetail.aspx?id:8793,2013/4/16/h19> :30.

المواقع الإلكترونية:

<https://gigaom.com/2007/07/22/hi5/>

<https://www.alex.com/siteinfo/myspace.com>

<https://press.linkedin.com/about-linkedin>

<https://www.wsj.com/articles/SB118539991204578084>

<https://googleblog.blogspot.com/2009/12/relevance-meets-real-time-web.html>

http://bohotti.blogspot.com/2016/10/blog-post_929.html

[http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid\\$501.2013/1/15.h](http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid$501.2013/1/15.h) 22 :08

<http://www.al-jazirah.com/2017/20170128/ms3.htm>

المراجع باللغة الانجليزية

Abras, C., Maloney-Krichmar, D., Preece, J. (2004). *User-Centered Design*. In Bainbridge, W. *Encyclopedia of Human-Computer Interaction*. Thousand Oaks: Sage Publications. (in press).

Alain degenne et michel forse. (1994). *les reseaux sociaux une analyse structurale en sociologie*. Armand colin. Paris. p 213.

Alison Bryant, J., Sanders-Jackson, A., & Smallwood, A. M. (2006). IMing, text messaging, and adolescent social networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 577-592.

- Banning S., Golan, G. & Lisalundy (2005). "Political Advertising and Third-Person Effect: Investigating the Behavioral Consequences of Negative Political Ads. In:
- Cohen J. and Davis R. (1991). *Third Person Effects and Differential Effect in Negative Political Advertising*, Op.Cit. P.683.
- Cunther, C. Albert (1995). Overrating the X-rating the Third Person Effect Perception and Support for Censorship of Pornography, *Journal of communication*, 45, P.27-28
- David Permell (2006). *Third Person Perception of General and Immoral Message*, available at: [http:// mtsu32.mtsu.edu:1297/2006/dave-critique2](http://mtsu32.mtsu.edu:1297/2006/dave-critique2)
- Davison, W. (1996). The third- person effect revisited, *international Journal of public opinion research* , 8(2), 113-119.
- Diamond, E. (1978). *Good News, bad news*. Combridge, MA: MIT press p.134.
- Effing, R., Van Hillegersberg, J., & Huibers, T. (2011, August). Social media and political participation: are Facebook, Twitter and YouTube democratizing our political systems?. In *International Conference on Electronic Participation* (pp. 25-35). Springer Berlin Heidelberg.
- Gunther C. Albert. (1991). "What we think other think: Cause and Consequences in the Third-Person Effect". *Communication Research*. Vol. 18, PP. 355-372
- Gunther, C. Albert. (1995). Overrating the X-Rating: The Third Person Perception and Support for Censorship of Pornography. *Journal of Communication*. Vol. 45. No. 1 PP. 27 – 38.
- Gunther, A. (1991). *What we think other think: Cause and Consequences in the Third-Person Effect*. OP.CIT.P.360.

- Lasorsa, D. (1992). *How media effect policy-makers: the third person effect in J.kennamer(ed),public opinion,the press ana public policy*.new York:praeger,163-175.
- Lee Byoungkwan & Tamborini Ron (2005). Third- person effect and internet pornography: the influence of coteclivism and internet self- efficacy, *Journal of communication*, vol.55 (2),p.292-310.
- Lister,m.dovey.j.gidding,s.grant,i.and Kelly K. (2003). *new media: a critical introduction*. Routledge
- Mason, L.(1995). Newspaper as repeater: An experiment on defamation and third-person effect, *Journalism and mass communication quarterly*,12(3),610-620.
- Meirick, P. C. (2004).Topic-relevant reference groups and dimensions of distance: Political advertising and first- and third-person effects, *Communication Research.*, 31, P. 234-255.
- Merill & Lowenstein. (1979). *Media message and men new perspective in communication*, longman. new York. p 10
- Mirick, P. (2005). "Self-Enhancement Motivation as a third Variable in the Relationship Between First and Third-Person Effect,International *Journal of Public Openion Research*, vol. 17 (4), PP. 473-483.
- Mythily, S., Qiu, S., & Winslow, M. (2008). Prevalence and correlates of excessive Internet use among youth in Singapore. *Annals Academy of Medicine Singapore*, 37(1), 9.
- Neelamalar, M., & Chitra, P. (2009). New media and society: a study on the impact of social networking sites on Indian youth. *Estudos em Comunicac*, 6(1), 125-145.
- Philips Davison (1983). "The third-Person Effect in Communication" *Public Openion Quarterly, Spring*, vol.47, PP.1-15.

