

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

من إعداد الطالبة:

بلعلمي الياقوت

حضور المرأة في الفضاء الافتراضي وآثاره النفسية والاجتماعية

دراسة ميدانية على عينة من طالبات السنة الثانية ماستر علوم الاعلام والاتصال

نوقشت بتاريخ: 16 جوان 2022

لجنة المناقشة:

رئيس	أستاذ مساعد /	أ. قانة مسعود
مشرفا و مقررا	أستاذ محاضر /	د. ثابت مصطفى
مناقش	أستاذ مساعد /	أ. حمایمي محرز

السنة الجامعية 2021-2022



جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

من إعداد الطالبة:

بلعلمي الياقوت

حضور المرأة في الفضاء الافتراضي وآثاره النفسية والاجتماعية

دراسة ميدانية على عينة من طالبات السنة الثانية ماستر علوم الاعلام والاتصال

نوقشت بتاريخ: 16 جوان 2022

لجنة المناقشة:

رئيس	أستاذ مساعد /	أ. قانة مسعود
مشرفا ومقرر	أستاذ محاضر /	د. ثابت مصطفى
مناقش	أستاذ مساعد /	أ. حمایمی محرز

السنة الجامعية 2021-2022

# الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

أهدي ثمرة جهدي إلى من قال فيهما عز وجل، "﴿وَإِخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُل رَّبِّ ارْحَمْهُمَا  
كَمَا رَتَّبْتَ لِي صَغِيرًا﴾

إلى من تاهت الكلمات والحروف في وصفهما، ويعجز القلم عن كتابة أي شيء عنهما واللذان كانا ولا يزالان  
سندا لي في حياتي أُمي وأبي

إلى ضحكات الطفولة وفخر المستقبل أخواقي وإخواني تؤم روعي سدد الله خطاكم لكل خير إلى الذين أحاطوني  
بالعون والدعاء.. رفاق الدرب ما زلتهم. بعمق القلب أحبابا.. فإن غبتم وإن غبنا فإن الحب ما غابا.. لكل من ترك  
أثرا جميلا في حياتي إلى من ضاقت السطور عن ذكرهم فوسعهم قلبي.. إليكم جميعا أهدي هذا الجهد المتواضع.  
إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد على إنجاز هذا العمل بكلمة نصيحة أو دعاء.

ولا يفوتني أن أشكر أساتذة وموظفي وعمال كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية قسم إعلام واتصال

جزاكم الله عني كل خير

# الشكر

أتقدم بالشكر للمولى عز وجل الذي ألهمنا العلم والمعرفة  
"اللهم لك لحم والشكر كما ينبغي لجلال وجهك وعظمة سلطائك"

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم "من لم يشكر الناس لم  
يشكر الله، ومن أسدى إلكيم معروفا فكافئوه، فن لم تستطيعوا،  
فاعدعوا له.

واقْتداء بهذا الحديث الشريق نوجه شكرنا إلى الأستاذ  
المشرف "مصطفى ثابت" الذي لن نوافيه حقه من الشكر والعرفان  
بالجميل، فلم يبخل عليا بتوجيهاته ونصائحها القيمة التي كانت عوناً  
لي في إتمام هذا البحث.

كما لا أنسى لجنة المناقشة التي ساتوجهوني إلى الصواب

## ملخص الدراسة

سعت الدراسة للبحث في واقع ولوج المرأة إلى العالم الافتراضي وذلك لما يكتسبه الأخير من أهمية بالغة في التأثير النفسي والاجتماعي على المرأة ، وقد وقع اختيار ميدان الدراسة مجموعة من الطالبات باعتبارها يمثلنا المرأة ، ومن اجل بلوغ أهداف الدراسة وغاياتها فقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح الوصفي وأدواته في جمع البيانات المتمثلة في استمارة الاستبيان التي وزعت على الطالبات اختصاص إعلم وإتصال، لتخلص الدراسة في النهاية بعد شقها النظري والميداني لعدة نتائج تخدم الإشكالية المطروحة إذ بينت أن للفاضء الافتراضي تأثير نفس واجتماعي على المرأة

الكلمات المفتاحية الاتصال ، العالم الافتراضي، مواقع التواصل الاجتماعي

### Résumé de l'étude

L'étude visait à enquêter sur la réalité de l'accès des femmes au monde virtuel car ce dernier est d'une grande importance dans l'impact psychologique et social sur les femmes et ses outils de collecte de données représentés dans le formulaire de questionnaire qui a été distribué aux étudiants avec la spécialisation de l'information et de la communication, pour conclure finalement l'étude, après son clivage théorique et terrain, à plusieurs résultats qui servent le problème posé, car il montre que l'espace hypothétique a un impact psychologique et social sur les femmes.

**Mots clés** communication, monde virtuel, sites de réseaux sociaux

## قائمة المحتويات

I.....	الإهداء
II.....	الشكر
III.....	ملخص الدراسة
IV.....	مقائمة المحتويات
VI.....	قائمة الجداول
VII.....	قائمة الأشكال
أ.....	مقدمة

### الجانب المنهجي

2.....	01. الإشكالية الدراسة
2.....	02. التسؤلات الفرعية
3.....	03. أهداف وأهمية الدراسة:
3.....	04. مبررات إختيار الموضوع:
4.....	05. تحديد مفاهيم الدراسة:
4.....	1.05- الفضاء الافتراضي:
7.....	06. مجتمع وعينة الدراسة:
7.....	1.06- مجتمع الدراسة
8.....	07. حدود الدراسة:
8.....	08. منهج البحث:
11.....	03. الدراسات السابقة
13.....	04. المقاربة النظرية لدراسة

## الجانب التطبيقي

21	01. تمهيد .....
22	02. خصائص عينة المبحوثين .....
26	1.02- عرض وتحليل محور عادات وأنماط استخدام الطالبات لشبكات التواصل الاجتماعية .....
32	2.02- عرض وتحليل محور الآثار الاجتماعية للفضاء الافتراضي على جمهور الطالبات .....
40	النتائج العامة للدراسة: .....
41	ب- محور الآثار الاجتماعية للفضاء الافتراضي على جمهور الطالبات .....
45	خاتمة .....
46	خاتمة .....
51	الملاحق .....



## قائمة الجداول

- الجدول رقم 1 يوضح توزيع العينة حسب متغير السن ..... 22
- الجدول رقم 2 يوضح توزيع العينة حسب التخصص الدراسي..... 23
- الجدول رقم 3 يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية..... 24
- الجدول رقم 4 يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة..... 25
- الجدول رقم 5 مدة امتلاك حسابات على الشبكات التواصل الاجتماعي..... 26
- الجدول رقم 6 يوضح مدة الاستغراق في استعمال الشبكات يوميا ..... 27
- الجدول رقم 7 يوضح أحسن فترة يتم فيها استخدام الفضاء الافتراضي ..... 28
- الجدول رقم 8 تفضيل الاستخدام..... 29
- الجدول رقم 9 يوضح أهم المواضيع التي تجذب الطالبات..... 30
- الجدول رقم 10 تفاعل الطالبات نحو محتويات الفضاء الافتراضي ..... 31
- الجدول رقم 11 أهم الجوانب التي استفادت من هنا الطالبات..... 32
- الجدول رقم 12 يوضح تأثير الفضاء الافتراضي على علاقة ووظائف المرأة ومجل بروزها ..... 33
- الجدول رقم 13 رأي العينة حول تحرير الفضاء الافتراضي للمرأة من سيطرة الرجل..... 34
- الجدول رقم 14 اعتبار الفضاء الافتراضي مجالا لعرض ومناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية..... 35
- الجدول رقم 15 يوضح تأثير الفضاء الافتراضي على علاقة ووظائف المرأة ومجل بروزها ..... 36
- الجدول رقم 16 مساعدة الفضاء الافتراضي في طرح الانشغال والمشاكل مع الأصدقاء..... 37
- الجدول رقم 17 اعتبار الفضاء الافتراضي مجالا لعرض ومناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية..... 38
- الجدول رقم 18 الفضاء الافتراضي والواقع الاجتماعي..... 39

## قائمة الأشكال

- الشكل رقم 1 يوضح توزيع العينة حسب متغير السن.....22
- الشكل رقم 2 يوضح توزيع العينة حسب التخصص الدراسي.....23
- الشكل رقم 3 يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية.....24
- الشكل رقم 4 يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة.....25
- الشكل رقم 5 يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة.....26
- الشكل رقم 6 يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة.....27
- الشكل رقم 7 يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة.....28
- الشكل رقم 8 يوضح تفضيل الاستخدام.....29
- الشكل رقم 9 يوضح أهم المواضيع التي تجذب الطالبات.....30
- الشكل رقم 10 يوضح تفضيل الاستخدام.....31
- الشكل رقم 11 أهم الجوانب التي استفادت من هنا الطالبات.....32
- الشكل رقم 12 أهم الجوانب التي استفادت من هنا الطالبات.....34
- الشكل رقم 13 اعتبار الفضاء الافتراضي مجالاً لعرض ومناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية.....35
- الشكل رقم 14 يوضح مساعدة الفضاء الافتراضي في طرح الانتشغال والمشاكل مع الأصدقاء.....37
- الشكل رقم 15 اعتبار الفضاء الافتراضي مجالاً لعرض ومناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية.....38
- الشكل رقم 16 اعتبار الفضاء الافتراضي مجالاً لعرض ومناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية.....39

# مقدمة

## مقدمة

يفتح الواقع الافتراضي لنا مساحات جديدة ، مما يتيح لنا الوصول إلى عالم حسي ثلاثي الأبعاد يمكن أن يمثل بشكل واقعي بيئة موجودة في مكان آخر في العالم الخارجي كبيئات خيالية ومصطنعة بالكامل. في كلتا الحالتين ، تهدف الصور التي تم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر والتي تخلق هذه الأكوان إلى عرض مرئي ، والجودة الأكثر رواجاً هي توليد شعور بالانغماس والحضور في مساحة حقيقية و متماسكة هندسياً.

في جميع سياقات استخدام الواقع الافتراضي ، سواء كان مريحاً أو مرحاً أو فنياً أو موسيقياً أو تعليمياً أو علاجياً أو حتى علمياً ، يتم وضع المستخدم في وجود عالم مكاني حيث تتم دعوته لتطوير الأنشطة الحسية الحركية والسلوكيات المعرفية التي تعلم إتقانها في العالم الحقيقي. ومن المتوقع أن ينقل هذا الفرد إلى السياق الجديد ذخيرة من المهارات والإيماءات والتمثيلات الذهنية والاستراتيجيات المتاحة له.

ويمكن لهذا الفرد نفسه ، بالواقع الافتراضي ، أن يجد نفسه أيضاً منغمساً في بيئات جديدة ، والتي تفترض تنفيذ سجلات إيمائية أو معرفية جديدة يحدث مثل هذا الموقف عندما تأتي التشوهات التجريبية (المتعمدة) لتتناقض مع التوقعات الناشئة عن التعلم الإدراكي السابق وتعرض الفرد "لقوانين" فيزيائية غير واقعية...

ويبدو أن الخيط الرفيع بين العالم الافتراضي والواقعي قد قطع واشتبكت الأمور إلى حد لا يمكن التفريق بينهما، ويصعب معه تمايزهما، ففي هذا العصر الذي شهد أكبر حملات هجرة ولجوء ونزوح، لعلنا نجد أن أكبر هجرة شهدتها البشرية على الإطلاق هي الهجرة من الواقعي إلى الافتراضي، والسكن في وسائل التواصل الاجتماعي.

وفي ظل هذا التحول الذي يشهده العالم فإن المرأة هي من أحد الشرائح المستفيدة من من الفضاء الافتراضي ووسائل التواصل ، بل المستخدمة لها والمدمنة عليها ربما، ولقد تمكنت المرأة من اقتحام عالم الإنترنت، لكن وجودها المتنامي في هذا المجال الافتراضي خلق لديها شعورا عن اكتسابها مستوى معيناً من الحرية، وأن حوارها مع العالم الخارجي سيكونها من تحطيم جدران العزلة افتراضيا ويجعلها قادرة على إيجاد هوية خاصة بها، وأن التكنولوجيا ستأتي بالتالي بتغيرات اجتماعية ونفسية وجوهرية.

