

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية
قسم علوم الإعلام و الإتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

من إعداد الطلبتين:

صونيا حمرهم

فريدة بالمسعود

صورة المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي *الفايسبوك*

دراسة مسحية على العينة من النساء الماكثات في البيت بولاية تفرت نموذجا

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2022/06/16

أمام اللجنة المناقشة المكونة من:

الأستاذ / بن غزالة محمد صديق رئيسا

الأستاذ/ زياني غوتي مشرفا ومقررا

الأستاذ / محرز حمايمي مناقشا

السنة الجامعية: 2021\2022



إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم
قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون إلا هي لا يطيب الليل إلا بشرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك

الله جلا جلاله

إلا من بلغ الرسالة و أدى الأمانة ... ونصح الأمة إلى بني الرحمة ونور العالمين ... سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم .

الحمد لله عز وجل الذي وفقني في إتمام هذه المذكرة

إلى اعز الناس و أقربهم إلى قلبي إلى والدتي العزيزة التي ساهمت بشكل كبير في إيصالني إلى هذا المكان وإلى والدي العزيز الذي كان عوناً وسنداً لي

وإلى إخوتي و أخواتي رعاهم الله وحفظهم

إلى كل من نساهم قلبي ولم ينسأه قلبي.

إلى كل هؤلاء اهدي عملي المتواضع راجية من الله التوفيق والسداد...

فريدة بالمسعود



إهداء

إلى من حملتني وهنا على وهنا ... وظلت ترقب كل خطوة

لي على درب الحياة ...

فما يزيدها إلا فخرا ... إلى نبع الحنان أمي الغالية ...

إلى من علمني أن الحياة إيمان وعمل وصبر ...

إلى رمز الشموخ أبي الكريم ...

إلى جميع الإخوة والأخوات...

والى صديقاتي شهرة وأحلام ونسيمة وفريدة وعائشة .

إلى كل من ذكرنا ولم نذكر ...

لكم جميعا نهدي ثمرة جهدنا .

صونيا حمزهم



الشكر والتقدير

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات، وأشكره وأثني عليه الثناء كله سبحانه

وتعالى على ما أعطاني من قدرة وصحة لإتمام هذا العمل، والذي من خلاله

أترجم معاني الاحترام والتقدير لكل من ساهم ولو بكلمة في إنجازته، وأسأل الله

عز وجل أن يجعله عملاً خالصاً لوجهه الكريم.

أتقدم بالشكر الجزيل الحامل لكل معاني الامتنان والاحترام والعرفان بالجميل

للأستاذ المشرف : غوتي زياني

ونتقدم بالشكر إلى كل أساتذة جامعة قاصدي مرباح ورقلة وعلى كل المعلومات



ملخص:

تهدف الدراسة إلى معرفة صورة المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيديوك) ومحاولة الكشف ودراسة صورة المرأة الماكثة في البيت عبر المواقع التواصل الاجتماعي بحيث تمثل التساؤل الرئيسي التالي:

. كيف تمثل صورة المرأة الجزائرية من وجهة نظر المرأة الماكثة في البيت عبر صفحات الفيديوك؟. دراسة مسحية على عينة من المرأة الماكثة في البيت بمنطقة تقرت. ونتج منها 4 أسئلة فرعية:

1) ماهي عادات وانماط استخدام أفراد العينة لمستخدمي الفيديوك ؟

2) ماهي دوافع استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيديوك ؟

3) ماهي استخدامات واشباكات المحققة من الفايديوك لدى أفراد العينة؟

4) ماهي اتجاهات الأفراد العينة حول صورة المرأة في الفيديوك؟

وللإجابة عن هذه الأسئلة اتبعنا مجموعة من إجراءات المنهجية المتمثلة في المنهج المسحية واعتمادنا على أدوات جمع البيانات المتمثلة في أداة الاستبيان والتي تم توزيعها على عينة 30 مفردة (امرأة) بحي الرمال 3 بمنطقة تقرت وتم اختيار العينة العشوائية وبعد الحصول على معلومات من المبحوثين وتفسير الأجوبة توصلنا إلى مجموعة من استنتاجات من خلال الدراسة ومن أهم هذه نتائج الاستبيان:

1. أثبتت الدراسة 90% أن المنزل من أفضل الأماكن التي تفضلها المرأة الجزائرية تصفح الفيديوك.

2. نستنتج أن الفيديوك أتاح للمرأة التعلم والمعرفة بنسبة 63,3% .

3. أثبتت الدراسة أن 76,7% نعم تحت مواقع تواصل الاجتماعي بالمحافظة على القيم الاجتماعية .

4. نستنتج أن ما يتم نشره على الفيديوك لايؤثر على المرأة .

الكلمات المفتاحية: صورة المرأة، المواقع التواصل الاجتماعي، فيديوك .

Abstract:

The study aims to know the image of women through social networking sites (Facebook) and try to detect and study the image of women staying at home through social networking sites so that it represents the following main question:

- How does the image of Algerian women represent from the point of view of women staying at home through Facebook pages? - A survey study on a sample of women staying at home in Touggourt. It resulted in 4 sub-questions:

1) what are the habits and usage patterns of the sample members of facebook users?

2) what are the motives for Algerian women to use facebook ?

3) what are the uses and the achieved satisfactions of using facebook among the sample members?

4) what are the attitudes of the sample individuals about the image of women on facebook?

In order to answer these questions, we followed a set of methodological procedures represented in the survey approach and study and we relied on the data collection tools represented in the questionnaire tool, which was distributed to a sample of 30 individuals (women) in Al-Rimal 3 district in Touggourt region. The random sample was chosen and after obtaining information from the respondents and interpreting the answers We reached a set of conclusions through the study, the most important of which are the results of the questionnaire:

1-The study showed that 90% of the home is one of the best places for Algerian women to browse Facebook.

2-We conclude that Facebook allowed women to learn and learn by 63.3%.

3-The study showed that Yes 76.7% urges social networking sites to preserve social values.

4-We conclude that what is posted on Facebook does not affect women.

Keywords: Women's Image, Social Media Sites, Facebook.

فهرس المحتويات:

	الإهداء
	الشكر والتقدير
I	المخلص
III	فهرس المحتويات
IV	فهرس الجداول
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
03	إشكالية الدراسة
05	تساؤلات الدراسة
05	أهمية الدراسة
05	أهداف الدراسة
06	أسباب اختيار الموضوع
06	نوع الدراسة ومنهجها
07	أدوات جمع البيانات
08	مجتمع البحث وعينة الدراسة
09	مجالات الدراسة
09	تحديد مفاهيم الدراسة
12	إسقاط النظرية
14	الدراسات السابقة
الجانب التطبيقي	
19	عرض وتحليل نتائج الدراسة المسحية
44	نتائج الدراسة المسحية
48	خاتمة
50	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	يبين توزيع عينة الدراسة حسب المتغير السن	19
2	يبين توزيع عينة الدراسة حسب المتغير المستوى التعليمي	20
3	يبين توزيع عينة الدراسة حسب المتغير الحالة الاجتماعية	20
4	يبين توزيع عينة الدراسة حسب المتغير الوضعية المهنية	21
5	يوضح أفراد العينة لليوميات في الفيسبوك	22
6	يوضح أفراد العينة منذ متى يستعملنا الفيسبوك	23
7	يوضح أفراد العينة تصفح في تقضيته لساعات في الفيسبوك	23
8	يوضح أفراد العينة في تصفح الفيسبوك في الأماكن	24
9	يوضح أفراد العينة يفضلنا تصفح الفيسبوك في كل الفترات	25
10	يوضح أفراد العينة يستخدمنا الوسيلة المفضلة	26
11	يوضح أفراد العينة يتواصلنا مع الأفراد في الفيسبوك	27
12	يوضح أفراد العينة يستخدمنا اسم الفيسبوك	27
13	يوضح أفراد العينة يتعاملن باللغة المفضلة	28
14	يوضح أفراد العينة في استعمال الفيسبوك من حيث الخدمة	29
15	يوضح أفراد العينة في موقع خدمات الفيسبوك	30
16	يوضح أفراد العينة في اختياراتهم خدمات الفيسبوك	31
17	يبين يوضح أفراد العينة في استعمال الفيسبوك من حيث المعرفة	32
18	يوضح أفراد العينة في الإقبال على الفيسبوك	33
19	يوضح أفراد العينة في حالة المستخدم مع الفيسبوك	34
20	يوضح أفراد العينة في أخبار المعلومات للقاء في الفيسبوك	34
21	يوضح أفراد العينة لتصفح الفيسبوك ومواضيعه	35
22	يوضح أفراد العينة احتياجاتهم للفيسبوك والتعبير عن آرائهم	36
23	يوضح أفراد العينة مايشعرون في الفيسبوك	37
24	يوضح أفراد العينة بدوافع الفيسبوك	38
25	يوضح أفراد العينة في اختبار الأصدقاء في الفيسبوك	38
26	يوضح أفراد العينة في التفاعل ومشاركة واختيار الموضوعات في الفيسبوك	39
27	يوضح أفراد العينة للقيم الاجتماعية والتواصل في الموقع	40

40	يوضح أفراد العينة للقيم التي يعززها الفيسبوك	28
41	يوضح أفراد العينة لإعتزالهن من المحيط والهروب إلى الفيسبوك	29
41	يوضح أفراد العينة من ناحية صورة الفيسبوك	30
42	يوضح أفراد العينة في عرض رأيهن في الفيسبوك	31
43	يوضح أفراد العينة تأثيرهن في الفيسبوك	32

المقدمة

المقدمة :

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الشبكات أي نحظى بمتابعة وتداول بين الأطراف المجتمع ،حيث تتجلى في نشر عمليات التواصل بين الأفراد ومن هاته التطبيقات الفيسبوك الذي له أهمية كبيرة بين المستخدمين .

كما أنها تمتاز بسهولة السرعة والتواصل وذلك دليل على عصر التكنولوجيا الحديثة كما احتل الفيسبوك الصدارة لدى المستخدمين لأنه يبني الأقارب والأصدقاء والأفراد المجتمع الواحد .

كما أثبتت بعض الدراسات أن حيز الانترنت استطاع أن يبني علاقات بين الأفراد لتعبير عن ما بداخلهم ،ومن بين هاته العلاقات هي تقديم المرأة لذاتها من خلال شبكات التواصل الفيسبوك كما تتيح لها هاته المواقع فرصة لإثبات نفسها وحياتها أمام المجتمع لأنه تختلف أراء المجتمع من مجتمع لآخر وهذا كله راجع إلى إعطاء الفيسبوك للمرأة حقها في استخدام ذاتها اختيار الأصدقاء والاسم والصورة الشخصية التي يمكنها مشاركتها في بيئة تقيدها العادات والتقاليد تمثل المرأة ربت بيت تستطيع فعل شيء إنما خدمة أبنائها وتفضيل الرجل عليها لذلك استطاعت المرأة تطوير من ذاتها وأصبحت جزء مهم في المجتمع لأن قضايا المرأة تعتبر عن جميع المتطلبات المرأة عبر المواقع التواصل وخلق صورة ايجابية لها ومشاركة حياتها أمام الأفراد والمجتمعات وفرض ذاتها عبر موقع الفيسبوك .

وتعد مواقع الشبكات الاجتماعية من أهم الأدوات التي تؤثر على حياتنا الاجتماعية اليوم ،والتي تنقلهم من التواجد في المجتمع الطبيعي الى تواجد المجتمع الافتراضي يتفاعلون فيه ضمن هوية يقومون بإنشائها واختيار خصائصها وملامحها .

وبموازاة ذلك شكلت التماثلات العالمية السائدة عن المرأة مفاهيم عن الأنوثة وأثرت على طريقة رؤية المرأة لذاتها وتقديمها في سياقات مختلفة في نظرية ارفينغغوفمان(1959) حول عرض الذات شرح كيف يمكن للأفراد أن يؤديوا أدوار لتحقيق انطباعات مرغوبة لدى الآخرين وفي الوقت الحالي تتيح منصات التواصل الاجتماعي للمرأة مجالا لمشاركة حياتها واهتمامها أمام الجمهور الواسع ، كذلك إعادة رسم صورتها حسب حاجاتها الشخصية .