- Ritts, V. & Engbreston R. (1991). *College Student Attitudes Toward Adult Materials and the Legal Rental of Adult Video* In: Shah, D., Faber R. & Seounmi Youn (1999) Op.cit, pp. 240-267.
- Rucinski, D. and Salmon,C.T.(1990).The Other as the Vulnerable Voter: A Study of the Third Person Effect in the 1988 U.S. Presidential Campaign, *International Journal of Public opinion Research*,2,P.345-368
- Salgür, S. A. (2013).the effect of social networking on teenagers' school success. *Euromentor Journal-Studies about education*, (03), 35-46.
- Salween M. & Dupagne M. (2003). News of Y2k and Experiencing Y2k: Exploring the Retationship Between the third Person Effect and Optimistic. *Media Psychology*. Vol. 5, PP. 27-82.
- Salween M.B. (1998). Perception of Media Influence and Support of Censorship, the Person Effect in the 1996 Presidential Elections, *Communication Research*, 25, P.261
- Salwen, M. B. (1999). Perceptions of media influence and support for censorship: The third-person effect in the 1996 presidential election, *Communication Research*, October; 26, (5), P. 523-549
- Schell, B. & Bonin, L. (1989). *Factors Affecting Censorship by Canadian Librarians*. In: Shah, D., Faber, R. & Seounmi youn (1999) Op.cit.
- Strano, Michele, M. (2008). User Description Through Facebook Profile Images. *Cybersychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2). Article (5), pp. 1-11.
- Tewksbury, D., Hang, L. & Price V. (1996) *Predictors of Support, for the Expressive Right of Mass Media*. In: Shah, D., Faber, R. & Seounmi Youn (1999). Op.cit.

- Tufekci, Z., & Wilson, C. (2012). Social media and the decision to participate in political protest: Observations from Tahrir Square. *Journal of Communication*, 62(2), 363-379.
- Wijesundara, T. R. (2013). *Motivations and usage patterns of social networking sites: Exploring cultural differences between United States & Sri Lanka* (Master's thesis, Universitetet i Agder; University of Agder).
- Zhong, Z. J. (2009). Third-Person Perceptions and Online Games: A Comparison of Perceived Antisocial and Prosocial Game Effects. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 286-306.

الملاحق

ملحق (1)

الاستبانة

إدراك المرأة الاردنية المتزوجة لمخاطر استخدام مواقع التواصل الإجتماعي

تجري الباحثة دراسة ميدانية كمتطلب رئيس للحصول على درجة الماجستير في الإعلام حول عادات وأنماط استخدام المرأة الأردنية المتزوجة لمواقع التواصل الإجتماعي ، وللتعرف إلى مدى إدراكها لأهمية استخدام تلك المواقع ، ومدى التأثيرات التي يتركها هذا الإستخدام عليها، وتدعوك الباحثة إلى التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الإستبانة بأمانة ودقة وموضوعية ، مؤكدة على أن هذه الأداة لن تستخدم ألبا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرا لكم حسن التعاون

الطالبة : هبه العمري

رقم الهاتف : 0792137670

البيانات الشخصية للمبحوثين

1- الحالة الاجتماعية:

1. متزوجة
2. مطلقة
3. أرملة

2- العمر:

- 1- (29-20) سنة
2- (39-30) سنة
3- (49-40) سنة
4- (59-50) سنة
5- (60) سنة فأكثر

3- المؤهل التعليمي:

- 1- ثانوية عامة فما دون
2- دبلوم متوسط
3- بكالوريوس
4- دراسات عليا (ماجستير، دكتوراه)

4- التخصص:

- 1- تخصص إنساني
2- تخصص علمي

5- عدد أفراد الأسرة:

- 1- (3-1) أفراد
2- (5-4) أفراد
3- 6 فأكثر

6- مكان الإقامة:

- 1- مدينة
2- قرية

7- الدخل الشهري:

- 1- أقل من 500 دينار
2- 500-1000 دينار
3- أكثر من 1000 دينار

8- الإقليم:

- 1- شمال
2- جنوب
3- وسط

9- العمل:

- 1- أعمل
2- لا أعمل

10- امتلاك أجهزة ذكية (LAPTOP, I PAD, TABLET, PC)

- 1- أمتلك
2- لا أمتلك

11- ما درجة استخدامك لمواقع التواصل الإجتماعي؟

- 1- دائماً 2- أحياناً 3- نادراً

12- ما كثافة استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت:

- 1- أقل من ساعة يومياً
2- من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً
3- من ثلاثة ساعات إلى أقل من خمس ساعات يومياً
4- خمس ساعات فأكثر

13- ما درجة تفضيلك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

لا	درجة منخفضة	درجة متوسطة	درجة كبيرة	الموقع	
				فيسبوك	1-
				تويتر	2-
				انستغرام	3-
				سناب شات	4-
				واتساب	5-
				تيليجرام	6-
				فايبر	7-
				لاين	8-
				ايمو	9-
				يوتيوب	10-
				ماي لايف	11-
				ماي سبيس	12-
				سكايب	13-
				لينكد ان	14-
				ياهو ماسنجر	15-

14- الأماكن التي تستخدمين فيها المواقع الاجتماعية:

- 1- المنزل 2- العمل 3- الأصدقاء 4- الأقارب

15- الوسيلة التي تستخدمين من خلالها مواقع التواصل الاجتماعي:

- 1- الهاتف النقال 2- لاب توب 3- الجهاز الشخصي PC
4- أي باد 5- أخرى اذكرها.

16- ما الأسباب التي تدعو المرأة إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكن استخدام أكثر من بديل)

الدوافع	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	درجة منخفضة	لا
معرفة الأخبار والمعلومات				
تسلية وترفيه				
حب استطلاع				
سرعة نقل الأخبار				
المشاكل الأسرية				
الفراغ				
البطالة				
التسويق والبحث عن وظائف				
التواصل مع الأهل والأصدقاء				
الإستفاده في مجال العمل والدراسة				
جزء من الروتين اليومي				

17- ما الموضوعات المفضلة لديك في مواقع التواصل الاجتماعي (يمكن استخدام أكثر من بديل)

الموضوعات	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة	لا
1- سياسية				
2- اجتماعية				
3- اقتصادية				
4- دينية				
5- ثقافية				
6- فنية				
7- أسرية				
8- أخرى اذكرها				

18- ما درجة تعرضك للقضايا الاجتماعية؟

1- كبيرة 2- متوسطة 3- منخفضة

19- ما القضايا الاجتماعية التي تتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

القضايا	بدرجة عالية	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة
1- التفكك الأسري			
2- الخيانة الزوجية			
3- المساهمة في حل مشكلات الآخرين			
4- الصحة			
5- تربية الأبناء			
6- الخلع والطلاق			
7- أخرى أذكرها			

20- هل تعتقد بوجود مخاطر لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

1- نعم
2- لا

21- برأيك ما المخاطر من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- 1- أكثر تأثيرا علي من الآخرين
- 2- أكثر تأثيرا على الآخرين من تأثيرها علي
- 3- يتساوى تأثيرها علي مع الآخرين.

22- ما درجة التأثيرات السلبية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على حياتك

الأسرية؟

درجة التأثيرات	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة
عليك			
على الأهل			
على الأقارب			
على الأصدقاء			
على الآخرين			

23- هل تؤيد فرض رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي؟

1- نعم
2- لا

24- ما نوع الرقابة التي تفضلونها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

المتغير	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة	لا
ذاتية				
أسرية				
حكومية				
من قبل وسائل الاعلام				
وضع تشريعات قانونية				

قائمة الملاحق:
الملحق (2)

قائمة المحكمين للاستبانة والمقابلة

الرقم	الاسم	الرتبة الأكاديمية	مكان العمل
1.	د. خلف الطاهات	أستاذ مساعد	كلية الإعلام - جامعة اليرموك
2.	أ.د. هاشم سلعوس	أستاذ دكتور	كلية الإعلام - جامعة اليرموك
3.	الدكتور عبد الباسط شاهين	دكتور مساعد	كلية الإعلام - جامعة اليرموك