ولكن وفي المقابل إن الحديث عن ولوج المرأة إلى العالم الافتراضي وتمكنها منه ومن تقنياته يقودنا حتما إلى الحديث عن التأثيرات الجانبية وخاصة من التأثير من الجانب النفسي والاجتماعي للمرأة وتأسيسا على ذلك نحاول تسليط الضوء على استهداف المرأة الصحراوية والتي من خلالها سنحاول إيجاد العلاقة بين العالم الافتراضي والمرأة وتأثيره عليها من الناحية النفسية والاجتماعية، ولفهم الموضوع قسمنا دراستنا إلى قسمين (قسم نظري وقسم تطبيقي).

الفصل الأول من الدراسة: يتم التطرق فيه إلى الجانب المنهجي للدراسة والذي سيعظم أهم حيتيات الموضوع والتطرق إلى أهم النظريات المتعلقة بموضوع دراستنا.

أما في الجزء الثاني من الدراسة والذي يحتوي على الجانب التطبيقي وهو جزء مخصص لتحليل والمناقشة والخوض في إشكالية الدراسة وفرضياتها البحثية

الجانب المنهجي

## الجانب المنهجي

01. إشكالية الدراسة
02. التساؤلات الفرعية
03. أهداف الدراسة
04. أهمية الدراسة
05. أسباب اختيار الموضوع
06. مفاهيم الدراسة
07. مجتمع البحث وعينة الدراسة
08. حدود الدراسة
09. منهج الدراسة
10. أدوات جمع البيانات
11. الدراسات السابقة
12. المقاربة النظرية للدراسة
- 13, خلاصة

## 01. الإشكالية الدراسة

وعلى الرغم من أن الفضاء الافتراضي ليس مكانا حقيقيا، إلا أنه توجد أجزاء منه في كل مكان يمكن أن تكون أجهزة الكمبيوتر التي نتصل بها عند تصفح الإنترنت موجودة في أي مكان في العالم، والأدوات التي تجعل الفضاء الافتراضي تعمل ليست بنفس أهمية التفاعلات التي تجعلها ممكنة، يتعلق الفضاء الإلكتروني بشكل أكبر بنوع جديد من ثقافة الإنترنت التي يتم إنشاؤها عندما يستخدم الناس هذه الأدوات التكنولوجية، وإن كان عالم موازيا فإن مجال استخدامه لم يعد حكرا على أحد وخاصة أننا نرى الاستخدام المرأة التي أصبحت تعزز من تواجدها في العالم الافتراضي، مما أصبح يعطي لها مساحة أكبر لتواجهن لتعبير عن مشاعرهن والإطلاع على أهم التطورات الحاصلة في العالم والتواصل مع العالم الموازي واكتساب معارف جديدة وهذا ما سيولد تغير في المرأة من خلال التأثير النفسي والاجتماعي ومن هنا تأتي هذه الدراسة لرصد تلك التأثيرات النفسية والاجتماعية على المرأة من خلال طرح التساؤل الآتي:

ما مدى حضور المرأة الجزائرية في العالم الافتراضي ومستوى تأثيره النفسي والاجتماعي؟

## 02. التسؤلات الفرعية

وانطلاقا من السؤال الرئيسي لدراستنا وللإجابة عنه وللايضاح تفصيل متغيرات الدراسة فإن سؤالنا هذا تنفرع منه أسئلة وتمثلت تلك الأسئلة فيما يلي:

- ✓ ما هي عادات وأنماط استخدام الطالبات لشبكات التواصل الاجتماعية؟
- ✓ ما هي الآثار الاجتماعية للفضاء الافتراضي على جمهور الطالبات؟
- ✓ ما هي الآثار النفسية للفضاء الافتراضي على جمهور الطالبات



### 03. أهداف وأهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية أهدافها، والمتمثلة في السعي نحو الإجابة عن التساؤلات المثارة بخصوص الآثار النفسية والاجتماعية، على المرأة بحضورها وولوجها في العالم الافتراضي وإذ أن هذه التساؤلات تراوحت بين التساؤلات النظرية، والتساؤلات الميدانية، لذا يمكن القول إن الأهمية ستحدد كذلك على النحو التالي:

أولاً- الأهمية النظرية: وتتجلى بما ستفصح عنه الإجابات عن التساؤلات النظرية، بوصفها ستوفر إطاراً نظرياً يؤسس لمفهوم العالم الافتراضي وتأثيراته على المرأة، نفسياً واجتماعياً.

ثانياً- الأهمية الميدانية: وتتجسد باختبار واقع تأثير العالم الافتراضي على المرأة من الجانب النفسي والاجتماعي، وذلك من خلال الدراسة الميدانية والتي تهدف إلى:-

01. المجال التي تستهدفه المرأة في العالم الافتراضي

02. الإشباع المحققة من حضور المرأة في المجال الافتراضي

03. إبراز دور العالم الافتراضي في تأثير على المرأة من خلال حضورها في هذا العالم.

### 04. مبررات إختيار الموضوع:

أ- المبررات الذاتية: تتمثل رغبتنا في إثراء البحث العلمي في مجال العلوم الاجتماعية، الذي لاحظنا أنه لا زال يفتقر إلى مثل هذا النوع من الدراسات، وكذا معرفة الأهمية الذي يكتسبه العالم الموازي أو بالأحرى العالم الافتراضي وتأثيره على فئات المجتمع نفسياً واجتماعياً بصفة عامة وبصفة خاصة تأثيره على المرأة.

ب- المبررات الموضوعية: بات التحول الرقمي جزء لا يتجزء من حياة المجتمعات، فأصبح العالم مرهون بتلك التحولات، وإن التطور الذي يعرف على مجال الاتصال والتواصل وظهور نظريات جديدة حول هذا المجال بات يجلب الكثير من الاهتمام، ويعد أهم تلك التطورات

الحصالة هو ظهور العالم الافتراضي الذي أصبح يعتبر موازيا لعالمنا الواقعي حيث أصبح يؤثر تأثيرا إيجابيا أو سلبيا، وتعد المرأة في خضم هذا التطور جزء مهم لدراسته، فمن منطلق أن المرأة وخاصة المرأة العربية تتعتبر مدرسة مربية الأجيال الغد فإن تأثيرها حتما سيكون له عواقب، لذلك فإن الأخذ مسببات التأثير النفسي والاجتماعي للفضاء الافتراضي يتجب دراسته وتحليل نتائجه.

## 05. تحديد مفاهيم الدراسة:

### 1.05 - الفضاء الافتراضي:

**تعريف الفضاء لغة:** فضية. [فضاء شاسع: ما اتسع من الأرض يخلق في الفضاء: في الجو، أي ما يعلو الأرض. "أدار ناظره إلى فأوق وطفق يحدق في الفضاء". (حنا مينه) فضاء المدينة: مساحتها والمدى الواسع المحيط بها أرض فضاء: مساحتها الواسعة الفضاء الخارجي: الجو الخارجي البعيد عن الأرض رائد الفضاء: طيار مدرب على ركوب السفن الفضائية التي تدور حول الأرض سفينة الفضاء: مركبة فضائية مجهزة بتجهيزات دقيقة ومصممة تصميميا لاستقصاء مدار الفضاء الخارجي<sup>[1]</sup>.

### تعريف الفضاء اصطلاحا:-

يمكن تعريف الفضاء لاعام بأنه المحيط الذي يستخدمه المجتمع لمناقشة وتشكيل حراك عام في كل ما يهمه خارج نطاق أعين السلطات وأدوات مراقبتها<sup>[2]</sup>.

الفضاء هو ذلك المكان أو المجال المادي والمعنوي المفتوح أمام الأفراد من أجل الاستفادة المشتركة في النشاط لتحقيق المعنى المشترك، حيث يتخذ الأفراد في الفضاء المعين سلوكيات معينة حسب الوضعية التي يتواجدون فيها (أي حسب طبيعة الفضاء) يتفاعلون ويتبادلون

1- معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي

2- نوال بركات، الفضاء السيبري والعلاقات الاجتماعية في المجتمع، بين جغرافيا الواقع والجغرافيا الافتراضية، مجلة علوم الإنسانية والمجتمع، العدد 12 جامعة بسكرة، نوفمبر 2014، ص 275

الأراء، المواقف والاتجاهات يتشئون بذلك فضاء حيويًا ذا دلالة لجميع المتدخلين فيه وذا منفعة مشتركة يستعملونه لبلوغ أهداف وغايات معينة<sup>[1]</sup>.

### تعريف الفضاء الافتراضي

يحمل هذا المفهوم عددا من المعاني المختلفة. ففي رواية: "Neuromancer" لوليام جيبسون<sup>[2]</sup> أين ظهر هذا اللفظ للمرة الأولى، كان يعني شبكة ضخمة من المعلومات ترتبط بأسلاك أو تتصل مباشرة بأجهزة المستخدمين العصبية. كما يعني "عالم بديل" مصنوع من كم هائل من المعلومات القادمة من الشركات والحكومات والأفراد التي يدخل إليها المستخدم ليس عبر النظر إلى شاشة كمبيوتر ولكن عبر اتصال كهربي مباشر بالمخ.

إن مفهوم الفضاء الافتراضي مجسدا لمفهوم طريق المعلومات فائق السرعة وصاهرا داخله المؤسسات الاجتماعية والثقافية بأنواعها. واقترن هذا الفضاء بمفاهيمه السايبرية المختلفة، حيث انعدام جغرافيا المكان الطبيعي، وظهور جغرافيا الإبحار المعلوماتي في شتى الاتجاهات وفي ذات الآن، وليس هناك إلا الزمن الإلكتروني تطابقا مع تشعب التفكير البشري الآتي.<sup>[3]</sup>

كما عرف كل من آسيا بريغز وبيتر بورك على أنه: "ذلك الفضاء الذي يخلق عندما يدخل المرء إلى الانترنت أو الحاسب ويتحلل من واقعه المادي ويذوب في الواقع الجديد الذي تتيحه الشبكة أو الحاسب. ويصبح جزءا منه، فيكون اللاعب الذي بداخل لعبة الحاسب مثلا. والجدير بالذكر أن الفضاء الرمزي حسبهما وعلى خلاف التلفزيون ومثل القراءة التي لا تخضع للرقابة، لا يقف على أبوابه حراس".<sup>[4]</sup>

1- عكروت فريدة، مفهوم الفضاء وتمثلاته الاجتماعية، مجلة الصورة والاتصال، العدد 22، جامعة مستغانم فبراير 2018، ص 01

2- حسني محمد نصر، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض: 10-11 مارس 2015، ص 10.

3- محمد علي رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية (بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية)، ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005، ص 270.

4- آسيا بريغز، بيتر بورك، ترجمة (مصطفى محمد اقسام) التاريخ الاجتماعي للوسائط (من غتبرغ إلى الانترنت)، عالم المعرفة، لاقويت، 2015، ص 50

وقد عرفها مجمع اكسفورد (OXFORD) مساحة تمثيلية متصورة تم إنشاؤها بواسطة برامج رسومات الكمبيوتر التي تستخدم نظام إحداثيات ديكارتي يتكون من محاور X و Y و Z: انظر الواقع الافتراضي ؛ عالم افتراضي وفي تعريف ثاني لها، طريقة مجازية لتصوير التفاعلات التي "تحدث" عبر شبكة الكمبيوتر<sup>[1]</sup>.

كما يعتبر الفضاء الافتراضي هو الوجه الحسي للواقع العقلي الذي اختلقه الإنسان مزيد من التحكم في الواقع الطبيعي فهو واقع ذكي وكيف الظاهرة الطبيعية وفق شفرات رقمية خاصة تتجاوز التعيين إلى التشفير، إذ يخلق لغة جديدة تتجاوز الكلام إلى الأرقام، وهو وليد فلسفة التواصل التي أسست فقها جديدا لتداول عمليات هذه البنية الجديدة<sup>[2]</sup>.

كما يمكن القول أنه تعبير يدل على البيئة الإلكترونية التي تحاول محاكاة الواقع الفيزيائي في أبعاده بوسائل تكنولوجية رقمية، نظرا لاحتوائها على عناصر تفاعلية تواصلية بين الأفراد كالتعليقات واستطلاع الرأي العام والبريد الإلكتروني، وعناصر تفاعلية معلوماتية كخريطة الموقع والأرشيف الإلكتروني والخدمات المساندة كمواقيت الصلاة وأسعار العملات ودرجات الحرارة والساعة والمواقيت العالمية والعناصر السمعية البصرية متمثلة في الفيديوهات، والرسوم المتحركة والوسائط المتعددة، والصور، ويتم التفاعل مع حواس المستخدم واستجاباته، وحرية التنقل بين المواقع عن طريق الروابط المتشعبة والنص الفائق<sup>[3]</sup>.