وفي ظل السمات الشخصية الخلاصة بالمرأة اختلفت الطرق التي تتمثل بها لذاتها من مجتمع الى آخر ومن وسيط تكنولوجي الى اخر لتطرح معها العديد من التساؤلات حول العالقة بين هويتها الافتراضية والحقيقية وحدود عرضها لذاتها على هذه المنصات وخاصة الفيسبوك على اعتبار أنه أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما في الجزائر ،الذي يتيح العديد من الخدمات لإنشاء الهوية الافتراضية ،يتوقف الأمر على ما يتيح هذا الموقع وإنما ما هو مسموح به ليستخدم في تمثل المرأة لذاتها ،التي تتم مشاركتها في مجتمع تحكمه العديد من المعايير الاجتماعية والثقافية والدينية ،والى جانب الصورة النمطية للمرأة الجزائرية ،فان موضوع التمثل عبر الانترنت يرتبط بالعديد من العوامل التي تؤثر عليه مساهمة في تقليص ما هو واقعي وافتراضي ،مما شجع تصفحي الانترنت على الاقبال المتزايد عليها ،وسيطرتها على الحياة اليومية في ظل تطور التكنولوجي السريع في هذه الشبكات وانتشارها بين جميع الفئات .

ومن هذا المنطلق تناولت هذه الدراسة صورة المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وقد قمنا بتقسيم هذه الدراسة الى فصلين كما يلي :

الفصل الاول :

الاطار المنهجي وقمنا فيه بالتعريف بموضوع الدراسة ،بداية بتحديد الاشكالية وتساؤلاتها الفرعية ،وأسباب اختيار الموضوع بالإضافة الى أهداف الدراسة وأهميتها وكذا الدراسات السابقة ،تحديد مفاهيم ،ومجتمع الدراسة و عينتيها، نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات وكما قمت بعرض خلفية النظرية المفسرة للدراسة والمتمثلة في نظرية استخدامات و اشباعات

الفصل الثاني :

الاطار النظري للدراسة وخصص للجانب التطبيقي والذي تطرقنا الى عرض نتائج الدراسة بعدما قمنا بحساب التكرارات والنسب المئوية، بعد ذلك قدمنا قراءات تحليلية لهذه الجداول لنضعها في الاخيرة على شكل استنتاجات وتوصيات عامة لهذه دراسة .

الجانب المنهجي

الفصل الأول: الجانب المنهجي

- 1) إشكالية الدراسة
- 2) تساؤلات فرعية
- 3) أهمية الدراسة
- 4) أهداف الدراسة
- 5) أسباب اختيار الموضوع
- 6) منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
- 7) عينة ومجتمع الدراسة
- 8) مجالات الدراسة
- 9) تحديد مصطلحات الدراسة
- 10) الدراسات السابقة

1. الإشكالية:

أحدثت ثورة رقمية قفزة نوعية من التطورات الهائلة في المجال تكنولوجيا غيرت العديد من المفاهيم في المواقع التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص ومن ثم ربطه عن طرق نظام اجتماعي الكتروني مع الأفراد آخرين لديهم اهتمامات والهوايات ونفسها وقد أحدثت هذه الأخيرة قفزة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية داخل هذا الفضاء الافتراضي الذي فرض نفسه على نمط الحياة، فهي مواقع يتواصل من خلالها المستخدمين الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة لهم تكوين علاقات من خلال مشاركة الملفات والصور وإرسال الرسائل و إجراء المحادثات وسميت بالشبكات الاجتماعية كونها تتيح التواصل مع الأصدقاء والأهل وتقوي الروابط بين أعضائها حيث يتواصلون ويتشاركون الأحداث والأخبار في أوقات مختلفة وبطرق عديدة في حياتهم الشخصية والاجتماعية، ومن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ويحظى الفيسبوك بقاعدة مستخدمين هي الأكبر في العالم وذلك لسهولة استخدامه ومرونة قيود المفروضة على اشتراك فيه، امتد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي جميع جوانب الحياة في المجتمعات الحديثة ليصل الى الأسرة والتي تعتبر الوحدة الأساسية في بناء المجتمع وتكوين المرأة وثقافتها، حيث أصبحت المواقع التواصل الاجتماعي تسرق الكلام من كل الفرد من الأفراد فالكل يغوص في شاشة هاتفه لا يتوقف عن الكتابة وإرسال الرسائل هذا الحد من التطور الذي بلغته مواقع التواصل الاجتماعي واستخدام المكثف لها من قبل الأفراد المجتمع .

ويعتبر الفيسبوك من أهم الشبكات اتصالية الرائجة في عصرنا الحالي كونها من أبسط الشبكات وأسهلها استعمالا وهو وحدة تفاعلية لتبادل المعارف والمعلومات بين الأفراد وتطوير العلاقات الاجتماعية وساهم في تحرر المرأة الجزائرية خاصة وإقبالها بشكل كبير على هذه الشبكة مما عزز من التواجد المرأة في الحياة الواقعية وجعلها تتميز اعتراف الاجتماعي وتطور فكرها وتساهم في صنع القرار وتحقيق الأهداف والذي ساعدها على تحقيق اندماج اجتماعي.

لا ينفي تعرض المرأة لمضامين غير قيمية وغير أخلاقية نتيجة اندماجها في مجموعة تفرض عليها توجيهها غير مباشر لفظيا أو نفسيا أو إدراكيا، جعلها غير قادر على استيعاب الكثير منها وفهمها وتفكيك رموزها بشكل صحيح والاهتمامات العلمية الذي يساعدها على تنشئة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الاجتماعية وانطلاقا من هذا البحث دراستنا عن صورة المرأة الجزائرية عبر المواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ومن تساؤل الرئيسي هو: ماهي صورة المرأة الجزائرية في نظر المرأة الماكثة في البيت من خلال صفحات الفيسبوك؟

2) تساؤلات الفرعية:

الأسئلة الفرعية :

- 1) ماهي عادات وانماط استخدام أفراد العينة لمستخدمي الفيسبوك؟
- 2) ماهي دوافع استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك؟
- 3) ما هي الاستخدامات و الاشباعات المحققة من استخدام الفيسبوك لدى أفراد العينة؟
- 4) ماهي اتجاهات الأفراد العينة حول صورة المرأة في الفيسبوك؟

3) أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في اعتبارها تمس عدد كبير من النساء الجزائريات مستخدمي الفيسبوك (الماكثات بالبيت) حيث تعتبرها المواقع على الأخلاق وعادات هاته المرأة عبر العديد من المواقع من بينها الفيسبوك ومن خلال هذا البحث تشهد أهمية كبيرة أن الدراسة تعبر عن فئة معينة وهي الشباب أي المرأة الجزائرية أي تستخدم هذه المواقع بكثرة.

من خلال هاته الدراسة تعرفنا على العديد من النقاط التي تبرز لنا أهمية المرأة الماكثة في البيت عبر مواقع التواصل أهمها الفيسبوك منها:

معرفة أهم الدوافع التي أجبرت المرأة على استخدامها.

كيفية التأثير المرأة من هاته المواقع.

معرفة كيف استطاع الفيسبوك إيصال الصورة المرأة من المجتمعات المجاورة.

4) أهداف الدراسة:

خلال دراستنا هذه تسعى لتحقيق جملة من الأهداف ويمكن تلخيصها في مايلي :

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- 1) معرفة عادات وانماط استخدام أفراد العينة لمستخدمي الفيسبوك.
- 2) معرفة دوافع استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك.
- 3) معرفة اشباعات المحققة من استخدام الفيسبوك لدى أفراد العينة.
- 4) معرفة اتجاهات الأفراد العينة حول صورة المرأة في الفيسبوك.
- 5) أسباب اختيار الموضوع:

لاشك أن البحث في أي موضوع تكون ورآه أسباب معينة تدفع الباحث لدراسة ذلك الموضوع ومن الأسباب التي جعلتنا نختار البحث في موضوع صورة المرأة الجزائرية عبر الفيسبوك تتمثل في:

الأسباب الذاتية:

تطبيق الحالة على الذات والواقع المعاش.

. الفضول والحماس ورغبتنا في إيصال صورة المرأة عبر الفيسبوك.

الأسباب الموضوعية

. انتشار مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بين الأفراد.

. تزايد المستمر في استخدام المرأة الجزائرية الماكثة في البيت للفيسبوك.

6). نوع الدراسة ومنهجها :

للقيام بأي دراسة علمية والوصول الى الحقيقة وجب اتباع منهج واضح يساعد على دراسة مشكلة وتشخيصها، من خلال تتبع مجموعة من القواعد والانظمة العامة التي يتم وضعها من اجل الحصول على الحقائق حول ظاهرة البحث .

فيعرف المنهج على أنه الخطة التي يرسمها الباحث لنفسه في ترتيب أفكاره وتوجيه موضوعات بحثه توجيه صائبا، وهو ينتقل من نقطة إلى أخرى، ومن قضية إلى تالية من أجل الوصول

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

إلى (استتباط الأحكام العامة والنتائج الكلية، والخروج بالمبادئ والنظريات التي تمثل العلوم والمعارف).¹

2. ويعرف المنهج أيضا على أنه: (فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حيث نكون بها جاهلين، وأما من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون بها عالمين).²

ومن خلال هذه الدراسة قمنا باختيار منهج المسحي:

يعد المنهج المسحي أحد المناهج المرتبطة بالبحوث الوصفية، وهو المنهج الذي يعرف بأنه الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها سواء في بناء قاعدة معرفية أو تحقيق فروض الدراسة أو تساؤلاتها وعن طريق هذا المنهج يتم تناول الظاهرة العلمية والإعلامية ومتابعة المراحل التاريخية والمعاصرة التي مرت بها الظاهرة ودراسة صورها وأشكالها المختلفة والسعي لبناء العلاقات السببية بين عناصرها المختلفة في محاولة للوصول إلى استدلالات علمية ومنطقية بشأن مسار الظاهرة ومستقبلها.³

المنهج المسحي بأنه: منهج بحثي يهدف أي مسح الظاهرة موضوع الدراسة، لتحديدها، والوقوف على واقعها بصورة موضوعية، تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها، ومقارنة فيما بينها وقد تتجاوز ذلك للتقييم تبعا لما تخلص له من نتائج سواء إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية كالصحف أو القنوات التلفزيونية أو المواقع الإخبارية أو الصحف الإلكترونية مثلا وأنشطتها المختلفة وكذلك عملياتها وإجراءاتها وموظفيها وخدماتها المختلفة.⁴

¹ نور زاد حسن أحمد، المنهج الوصفي في كتاب سيوية، ط1، دار الكتب الوطنية بلغازي- جامعة قازيونس، كلية الآداب قسم اللغة العربية، 1996-ص33-34.

² د. إبراهيم براس المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، الطبعة العربية الأولى، دار الشروق والنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009، ص69.

³ سعيد سليمان المشهداني، منهجية البحث العلمي دار أسامة للنشر والتوزيع نبلاء الناشر والموزعون، ص132.

⁴ سعيد سليمان المشهداني، نفس المرجع، ص133.

أدوات جمع البيانات:

1. الاستبيان:

تعتمد الدراسة على استخدام الاستبيان الذي يعرف على أنه هو جدول من الاسئلة يرسل باليد الى المبحوثين بعد اختيارهم أو ينشر في الصحف والمجلات أو الاذاعة والتلفزيون ،وحيث يصب منهم الاجابة على جدول الاسئلة هذه بأنفسهم ،ثم ارسالها ثانية الى الباحث ⁵.

وتم الاعتماد على الاستبيان لأنه يعتبر على أنه أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من أفراد أو جماعات كبيرة الحجم ذات كثافة سكانية عالية عن طريق عمل استمارة تضم مجموعة من الاسئلة أو العبارات، بغية الوصول كيفية أو كمية، وقد تستخدم من غيرها من أدوات البحث العلمي وذلك لكف عن الجواب التي يحددها الباحث وصياغتها في استفسارات محددة ⁶.

7. عينة ومجتمع البحث :

العينة: يشير المصطلح العينة هي جزء من المجتمع حيث تتوافر في هذا الجزء خصائص المجتمع نفسها ،والحكمة من إجراء الدراسة على العينة هي أن في الكثير من الأحيان يستحيل إجراء الدراسة على المجتمع فيكون اختيار العينة ،بهدف التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع ،ويصبح ذلك ممكنا إذا كانت الخصائص العينة تمثل خصائص المجتمع من حيث أكبر عدد ممكن من المتغيرات ⁷.