1 - <https://www-oxfordreference-com>.

2- اليامين بن تومي. تداولية الواقع الأثري - كتابات معاصرة، شركة حوار للصحافة والنشر، بيروت 2005م، ص 19

3- محمود حسن إسماعيل، علاقة تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتشكيل الواقع الافتراضي لدى المراهقين، جامعة عين شمس، مصر ، 2016، ص 03

## 06. مجتمع وعينة الدراسة:

### 1.06 - مجتمع الدراسة

#### 9-1. تعريف مجتمع الدراسة:

هو كامل الأفراد أو الأحداث أو المشاهدات موضوع البحث أو الدراسة.<sup>[1]</sup>

ويقصد بمجتمع البحث جميع المفردات أو الأشياء التي نود معرفة حقائق معينة عنها، وقد تكون هذه المفردات برامج إذاعية أو تلفزيونية أو نشرات أخبار خاصة، في حالة تقييم مضمون وسائل الإعلام، وقد تكون المفردات جمهور معين لوسائل الإعلام، وكلما كان التحديد أكثر دقة كلما ساعد ذلك على دقة النتائج.<sup>[2]</sup>

ويتمثل مجتمع بحث هذه الدراسة في المرأة لما لهم من خصائص تساعدنا في الحصول على أجوبة للأسئلة المطروحة، والوصول إلى المعلومات والحقائق التي نفي بالغرض النهائي للدراسة والتماسا للحصول على أجوبة أكثر دقة وملامسة للواقع، إضافة إلى ذلك فإن طبيعة الموضوع استلزمت أن نقوم بتحديد العينة بدقة من عناصر مجتمع البحث، وذلك للوصول إلى التقديرات التي تتطابق مع مجتمع البحث لذلك قمنا باختيار عينة ممثلة عن المجتمع الأصلي للدراسة.

#### 9-2. عينة البحث:

**العينة:** هي عدة عناصر مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث والتقصي وبما إن دراستنا تهدف إلى معرفة. الذي يلعبه الفضاء الافتراضي في التأثير على المرأة من الناحية النفسية والاجتماعية، فان عينة دراستنا تتكون مجموعة من طالبات التي بجامعة قاصدي مرياح ورقلة، وتعرف العينة: أنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم

1 - زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002. ص 55.

2- المرجع نفسه، ص 56،

اختيارها بطريقة معينة.<sup>[1]</sup>، وعليه تندرج دراستنا إلى العينة القصدية حيث قصدنا الوسيلة المتبعة من خلال موضوع تناولناه.

- **العينة القصدية:** حيث أنها تنتقى وفق أهداف الدراسة، بناء على معرفة الباحث دون قيود، وتنتقى بناء على شروط يراها الباحث مناسبة كالكفاءة العلمية أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها.<sup>[2]</sup>

وتعرف أيضا هي العينة التي يتعمد الباحث فيها إن تتكون من وحدات معينة اعتمادا منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل ، فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص و مزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع هذه تعطي نتائج اقرب ما تكون إلى نتائج التي يمكن إن يصل إليها الباحث لمسح المجتمع كله.<sup>[3]</sup>

## 07. حدود الدراسة:

قسمت حدود الدراسة إلى ثلاثة أقسام وتمثلت فيما يلي:

✓ الحد المكاني: دراسة حالة عينة المرأة الناشطة بالفضاء الافتراضي بإقليم ولاية ورقلة

✓ الحد الزمني: وتشمل الفترة الممتدة من 2022/01/01 – 2022/03/30

## 08. منهج البحث:

### 01- منهج الدراسة :

إذا كان المنهج العلمي هو عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة، والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل الظواهر الاجتماعية<sup>[4]</sup>، وهو جملة من

1- زهير إحدادن، المرجع نفسه ص، 81.

2- سمير محمد حسن ، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الكتب القاهرة، 1976 ، ص 97.

3- ،المرجع نفسه ص 82.

4- أحمد بخوش وموسى معيرش، المعرفة والبحث العلمي(مدخل إلى المنهجية العامة)، دار الكتاب الحديث، ط1 مصر، 2009، ص 63 .

الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة، أي هو عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره البحثي من حيث نقطة الانطلاق وخط السير ونقطة الوصول [1]، فهذا يعني أنه لا غنى عنه في أي دراسة أو بحث علمي، وأن اختيار منهج البحث في دراسة أي ظاهرة إعلامية أو اجتماعية لا يأتي بطريقة عشوائية أو انطلاقاً من رغبات الباحث وأهوائه، بل إن موضوع البحث أو طبيعة الدراسة وكذا أهدافها هما اللذان يحتمان المنهج المناسب للبحث أو الدراسة، وهذا الاختيار المضبوط هو الذي يضفي المصداقية والموضوعية للنتائج المحصل عنها.

وبما أن دراستي جاءت لإبراز التأثيرات الاجتماعية والنفسية للفضاء الافتراضي على المرأة وهي ضمن الدراسات الوصفية التحليلية والتي نحاول فيها شرح وتفسير الظاهرة ولتفسير ذلك توجب علينا أن نحدد المنهاج المناسب لدراستنا ليصبح من المناسب أن نوظف في دراستنا المنهج المسحي الذي يعتبر محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير التأثير النفسي والاجتماعي للعالم الموازي الافتراضي

## **02- أدوات جمع البيانات:**

تعتبر عملية جمع البيانات من أهم المراحل لأي بحث علمي، ومما يساعد على نجاحها ضرورة تصورها وتحديد الضوابط المتعلقة بها، وعلى قدر توافرها وشمولها ودقتها تتوقف دقة التحليل وأهمية النتائج والقرارات المبنية عليها<sup>(2)</sup>، بالتالي فإن نجاح أي بحث أو دراسة علمية مرهون بصفة مباشرة بفاعلية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، والتي تعرف على أنها الوسيلة التي يستعين بها الباحث لجمع البيانات اللازمة المتعلقة بموضوع الدراسة.<sup>[3]</sup>

1- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2010، ص283 .

2- عباس أيوب ، دروس في منهجية البحث العلمي ، تدريب وتحضير بدني ورياضي ، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية ، أولى ماستر ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، ص 30 .

3- أحمد بدر، مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، دار المعرفة الجامعية، الرياض، 1999، ص48.

كما أن تطبيق هذه الأدوات بطريقة علمية يسمح بالتوصل إلى نتائج علمية أكثر دقة وتحيط بمختلف جوانب الظاهرة قيد الدراسة، لهذا اعتمدت في دراستي على الأدوات التي تتناسب ومنهج المسح بالعينة، في جمع البيانات المتعلقة بتأثير الفضاء الافتراضي على المرأة وهذه الأدوات هي:

أ- استمارة الاستبيان: ويعتبر الاستبيان أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التي يتطلبها البحث الميداني في العلوم الاجتماعية والإعلامية، وهو يستخدم لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة، من خلال الإجابة على عدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج سبق إعداده وتقنيته ويقوم المجيب بملئه بنفسه، ويسلم أو يرسل هذا النموذج لعينة كبيرة نسبيا من أفراد مجتمع البحث<sup>[1]</sup>

والاستبيان هو أسلوب جمع البيانات التي تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وأراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات<sup>[2]</sup>، ومعنى هذا أن الاستبيان كي يحقق هدفه المرجو، لا بد أن تكون أسئلته ملمة ومعبرة عن موضوع البحث، وتعطي أجوبة يمكن التعامل معها فيما بعد، أي أن الأجوبة الواضحة التي تتيح التحليل العلمي إنما مرتبطة بدقة وضبط أسئلة الاستبيان شكلا ومضمونا.<sup>[3]</sup>

وقد استخدمت في دراستي هذه استمارة الاستبيان كأداة مهمة من أدوات جمع البيانات محاولة قدر الإمكان أن تكون أسئلتها واضحة بعيدة عن كل التعقيدات وملمة بمختلف جوانب الدراسة وأهدافها، وأن أتجنب أي إيحاء أو توجيه لها بالابتعاد عن التحيز والذاتية في طرحها، واتبعت في ذلك كافة الإجراءات المنهجية في إعدادها وبناء أسئلتها، بداية بصياغة تساؤلات الدراسة وربطت مضمونها بمشكلة البحث، بعدها ترجمت تلك التساؤلات إلى مؤشرات علمية انبثقت منها محاور تتضمن مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تهدف إلى الحصول على بيانات

1- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص116.

2- محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص183.

3- صلاح أبو الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، 1983، ص306.



تجيب عن تساؤلات الدراسة، ثم قمت بإعداد الاستبيان في صورته المبدئية وعرضه على مجموعة المحكمين من أساتذة في الإعلام والاتصال، قصد الضبط والتدقيق لمطابقة الأسئلة مع محاور تساؤلات الدراسة، بعدها قمت بالتطبيق الأولي للاستبيان على عينة صغيرة من المبحوثين الذي سمح لي بتعديلات ثانياً للأسئلة واستبعاد بعضها، وتصحيح بعض الأخطاء والتهفوت في بناء الأسئلة ومحتواها، لتتم في الأخير صياغة استمارة الاستبيان في صورتها النهائية وتوزيعها على عينة الدراسة.

وبطبيعة الحال فقد بنيت استبيان دراستي على محاور تحوي جملة من الأسئلة هدفها الحصول على إجابات عن تساؤلات الدراسة ومن ثمة التساؤل الرئيسي للبحث، حيث استخدمت الأسئلة المغلقة ونصف مغلقة والمفتوحة أيضاً، فأما الأسئلة المغلقة فهي التي حددت فيها مسبقاً مجموعة من الإجابات البديلة مدونة على صحيفة الاستبيان بعد السؤال مباشرة على أساس أن يقوم المبحوث باختيار إجابة معينة، وأما الأسئلة نصف المغلقة فهي الأسئلة المحددة الإجابة مسبقاً ليختار المبحوث واحدة منها مع وجود خانة للإجابة على بديل غير مدون على صحيفة الاستبيان أهملته عن قصد، كما استخدمت أيضاً الأسئلة المفتوحة التي تترك للمبحوث حرية الإجابة قصد الإدلاء برأيه والتعبير عن موقفه وقناعاته نحو السؤال المطروح.

### 03. الدراسات السابقة

الدراسة الأولى، دراسة تيايت خولة (2018)<sup>[1]</sup>، بعنوان "واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام المرأة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك، من خلال إجراء دراسة على عينة من مستخدمات الفيسبوك، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي واعتمدت على أدوات لجمع المعلومات والمتمثلة في الملاحظة البسيطة والاستبيان المقسم إلى ثالث محاور أساسية، وتمثل مجتمع

1- دراسة تيايت خولة بعنوان "واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصر، جامعة أم البواقي، 2018

بحثها المكون من 110 مفردة أختيرت بطريقة قصدية ، وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أظهرت الدراسة أن النساء الجزائريات يستخدمن الفيسبوك دائما ، ولأكثر من ثلاث سنوات وأكثر من أربع في اليوم أكدت الدراسة على أن النساء الجزائريات يتصفحن الفيسبوك في المنزل أثناء الليل بواسطة الهاتف النقال، ويتوصلن مع الأهل والأصدقاء، كما تؤكد دراستها على النساء يتصفحن الفيسبوك نظرا لخدماته كالدرشة، وذلك لاشباع رغباتها ودوافعهن النفسية .

**الدراسة الثانية:** دراسة "ليلي هاني خالد شرفا" (2018) <sup>[1]</sup>، بعنوان،، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة الفلسطينية اقتصاديا واجتماعيا في محافظة طولكرم 2018، مذكرة تخرج لساتكمال متطلبات لنيل شهادة الحصول على درجة الماجستير جامعة النجاح لفلسطينية، هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة الفلسطينية من الجانب الاقتصادي والاجتماعي في محافظ طولكرم، ودوافع لجوء المرأة للعمل عبر مواقع التواصل الاجتماعي،، وق استخدمت الباحثة المنهج النوعي في دراستها، وتكونت عينة الدراسة من 10 سيدات يمتلكن مشاريع صغيرة مسوقة على صفحة مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الباحثة أن مواقع التواصل الاجتماعي هي أداة ووسيلة فقط والاستخدام الأمثل لها يؤدي إلى التمكين كما ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي من التمكين الذاتي للمرأة والاجتماعي والاقتصادي والمعرفي للمرأة وبدرجة كبيرة.

**الدراسة الثالثة:** دراسة مساعدي سلمى (2020) <sup>[2]</sup> . المرأة العربية وشبكات التواصل الاجتماعي: الاستخدامات و التمثلات دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من مستخدمات

1- ليلي هاني خالد شرفا، بعنوان،، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة الفلسطينية اقتصاديا واجتماعيا في محافظة طولكرم، مذكرة تخرج لساتكمال متطلبات لنيل شهادة الحصول على درجة الماجستير جامعة النجاح الفلسطينية، 2018.

2- دراسة مساعدي سلمى. المرأة العربية وشبكات التواصل الاجتماعي: الاستخدامات و التمثلات دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من مستخدمات الفيس بوك، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والإتصالية، المجلد، 08، العدد، 03، 2020،

الفييس بوك، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والإتصالية، المجلد، 08، العدد، 03، تهدف هذه الدراسة إلى مسائلة حضور المرأة العربية ضمن الفضاءات الافتراضية ، من خلال خصوصية استخداماتها لشبكات التواصل الاجتماعي كأدوات للتمكين متبوعا بالكشف عن آليات بنائها لهويتها الافتراضية وتمثلاتها لذاتها، وصولا إلى رصد مختلف التحديات التي يطرحها حضورها ضمن السياقات الافتراضية

#### 04. المقاربة النظرية لدراسة

#### نظرية الاستخدامات والاشباع

##### 1- نشأة النظرية:

كان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب "أثر استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" لصاحبيه اليهو كاتز وبلملر سنة 1974، بحيث احتوى على الوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال ودوافع استخدام الفرد لها.<sup>(1)</sup>

2- وظائف وسائل الاتصال حسب اليهو كاتز: لقد حدد كاتز الوظائف الرئيسية التي يمكن أن تخدم فيها الاتجاهات لشخصية كل فرد وبالتالي تؤثر في سلوكه وهي:

- وظيفة المنفعة أو التكيف: أي التقوية في التمسك بالاتجاهات التي تحقق العائد الأقصى وتقلل العقاب في مقابل الجهد المبذول (معامل الاختيار)، بمعنى أن استخدام وسائل الإعلام يرتبط بما يحققه الفرد من عائد من تعرضه لهذه الوسائل

- وظيفة الدفاع عن الذات: اتجاه الفرد للدفاع عن الصورة التي تم تشكيلها عن نفسه ورفض ما عداها، وتظهر هذه الوظيفة في سلوك الأقليات والتعصب، أي أن الفرد يستخدم وسائل الإعلام ومحتواها عندما تقدم صورة مرضية عنه.

1- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص 187.

- **وظيفة التعبير عن القيم:** ذلك أن الفرد غالبا ما يشعر بالرضا عندما تعكس المضامين الإعلامية القيم السائدة التي يتمسك بها.

- **الوظيفة المعرفية:** يحتاج الفرد إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه وتشكيل المعاني التي يتمكن من الفهم والتفسير وتحديد موقفه من المثيرات التي يتعرض صاليتها في بيئته.

كما رأى دينيس ماكوبلأن وسائل الاتصال تؤدي الوظائف التالية:

- **وظيفة الإعلام:** أي نقل الأخبار والمعلومات والمعرفة للفرد عن الأحداث والوقائع التي تحيط به في المجتمع والعالم الخارجي.

- **وظيفة تحديد الهوية الشخصية:** أي تحقيق الفرد لذاته من خلال دعم القيم الشخصية وأنماط السلوك والتوحد مع قيم الغير.

- **وظيفة التماسك والتفاعل الاجتماعي:** تتمثل في حاجة الفرد إلى التعرف على ظروف الآخرين والتوحد مع الغير، وتحقيق الانتماء والتفاعل والتواصل الاجتماعي.

**3- محتوى النظرية:** تعنى نظرية الاستخدامات والاشباع في الأساس بجمهور الوسائل الإعلامية التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته الكامنة في داخله، أي أن الجمهور هنا ليس سلبيًا يقبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام بل له غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها<sup>[2]</sup>، فأعضاء الجمهور هنا باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم، فكلما كان مضمونا معينًا قادرًا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له (الجمهور يقوم بالدور النقدي للمضامين)، ومن خلال تأثير الحاجات والدوافع يبدأ الفرد بتقويم ما يحصل عليه من معلومات وحتى تقويم مصادرها حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته المختلفة من المحتويات الإعلامية. (1)

وتركز هذه النظرية على مفهومين رئيسيين هما:

1- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص 187.

**الحاجة:** هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص شيء ما يحقق تواجهه حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فيزيولوجية أو نفسية.

**الدافع:** هو حالة فيزيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما.<sup>[1]</sup>

#### 4 أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

- معرفة كيفية استخدام وسائل الإعلام باعتبار للجمهور دوافع وحاجات من وراء استخدامه لها.

- الكشف عن حقيقة دوافع الاستخدام لوسيلة اتصال جماهيري دون أخرى.

- الفهم العميق والغوص في عمق عمليات الاتصال.

- معرفة الإشباعات والحاجات المطلوبة التي يسعى الجمهور لتلبيتها.

- معرفة دور المتغيرات الوسيطة ومدى تأثيرها على الوسائل والإشباعات.<sup>(1)</sup>

#### 6- عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

**الجمهور النشط:** لقد أدى اهتمام الباحثين بدراسة أسباب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وسلوكهم تجاه هذه الظاهرة إلى ظهور مفهوم الجمهور النشط أو الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد التعرض له، ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقد المحتوى المطلوب، إذ يرى بلمر أن المقصود بالجمهور النشط هو الدافع الأساسي للتعرض لوسائل الإعلام، إضافة إلى الانتقاء بين الوسائل والرسائل الإعلامية المختلفة، بحيث أن الإنسان يدرك ما يختاره ويختار ما يدركه، وتؤثر العوامل الشخصية والذاتية في تحديد مدركاته تبعاً للفروق الفردية والثقافية، وفي هذا الصدد فقد حدد كل من ليفي وويندال أن نشاط الجمهور له بعدان:

1- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص 187.

- التوجيه النوعي للأفراد: وهو على ثلاث مستويات (الانتقائية- الانشغال- المنفعة).

- البعد المؤقت: يضم الآتي: (الانتقاء قبل التعرض- الانتقاء أثناء التعرض- الانتقاء بعد التعرض).

\* **الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:** أكد الباحثون في هذا المجال أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها، وإنما تأثره تتدخل فيه عدة متغيرات بعضها نفسي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه واحتياجاته النفسية، وبعضها الآخر اجتماعي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد داخل بيئته الاجتماعية.

فالفرد إذن يختار المضمون الذي يتوافق مع تركيبته الذهنية ويتلاءم مع استعداده النفسي وظروفه الاجتماعية، لهذا يرى كاتز انه ما لم تعرف الحاجات النفسية التي تدفع الفرد إلى استخدام هذه الوسيلة أو تلك يكون القائم بالاتصال في موقف ضعيف في إشباع الحاجات والدوافع.

\* **الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام:** أشار كاتز أن الحاجات تتبع أساسا من الأفراد، ويتوقع هؤلاء الأفراد أن وسائل الإعلام تقوم بتلبية حاجياتهم، ورأى بلمر انه لا بد للباحث أن يحدد الأصول النفسية للحاجات أولا ثم يتعرف على الدوافع المرتبطة بتلك الحاجات، وينبغي ربط هذه الدوافع بتوقعات الجمهور من وسائل الإعلام فالحاجة هي من يولد الدافع، وفي هذا الصدد فقد ظهرت عدت تصنيفات للحاجات والدوافع أبرزها تصنيف ماسلو كما يلي:

- **الحاجات الأساسية:** مثل الحاجة إلى التواصل مع الآخرين، الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي، الانتماء

- **الحاجات الثانوية:** مثل الحاجات المعرفية كحب الاطلاع والمعرفة بمختلف الأحداث وغيرها  
كما صنف الدوافع إلى:

- **دوافع فردية داخلية:** وهي رغبة الفرد للقيام بشيء لذاته لتحقيق اشباعات فردية.

- دوافع اجتماعية خارجية: تنتج من خلال علاقة الفرد بمجتمعه حيث يقوم الفرد بأفعال معينة بدافع إرضاء المحيطين به أو الحصول على تقديرهم أو إثباتا لذاته، أي كما يرى دينيس ماكويل أن الحاجات والدوافع الفردية لا تظهر بمعزل عن البيئة الثقافية والاجتماعية.<sup>(1)</sup>

\* **توقعات الجمهور من وسائل الاتصال:** عرف مفهوم التوقع لدى بعض الباحثين انه احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما عرفها كاتز أنها مطالب الجمهور من سائل الإعلام أو الاشباكات التي يبحث عنها الجمهور، وعموما تفترض دراسات مدخل الاستخدامات والاشباكات أن لدى أفراد الجمهور العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرتهم على إدراك البدائل المختلفة والاختيارات المتنوعة بين مختلف الوسائل والمصادر الإعلامية والانتقاء من بين الكم الهائل لمحتوى رسائلها، لذا فقد أثبتت تلك الدراسات أن توقعات الأفراد من وسائل الإعلام تختلف من مجتمع أو بيئة اجتماعية لأخرى أي تبعا للقيم والسمات الثقافية السائدة.

\* **اشباكات وسائل الإعلام:** وفق مدخل الاستخدامات والاشباكات يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية ومن مضامينها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته بهدف الحصول على نتيجة يطلق عليها الاشباكات، ومنذ سبعينات القرن الماضي نادى الباحثون في هذا المدخل إلى ضرورة التمييز بين الاشباكات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام والاشباكات التي تتحقق بالفعل، لهذا فقد اختلفت عدة دراسات في ذات السياق حول تحديد صورة واضحة لحجم ونوع الاشباكات التي يحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام، وتم تقسيم الاشباكات إلى نوعين رئيسيين هما:

- **الاشباكات المطلوبة:** أي الاشباكات التي يرمى الجمهور إلى الحصول عليها و تحقيقها من خلال الاستخدام المستمر والمتواصل لوسائل الاتصال الجماهيري وليس بالضرورة هنا أن كل ما يسعى الجمهور إليه من اشباكات يتحقق.

1-المرجع نفسه، ص ص189-197.

- **الاشباعات المحققة:** أي الاشباعات التي يكتسبها الجمهور ويحصل عليها من خلال استخدام وسائل الإعلام والتعرض لمحتواها، أو بصورة أخرى هي تلك المنفعة أو الفائدة التي ينطوي عليها مضمون الرسائل الإعلامية وتحقيق اشباعات حقيقية لحاجات الجمهور.<sup>(1)</sup>

---

1- حسن عماد مكاري، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية 2010 ، القاهرة ص247-249.