2. العينة: توفر على الباحث الوقت والجهد والتكلفة وتحقق أهداف البحث كونها تمثل المجتمع في جزء منه والنتائج المستنبطة من دراسة العينة ستتطبق مع النتائج المستخلصة من دراسة المجتمع الأصلي موضوع مشكلة البحث إلى حد كبير ⁸.

⁵ محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي التصميم والمنهج والاجراءات، ط 2، المكتب الجامعي الحديث محطة الرمل، الاسكندرية، جامعة أسون، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع وعلم النفس، ص 141.

⁶ عياش صباح، خطوات المنهجية لتصميم الاستبيان، النقد والتتوير، مجلة فكرية تربوية فصيلة المحكمة، العدد الثالث، 20، ص303.

⁷ د. محمد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، مكتبة نور، 2020، ص45.

⁸ ندي غنيم، أدوات البحث العلمي، ص22.

العينة العشوائية :

1. هي عينة يراعي في اختيارها أن يسمح لكل فرد من أفرادها بفرص متكافئة وجوده داخل العينة، وأن سحب أي فرد من أفراد المجتمع الأصلي تكون متساوية، وبهذا لا يؤثر الاختيار في الباحث من حيث الانحياز، ويتم اختيار العينة العشوائية إما بطريقة القرعة، أو باستخدام جداول الأعداد العشوائية، أو غير ذلك، وينبغي مراعاة أن العينة العشوائية لا تمثل بالضرورة خصائص المجتمع الأصلي كله ولكنها تترك اختيار الأفراد بالصدفة، وبهذا تنقص إمكانية تسرب التحيز في اختيار العينة⁹.

8. مجالات حدود الدراسة :

(1) مجال الجغرافي (المكاني): ويتمثل في ولاية تقرت وبالتحديد حي رمال 3 وقد تم توزيع الاستبيان على المرأة الماكثة بالبيت بشكل عينة عشوائية من مختلف المستويات وتركز هذه الدراسة على صورة المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك .

(2) المجال البشري : 30 مفردة في الماكثات بالبيت بولاية تقرت .

(3) المجال الزمني : بدأت هذه الدراسة بعد تحديد وضبط عنوان الموضوع وذلك في شهر فيفري حيث قمنا بجمع مختلف المراجع التي يمكن اعتماد عليها في هذه الدراسة ووضع خطة أولية لموضوع شملت الإطار المنهجي والجانب التطبيقي وبعد وضع الخطة بدأنا بالجانب التطبيقي تم توزيع الاستمارة على المبحوثين في 23، 24، 25، أفريل وتفرغ البيانات وتحليل نتائج البحث 29، 27، 28 أفريل.

(9) تحديد مصطلحات الدراسة :

تعتبر مرحلة تحديد المفاهيم الدراسة إحدى الخطوات الهامة في البحوث والدراسات العلمية وذلك لكي يتسنى لقارئ هذه الدراسة تحقيق التوافق بين ما توضح إليه بعض المفاهيم ومعانيها المستخدمة وهي كالآتي:

⁹ محمد عبد السلام، مرجع سابق، ص46.

المرأة الماكثة في البيت :

*اصطلاحا:

تعرف على انها التي تختص بنوعية العمل معين داخل المنزل بدءا بالترتيب والتنظيف والطبخ وصولا الى تربية الأولاد وخدمة افراد العائلة خاصة الزوج، وهي المرأة المتزوجة غير العاملة في قطاعات أخرى تهتم فقط بالعناية ببيتها وشؤون اسرتها وإدارة أمور حياتهم وفقا لما تراه مناسبا.¹⁰

*اجرائي:

هي كل امراة لا تقوم باي عمل خارج المنزل وتعتبر ربة بيت لانها تقوم بمختلف الاعمال المنزلية،وهي ركيزة أساسية في كل بيت سواء كانت ام، اخت، زوجة، فمنهن المتعلمة والمتقفة ومنهن الامية.

* تعريف صورة المرأة :

*لغة:

صورة المرأة تعرف على أنها الصورة المتكونة من خلال المواقف التي تتعارض الوصف مع المرأة العربية ودورها الفكري والاجتماعي، بالإضافة إلى مدى تفاعلها مع أفراد مجتمعها¹¹.

*اصطلاحا:

صورة المرأة التي تملك من الخبرة والعلم بحيث تكون قادرة على إفادة المستمع أو المشاهد؛ فوسائل الإعلام تعرض أحيانا برامج علمية مفيدة يكون للمرأة فيها دور أساسي حينما تقدم معلومة الصحيحة المفيدة التي تثري عقلية المشاهد أو المستمع من خلال البرامج والحوارات

¹⁰ حجاج امال،استخدام النساء الماكثات بالبيت للفايسبوك،دراسة ميدانية لعينة نساء ماكثات بالبيت لمنطقة بني ثور ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة/علوم الاعلام والاتصال2016/2015ص 07

¹¹ علاء حسين عبد الدخيل، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، مذكرة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة اشرق الأوسط، 2016، ص08.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

في إعداد وتحليل الأخبار السياسية والاجتماعية والاقتصادية، أو المذيعات الملتزمة التي تعرض المادة الإخبارية بأسلوب شيق، وفصاحة لغوية¹².

*إجرائي:

تعرف المرأة عبر الشبكات التواصل الاجتماعي كل المحتويات التي في جميع جوانب الحياة الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، التربوية، الدينية وغيرها من قضايا المرأة.

*المواقع:

* اصطلاحا:

يعرف بأنه مكان أو مساحة يتم تخصيصها على شبكة الإنترنت وهو يحتوي على الكثير من معلومات كما يجب أن يقدم خدمات تفاعلية أخرى للمستخدم وكل موقع مقسم إلى عدة صفحات مع وجود صفحة رئيسية وكل صفحة في الموقع عبارة عن نسق خاص أو نظام معين ترتب فيه المعلومات بشكل جميل ومنسق سواء كانت نص أو صوتا أو صورة صوتية أو غير صوتية وبتعدد أهداف الموقع فمنها ما هو تعليمي وآخر تجاري وغيرهم¹³.

*إجرائي:

هو مجموعة الصفحات مرتبطة بعضها البعض ومخزنة على نفس الخادم عبر الانترنت كما تحتوي على الارتباطات لصفحاته أو صفحات الموقع، التي تتابعها المرأة الماكثة في البيت.

*المواقع التواصل الاجتماعي :

*اصطلاحا:

. أنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس اهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية وقد عرفت المواقع التواصل الاجتماعي بأنها

¹² محاسن الإمام، صورة المرأة في الإعلام بين الواقع والمأمول، مقدمة الورشة عمل سبل إبراز دور المرأة في المجتمع وتصحيح

الصورة النمطية عنها في الإعلام، سبتمبر 2017، ص10.

¹³ بن أنس وأخرون ، دور الفيسبوك في تغطية الحراك الشعبي الجزائري 22 فيفري، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم إعلام واتصال، محمد بوضياف بالمسيلة 2019-2020، ص20.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

مقهى اجتماعي يجتمع في بعض الأفراد للقيام بتبادل معلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي¹⁴.

. ويعرف أيضا بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (الأقارب، زملاء، الأصدقاء) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق الواسع فهي مواقع لا تعطي معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل مع أثناء الإمداد بتلك معلومات عن في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الإنترنت¹⁵.

* إجرائي:

هي مجموعة من المواقع الكترونية الاجتماعية تستخدم من أجل التواصل بين المجموعة من أفراد تجمعهم اهتمامات اجتماعية تتيح التواصل للأفراد وجماعات المستخدمين لها بتبادل الأفكار والمعلومات والموضوعات

* الفيسبوك:

* اصطلاحا :

. موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملاؤه في الجامعة (هارفارد الأمريكية) ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم و آراءهم ولم يعتمد في تصميمه الى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع يهتم بنشر الأخبار وهو عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي بين الأصدقاء في جامعة هارفارد حيث اكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجع (zuckerberg) على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول الى الموقع والتعرف عليه¹⁶.

¹⁴ رضا إبراهيم عبد الله البيوني، مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الفقه الاسلامي والقانون الوضعي، بحث طالب الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة طنطا، 23/22 أبريل 2019، ص 11.

¹⁵ دبي أنيس وأخرون نفس المرجع، ص 20.

¹⁶ بنت الشعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك التويتر نموذجا، دراسة ميدانية على العينة من طالبات الجامعة الملك عبد العزيز بجدة، مشوع بحثي مقدم ضمن متطلبات على درجة الماجستير 1433/1434هـ، ص 31.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- عبارة عن موقع اجتماعي يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في مجموعة معينة، وكذلك يتيح لأصدقائك قراءة ما تكتب ومشاهدة الصور التي ترفع إلى صفحتك في الفيسبوك الأصدقاء ليسوا بالضرورة هم الأصدقاء الذين تعرفهم على الذين تتعرف عليهم عن طريق موقع الفيسبوك فتصبح حينها صداقة فيسبوكية¹⁷.

*إجرائي:

فيسبوك عبارة عن مدونة شخصية أو صفحة شخصية على الانترنت تتواصل مع أصدقائك وأنه مجتمع شبابي على الإنترنت.

خلفية الاستخدامات و الإشباعات:

(1) تعريف النظرية:

نظرية الاستخدامات والإشباعات جاءت كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، وتهدف لدراسة الاتصال دراسة وظيفية منظمة فبدلاً من النظر للجمهور كأفراد سلبيين يتم النظر إلى الأفراد بوصفهم مشاركين إيجابيين في عملية الاتصال فهم يشعرون بحاجات معينة، وبالتالي يختارون عن وعي الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاتهم النفسية والاجتماعية وتصوراً عن النظرية الاستخدامات و الإشباعات من خلال تحديد أهداف النظرية و انتقادات¹⁸ .

(2) أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات :

- . محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، على اعتبار أن الجمهور ويستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- . الكشف عن العلاقات المتبادلة بين الدوافع الاستخدام وأنماط التعرض، والإشباعات.
- . تحديد دوافع تعرض الأفراد لوسائل الاتصال، وتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا العرض.
- . التأكيد على النتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

¹⁷ بلعربي سمية و آخرون، اللغة العربية لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ الثانوية أريزان الجديدة ولاية غلزان، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم/علوم الاعلام والاتصال،ص94.

¹⁸ كمال الحاج، نظريات الاعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، المشاع المبدع، 2020، ص93.

. معرفة دور العوامل الوسيطة وتأثيرها في الاستخدامات، والإشباع¹⁹.

(3) الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع :

1. لا تصلح النظرية للتعميم لأن الاستخدامات والإشباع من وسائل الاتصال تختلف باختلاف الثقافات وباختلاف العوامل السكانية.
2. لا تستطيع النظرية تفسير السلوك الاتصالي بدقة فالمحتوى الاتصالي يحقق وظائف لبعض الأفراد في حين يسبب اختلالا وظيفيا لإفراد آخرين.
3. هناك مشكلة تتعلق ببحوث الإشباع التي تركز على المحتوى حيث أنها تقوم بالنسبة إليهم على افتراض أن المضمون يشبع حاجات معينة لدى الجمهور رغم أن هذه المواد قد لا تكون هامة أو لا تشبع احتياجا معيناً لدى الجمهور.
4. قد لا تصلح النظرية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
5. تعاملت النظرية مع فئات عامة من المضمون في حين يعد اختلاف نوع المحتوى مؤثرا إلى حدا بعيد في النتائج.²⁰

(3) اسقاط النظرية :

بحيث يستخدم الأفراد هذه المواقع التواصل الاجتماعي من أجل إشباع حاجاتهم، ولأن أغلبية الأفراد الذين يستخدمون المواقع التواصل الاجتماعي، لترفيه عن أنفسهم واكتساب خبرات متنوعة ومعلومات عن مواضيع تهمهم مثل الفيسبوك لدرشة مع الأفراد واطلاع على المنشورات مواقع التواصل الاجتماعي .

غير أن الفيسبوك قد يكون تأثيره ايجابي أو سلبي حسب طبيعة المحتويات الفتى تنشر من طرف المستخدم هو المتحكم.

¹⁹ كمال الحاجن نفس المرجع، ص93.

²⁰ كمال الحاج، نفس المرجع، ص103.