# الجانب التطبيقي

## الجانب التطبيقي

01. تمهيد

02. خصائص عينة المبحوثين

1.02- عادات وأنماط استخدام الطالبات لشبكات التواصل الاجتماعية

2.02- الآثار الاجتماعية للفضاء الافتراضي على جمهور الطالبات

3.02- الآثار النفسية للفضاء الافتراضي على جمهور الطالبات

03. مناقشة النتائج

04. خلاصة الفصل الثاني

## 01. تمهيد

تتأول هذا الفصل وصفاً لمجتمع الدراسة وعينتها والأداة المستخدمة وكيفية بنائها وتطويرها كما تتأول، والمعالجات الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل البيانات واستخلاص النتائج، وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات

## 02. خصائص عينة المبحوثين

من خلال المحور الأول من الدراسة والذي يمثل توزيع العينة حسب بياناتها الشخصية ووزعت العينة حسب (السن-التخصص الدراسي-الحالة العائلية-الإقامة)

الجدول رقم 1 يوضح توزيع العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة %
أقل من 25 سنة	20	40.0
من 25 إلى سنة 30 سنة	20	40.0
أكثر من 30 سنة	10	20.0
المجموع	50	100.0

من خلال توزيع العينة حسب متغير العمر نجد هناك تقارب في سن العينتين التي تبلغ أقل من 25 سنة والعينة التي تبلغ من العمر 25 سنة إلى 30 سنة، حيث كانت نسبتهم (40%) أما الفئة الأقل كانت بنسبة (20%)

الشكل رقم 1 يوضح توزيع العينة حسب متغير السن

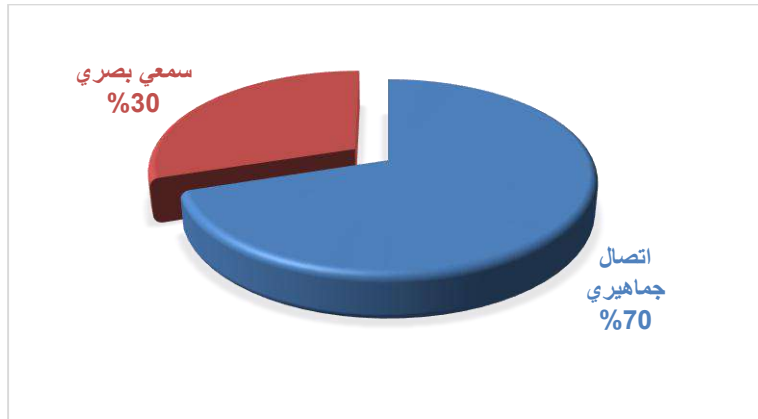


الجدول رقم 2 يوضح توزيع العينة حسب التخصص الدراسي

النسبة %	التكرار	السن
70.0	35	اتصال جماهيري
30.0	15	سمعي بصري
100.0	50	المجموع

من خلال الجدول أهلاه نجد أن نسبة (70%) وهي لافئة الغالبة كانت من نصيب الذين يتابعون التخصص اصتال جماهيري أم عن الفئة التي تتابع تخصص سمعي بصري كانت نسبتهم (30%)

الشكل رقم 2 يوضح توزيع العينة حسب التخصص الدراسي

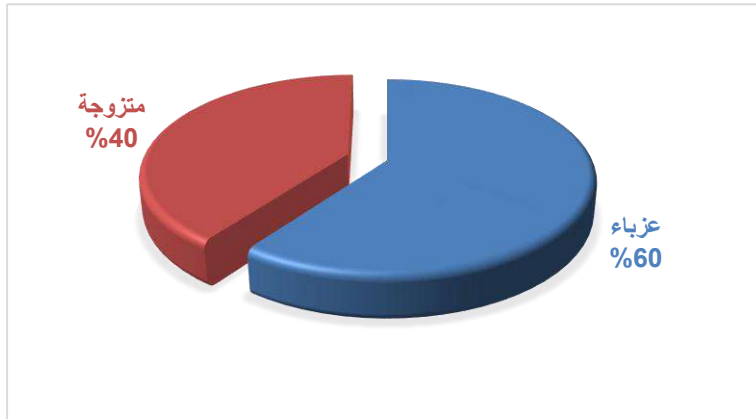


الجدول رقم 3 يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية

السن	التكرار	النسبة %
عزباء	30	60
متزوجة	20	40
المجموع	50	100.0

نجد من خلال الجدول والذي يوضح توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية فإن مجتمع دراستنا كانت أغلبيته لم يتزوجوا وذلك بنسبة (60%) أم عن المتزوجين فنجد أن العينة قد بلغت (40%)

الشكل رقم 3 يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية

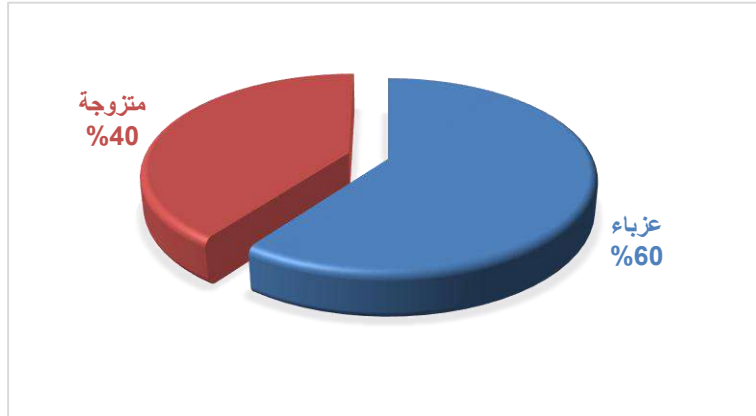


الجدول رقم 4 يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة

النسبة %	التكرار	السن
40.0	20	سكن عائلي
60.0	30	حي جامعي
100.0	50	المجموع

أغلب العينة المتوجد في دراستنا نجدها تتخذ من الحي الجامعي كا إقامة لهن وذلك لبعدهن عن مكان إقامتهن الأصلية، بالاضافة إلى ذلك توفر جامعة ورقلة على كل التخصصات، أم عن الفئة الأخرى والتي بلغت نسبته (40%).

الشكل رقم 4 يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة



## 1.02- عرض وتحليل محور عادات وأنماط استخدام الطالبات لشبكات التواصل الاجتماعية

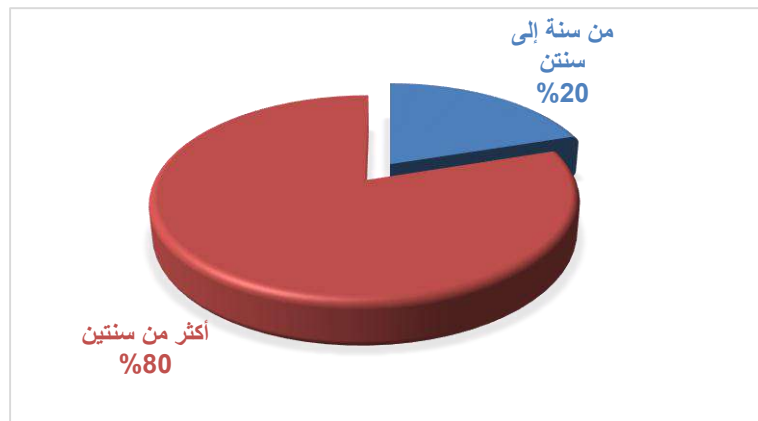
نحول من خلال المحور الثاني من الدراسة أن نتعرف على أنماط استخدام الطالبات لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال سنة أسئلة وقد بينت استجابة العينة على ما يلي:

الجدول رقم 5 مدة امتلاك حسابات على الشبكات التواصل الاجتماعي

السن	التكرار	النسبة%
من سنة إلى سنتين	10	20.0
أكثر من سنتين	40	80.0
المجموع	50	100.0

من خلال الجدول نجد أن العينة المدروسة مدة امتلاكها للحسابات على الشبكات التواصل الاجتماعي مدة معتبر حيث نجد ان أغلبية العينة والتي تمثل (80%) من العينة فاقت السنتين هن يمتلكن حسابات على الشبكات التواصل الاجتماعي أم الفئة الثانية نجد أن (20%)، كانت امتلكنهن لسحابات الفيسبوك من سنة إلى سنتين.

الشكل رقم 5 يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة



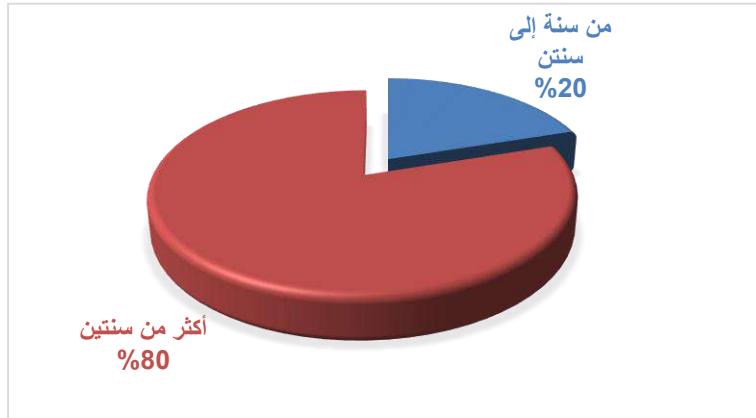


الجدول رقم 6 يوضح مدة الاستغراق في استعمال الشبكات يوميا

السن	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	10	20.0
من ساعة إلى ساعتين	20	40.0
أكثر من ساعتين	20	40.0
المجموع	50	100.0

نجد من خلال الجدول أعلاه أن هناك تطابق بين اللواتي يستغرقن في استخدام الشبكات الاجتماعية من ساعة إلى ساعتين وكذلك أكثر من ساعتين وذلك بنسبة (40%) أم الفئة الأقل استغرقن في استخدام الشبكات الاجتماعية هن الأقل من ساعة

الشكل رقم 6 يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة

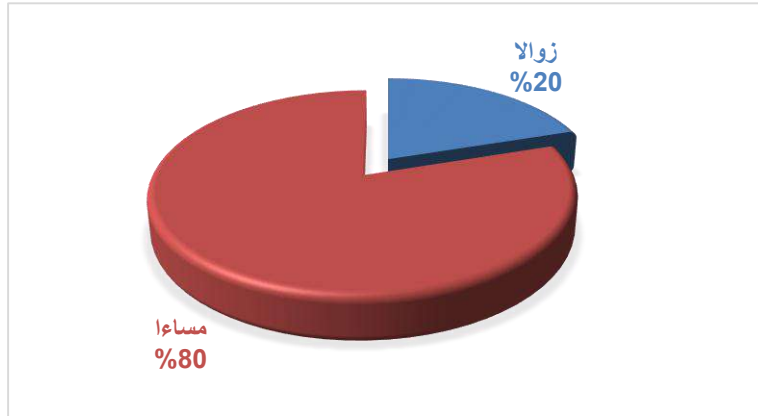


الجدول رقم 7 يوضح أحسن فترة يتم فيها استخدام الفضاء الافتراضي

السن	التكرار	النسبة %
زوالا	10	20.0
مساء	40	80.0
المجموع	50	100.0

عبرت العينة المدروسة على أن أحسن فترة يتم الولوج إلى العالم الافتراضي بمختلف مصناته وتطبيقاته هي الفترة المسائية وهي الفترة التي تكن فيها الطالبات في راحة حيث بلغت نسبتهن (80%)، أم الفئة المتبقية فإننا نجدها لم تتجاوز (20%) والتي عبرن عن أن أحسن هي الفترة الزول

الشكل رقم 7 يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة



الجدول رقم 8 تفضيل الاستخدام

النسبة %	التكرار	السن
60.0	30	الزملاء
20.0	10	أفراد العائلة
20.0	10	بمفرد
100.0	50	المجموع

لمسنا أن غالبية الطالبات يفضلنا أن يتشاركون مواقع التواصل الاجتماعي مع صديقاتهن وذلك بنسبة (60%)، أم عن تفضيلهن المشاركة مع أفراد العائلة وبمفردهن نجد نسبتهن مستوية بنسبة (10%)

الشكل رقم 8 يوضح تفضيل الاستخدام

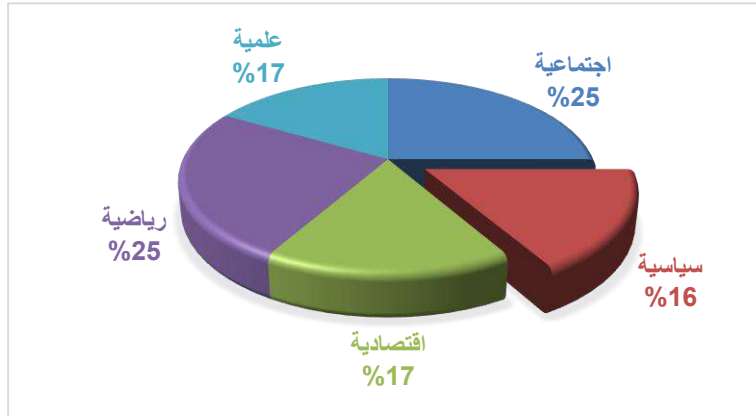


الجدول رقم 9 يوضح أهم المواضيع التي تجذب الطالبات

النسبة %	التكرار	السن
25.0%	30	اجتماعية
16.7%	20	سياسية
16.7%	20	اقتصادية
25.0%	30	رياضية
16.7%	20	علمية
100.0	120	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وهو يوضح أهم المواضيع التي تتبعها الفتيات فإن المواضيع ذات الطابع الاجتماعي وكذلك الرياضي كانت أهم المواضيع تتبعا من قبل الطالبات (الاجتماعية والرياضية) وذلك بنسبة (25%). أما عن المواضيع السياسية والاقتصادية وبالإضافة العلمية نجدها قد جاءت بنسبة (16%)

الشكل رقم 9 يوضح أهم المواضيع التي تجذب الطالبات

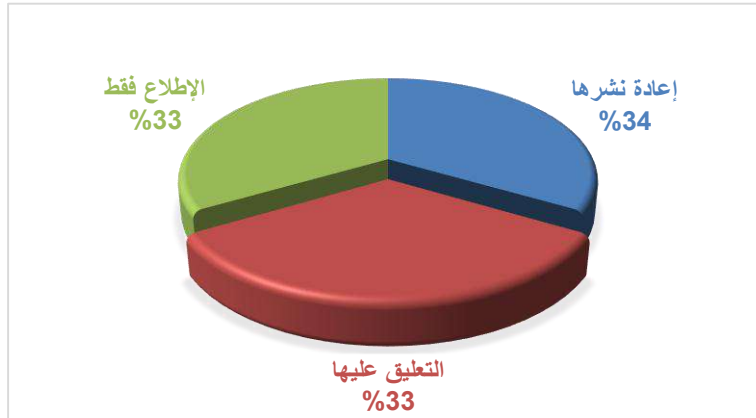


الجدول رقم 10 تفاعل الطالبات نحو محتويات الفضاء الافتراضي

النسبة %	التكرار	السن
33.3%	20	إعادة نشرها
33.3%	20	التعليق عليها
33.3%	20	الإطلاع فقط
100.0	60	المجموع

وجد من خلال الجدول أن تفاعل الطالبات نحو محتويات الفضاء الافتراضي بمختلف منصاته وتطبيقاته كان بإعادة نشر محتويات الفضاء الافتراضي والتعليق عليها أو الإطلاع عليها وذلك بنسبة (33%)

الشكل رقم 10 يوضح تفضيل الاستخدام



## 2.02- عرض وتحليل محور الآثار الاجتماعية للفضاء الافتراضي على جمهور الطالبات

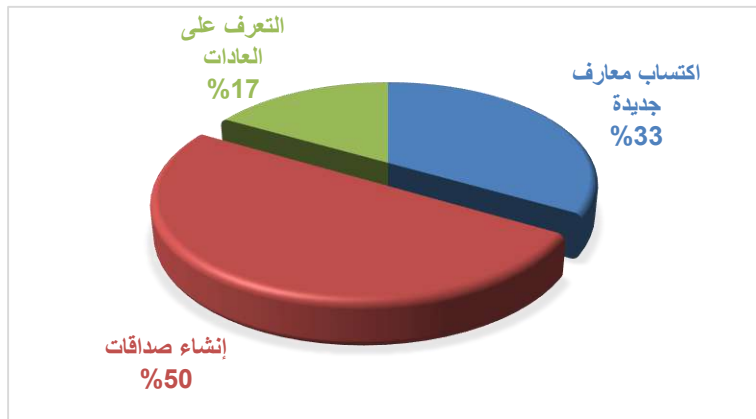
إن الهدف من هذا المحور هو معرفة تأثير محتويات الفضاء الافتراضي على عينة الطالبات وكانت النتائج كالتالي

الجدول رقم 11 أهم الجوانب التي استفادت من هنا الطالبات

النسبة %	التكرار	السن
33.3%	20	اكتساب معارف جديدة
50.0%	30	إنشاء صداقات
16.7%	10	التعرف على العادات
100.0	60	المجموع

أهم جانب إجتماعي والتي استفادت من هنا الطالبات هو إنشاء صداقات حيث أن تكوين صداقات عبر موقع التواصل الاجتماعي يكون أسهل عبر هذا الأخير وهذا ما عبر عنه بنسبة (50%) من العينة، أما ثاني جانب نجد اكتساب معارف جديدة بنسبة (33%)، كما نجد جانب التعرف على العادات والتقاليد كانت عند ما نسبته (17%)

الشكل رقم 11 أهم الجوانب التي استفادت من هنا الطالبات



لا		نعم		
النسبة	النكرار	النسبة	النكرار	
%20	10	%80	40	هل يؤثر حضور المرأة في الفضاء الافتراضي على علاقاتها الاجتماعية
%00	00	%100	50	هل ترين أن حضور المرأة في الفضاء الافتراضي له آثار سلبية على مهامها ووظائفها الأسرية
%60	30	%40	20	هل تعتقدين أن لفضاء الافتراضي يمثل مجال لبروز المرأة وإثبات ذاتها

من خلال الجدول أعلاه نجد أن العينة تشير على أن حضور المرأة في الفضاء الافتراضي حتما سيؤدي إلى التأثير على علاقتها الاجتماعية وهذا ما لمسناه عند غالبية العينة والتي تمثلت بنسبة (80%)، ولكم ما نسبته (20%) يرون هكس الفئة الأولى والتي تؤكد على أن العالم الافتراضي لا يؤثر علاقة المرأة اجتماعيا.

كما أن الغالبي المطلقة من العينة تؤكد على أن حضور المرأة في الفضاء الافتراضي سيكون له عواقب وخيمة على وظائفها الأسرية.

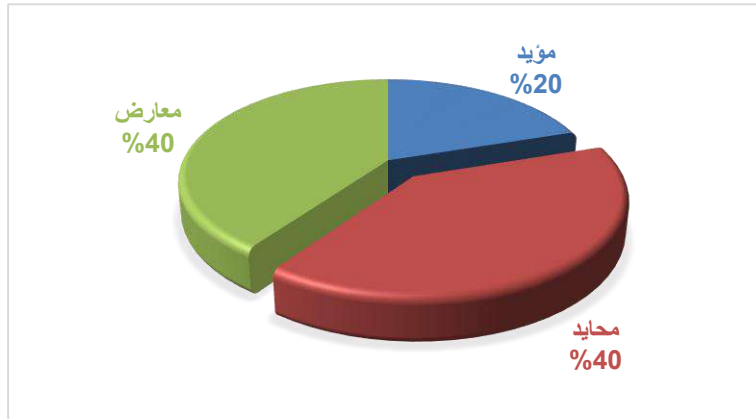
كما عبرت (60%) من الطالبات على أن الفضاء الافتراضي ليس مجالاً لبروزها وإثبات ذاتها ولكن في المقابل عبرة عن عكس الفئة الأولى والتي بلغت نسبتهم (40%)

الجدول رقم 13 رأي العينة حول تحرير الفضاء الافتراضي للمرأة من سيطرة الرجل

السن	التكرار	النسبة %
مويد	10	20.0
محايد	20	40.0
معارض	20	40.0
المجموع	50	100.0

من خلال النتائج الاحصائية والتي يبينها الجدول أعلاه نجد أن هناك اختلاف في رأي العينة إلا أنه تبقى لفئة الغالبة والتي عرضة هذا الطرح وذلك عند عينة بنسبة (40%) ، والتي رأت أن الفضاء الافتراضي لا يمثل مجالاً لتحرير المرأة من سيطرة الرجل على حياتها، إلا أنه هناك من لتكن لهن رأي حيث مثلت بنسبة (40%)، أما بنسبة (20%) ترى أن الفضاء الافتراضي يمكن أن يكون مجالاً لتحرير المرأة من سيطرة الرجل لحياتها.

الشكل رقم 12 أهم الجوانب التي استفادت من هنا الطالبات



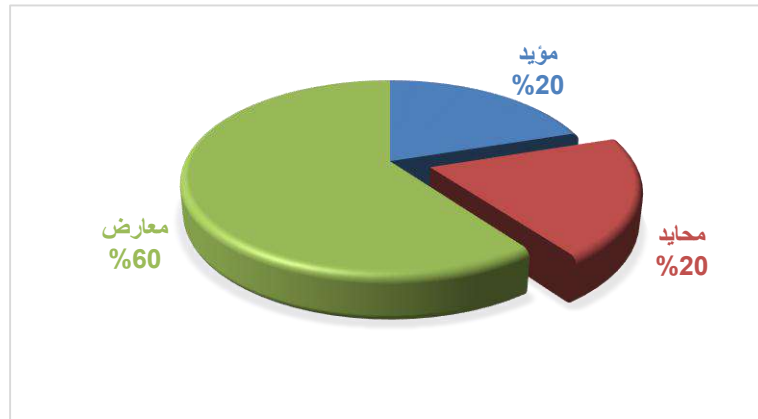


الجدول رقم 14 اعتبار الفضاء الافتراضي مجالا لعرض ومناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية

النسبة %	التكرار	السن
20.0	10	مويد
20.0	10	محايد
60.0	30	معارض
100.0	50	المجموع

من خلال الجدول نجد أن ما نسبته (60%) يعارضون فكرة اعتبار الفضاء الافتراضي مجالا لمناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية، أم ما نسبته (20%) من كان مؤيدا للفكرة ونفس الشيء وإنما لم تستقر في رأيهم.

الشكل رقم 13 اعتبار الفضاء الافتراضي مجالا لعرض ومناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية



### 3.02- عرض وتحليل محور الآثار النفسية للفضاء الافتراضي على جمهور الطالبات

من خلال هذا المحور الرابع سوف نتطرق إلى نتائج إجابات العينة والتي تمثل التأثير النفسي على عينة الدراسة وكانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم 15 يوضح تأثير الفضاء الافتراضي على علاقة ووظائف المرأة ومجل بروزها

لا		نعم		
النسبة	النكرار	النسبة	النكرار	
50%	25	50%	25	يساعدك الفضاء الافتراضي على التعرف على ذاتك
60	30	40	20	هل يساعدك الفضاء الافتراضي في التعبير عن رأيك ومشاعرك بكل حرية
60	30	40	20	هل تلجئين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للهروب من ضغوطات الحياة
80	40	20	10	هل يمثل الفضاء الافتراضي ملجئ للراحة والطمأنينة

من خلال العبارة الأولى من الجدول أعلاه نجد أن العينة أنقسمت حول رأيهم منها من يرين أن الفضاء الافتراضي يساعد على التعرف على الذات وذلك بسنبة (25%) وهناك من ترى عكس ذلك وبنفس النسبة.

أم عن العبارة الموالية من هذا الجدول فإن عينة الدراسة والمتمثلة في طالبات جامعة قاصدي مباح قسم إعلام واتصال ترىنا أن الفضاء الافتراضي لا يعبر عن رأيها ومشاعرها وذلك بنسبة (60%)، وفي المقابل نجد أن ما نسبته (20%) ترى عكس الفئة الأولى.

كما نشهد من خلال النتائج الاحصائية للعينة المستهدفة في دراستنا أنهم يلجئنا إلى الفضاء الافتراضي للهروب من ضغوطات الحياة وذلك بنسبة (60%).