1. الدراسة الأولى:

دراسة الباحثة نورة حفناوي تحت عنوان المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل (الفيسبوك) وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة و إعلام الكتروني في سنة 2015/2014 حيث قدم التساؤل الرئيسي

فيما تتمثل طبيعة المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل (الفيسبوك)؟

والتساؤلات الفرعية تتمثل في:

- ماهي المواضيع الخاصة بالمرأة من خلال الفيسبوك ؟

- ماهي طبيعة المضامين الخاصة بالمرأة من خلال تطبيق الفيسبوك ؟

حيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي لأنه يتجمع من الدراسات الوصفية هذا النوع من الدراسات يقي الباحث في وقائع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها بفرض الوصول إلى الحقائق. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- أن المواضيع المتداولة بكثرة بنسبة 35.90 % تليها مواضيع إجمالية.

- أن الأسلوب الغالب على الدراسة هو الأسلوب الايجابي بنسبة 60.37%

- أن المرأة هي الجمهور الغالب بنسبة 98.11% موجهة للنساء عموما.

* تتفق دراستنا مع الدراسة السابقة حيث يتشابهان في قسم علوم الإعلام والاتصال ويختلفان في الأهداف وتحديد العينة²¹.

²¹ نور حفناوي، المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية لعينة من الصفحات شبكة الفيسبوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال والاعلام الالكتروني العربي بن مهدي، أم البواقي، 2014-2015، ص5-.

2. الدراسة الثانية :

دراسة الباحثة مريم ناريمان نومان تحت عنوان تمثلات المرأة لذاتها عبر مواقع شبكات الاجتماعية دراسة تحليلية وصفية لهوية المرأة الجزائرية عبر موقع الفيسبوك أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم إعلام واتصال الحديثة سنة 2018/2017 حيث قدم التساؤل الرئيسي:

كيف تتمثل المرأة الجزائرية لذاتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وماهي العوامل التي تؤثر على أدائها لهويتها الافتراضية؟

والتساؤلات الفرعية تتمثل في:

1. ما طبيعة استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك ؟

2. إلى أي مدى تؤثر العوامل السوسيوسيكولوجية وتمثل المرأة الجزائرية لذاتها عبر الفيسبوك ؟

* حيث اعتمدت الباحثة على المنهج المختلط وهو منهج يعتمد على جمع البيانات الكمية والكيفية.

كما توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- قيام المرأة بفرض ذاتها وهويتها
 - أن المرأة في اغلب الأحيان تسهل أسمائها لاسم مستعار من اجل رسم صورتها الشخصية.
 - وضع صورة ايجابية للمرأة للانطباع حول هويتها الافتراضية
- تنفق دراستنا مع الدراسة السابقة في إبراز صورة المرأة عبر مواقع التواصل (فيسبوك) ويختلفان في تحديد العينة ومنهج الدراسة²².

²² مريم ناريمان نومان، تمثلات المرأة لذاتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة وسط في تحليل لهوية المرأة الجزائرية عبر موقع الفيسبوك، أطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، باتنة 2017، 0-23018، ص 23-224-225.

3. الدراسة الثالثة :

دراسة الباحث علاء حسين عبد دخيل تحت عنوان شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية .وهي مذكرة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط سنة 2016 حيث قدم التساؤل الرئيسي:

ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في رسم و بناء صورة المرأة ؟

واعتمدت على الأسئلة الفرعية في :

- كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في رسم صورة المرأة العربية ؟
- ما الأسباب التي تدفع شبكات التواصل الاجتماعي إلى التقاضي عن قضايا المرأة؟
- حيث اعتمدت على المنهج الوصفي وتم استخدامه للاستبانة كأداة جمع البيانات المتعلقة بهذه الدراسة

ومن أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي :

- * التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في رسم صورة المرأة
- * اختلاف آراء إلى أفراد عينة الدراسة حول دور شبكات التواصل في رسم صورة المرأة تتبقى لاختلاف متغير العمر .

- العلاقة بين دراستنا و الدراسة السابقة يختلفان في العينة و في التخصص²³.

²³ علاء حسن دخيل ،شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في رسم صورة المرأة من وجهة نظر الجامعات الأردنية مكملة لدرجة الماجستير في الاعلام،جامعة الشرق الأوسط،2016، ص 5-6-58-66-80.

الإطار التطبيقي

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

عرض و تفسير البيانات

1- البيانات المسحية

أولا البيانات الشخصية

ثانيا: أنماط و دوافع استخدام أفراد العينة لمستخدمي

الفايسبوك

ثالثا: الاشباعات المحققة لدى أفراد العينة

رابعا: اتجاهات أفراد العينة لدى صورة المرأة في

الفايسبوك

2- نتائج الدراسة

3- خاتمة

نتائج تحليل:

خصائص العينة"

جدول رقم (1): يبين توزيع عينة الدراسة حسب المتغير السن

نسبة مئوية	تكرار	السن
40,0%	12	من 20 إلى 25
26,7%	8	من 25 إلى 30
16,7%	5	من 30 إلى 35
6,7%	2	من 35 إلى 40
6,7%	2	من 45 إلى 50
3,3%	1	من 50 إلى 55
100%	30	المجموع

توضح النتائج أعلاه أن 12مبحوثة من إجمالي أفراد الدراسة و البالغة عددها 30 مفردة وما تمثل هنا نسبة 40 % للفتة العمرية من 20 الى 25سنةتليها نسبة 26.7% للفتة العمرية من 25 الى 30تليها نسبة 16.7% للفتة العمرية من 30 الى 35 وتليها نسبة 6.7% للفتة العمرية من 35 الى 40 وتليها النسبة 6.7% للفتة العمرية من 45 الى 50 وتليها نسبة 3.3% للفتة العمرية من 50 الى 55 فما فوق يتضح مما سبق أن النسبة المرتفعة للنساء من 20 الى 25 سنة يرجع إلى كون أن هذه الفتة العمرية أكثر شباب أو نشاط وحيوية ولها حب الاطلاع واكتشاف كل جديد وأنها غير مرتبطة بالتزامات على عكس الفئات العمرية الأخرى لديها العديد من مسؤوليات العمل والأسرة أما الفتة العمرية الأكثر من 55 سنة وهي الفتة الأقل و لرجال هذه الشبكات كونها لا تميل لجيل المعلومات فهي حريصة على عادات جيلها

نلاحظ أن توزيع العينة المرتفعة من الفتة 20 الى 25 بنسبة 40.0 % ثم تأتي الفتة من 25 إلى 30 بنسبة 26.7% .

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

جدول رقم (2): يبين توزيع عينة الدراسة حسب المتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	تكرار	نسبة مئوية
متوسط	1	3,3%
ثانوي	10	33,3%
جامعي	19	63,3%
المجموع	30	100%

يوضح الجدول أعلاه أن اغلبية المبحوثات ذوات المستوى الجامعي بنسبة 63,3% تليها نسبة المبحوثات ذوات المستوى الثانوي بنسبة 33,3% بالنسبة للمبحوثات ذوات المستوى المتوسط مما سبق نستنتج أن المستوى الدراسي للمبحوثات مستوى الجامعي فهي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي من اجل الاطلاع على الأخبار المتعلقة بالدراسة كموعدا الامتحانات غياب أساتذة إضرابات أو توقيت الزماني للدراسة ومعرفة أهم الأحداث الخاصة أما ذوات مستوى الثانوي ويرجع ذلك إلى انقطاع المرات عن الدراسة بسبب الظروف أو إخفاقهم في الدراسة أو بسبب المرض أما ذوات مستوى المتوسط قد يرجع إلى الظروف الاجتماعية أو الاقتصادية أو المشاكل أسرية أو ترسب ورفض العائلة لمبدأ تفكير الفتيات .

نستنتج أن اغلب المبحوثات ذوات المستوى الجامعي.

جدول رقم (3): يبين توزيع عينة الدراسة حسب المتغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	تكرار	نسبة مئوية
عازبة	19	63,3%
متزوجة	11	36,7%
المجموع	30	100%

يمثل الجدول اعلاه متغير الحالة الاجتماعية للمبحوثات حيث نلاحظ اغلبية المبحوثات وبنسبة 63,3% هي عازبات في حين ان نسبة 36,7% منها متزوجات ومنه نستنتج ان اغلبية الساحقة هي عازبات كون ان الفتاة ترفض الزواج في سن مبكر وذلك قد يكون من اجل اكمال مشوارهم الدراسي او عدم القدرة على ادارة شؤون البيت والمسؤوليات الزوجية او نصيبهم

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

لم ياتي بعد وان هذه الفئة اكثر استفادة من خدمات الفيسبوك كونهم غير مرتبطين بالتزامات عكس الفئة.

نستنتج ان اغلب المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك هي عازبات.

جدول رقم (4): يبين توزيع عينة الدراسة حسب المتغير الوضعية المهنية

الوضعية المهنية	تكرار	نسبة مئوية
طالبة	10	33,3%
عاملة	8	26,7%
ماكثة في البيت	12	40,0%
المجموع	30	100%

خلال الجدول اعلاه تبين ان اغلب المبحوثات ماكثة بالبيت بنسبة 40,0 % وتليها نسبة المبحوثات من فئة طالبات بنسبة 33,3 % اما بقية المبحوثات فهن عاملات بنسبة 26,7 % توضح مما سبق ان اغلب المبحوثات من فئة الماكثات بالبيت جزء من عالم افتراضي في الذي فتح لها بابا لكثير من الافكار والطرائق والوصفات في مجال موضة والاناقة والجمال والديكور وتليها فئة الطلبة وهي فئة شبانية فضولية محبة للتواصل واكتشاف كل ما هو جديد كما ان هذه الفئة متعلمة تساهم التحكم في الفيسبوك وسهل له التعامل معه وبه في ان واحد وينطبق هذا ايضا على فئة الموظفة والعاملة كونه فضاء للمعلومات والمعارف وتبادل الافكار والآراء في مختلف المجالات.

المحور الأول: ما مدى استخدام الفيسبوك في الحياة اليومية لدى أفراد العينة ؟

جدول رقم (5): يوضح أفراد العينة لليوميات في الفيسبوك

السؤال 01	تكرار	نسبة مئوية
دائما	12	40,0%
أحيانا	15	50,0%
نادرا	3	10,0%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية اعلاه ان اغلبية المبحوثات وبالنسبة 50 % يستخدمون موقع الفيسبوك بصفة احيانا اما نسبة 40 % من مبحوثات يستخدمن الموقع دائما اما نسبة 10 % من مبحوثات يستخدمن الموقع نادرا.

ويتأكد من خلال هذا استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك أحيانا قد يرجع الى كونهم ملتزمين بالتزامات مهنية او عملية او اسرية مما جعلهم يستخدمونه الا وقت الفراغ اما استخدامه من قبل المبحوثات بصفة دائمة راجع الى اهمية المتزايدين لهذا الموقع كما انه فضاء يلبي احتياجاتهم و رغباتهم كما انه تقدم عدة مزايا وخدمات جعلته القبلة اولى لهم كما ان استخدام صفة دائمة جعلهم غير قادرين على التخلي عليه وذلك سبب التعود عليه . نستنتج ان اغلبية المبحوثات تستخدم الفيسبوك أحيانا.

جدول رقم (6): يوضح أفراد العينة منذ متى يستعملنا الفيسبوك

السؤال 02	تكرار	نسبة مئوية
اقل من سنة	4	13,3%
من سنة إلى 3 سنوات	8	26,7%
أكثر 3 سنوات	18	60,0%
المجموع	30	100%

يتضح من خلال البيانات الاحصائية اعلاه ان اغلب المبحوثات تستخدم الفيسبوك لاكثر من ثلاث سنوات وذلك بنسبة 60,0 % تليها نسبة 26.7 % هي مبحوثات اللواتي يستخدمن

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

الفيسبوك من سنة الى ثلاث سنوات اما الباقي المبحوثات يستخدمن الفيسبوك لاقل من سنة بنسبة 13.3%

وهذا ما يفسر ان المرأة الجزائرية تستخدم الموقع لأكثر من ثلاث سنوات وهذا راجع الى الجيل الثالث او الرابع نتيجة تطور المستمر جعل المستخدمة مدمنة عليه مما اثر على استخدامها وبقائها على تواصل مع هذه المواقع كما ان الموقع على تطور مستمر وهذا ما زاد من تطور تقنياته وتطبيقاته وهذا ما عزز من استخدام المرأة له اما استخدمهم لأقل من سنة قد ترجع الى صفر من المبحوثة في الماضي او عدم امتلاكها لجهاز التصفح هاتف او حاسوب او غيرها من الاجهزة او الظروف الاجتماعية كما تعتبر الظروف الاقتصادية من اهم المعايير التي تزيد او تنقص من استخدام المرأة للفيسبوك .