وفي نفس الوقت تؤكد الغالبية نسبيا أن الفضاء الافتراضي ليس ملجئ للراحة

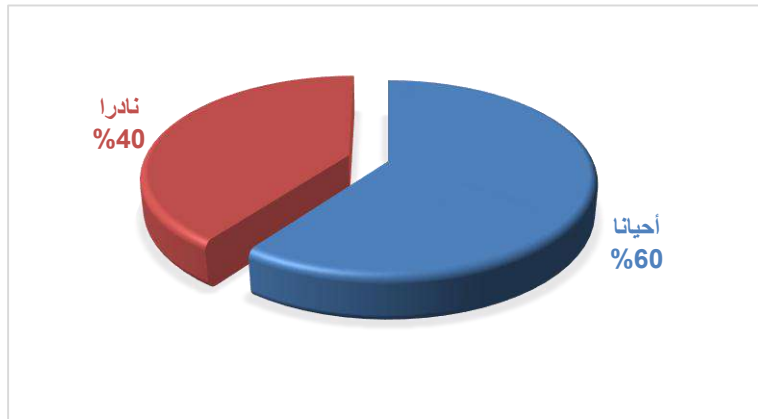
والطمأنينة

الجدول رقم 16 مساعدة الفضاء الافتراضي في طرح الانشغال والمشاكل مع الأصدقاء

السن	التكرار	النسبة%
أحيانا	30	60.0
نادرا	20	40.0
المجموع	50	100.0

من خلال نتائج الجدول نجد أن العينة والمتمثلت في طالبات كلية العلوم الانساية وعلوم الاتصال تخصص اتصال جماهيري وتخصص سمعي بصري أنهم عبروا على أنه أحيانا الفضاء الافتراضي يساعد في طرح الانشغالات والمشاكل مع الأصدقاء وذلك بنسبة (60%) أما عن (40%) المتبقية فيشرون على أنه نادرا ما يساعدهم الفضاء الافتراضي في طرح انشغالاتهم

الشكل رقم 14 يوضح مساعدة الفضاء الافتراضي في طرح الانشغال والمشاكل مع الأصدقاء

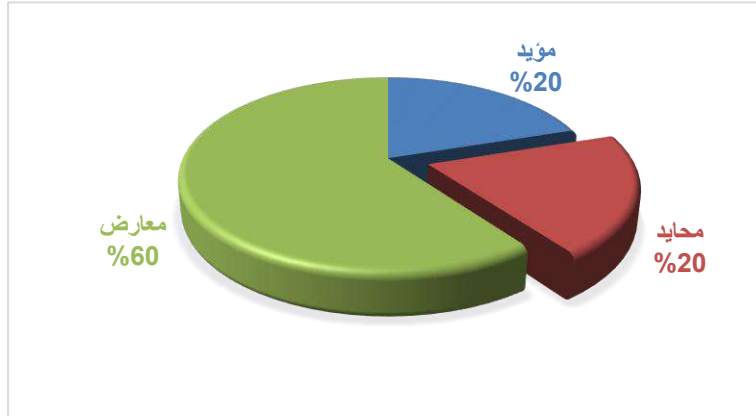


الجدول رقم 17 اعتبار الفضاء الافتراضي مجالا لعرض ومناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية

النسبة %	التكرار	السن
20.0	10	مؤيد
20.0	10	محايد
60.0	30	معارض
100.0	50	المجموع

من خلال الجدول نجد أن ما نسبته (60%) يعارضون فكرة اعتبار الفضاء الافتراضي مجالا لمناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية، أم ما نسبته (20%) من كان مؤيدا للفكرة ونفس الشيء وإنما لم تستقر في رأيهم.

الشكل رقم 15 اعتبار الفضاء الافتراضي مجالا لعرض ومناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية

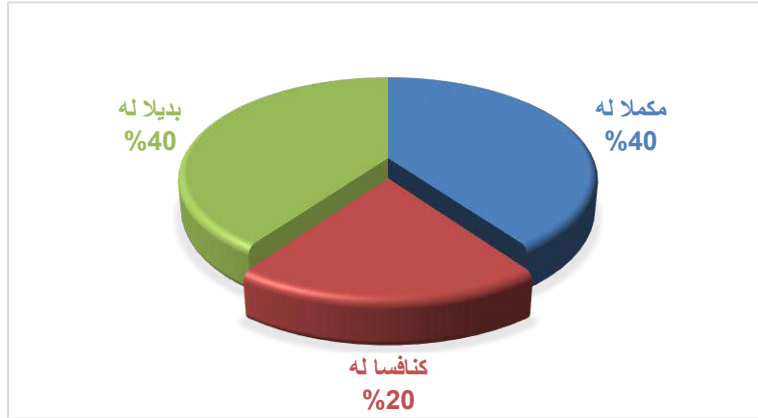


الجدول رقم 18 الفضاء الافتراضي والواقع الاجتماعي

السن	التكرار	النسبة %
مكمل له	20	40.0
كنافسا له	10	20.0
بديلا له	20	40.0
المجموع	50	100.0

من خلال الجدول نجد أن ما نسبته (40%) يروا أن الفضاء الافتراضي هو مكملنا لهذا وكذلك يكون بديلا لهذا وهذا شارنا إليه 40% من عينة الدراسة، كما عيرة عن 10% يعتبرون أنه منفسا لهذا

الشكل رقم 16 اعتبار الفضاء الافتراضي مجالا لعرض مناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية



## النتائج العامة للدراسة:

### أ- محور عادات وأنماط استخدام الطالبات لشبكات التواصل الاجتماعية

1. إن أغلب افراد عينة المبحوثات وبنسبة 80% لهن حسابات عبر شبكات التواصل الاجتماعي لاكثر من سنتين، أما البقية بنسبة 20% فيمتلكنه لأقل من سنة، وهذا ما يبرز اهتمام المبحوثات بالمجال الافتراضي ومسايرتهن لتطوراته بحكم التخصص العلمي كما ان التكنولوجيا باتت اليوم حتمية تفرض نفسها على المستخدمين.

02. كما وجدنا في دراستنا أن العينة أغلبهما يستغرقون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر ساعة إلى ساعتين وكذلك أكثر من ساعتين وهذا بنسبة 40% وذلك للمواضيع التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك باعتبارها وسيلة للاتصال وخاصة للواتي يقطن في الاقامات الجامعية

03. كما أن أغلبية العينة يفضلن الفترة المسائية وهذا ما لمسناه عند (80%) من العينة المتبقية فإننا نجدها لم تتجاوز (20%) والتي عبرن عن أن أحسن هي الفترة الزول، وهذا راجع لركن الطالبات في فترة الراحة في المساء واستغلال الفضاء الافتراضي سواء للدراسة أو الاتصال.

03. كما عبرة (60%) من العينة يفضلن أين تشاركوا مواقع التواصل الاجتماعي مع صديقاتهن، أم الفئة المتبقية يفضلن أين تشاركوا مواقع التواصل الاجتماعي مع أفراد عالتهن أو مفردهن وهي النسبة التي أشرنا إليها سبقا (10%)، وهذه النتيجة راجعة كون الفئة الغالبة في الدراسة هي للفئات التي تقطن بالإقامة الجامعية والي كانت نسبتهم (60%)

04. إن مواقع التواصل الاجتماعية وسيلة مهمة في عرض أهم المواضيع ونقل الأخبار، وقد لمسنا من الدراسة على الفئة البرازة في الدراسة هي الفئة التي ركزت على متابعة المواضيع ذات صلة ب(الرياضة والمواضيع الاجتماعية) وذلك بنسبة (25%)، أم عن المواضيع السياسة

والاقتصادية والعلمية فكانت نسبتهم قد بلغت (16%)، ويرجع الاهتمام إلى المواضيع الرياضية خاصة إلى الفريق الوطني الجزائري الذي أصبح يولي إهتمام جيمع الإعلاميين سواء المحليين أو الأجانب، وذلك عبر مصنات مواقع الافتراضي، أم عن المواضيع الإجتماعية، فهو الفضول الذي يعتلي عينة دراستنا.

05. كما عبرة اغلبية لعينة والمتمثلة في (33%) على أنها يقمنا بإعدة نشر المحتوى عبر حسابتهم المتواجدة في مواقع التواصل الاجتماعي معتبرينها وسيلة لإيصال فكرة.

### ب- محور الآثار الاجتماعية للفضاء الافتراضي على جمهور الطالبات

06. تعد الوسائط الافتراضية أو مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مهمة في إنشاء صدقات والتعرف على أحدث التطورات، وكذلك الثقافات المجتمعات إلا أن في عينة بحثنا وجدنا الأغلبية ركزت على إنشاء الصدقات وهذا ما لسمناه عند (50%) من العينة أم عن باقي النسب فقد توزعت بين (20%) لاكتساب معارف جديدة و(10%) لتعرف على العادات ويعد سبب تفضيل العينة لإجابة إنشاء الصدقات فيعود لمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي عندهن فهو وسيلة لتكوين الصدقات حسب رأيها.

07. إن معظم الباحثين والدارسين في مجال الإعلام وعلم الاجتماع وعلم النفس يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير سواء كان إيجابي أم سلبي، وفي دراستنا على العينة والتي شملت (50) طلبة (80%) منها يرون أن الفضاء الافتراضي له تأثير على العلاقات الاجتماعية، أم (10%)، إن إجابة العينة على فرضية التأثير على العلاقات الاجتماعية لم يكن مجرد راي بل من خلال تكوينهم في مجال الإعلام والاتصال معرفتهم لقوة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الشخص

08. كما أن الغالبية المطلقة أي بنسبة (100%) رأيت العينة حول التأثير السلبي لحضور المرأة على مهامها ووظائفها الأسرية حيث تجد العينة أن إذا تم استخدا تلك المواقع بصفة سلبية حتما سيكون هناك تأثير على المرأة وعليه سيكون له تأثير على وظائفها الأسرية كمرأة

09. وفي سؤالنا حول إمكانية تمكين المرأة للبروز وإثبات ذاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي فصقت تفرعت إيجابيات العينة منها من يعارض بنسبة (40%)، ومن هنا من يؤدي هذا الطرح (60%)، ويعود هذا الاختلاف أن الفئة الأولى ترى من الصعب البروز وهذا لصعوبة البروز أساسا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي أصبح يحتوى عددا هائلا من صناعات المحتوى كما بروز المرأة في مجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفي بيئة مثل بيتنا والتي تتسم بالطابع الرجولي يصعب من ظهور المرأة أم الفئة الثانية ترى بإمكان المرأة البروز عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن يتطلب الصبر ووضع هدف ومخطط.

10. في سؤالنا حول هل بإمكان الفضاء الافتراضي أن يحرر المرأة من سيطرة الرجل، نجد أن العينة أنقسمة بين معارض ومأييد (40%) ومحايد (10%) وتفسر هذه النتيجة كون الفئة الأولى أي المعارضون لهذا الطرح تفسر ذلك أن سيطرة الرجل للمرأة وهو سببه المرأة بحد ذاته ويعود ذلك لتتشاء الاجتماعية في بيتنا وكذلك لشخصية المرأة، أي إذا لم تكن قوية فيسهل سيطرة الرجل على المرأة أم عن مؤيدين الفكرة فيرون إنه بإمكان التحرر من هيمنة لرجل وهذا بواسطة الفضاء الافتراضي وما له من مميزات حيث بإمكان المرأة إستغلاله في تحسين دخلها أو التعلم.

11. في مجتمعنا فإن الحديث عن مواضيع الحساسية يعتبر شيء غير مقبول وتبقى أحيانا طبي الكتمان، فما بلاك أن يقوم الشخص بنشر مواضيع حساسة هذا ماجاءت به (40%) من العينة حيث عبرة عن رأيها بالرفض وهذا رأي الأغلبية عينة الدراسة وإن كان هناك من يرى عكس ذلك وهذا راجع أن التعرض لمناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية يجب أن تعرض على العالم الافتراضي بدون التأشير إلى الأفراد بحد ذاتهم وهذا للتعلم وأخذ العبر



ج- محور الآثار النفسية للفضاء الافتراضي على جمهور الطالبات:

من خلال هذا المحور والذي الهدف من التعرف على الآثار التي يمكن أن يسببه الفضاء الافتراضي

12. نجد في السؤال الأول من المحور الثالث أن العينة أنقسمة إلى رأيين بين معارض (25%) ومؤيد للفكرة (25%)، والاختلاف يكن حسب نظرة كل شخص حيث بنسبة للواتي يرفضن يرون أن العالم الافتراضي يبقى افتراضي حيث أن ترى أن التعرف على دات نابع من شخصية الشخص والذي يكون قد مرى بعدة تجارب في حياته أم المؤيدون فتحليلهم يشير على أن التكنولوجيا الحديثة أصبحت تستطيع أن تغير في الإنسان عدة أشياء ابتداء من قناعاته بمبادئه وتغيير نفسه إلى الأحسن وتطوير مهارته وهذا إذا تم الاستغلال الجيد للمواقع التواصل الاجتماعي.

13. في وقتنا الحاضر تعد وسائل الاتصال والتواصل من الوسائط التي يستطيع الإنسان ان يعبر عن مشاعرهم وأحاسيسهم وهذا ما وجدناه عند العينة المدروسة (40%) حيث أشاروا على أنهم يعبرون عن شعورهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولكن أغلبية الفئة ترى عكس ذلك وهي الفئة الغالبة في دراستنا (60%)، حيث التعبير عن شعور عبارة عبر الفضاء الافتراضي لا يمكن التأكد منه.

14. أغلبية الفئة الممتلة (60%) ترفض فكرة أن الفضاء الافتراضي هو وسيلة من وسائل الهروب من ضغوطات الحياة وفي المقابل (40%) فهي ترى أن الفضاء الافتراضي ترى فيه ملجأ للهروب من الضغوطات اليومية.

15. أغلبية الفئة المدروسة والمتمثلة في (80%) ترى أن الفضاء الافتراضي لا يمثل ملجاء للراحة والطمأنينة اما عن (10%) يرون أنه لفضاء الافتراضي يمثل فضاء للراحة والطمأنينة

وتفسير تلك النتيجة أن العالم الافتراضي غير مقترن بالعالم الحقيقي، وهو خالي من الواقعية بعض الأحيان.

16. نجد أن الفئة الغالبة في سؤالنا حول الفضاء الافتراضي يساعد في طرح الإنشغلات والمشاكل مع الأصدقاء نجد ان الفئة الغالبة المؤيدة لهذا الطرح كانت نسبتهم (60%) وفي المقابل ما يقارب عن (40%) يرفضون هذا الطرح، وما يفسر النتيجة الأولى يرجع لكون الفضاء الافتراضي قرب المسافات وسهل عملية الإتصال والتواصل.

17. في مجتمعنا فإن الحيث عن مواضيع الحساسة يعتبر شيء غير مقبول وتبقى أحيانا طبي الكتمان، فما بلاك أن يقوم الشخص بنشر مواضيع حساسة هذا ما جاءت به (60%) من العينة حيث عبرة عن رأيها بالرفض وهذا رأي الأغلبية عينة الدراسة وإن كان هناك من يرى عكس ذلك وهذا راجع أن التعرض لمناقشة مواضيع الطابوهات الاجتماعية يجب أن تعرض على العالم الافتراضي بدون التأشير إلى الأفراد بحد ذاتهم وهذا للتعلم وأخذ العبر.

18. في سؤالنا الأخير عن علاقة التي تكون بين الفضاء الافتراضي والواقع الاجتماعي نجد أن هناك من يرى مكمل له (40%) وهي نفس النسبة اللواتي ترى أنها مكمل له، وهو ما يفسر على أن العالم الافتراضي يمكن أن يكون واقعيًا إذا كانت محتواه يلمس الواقع.

خاتمة

في العصر الواحد وعشرون كثرة الحديث عن موضوع العالم الافتراضي الذي أصبح موضوع يجلب الإهتمام من مختلف العلوم الإنسانية وذلك لكون هذا الأخير اصبح يتميز بالتطور والنمو السريع وقدرته على إيصال المعلومة بلمح البصر ، وكذلك الاتصال والتواصل صورة وصوتا وبدون بيئة تعيق عملية الاتصال ، وبالإضافة إن تلك التكنولوجيا الحديث لم تبقى حكرا على الدول المتقدمة بل أيضا أصبحنا نرها حتى في دول الأكثر فقرا ، وكذلك لم تبقى حكرا على الرجل ، وهي وسيلة أيضا تسعملها المرأة بمختلف الأعمار ومستوياتهم ، إلا أن هذه التقنية المتطورة ومن خلال الدراسات والبحوث للمختصين في المجال الاجتماعي والنفسي يروا أن الفضاء الافتراضي له تأثيرات سواء كانت إيجابية أو سيئة ، وتبقى نوعية التأثير على المستخدم ، في دراستنا هذه والتي شملت عينة من الطالبات والتي هم في تخصص الإعلام والاتصال حولنا أن نتعرف عن الآثار النفسية والاجتماعية، على المرأة بحضورها وولوجها في العالم الافتراضي ، ولقد لمسنا من الطالبات أنهن ضمنا يرون أن الفضاء الافتراضي يكون له تأثيرات اجتماعية ليس على المرأة فقط ، وإنما تأثيره على المرأة وخاصة إذا كان تأثيرا سلبيا يمكن أن يكون خطيرا حيث إذا تأثرة المرأة نفسيا واجتماعيا ، حتما سكيون له تأثير على أفراد الأسرة لأن المرأة هي أهم مكون للأسر، وخاصة في مجتمعنا حيث تلعب المرأة دورا هاما في تنشأة شباب الغد

أ- الكتب

1. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2010.
2. نسيم محمد حسن، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الكتب القاهرة، 1976.
3. أحمد بخوش وموسى معيرش، المعرفة والبحث العلمي (مدخل إلى المنهجية العامة)، دار الكتاب الحديث، ط1 مصر، 2009.
4. أحمد بدر، مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، دار المعرفة الجامعية، الرياض، 1999.
5. آسيا بريغز، بيتر بورك، ترجمة (مصطفى محمد اقسام) التاريخ الاجتماعي للوسائط (من غتبرغ إلى الانترنت)، عالم المعرفة، الكويت.
6. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2010 القاهرة.
7. زهير إحدان، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
8. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط4، القاهرة.
9. صلاح أبو الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، 1983.
10. فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002.
11. محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
12. محمد علي رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية (بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية)، ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005.
13. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.

14. اليامين بن تومي. تداولية الواقع الأثيري - كتابات معاصرة، شركة حوار للصحافة والنشر، بيروت 2005.

#### ب- الدراسات والمجلات

15. حسني محمد نصر، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة ، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض: 10-11 مارس 2015.

16. عباس أيوب ، دروس في منهجية البحث العلمي ، تدريب وتحضير بدني ورياضي ، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية ، أولى ماستر ، جامعة العربي بن مهدي ، أم البواقي

17. عكروت فريدة، مفهوم الفضاء وتمثلاته الاجتماعية، مجلة الصورة والاتصال، العدد 22، مجامعة مستغانم فبراير 2018،

18. محمود حسن إسماعيل، علاقة تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتشكيل الواقع الافتراضي لدى المراهقين، جامعة عين شمس، مصر ، 2016.

19. نوال بركات، الفضاء السيبراني والعلاقات الاجتماعية في المجتمع، بين جغرافيا الواقع والجغرافيا الافتراضية، مجلة علوم الإنسانية والمجتمع، العدد 12 جامعة بسكرة، نوفمبر 2014.

#### ج- المذكرات

20. تيايت خولة بعنوان "واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم العالم والاتصال تخصص سمعي بصر، جامعة أم البواقي، 2018.

21. ليلي هاني خالد شرفا، بعنوان، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة الفلسطينية اقتصاديا واجتماعيا في محافظة طولكوم، مذكرة تخرج لساتكمال متطلبات لنيل شهادة الحصول على درجة الماجستير جامعة النجاح الفلسطينية، 2018.

22. مساعدي سلمى. المرأة العربية وشبكات التواصل الاجتماعي: الاستخدامات والتمثلات دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من مستخدمات الفيس بوك، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والإتصالية، المجلد، 08، العدد، 03، 2020.

23. <https://www-oxfordreference-com>.

الملاحق



## المخرجات

```
FREQUENCIES VARIABLES=العمر التخصص الحالة الإقامة q5 q6 q7 q8
/ORDER=ANALYSIS.
```

## Frequencies

Notes		
Output Created		05-JUN-2022 19:02:42
Comments		
Input	Data	C:\Users\daho\Desktop\mimoir س2022 دور التسويق الداخلي في تحسين أداء العاملين\Untitled21222.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES العمر التخصص الحالة الإقامة VARIABLES= q5 q6 q7 q8 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

Statistics

	توزيع العينة توزيع العينة حسب متغير الجنس	توزيع العينة حسب متغير التخصص الدراسي	توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	توزيع العينة حسب متغير الاقامة السكانية	امتلاك حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي	مدة الاستغراق في استخدام الشبكات يوميا	ليفارة التي تكون أحسن لاستخدام الفضاء الافتراضي	تفضيل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
N Valid	50	50	50	50	50	50	50	50
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

توزيع العينة حسب متغير الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 25 سنة	20	40.0	40.0	40.0
	25-30	20	40.0	40.0	80.0
	أكثر من 30 سنة	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

توزيع العينة حسب متغير التخصص الدراسي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اتصال جماهيري	35	70.0	70.0	70.0
	سمعي بصري	15	30.0	30.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	عزباء	35	70.0	70.0	70.0
	متزوجة	15	30.0	30.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

## قائمة الملاحق

### توزيع العينة حسب متغير الإقامة السكانية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سكن عائلي	20	40.0	40.0	40.0
	حي جامعي	30	60.0	60.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

### امتلاك حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	من سنة إلى سنتن	10	20.0	20.0	20.0
	أكثر من سنتين	40	80.0	80.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

### مدة الاستغراق في استخدام الشبكات يوميا

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من ساعة	10	20.0	20.0	20.0
	من ساعة إلى ساعتين	20	40.0	40.0	60.0
	أكثر من ساعتين	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

### لبفارة التي تكون أحسن لاستخدام الفضاء الافتراضي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	زوالا	10	20.0	20.0	20.0
	مساء	40	80.0	80.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

### تفضيل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	الزملاء	30	60.0	60.0	60.0
	أفراد العائلة	10	20.0	20.0	80.0
	بمفردي	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

```
MULT RESPONSE GROUPS=$Q9 'Q9' (q9_1 q9_2 q9_3 q9_4 q9_5 (1)) $Q10 'Q10'
(q10_1 q10_2 q10_3 (1))
    $Q11 'Q11' (q11_1 q11_2 q11_3 (1))
/FREQUENCIES=$Q9 $Q10 $Q11.
```

## Multiple Response

### Notes

Output Created	05-JUN-2022 19:03:35	
Comments		
Input	Data	C:\Users\daho\Desktop\mimoir س2022 دور التسويق الداخلي في تحسين أداء العاملين\Untitled21222.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax	MULT RESPONSE GROUPS=\$Q9 'Q9' (q9_1 q9_2 q9_3 q9_4 q9_5 (1)) \$Q10 'Q10' (q10_1 q10_2 q10_3 (1)) \$Q11 'Q11' (q11_1 q11_2 q11_3 (1)) /FREQUENCIES=\$Q9 \$Q10 \$Q11.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.06

### Case Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$Q9 <sup>a</sup>	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%
\$Q10 <sup>a</sup>	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%
\$Q11 <sup>a</sup>	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

### \$Q9 Frequencies

	Responses	Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
Q9 <sup>a</sup>	اجتماعية	30	25.0%	60.0%
	سياسية	20	16.7%	40.0%
	اقتصادية	20	16.7%	40.0%
	رياضية	30	25.0%	60.0%
	علمية	20	16.7%	40.0%
Total		120	100.0%	240.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

### \$Q10 Frequencies

	Responses	Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
Q10 <sup>a</sup>	إعادة نشرها	20	33.3%	40.0%
	التعليق عليها	20	33.3%	40.0%
	الإطلاع فقط	20	33.3%	40.0%
Total		60	100.0%	120.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

### \$Q11 Frequencies

	Responses	Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
Q11 <sup>a</sup>	اكتساب معارف جديدة	20	33.3%	40.0%
	إنشاء صداقات	30	50.0%	60.0%
	التعرف على العادات	10	16.7%	20.0%
Total		60	100.0%	120.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

## قائمة الملاحق

FREQUENCIES VARIABLES=q12 q13 q14 q15 q16 q17 q18 q19 q20 q21 q22  
/ORDER=ANALYSIS.

### Frequencies

Notes		
Output Created		05-JUN-2022 19:04:16
Comments		
Input	Data	C:\Users\daho\Desktop\mimoir س2022ادور التسويق الداخلي في تحسين أداء العاملين\Untitled21222.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=q12 q13 q14 q15 q16 q17 q18 q19 q20 q21 q22 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

### Statistics

	تأثير الفضاء الافتراضي على علاقات الاجتماعية للمرأة	رأيت المرأة للفضاء الافتراضي	مجال	q15	q16	q17	q18	q19	q20	q21	q22
N Valid	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

## Frequency Table

تأثير الفضاء الافتراضي على علاقات الاجتماعية للمرأة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	10	20.0	20.0	20.0
	نعم	40	80.0	80.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

رأيت المرأة للفضاء الافتراضي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	نعم	50	100.0	100.0	100.0

مجال

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	30	60.0	60.0	60.0
	نعم	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

q15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مؤيد	10	20.0	20.0	20.0
	محايد	20	40.0	40.0	60.0
	معارض	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

q16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مؤيد	10	20.0	20.0	20.0
	محايد	10	20.0	20.0	40.0
	معارض	30	60.0	60.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

**q17**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	30	60.0	60.0	60.0
	نعم	10	20.0	20.0	80.0
	3	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

**q18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	30	60.0	60.0	60.0
	نعم	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

**q19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	30	60.0	60.0	60.0
	نعم	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

**q20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	40	80.0	80.0	80.0
	نعم	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

**q21**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أحيانا	30	60.0	60.0	60.0
	نادرا	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



q22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مكملا له	20	40.0	40.0	40.0
	كنافسا له	10	20.0	20.0	60.0
	بديلا له	20	40.0	40.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	