نستنتج ان اغلب المبحوثات تستخدم الفيسبوك لأكثر من 3سنوات.

جدول رقم (7): يوضح أفراد العينة تصفح في تقضيتهما للساعات في الفيسبوك

السؤال 03	تكرار	نسبة مئوية
اقل من ساعة	7	23,3%
من ساعتين إلى 3 ساعات	14	46,7%
أكثر من 4 ساعات	9	30,0%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول اعلاه يبين ان الحجم الساعي الذي تقضيه المبحوثات في تصفح الفيسبوك من ساعتين الى 3 ساعات وذلك بنسبة 46.7% ثم تليها نسبة استخدامهم للموقع اكثر من 4 ساعات بنسبة 30.0% اما الباقي المبحوثات فهن يتصفحن الموقع من اقل من ساعة بنسبة 23.3%

يتأكد لنا ان المرأة الجزائرية تتصفح موقع الفيسبوك من ساعتين الى ثلاث ساعات الى المتعة والفائدة التي وجدناها فيه كما ان الخدمات والمزايا المعرضة فيه من دردشة وتفاعل وتواصل مع الاصدقاء وخدمة التعليقات التي فتحت بابا للحوار ومناقشات والتعبير بكل حرية دون قيل كذا الاطلاع على اهم الاخبار الانية كل هذا جعلهم لا ينتبهوا للوقت كونه يلبي احتياجاتهم

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

المختلفة اما استخدامهم اكثر من 4 ساعات فهذا راجع لجملة الانشغالات العلمية و العملية التي تعطل او تعيق من امكانية تصفحت بأريحية ولوقت طويل كما ان عنصر الخوف من ادمان بات مشكلا يهاب منه الكثير من مستخدمات لهذا يتهرب من الوقوع في هذا المرض النفسي

نستنتج ان اغلب المبحوثات تستخدم الفيسبوك من ساعتان الى ثلاث ساعات.

جدول رقم (8): يوضح أفراد العينة في تصفح الفيسبوك في الأماكن

السؤال 04	تكرار	نسبة مئوية
المنزل	27	90,0%
الساحة العمومية	3	10,0%
المجموع	30	100%

يبين الجدول اعلاه ان اغلب المبحوثات يتصفح الموقع في المنزل بنسبة 90.0% في حين ان نسبة 10.0% يتصفح الموقع في الساحة العمومية

ويمكن تفسير النسبة المرتفعة للمبحوثات اللواتي يتصفح موقع الفيسبوك في المنزل الى ازدياد الاشتراكات في خدمة الانترنت التي ادت الى توفيرها في المنازل وبسعر مغري كما أن تصفح الفيسبوك من قبل المرأة في الليل فالمنزل هو المكان الملائم لها كما يعتبر البيت أريح مكان وخالي من الإزعاج ويحافظ على الخصوصية عكس الساحة العمومية فهي بيئة غير مريحة وغير محافظة على الخصوصيات كونها مكان تجمع الناس

نستنتج أن اغلب المبحوثات تتصفح موقع الفيسبوك في المنزل.

جدول رقم (9): يوضح أفراد العينة يفضلنا تصفح الفيسبوك في كل الفترات

السؤال 05	تكرار	نسبة مئوية
صباحا	3	10,0%
ظهرا مساء	2	6,7%
ليلا	9	30,0%
ليس لدي وقت	16	53,3%
المجموع	30	100%

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

من خلال البيانات الإحصائية أعلاه نلاحظ ان اغلب النساء اللواتي ليس لديهن وقت محدد لمتصفح الموقع بنسبة 53.3% تليها نسبة 30.0% للمبحوثات يتصفح الموقع ليلا اما نسبة 10.0% للمبحوثات اللواتي يتصفح الموقع صباحا اما باقي المبحوثات فيتصفح ظاهرا بنسبة 6.7% ويرجع هذا التفاوت في أوقات التصفح إلى أن المبحوثات ليس لديهم وقت محدد لتصفح نظرا لانشغالهم بتربية أسرية أو الدراسة فهن يتصفح الموقع كلما أتحت الفرصة لذلك وان المبحوثات تستخدمن الفيسبوك ليلا كون الليل هو انسب وقت أنهن يتفرغن من كل الأشغال وتجد فيه المرأة راحتها في تواصل مع صديقاتها كون ان اغلب البنات قد تفرغن كذلك من كل الأشغال

نستنتج ان اغلب المبحوثات تتصفحن موقع الفيسبوك ليس لديهن وقت محدد.

جدول رقم (10): يوضح أفراد العينة يستخدمنا الوسيلة المفضلة

السؤال 06	تكرار	نسبة مئوية
هاتف	21	70,0%
ذكي	7	23,3%
لوحة رقمية	1	3,3%
حاسوب	1	3,3%
المجموع	30	100%

من خلال المعطيات الاحصائية لنوعية الجهاز المتصفح به من قبل المرأة نجد اغلب المبحوثات يتصفحن الفيسبوك بواسطة الهاتف الذكي بنسبة 70.0% تليها نسبة المبحوثات اللواتي يتصفحن الفيسبوك بواسطة لوحة رقمية بنسبة 3.3% اما بقية المبحوثات فيتصفحن الموقع بنسبة 3.3% بالحاسوب. يتضح لنا مما سبق ان المرأة الجزائرية تتصفح حسابها في الفيسبوك بواسطة الهاتف الذكي كونه الوسيلة المتاحة للجميع وبثمن معقول حتى لذوي الدخل الضعيف كما ان ميزة الجيل الثالث والرابع للهواتف الذكية الجديدة ساهم في اقتنائه من قبل المستخدمات وهذا يضمن انسيابية الانترنت دون تقطعها و تذبذبها كما ان توفر اللوحة الرقمية بنفس مميزات الهاتف جعلها مركز اهتمام العديد من النساء لكن بعض النساء تفضلن الهاتف الذكي على اللوحة الرقمية نتيجة صغر حجم الاول والذي يسهل عملية نقله والتعامل به حتى في الخارج

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

كما ان استخدام المبحوثات للحاسوب يرجع الى عدم توفر لديهن هاتف و لوحة رقمية او الحاسوب المحمول أصبح لديه ميزة نقل ومع تصفح المرآة ليلا وفي المنزل فقد لا تجد صعوبة في التعامل معه كما ان تعقيدات التطبيقات جعلت من الحاسوب مركز اهتمام نساء لتفاديها نستنتج ان اغلب المبحوثات تستخدم الهاتف الذكي في تصفحهن لموقع الفيسبوك.

جدول رقم (11): يوضح أفراد العينة تواصلنا مع الأفراد في الفيسبوك

السؤال 07	تكرار	نسبة مئوية
العائلة	14	46,7%
الأصدقاء	13	43,3%
أشخاص جدد	3	10,0%
المجموع	30	100%

من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه يتضح ان اغلبية المبحوثات تستخدم الموقع للتواصل مع العائلة بنسبة 46.7 % وتليها بنسبة المبحوثات التي يتواصلن مع الأصدقاء بنسبة 43.3 % اما بقية المبحوثات فتستخدمن الفيسبوك لتواصل مع أشخاص جدد بنسبة 10.0 %

يتضح لنا مما سبق ان اغلبية المبحوثات يتواصلن مع العائلة كون ان هذا الموقع هو الموقع تفاعل بالدرجة الاولى كما تحرص المبحوثات على المحافظة على صلة الرحم والتواصل معهم لمعرفة أخبارهم كما ان تواصل المبحوثات مع أصدقائهم على علاقات الصداقة التي تربطهم الآخرين وتبادل الآراء فيما بينهم من اجل معرفة شؤون الدراسة كما ان المرآة تستخدم الفيسبوك لتعرف على أشخاص جدد وذلك لتعرف على مختلف الثقافات والعادات الجديدة والغريبة عن تقاليدنا ولتكوين آراء وأفكار جديدة وهذا التطور التقني .

نستنتج مما سبق ان اغلبية المبحوثات تستخدم الفيسبوك للتواصل مع العائلة.

جدول رقم (12): يوضح أفراد العينة يستخدمنا اسم الفيسبوك

السؤال 08	تكرار	نسبة مئوية
اسم الحقيقي	18	60,0%
اسم مستعار	12	40,0%
المجموع	30	100%

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول أعلاه فان اغلبية المبحوثات تستخدم الفيسبوك اسم الحقيقي بنسبة 60.0 وتليها نسبة 40.0 لاستخدام المبحوثات للفيسبوك باسم مستعار

يتضح مما سبق أن اغلب النساء تستخدمن الفيسبوك باسم حقيقي على موقع الفيسبوك راجع الى كون اقتناعها بمصداقية الموقع أو لا يشكل لديهن حرجا او مشكلا عائليا او غيره كما قد تستخدمه البعض في مجال العمل وهذا ما يتطلب على كثير من الأحيان الاسم الحقيقي حتى يكون الطرف الاخر مقتنعا بما يقدمه هذا المستخدم أما استخدامه لاسم مستعار وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى خوفهم من كشف هويتهم وبسبب هذا الخوف كون اغلب الأسر الجزائرية معارضة لفكرة إنشاء المرأة لموقعا على الفيسبوك كما أن تصفح المرأة باسم مستعار تجد راحتها التامة ولا يشكل لها أي ضغط أو إحراج .

نستنتج أن اغلب المبحوثات تتصفح موقع الفيسبوك باسم حقيقي.

جدول رقم (13): يوضح أفراد العينة يتعاملن باللغة المفضلة

السؤال 10	تكرار	نسبة مئوية
العربية	21	70,0%
الفرنسية	5	16,7%
الانجليزية	1	3,3%
العامة	3	10,0%
المجموع	30	100%

من خلال معطيات الجدول أعلاه من يتعاملن باللغة العربية هن بنسبة 70.0% تليها نسبة المبحوثات اللواتي يتعاملن باللغة الفرنسية أثناء تصفهن للفيسبوك ب16.7% وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يتعاملن بالعامة بنسبة 10.0% وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يتعاملن بالإنجليزية بنسبة 3.3% مما سبق نستنتج أن المرأة تتعامل باللغة العربية كونها اللغة الأم كونها لغة القران وهن تعودن على استعمال هذه اللغة ويجدن راحتهم في التعامل بها وكون هذا الموقع في تطور وتحديث مستمر فان تغيير اللغة قد يشكل عائق أمام التعامل مع هذه المواقع بشكل مريح وأكثر تفاعلية أما تعاملهن باللغة الفرنسية يعود إلى إتقانهم هذه اللغة كونها لغة التكنولوجيا كما أن تكوين صداقات من جنسيات غير عربية يقتضي ويستلزم إتقان هذه

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

اللغة للتعرف وضمن فاعلية هذه العلاقات أما تعاملهن بالعامية يعود إلى إتقانهم هذه اللغة لتعبير عن الحياة كونها تستطيع أن تعبر عن كل تفاصيل الحياة بحلاوتها وقسوتها وهذا التعبير يكون مفيد في الفصحى أما انخفاض نسبة التواصل باللغة الانجليزية بأنها لغة شبكة المعلومات الدولية لكن المرأة الجزائرية نقص عملية التواصل فيما بينها وبين الأشخاص وعدم القدرة على الكتابة بهذه اللغة .

نستنتج أن اغلب المبحوثات تتعامل باللغة العربية عند تصفحهم لموقع الفيسبوك.

المحور الثاني: ماهي أهم الخدمات التي يوفرها الفيسبوك ؟

جدول رقم (14): يوضح أفراد العينة في استعمال الفيسبوك من حيث الخدمة

السؤال 01	تكرار	نسبة مئوية
سهلا لاستعمال	13	43,3%
التفاعلية	9	30,0%
الشكل الجمالي	1	3,3%
خدماته	7	23,3%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه أن اغلب المبحوثات يستخدمن الفيسبوك بدافع انه سهل الاستعمال بنسبة 43.3% تليها نسبة 30.0% من المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك بدافع التفاعلية ثم تليها المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك بدافع خدماته بنسبة 23.3% أما باقي المبحوثات فيستخدمن الفيسبوك لشكله الجمالي بنسبة 3.3% .

يتضح هنا مما سبق أن اغلب المبحوثات يستخدمن الفيسبوك بدافع سهل الاستعمال جعله ذلك مركز اهتمام , فهو لا يحتاج إلى مؤهلات علمية كبيرة للتعامل معه يكفي أن يعرف المستخدم القراءة والكتابة وان المبحوثات يستخدمن الفيسبوك بدافع تفاعليته كما أن خدمة الدردشة جعلت منه موقعا تفاعليا بدرجة كبيرة فهو يبقى الأفراد على تواصل دائم .

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

ثم تليها المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك بدافع خدماته المغرية التي جعلت منه تقنية استعمال من قبل الأفراد كما أن القدرة على إيصال الحقائق وكونها أداة عاكسة للواقع كما يساعدهم الاطلاع على مختلف الأخبار والمعلومات الحصرية .

نستنتج أن اغلب المبحوثات تستخدم الفيسبوك بسهولة استعماله.

جدول رقم (15): يوضح أفراد العينة في موقع خدمات الفيسبوك

السؤال 02	تكرار	نسبة مئوية
مشاركة الصور	9	30,0%
مشاركة الروابط	6	20,0%
التعليقات	2	6,7%
مشاركة الفيديو	1	3,3%
التطبيقات	1	3,3%
الدرشة	11	36,7%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أغلبية المبحوثات يستخدمن الفيسبوك للدرشة بنسبة 36.7% تليها نسبة استخدام المبحوثات للفيسبوك مشاركة الصور ب30.0% وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك مشاركة الروابط ب20.0% وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك للتعليقات بنسبة 6.7% فيما تساوت نسبة استخدام الفيسبوك لمشاركة الفيديو والتطبيقات بنسبة 3.3% .

يتضح مما سبق أن المرأة تستخدم الفيسبوك لخدمة الدردشة الأمر الذي ساهم من إمكانية التواصل وإقامة علاقات افتراضية مع الأشخاص الآخرين من اختيارهم والتعرف عليهم كما أن خدمة المحادثة والدرشة الفورية تسهل تكوين علاقات في فترة قصيرة لذلك استحوذ على اهتمام الكثيرين من مختلف الفئات كما تتيح مشاركة الصور مع أصدقائها والتفاعل معهم من خلال خدمة التعليقات لمشاركة مناسباتهم مع أصدقائها أو نشر صور قيمة أو دينية أو نوعية في مجموعات أو في صفحاتها الخاصة , كما تتيح خدمة التعليقات فضاءا للتعبير عن آرائهم بكل حرية وأريحية دون أي قيد الممارس على ارض الواقع.

جدول رقم (16): يوضح أفراد العينة في اختياراتهم خدمات الفيسبوك

السؤال 03	تكرار	نسبة مئوية
التواصل مع الأهل ولأصدقاء	18	60,0%
الاطلاع على الأحداث الجارية	3	10,0%
الترفيه والتسلية	1	3,3%
تكوين صداقات جديدة	1	3,3%
تمضية الوقت	2	6,7%
زيادة معلومات والمعارف	5	16,7%
المجموع	30	100%

من خلال البيانات الإحصائية تبين أن أغلبية المبحوثات يستخدمن الفيسبوك للتواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة 60.0% وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك لزيادة المعلومات والمعارف بنسبة 16.7% وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك للاطلاع على الأحداث الجارية بنسبة 10.0% تليها نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك لتمضية الوقت بنسبة 6.7% فيما تساوت نسبة التسلية والترفيه وتكوين صداقات جديدة بنسبة 3.3% .

يتضح مما سبق أن المرأة تستخدم الفيسبوك للتواصل مع الأهل والأصدقاء كونه أداة للتفاعل والتواصل من خلال الدردشة وهذا ما تظهره نتائج الجدول السابق والمتعلق بالخدمات التي يقدمها الفيسبوك كما أصبح الفيسبوك وسيلة للاتصال الوسيط أي عبر شبكات التواصل الاجتماعي كما يعتبر الفيسبوك أداة لزيادة المعارف كونه يتمتع بالسرعة والآنية في نقل المعلومات ومعرفة كل المستجدات الراهنة كما ساهم في تبادل الأفكار والثقافات وترسيخ القيم والتعرف على عادات المجتمعات الأخرى من خلال خاصية تكوين صداقات جديدة كما أن الفيسبوك يعتبر فضاء للتعبير فهو بمثابة المنفس الطبيعي للمرأة فتلبي بها احتياجاتها ورغباتها وكسر روتين يومها .

نستنتج أن المبحوثات تستخدم الفيسبوك للتواصل مع الأهل والأصدقاء .

جدول رقم (17): يبين يوضح أفراد العينة في استعمال الفيسبوك من حيث المعرفة

السؤال 04	تكرار	نسبة مئوية
فضاء للتعلم والمعرفة	19	63,3%
فضاء لتحقيق ذاتك	2	6,7%
فضاء لتحرر الفكري	9	30,0%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه تبين أن الفيسبوك أتاح لأغلب المبحوثات فضاء للتعلم والمعرفة بنسبة 63.3% لتايها نسبة المبحوثات اللواتي أتاح لهن الفيسبوك فضاء التحرر الفكري بنسبة 30.0% أما بقية المبحوثات فأتاح لها فضاء التحقيق الذاتي بنسبة 6.7% .

يتضح مما سبق أن الفيسبوك أتاح للمرأة فضاء للتعلم والمعرفة كون أن هذا الموقع تفاعلي يتم تبادل الأفكار والمعارف وامتزاج الثقافات والحضارات كما يعتبر الفيسبوك مجالاً للتعلم من خلال مجموعات تعليم مختلف تقنيات ووصفات التجميل كما يعتبر الفيسبوك لمختلف أخبار الفن والمشاهير كما فتح لها فضاءاً للتحرر الفكري من دعوات لمساواة الرجل والمرأة وخروجها للعمل وغيره , كما يعتبر فضاءاً لتحقيق ذاتها من خلال تحقيق أهدافها العلمية والمعرفية حيث ساهم الفيسبوك في ترويج منتجاتها وتسويق خدماتها كما ساهم في تحقيق التوازن النفسي من خلال خدمة دردشة بين الأصدقاء الذي فتح لها باب الحوار والنقاش .

نستنتج أن الفيسبوك أتاح لأغلب المبحوثات فضاء التعلم والمعرفة .

جدول رقم (18): يوضح أفراد العينة في الاقبال على الفيسبوك

السؤال 05	تكرار	نسبة مئوية
ضعيف	6	20,0%
متوسط	17	56,7%
كثيف	7	23,3%
المجموع	30	100%

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

من خلال البيانات الإحصائية أعلاه فإن اغلب المبحوثات يقبلن على الفيسبوك بشكل متوسط بنسبة 56.7% تليها نسبة المبحوثات اللواتي يقبلن على الفيسبوك بشكل كثيف بنسبة 23.3% أما باقي المبحوثات فيقبلن عليه بشكل ضعيف بنسبة 20.0% .

يتضح لنا إن إقبال المرأة بشكل متوسط راجع إلى انتشاره الواسع وتعدد تقنياته وتنوع خدماته كما أن تصفح الفيسبوك لأكثر من أربع مرات جعل المستخدمة مدمنة عليه كون أن هذه الشبكة فتحت لها فضاء لتعبر عن أفكارها وأرائها بكل حرية وأريحية كما أن الانتشار الهائل للشرائح المدعمة لخدمة الانترنت جعل المرأة تقتنيها ومع تصفحهن بجهاز الهاتف الذكي ساهم في زيادة إقبالها وتصفحها لحسابها بصفة كبيرة .

نستنتج أن أغلبية المبحوثات تقبلن على الفيسبوك بشكل متوسط .

جدول رقم (19): يوضح أفراد العينة في حالة المستخدم مع الفيسبوك

السؤال 06	تكرار	نسبة مئوية
حالة تركيز تام	15	50,0%
لا تركيز كثيرا في استعماله	15	50,0%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين فيها تساوي نسبة المبحوثات التي يكون فيها حالة تركيز تام ولا تركيز كثيرا في استعماله بنسبة 50.0% يتضح مما سبق أن المرأة أثناء استخدامها لموقع الفيسبوك فإنها تركز كثيرا وهذه راجع لكونها تقنية افتراضية قربت المفاهيم وألغت كل الحدود والفواصل الجغرافية والزمنية كما أن التعود على استخدام هذه الشبكة جعل المرأة حبيستها ومدمنة عليها في آن واحد كما أن براعة وانبة انتشار الأخبار جعلها محط أنظار الكل حيث الكل يترقبن الجديد والكل يبحث عن ما يلبي حاجياتهم وكل ما يفتح باب حول التعبير عن آراءها والتصريح بأفكارها ويرجع عدم تركيزهم إلى الخوف من الانغماس في ثناياه فيتعودن عليه كما أن الانشغالات والمشكلات اليومية قد تحول دون تركيزهن .

نستنتج أن المبحوثات تتصفحن الفيسبوك في كلا الحالتين بتركيز تام وعدم تركيز في استعماله.

المحور الثالث: ماهي الإشباعات المحققة من استخدام الفيسبوك لدى المرأة الجزائرية ؟

جدول رقم (20): يوضح أفراد العينة في أخبار المعلومات لالتقاء في الفيسبوك

السؤال 01	تكرار	نسبة مئوية
نعم	20	66,7%
لا	9	30,0%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن جل المبحوثات يستخدمن الفيسبوك لانتقاء المعلومات والأخبار بنسبة 66.7% وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك لعدم انتقاء المعلومات والأخبار بنسبة 30.0% ويمكن تفسير هذه النسبة المتحصلين عليها هي كون الأفراد يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات وأخبار مجانية , المواقع التي يمكن الولوج إليها على غرار الوسائل التقليدية الأخرى التي تكون محدودة الوقت ومدفوعة الثمن وسرعة انتشار المعلومة عبر هذه الموقع والتي تكون عند كل متصفح لها وهذا ما أكدته النظرية في الافتراض القائلة بان جمهور الأفراد جمهور نشط .
نستنتج أن جل المبحوثات تعتمد على الفيسبوك لانتقاء المعلومات والأخبار .

جدول رقم (21): يوضح أفراد العينة لتصفح الفيسبوك ومواضيعه

السؤال 02	تكرار	نسبة مئوية
دينية	5	16,7%
اجتماعية	21	70,0%
%سياسية	3	10,0%
ثقافية	1	3,3%
المجموع	30	100%

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن اغلب المواضيع التي تثير اهتمام المبحوثات هي مواضيع اجتماعية بنسبة 70.0% تليها نسبة المبحوثات اللواتي تثيرهن المواضيع الدينية بنسبة 16.7% تليها نسبة المبحوثات اللواتي تثيرهن المواضيع السياسية بنسبة 10.0% تليها نسبة المبحوثات اللواتي تثيرهن المواضيع الثقافية بنسبة 3.3% .

يتضح مما سبق أن المرأة تهتم بالمواضيع الاجتماعية كونها عنصر فعال في المجتمع القائم على مختلف الأدوار التي تلبيها داخل المجتمع والذي يساعدها أيضا على معرفة شؤون الحياة ومشكلاتها الاجتماعية من اجل الاستفادة من تجارب الآخرين ومحاولة لإيجاد الحلول لهذه المشكلات , كما اهتمامهم بالمواضيع الدينية كونهن ينتمين لعقيدة الإسلام فهن يبحثن عن فتاوي دينية وأحكام شرعية متعلقة بشؤونهم الخاصة أو المعاملات اليومية أو في مجال العبادات كما يهدفن إلى تنمية وعيهن الديني الذي يساعدهن على بناء شخصيتهن , كما اهتمامهم بمواضيع السياسة لمعرفة الأخبار والأحداث اليومية وكما تهتم المرأة بالمواضيع الثقافية فهن يهدفن إلى اكتساب المعلومات والمعارف والتعرف على مختلف الثقافات والعادات الأخرى.

نستنتج أن المواضيع التي تثير انتباه أغلبية المبحوثات هي المواضيع الاجتماعية .

جدول رقم (22): يوضح أفراد العينة احتياجاتهم للفيسبوك والتعبير عن آرائهم

السؤال 03	تكرار	نسبة مئوية
التعبير عن الآراء والمواقف بكل حرية	13	43,3%
إشباع الفضول العلمي والمعرفي	14	46,7%
هروب من الواقع	3	10,0%
المجموع	30	100%

من خلال المعطيات الإحصائية أعلاه يتبين أن اغلبيه المبحوثات يقبلن على الفيسبوك بدافع إشباع الفضول العلمي والمعرفي بنسبة 46.7% في حين أن نسبة 43.3% من المبحوثات يقبلن على الفيسبوك بدافع التعبير عن الآراء والمواقف بكل حرية أما باقي المبحوثات فيقبلن على الفيسبوك بدافع الهروب من الواقع بنسبة 10.0% .

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

يتضح مما سبق أن النساء تقبلن على الفيسبوك لإشباع الفضول العلمي والمعرفي من خلال المعارف والمعلومات المتواجدة فيه كما أن المبحوثات من فئة الشباب وهي أكثر فئة فضولا وتطلعا تسعى للحصول الثقافي والعلمي كما يعتبر الفيسبوك للتعبير عن الآراء والمواقف بكل حرية كونه فضاء افتراضي غير مقيد يتمتع بمساحة واسعة للتعبير بكل حرية وهروبا من واقعهم المقيد والمتحفظ تجاه حرية التعبير كما أن هذه الشبكة تعتبر فضاء لهن للهروب من الواقع كونه مكان وحيز للتسلية والمتعة من خلال الألعاب اون لاين (على المباشر) مما ساعدهم على الإحساس بالراحة والبعد عن كل ضغوطات الحياة .

نستنتج أن اغلب المبحوثات يقبلن على الفيسبوك لإشباع الفضول العلمي والمعرفي .

جدول رقم (23): يوضح أفراد العينة ما يشعرون في الفيسبوك

السؤال 04	تكرار	نسبة مئوية
القلق والاضطراب	9	30,0%
شعور بالفراغ	4	13,3%
لا تشعرين بشيء	17	56,7%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن اغلب المبحوثات لا يشعرن بشيء بنسبة 56.7% في حين أن نسبة 30.0% من المبحوثات يشعرن بالقلق والاضطراب في حال عدم قدرتهم على الوصول إلى حسابهن أما باقي المبحوثات يشعرن بالفراغ بنسبة 13.3% .

يتضح مما سبق أن شعور المرأة باللاشيء كون أن معظم النساء لا يهتمن بها وذلك راجع بسبب كثرة انشغالات والاهتمام العلمي وبالمشاكل الأسرية أما النساء اللواتي يشعرن بالقلق والاضطراب راجع إلى إدمانهن على الفيسبوك مما أدى إلى إصابتهن بأمراض نفسية والعزلة من أفراد الأسرة أما البعض يشعرن بالإحساس بالفراغ وذلك راجع للتعود عليها قبل كل شيء لدرجة أن البعض منهم بمجرد خروجهم من الموقع يفكرون في العودة إليه مجددا كما أصبح للفيسبوك مكانة بارزة في حياتهم فأصبحت العلاقات الافتراضية تشغل حيزا كبيرا ومهما في حياتهم وهذا ما جعل العديد من المستخدمين يميلون إلى الاتصال الوسيطي أكثر من الاتصال الوجهي .

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

نستنتج أن اغلب المبحوثات لا يشعرن بشيء .

جدول رقم (24): يوضح أفراد العينة بدوافع الفيسبوك

السؤال 05	تكرار	نسبة مئوية
الإشباع النفسي	2	6,7%
القضاء على الروتين	16	53,3%
تطوير أفكار وأساليب حياتك الشخصية	12	40,0%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن اغلب المبحوثات يقبلن على الفيسبوك للقضاء على الروتين بنسبة 53.3% لتتخفف النسبة لتصل إلى 40.0% للمبحوثات اللواتي يقبلن على الفيسبوك بدافع تطوير أساليب وأفكار حياتهم الشخصية وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك بدافع الإشباع النفسي بنسبة 6.7% .

جدول رقم (25): يوضح أفراد العينة في اختبار الأصدقاء في الفيسبوك

السؤال 06	تكرار	نسبة مئوية
أ مستوى المعرفي	9	30,0%
علاقة قرابة و صداقة	17	56,7%
بشكل عشوائي	2	6,7%
عن طريق المجموعة	2	6,7%
المجموع	30	100%

من خلال المعطيات الإحصائية تبين أن المرأة تعتمد على علاقة قرابة و صداقة بنسبة 56.7% تليها نسبة المبحوثات اللواتي تعتمد على المستوى المعرفي بنسبة 30.0% أما بقية المبحوثات تساوي نسبة 6.7% اللواتي ينتمين بشكل عشوائي وعن طريق مجموعة

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

يتضح من خلال النتائج أن المرأة تعتمد على أساس اختيارها لأصدقائها في فيديو عن طريق علاقة قرابة وصدقة وتعتمد أيضا على المستوى المعرفي الأخبار الواردة في الصفحات الرسمية لهذه الشبكات وعدم اعتمادهن بشكل عشوائي أو عن طريق مجموعة عدم مصداقية من قبلهم . نستنتج أن اغلب المبحوثات تعتمد على اختيار الأصدقاء في الفيسبوك عن طريق علاقة قرابة أو صداقة.

جدول رقم (26): يوضح أفراد العينة في التفاعل ومشاركة واختيار الموضوعات في الفيسبوك

السؤال 07	تكرار	نسبة مئوية
مواضيع دينية	13	43,3%
مواضيع إعلامية	8	26,7%
مواضيع اجتماعية	7	23,3%
المجموع	30	100%

من خلال معطيات الجدول أعلاه تبين أن مختلف الموضوعات التي تثار ضمن مواقع التواصل الاجتماعي تحظى باهتمام أفراد العينة لأغلب المبحوثات بنسبة 43.3 % تليها نسبة المبحوثات بان الفيسبوك يلبي لهن الحاجات الإعلامية بنسبة 26.7 % أما بقية المبحوثات فيلبي لهن الفيسبوك الحاجات الاجتماعية بنسبة 23.3 %

يتضح لنا بان مواضيع مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت متنفسا لمختلف شرائح المجتمع وتطرح فيه المواضيع الدينية . يعتبر الجانب الديني أساس الذي ينتمي به الوازع الديني و تبقى تحت أسقف شرائعه لحفظ وازعهم الديني المبحوثات اللواتي تثيرهن المواضيع الإعلامية راجع إلى قضايا الأسرة و المجتمع ومحاولة إيجاد حلول لها في حين تبقى المواضيع الاجتماعية تعتبر المرأة جوهرة هذه القضايا مستخدمة من مستخدمات هذا الفضاء الافتراضي والذي يعتبر معبر تواصل بين الأفراد في مختلف بقاع العالم

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

نستنتج أن المواضيع التي تتفاعل معها المرأة هي المواضيع الدينية .

جدول رقم (27): يوضح أفراد العينة للقيم الاجتماعية والتواصل في الموقع

السؤال 08	تكرار	نسبة مئوية
نعم	23	76,7%
لا	5	6,7%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي بالمحافظة على القيم الاجتماعية بنسبة 76.7 % تليها نسبة المبحوثات اللواتي لا تثيرهن القيم الاجتماعية بنسبة 6.7 %

ويتضح مما سبق أن المرأة تهتم بالمحافظة على القيم الاجتماعية عنصر فعال في مجتمع معرفة شؤون الحياة ومشكلاتها الاجتماعية من أجل الاستفادة من تجارب الآخرين نستنتج أن اغلبية المبحوثات تقوم بالمحافظة على القيم الاجتماعية.

جدول رقم (28): يوضح أفراد العينة للقيم التي يعززها الفيسبوك

السؤال 09	تكرار	نسبة مئوية
قيم حضارية	4	13,3%
قيم عامة	14	46,7%
قيم أسرية	3	10,0%
قيم أخلاقية	2	6,7%
قيم اجتماعية	7	23,3%
المجموع	30	100%

تبين من خلال الجدول أن اغلبية المبحوثات التي يعززها الفيسبوك دائما بنسبة القيم العامة 46.7 % في حين أن نسبة القيم الاجتماعية في المبحوثات 23.3 % وتليها المبحوثات القيم الحضارية بنسبة 13.3 % وتليها نسبة المبحوثات للقيم الأسرية بنسبة 10.0 % أما بقية نسب مبحوثات القيم الأخلاقية ب 6.7 %

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

نستنتج أن القيم التي يعزها الفيسبوك هي القيم العامة .

جدول رقم (29): يوضح أفراد العينة لاعتزالهن من المحيط والهروب إلى الفيسبوك

السؤال 10	تكرار	نسبة مئوية
نعم	17	56,7%
لا	13	43,3%
المجموع	30	100%

من خلال معطيات الجدول أعلاه يتبين أن الفيسبوك يقوم بالعزلة عن المحيط وذلك بنسبة 56.7% وتليها نسبة المبحوثات بنسبة 43.3%

يتضح لنا أن الفيسبوك بالرغم من مساهماته الايجابية إلا انه يبقى سلاح ذو حدين فهو ساهم في الوقوع في الإدمان وذلك من استخدامه المتكرر والدائم له وانعكاسات الفيسبوك على المرأة تتمثل في تبادل الآراء والثقافات

نستنتج أن الفيسبوك يشعر بالعزلة عن المحيط.

المحور الرابع: ماهي اتجاهات الأفراد العينة حول صورة المرأة في الفيسبوك?

جدول رقم (30): يوضح أفراد العينة من ناحية صورة الفيسبوك

السؤال 01	تكرار	نسبة مئوية
صورة حسنة	15	50,0%
صورة سيئة	15	50,0%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن الفيسبوك تساوت نسبة المبحوثات اللواتي عرضنا المشاكل للمرأة بنسبة 50.0% ساهم بشكل حسن في طرح قضايا متعلقة بالأسرة وساهم في تنمية مسؤولية الاجتماعية وتتمثل في تبادل الآراء

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

أخيرا نستنتج أن الفيسبوك ساهم في عرض مشاكل المرأة على الفيسبوك بصورة حسنة وسيئة معا.

جدول رقم (31): يوضح أفراد العينة في عرض رأيهن في الفيسبوك

السؤال 02	تكرار	نسبة مئوية
المشاركة هي التعاون الجماعي	7	23,3%
الإسهام بالمعارف	4	13,3%
عرض رأيها في حل المشاكل(فردية)	10	33,3%
الرد على الإخبار الكاذبة	1	3,3%
الاطلاع على الإحداث اليومية	6	20,0%
الرد على كل من يسيء للمرأة	2	6,7%
المجموع	30	100%

من خلال المعطيات في الجدول أعلاه يتبين أن المرأة تعبير عن ذاتها باستخدام الفيسبوك في عرض رأيها في حل مشاكل بنسبة 33.3 % وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يطلعن على أحداث يومية بنسبة 20.0 % وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يسهمن بالمعارف بنسبة 13.3 % وتليها نسبة المبحوثات بالرد على كل من يسيء للمرأة بنسبة 6.7 %

أما بقية المبحوثات نسبة استخدامهم الفيسبوك لرد على أخبار كاذبة بنسبة 3.3 % ونسبة المبحوثات في مشاركة التعاون الجماعي بنسبة 23.3 %

نستنتج أن الفيسبوك ساهم في عرض رأيها في حل مشاكل فردية.

جدول رقم (32): يوضح أفراد العينة تأثيرهن في الفيسبوك

السؤال 03	تكرار	نسبة مئوية
نعم	10	33,3%
لا	18	60,0%
المجموع	30	100%

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول أعلاه أن اغلبية المبحوثات لا تؤثر انتباها على الفيسبوك بنسبة 60.0% و المبحوثات اللواتي تؤثر كل ما ينشر على الفيسبوك بنسبة 33.3% نستنتج أن كل ما ينشر على الفيسبوك لا يؤثر في درجة الاستخدام .

نتائج الدراسة (الاستبيان):

النتائج في ضل التساؤلات الفرعية :

التساؤل الفرعي الأول

1. بينت الدراسة أن اكبر نسبة في الوضعية المهنية هم فئة الماكثات في البيت 40.0%.
2. بالنسبة لمتغير السؤال فان اكبر نسبة هي 50.0%.
3. بينت الدراسة ان 60.0% من عينة الدراسة هي اكبر نسبة من 3 سنوات .
4. بينت الدراسة أن 46.7 % من نتائج الدراسة هي اكبر نسبة مئوية من ساعتين إلى 3 ساعات .
5. نستنتج أن اغلب المبحوثات التي تسهل الفيسبوك بنسبة موجود في المنزل .
6. نستنتج أن نسبة 53.3 % هم اكبر نسبة يتصفح الفيسبوك ليس لديهم وقت محدد.
7. نستنتج أن اغلب المبحوثات بنسبة 70.0 % هم من مستخدمين الهاتف.
8. بينت الدراسة أن 46.7% من المبحوثات يستخدمون الفيسبوك للتواصل مع العائلة.

التساؤل الفرعي الثاني:

1. نستنتج من هاته الدراسة أن أكثر من 70.0% هي اكبر نسبة تتعامل بالعربية.
2. نستنتج أن نسبة 43.3% هي أكبر نسبة سهل لاستعمال الفيسبوك.
3. نستنتج أن نسبة 36.7% هي اكبر نسبة للردشة.
4. أثبتت الدراسة أن نسبة 60.0% أكثر نسبة للتواصل مع الأهل و الأصدقاء عبر الفيسبوك .
5. سمح الفيسبوك بنسبة 63.3 % من الناس للفضاء التعلم والمعرفة .
6. أثبتت الدراسة أن نسبة 56.7 % يشغلن الفيسبوك بقدرة متوسط .

7. نستنتج أن نسبة 50.0 % تساوي فعالية حالة تركيز تام وحالة لا تركيز كثيرا في استعماله .

التساؤل الفرعي الثالث :

1. نستنتج أن نسبة 66.7 % يقوموا باقتناء الفيسبوك .
2. الحالة الاجتماعية الأكثر نسبة هي الحالة الاجتماعية بنسبة 70 % .
3. أثبتت الدراسة أن 46.0 % من المبحوثات هي اكبر نسبة لإشباع الفضول العلمي والمعرفي .

4. نستنتج أن نسبة المستخدمين للفيسبوك بنسبة 56.7 % لا يشعرون بشيء .
5. نستنتج أن اكبر نسبة للقضاء على الروتين اليومي بنسبة 53.3 %
6. نستنتج أن نسبة 56.7 % تمثل اكبر علاقة قرابة أو صداقة على الفيسبوك .
7. من اكبر المواضيع التي تتفاعل معها المرأة بنسبة 43.3 % تكون مواضيع دينية .
8. نستنتج أن نسبة 76.7 % اكبر نسبة تحافظ على القيم الاجتماعية .
9. أثبتت الدراسة أن الفيسبوك 46.7 % اكبر نسبة لتقوية القيم العامة .
10. نستنتج أن الفيسبوك بنسبة 56.7 % يكون معزولا .

التساؤل الفرعي الرابع :

1. نستنتج أن الفيسبوك استطاع بنسبة 50.0 % من رسم صورة حسنة و سيئة معا .
2. أثبتت الدراسة أن 33.3 % اكبر نسبة في حل المشاكل الفردية .
3. نستنتج أن نسبة 60.0 % أن الفيسبوك لا يؤثر على مستخدميه .

خلاصة :

وفي الأخير فقد عرضنا في هذا الفصل كل ما يتعلق بالدراسة المسحية انطلاقا من عرض البيانات التي تم جمعها وتفسيرها واستخلاص النتيجة العامة ونتائج الدراسة والتي تساهم بدورها ولو بجزء في الكشف عن بعض الحقائق.

التخاتمة

الخاتمة :

خلصت هذه الدراسة العلمية التي قمنا بإنجازها , و التي تناولت صورة المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي *فيسبوك* إلى إيصال صورتها عبر العديد من الدول العربية وان المرأة استطلعت ركب قطاع فرض ذاتها على المجتمعات

في الأخير يمكننا حوصلة دور المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمرأة الماكثة في البيت في عدة نتائج :

- نستنتج أن اغلب المبحوثات تستهل الفيسبوك للتسهيل من عملية التواصل.

-أهم الحالات تسهل الفيسبوك (الشخصية , الاجتماعية و التعليمية) من اجل الترفيه والمحافظة على القيم .

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. ندي غنيم، أدوات البحث العلمي.
2. د. محمد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، مكتبة نور، 2020.
3. سعيد سليمان المشهداني، منهجية ابحاث العلمي دار أسامة للنشر والتوزيع نبلأ الناشر والموزعون.
4. د. إبراهيم براس، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، الطبعة العربية الأولى، دار الشروق والنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2009.
5. نور زاد حسن أحمد، المنهج الوصفي في كتاب سيبوية، ط1، دار الكتب الوطنية بلغازي- جامعة قازيونس، كلية الآداب قسم اللغة العربية، 1996.

ثانياً: المقالات

6. عياش صباح، خطوات المنهجية لتصميم الاستبيان، النقد والتطوير، مجلة فكرية تربوية فصيلة المحكمة، العدد الثالث، 20.
7. كمال الحاج، نظريات الاعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، المشاع المبدع، 2020.
8. محاسن الإمام، صورة المرأة في الإعلام بين الواقع والمأمول، مقدمة الورشة عمل سبل إبراز دور المرأة في المجتمع وتصحيح الصورة النمطية عنها في الإعلام، سبتمبر 2017.

ثالثاً: المذكرات و الأطروحات

9. بلعربي سمية وآخرون، اللغة العربية لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ الثانوية أريزان الجديدة ولاية غلزان، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم/علوم الاعلام والاتصال
10. بن أنس وآخرون ، دور الفيسبوك في تغطية الحراك الشعبي الجزائر 22 فيفري، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم إعلام واتصال، محمد بوضياف بالمسيلة

2020-2019

11. بنت الشعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك التويتر نموذجاً، دراسة ميدانية على العينة من طالبات الجامعة الملك عبد العزيز بجدة، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات على درجة الماجستير 1433/1434هـ.
12. علاء حسن دخيل، شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في رسم صورة المرأة من وجهة نظر الجامعات الأردنية مكملة لدرجة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2016.
13. علاء حسين عبد الدخيل، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، مذكرة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة اشرق الأوسط، 2016.
14. مريم ناريمال نومار، تمثلات المرأة لذاتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة وسط في تحليل لهويه المرأة الجزائرية عبر موقع الفيسبوك، أطروحة الدكتوراء في علوم الاعلام والاتصال، بائنة 1، 2017-2018.
15. نور حفناوي، الضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية لعينة من الصفحات شبكة الفيسبوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال والاعلام الالكتروني العربي بن مهدي، أم البواقي، 2014-2015.
16. رضا إبراهيم عبد الله البيوني، مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الفقه الاسلامي والقانون الوضعي، بحث طالب الدكتوراء، كلية الحقوق، جامعة طنطا، 23/22 أبريل 2019.
17. محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي التصميم والمنهج والاجراءات، ط2، المكتب الجامعي الحديث محطة الرمل، الاسكندرية، جامعة أسون، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع وعلم النفس.
18. حجاج امال، استخدام النساء الماكثات بالبيت للفيسبوك، دراسة ميدانية لعينة نساء ماکثات بالبيت لمنطقة بني ثور، جامعة قاصدي مرباح ورقلة/علوم الاعلام والاتصال 2015/2016

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم و البحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة



كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

شعبة اعلام و اتصال

تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

صورة المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل

الاجتماعي * الفايسبوك *

دراسة مسحية على عينة من المرأة الماكثة في البيت

في اطار انجاز بحث مكمل لنيل شهادة الماستر أكاديمي حول صورة المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي * الفايسبوك * دراسة مسحية على عينة من المرأة الماكثة في البيت يسرنا أن نقدم إليكم هذه الأسئلة فالرجاء منك الإجابة عليها بكل حرية ودقة، فالمعلومات التي تدلى بها ستكون لغرض علمي فقط.

الموسم الجامعي: 2022/2021

❖ صورة المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي *الفيسبوك*

البيانات الشخصية

السن :

من 20 الى 25 25 الى 30 من 30 الى 35 35 الى 40
من 40 الى 45 45 الى 50 من 50 الى 55 55 الى 60

المستوى التعليمي :

دون المستوى ائمتوسط ثانوي

الحالة الاجتماعية :

عازبة وجة مطلقة ارملة

الوضعية المهنية:

طالبة مأكثة في البيت

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام أفراد العينة لمستخدمي الفيسبوك.

1_ هل تستخدمين الفيسبوك في حياتك اليومية؟

دائماً أحياناً نادراً

2_ منذ متى وانت تستخدمين موقع الفيسبوك؟

اقل من سنة من سنة الى 3 سنوات اكثر من 3 سنوات

3_ ما عدد الساعات التي تقضينها في تصفح الفيسبوك يوميا ؟

اقل من ساعة من ساعتين الى 3 ساعات اكثر من ساعات

4_ ماهي الاماكن التي تفضلين فيها تصفح الفيسبوك؟

المنزل لراحة العمومية مقهى الانترنت

5_ ماهي الاوقات التي تفضلين فيها تصفح الفيسبوك؟

صباحاً ظهراً مساءً ليلاً ليس لدي وقت

محدد

6_ ماهي الوسيلة التي تستخدمينها لتصفح الفيسبوك؟

هاتفك لوحة رقمية حاسوب

7_ مع من تتواصلين عند استخدامك للفيسبوك؟

العائلة الأصدقاء اشخاص جدد

8_ عند استخدامك للفيسبوك تستخدمين :

اسمك الحقيقي اسم مستعار

9_ في حالة استخدامك لاسم مستعار هل هذا راجع الى:

الملاحق

- الاطلاع على الأحداث الجارية تمضية الوقت
- الترفيه والتسلية زيادة معلومات والمعال

4_ استخدامك للفيسبوك اتاح لكى:

- فضاء للتعلم والمعرفة
- فضاء لتحقيق ذاتك
- فضاء لتحرر الفكري

5_ حسب رايك هل إقبالكي على الفيسبوك:

- ضعيف متوسط كثيف

6_ في حالة استخدامك للفيسبوك هل تكونين عادة في :

- حالة تركيز تام
- لا تركيز كثيرا في استعماله

المحور الثالث: الاشباعات المحققة من استخدام الفيسبوك لدى افراد العينة .

1_ هل تعتمدين على الفيسبوك في انتقاء المعلومات و الاخبار ؟

- نعم لا

2_ ماهي المواضيع التي تثير انتباهكي عند تصفحك للفيسبوك؟

- دينية اجتماعية سياسية ثقافية

3_ عند تصفحك للفيسبوك ماهي احتياجات التي يلبها لكى ؟

- التعبير عن الآراء والمواقف بكل حرية
- اشباع الفضول العلمي والمعرفي

4_ في حالة عدم قدرتك على الوصول لحسابك على الفايسبوك هل تشعرين ب ؟

شعور بالفراغ لاتشعرين بشيء

القلق والاضطراب

إذا كانت اجابتك بالقلق او الشعور بالفراغ كيف ذلك :

.....

.....

.....

.....

5_ هل تستخدمين الفايسبوك بدافع؟

القضاء على الروتين

الاشباع النفسي

تطوير أفكار و أساليب حياتك الشخصية

6_ على أي أساس تختارين أصدقاؤكي في الفايسبوك؟

عن طريق صديق

المستوى المعرفي والثقافي

عن طريق المجموع

علاقة قرابة وصداقة

بشكل عشوائي

7_ ماهي الموضوعات التي تفضلين المشاركة والتفاعل معها من خلال استخدامك الموقع الفايسبوك؟

مواضيع اعلامية

مواضيع رياضية

مواضيع دينية

سياسية ثقافية

مواضيع اجتماعية

8_ هل تحثكي مواقع التواصل الاجتماعي بالمحافظة على القيم الاجتماعية ؟

الملاحق

نعم

لا

9_ ماهي القيم التي يعززها الفايسبوك؟

قيم حضارية قيم قمية اسرية

قيم اخلاقية قيم اجتماعية

10_ هل يشعركي استخدام الفايسبوك بالعزلة عن محيطكيا لاجتماعي ؟

نعم

لا

المحور الرابع اتجاهات افراد العينة حول صورة المرأة في الفايسبوك

1_ كيف يتم عرض مشاكل المرأة على الفايسبوك؟

صورة سيئة

صورة حسنة

إذا كانت حسنة كيف ذلك وإذا كانت سيئة كيف ذلك :

.....
.....
.....
.....

2_ كيف تعبر المرأة عن ذاتها باستخدام الفايسبوك؟

المشاركة هي التعاون الجماعي

الاسهام بالمعارف

عرض رايها في حل المشاكل (فردية)

نشر الاخبار

الرد على الاخبار الكاذبة

الملاحق

الاطلاع على الاحداث اليومية

الرد على كل من يسئ للمرأة

3_ هل كل ما ينشر على الفايسبوك يؤثر على المرأة؟

لا

نعم