

## معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لمشاكل الأسرة السعودية واتجاهات الجمهور حولها

د/ أسماء الجيوشي على (\*)

### مقدمة

يتزايد حجم القضايا التي يتم تداولها في شبكات التواصل الاجتماعي، ويكبر معها حجم المشاركة الشعبية (Twitter, Facebook, Keck) وحتى على مواقع المحادثات (whatsapp, Linkedin, Tango, Nmbz, Viper, Anstjeram). حين يتواجد ٦ ملايين مغرد في (Twitter) في وقت واحد و٩ ملايين على موقع (Facebook) وبالتالي فهي تؤثر تأثيراً مباشراً على المجتمع وهذا التأثير يمكن أن يكون إيجابياً أو سلبياً وتعتبر المسئول الأساسي عن إيصال المعلومات إلى الجمهور المستهدف، وقد شهد هذا النوع من الإعلام انتشاراً واضحاً وتطوراً ملحوظاً خلال السنوات الأخيرة خصوصاً مع التطور الهائل الذي عرفته مختلف وسائل الاتصال الحديثة. فمشاركة مواطني المملكة في مواقع التواصل الاجتماعي والوتيرة المتصاعدة فيها، وصلت لدرجة احتلالهم المرتبة الأولى على مستوى العالم من حيث ارتفاع أعداد المنخرطين في هذا العالم الجديد، حيث أن ثلث السعوديين مرتبطون بشكل فاعل بمواقع التواصل الاجتماعي، وتشير دراسات علمية إلى أن أعمار الذين يقبلون على مواقع التواصل الاجتماعي في السعودية تتراوح بين ٢٦-٥٥ عاماً، مشيرة إلى أن ٨٧% من المستخدمين هم رجال، في حين أن ١٣% فقط هم نساء<sup>(١)</sup>. أما الأسرة فنجد أن انشغالها بذلك جعلها تهمل أفرادها، مما قد يتسبب ويخلق نوعاً من المشكلات الأسرية التي قد تسهم تلك المشكلات بتسهيل احتواء الأبناء من قبل الآخرين الذين قد يؤثرون عليهم، وقد تعاني الأسرة من نتائج سلبية نتيجة التواصل مع آخرين غير معروفين مما قد يولد الكثير من المشكلات والصراعات في الأسرة قد يصل الأمر إلى التفكك الأسري وما يحمله من تبعات وآثار على الأسرة وأفرادها وبالتالي على المجتمع بأكمله مثل: سلوكيات سوء التوافق المدرسي لدى الطلبة والطالبات، وتزايد انحراف المراهقين والمراهقات، ومشكلة تعاطي الخمر والمخدرات، وشيوع سلوك السرقة لدى صغار السن، وتكاثر الأمراض النفسية الناتجة عن تهمد الأسرة في الآباء

(\*) مدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنصورة.

والأمهات والأبناء والبنات، وغير ذلك كثير من المشكلات التي يتم طرحها على شبكات التواصل الاجتماعي.

### أهمية البحث:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من المجالات المؤثرة بشدة في وعى الفرد<sup>(٢)</sup> مما يتيح فرصة أكبر لتلك الشبكات لمناقشة ومعالجة المشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية<sup>(٣)</sup> خاصة مع تصاعد أهمية الموضوع على المستوى المحلي والقومي والدولي حيث يعد من الموضوعات المطروحة بشدة على الساحة الاجتماعية والإعلامية<sup>(٤)</sup> لما توليه كافة الحكومات من اهتمام بهذا الموضوع نتيجة تفاقم المشكلات الأسرية مع زيادة عدد المتفاعلين مع تلك الشبكات<sup>(٥)</sup>. مما دفع الباحثة لضرورة التعرف على أساليب معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية التي قد تكون مدخلا ملائما لمواجهة الكثير من المشكلات القومية أو القضايا الجماهيرية. حيث يقع هذا البحث في إطار تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على قيم وسلوكيات المجتمع السعودي، والمسئولية الاجتماعية لها.

### مشكلة البحث:

تم تحديد المشكلة في ضوء الإطار النظري لها وفي ضوء نتائج الدراسات السابقة حيث تتحدد المشكلة البحثية في معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية وذلك من خلال وصف وتحليل رؤية الجمهور السعودي لتلك الشبكات، والوقوف على طريقة طرح ومعالجة ومناقشة هذه القضايا وحجم الاهتمام الاجتماعي بها ومدى فاعلية الرسائل المطروحة وتأثيرها على المجتمع.

### الدراسات السابقة:

دراسة حنان علي، أخلاقيات المعلومات<sup>(١)</sup>، وحاتم سعد، أثر استخدام الإنترنت على أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة<sup>(٢)</sup> وشريف فرج، العوامل المؤثرة على أخلاقيات الممارسة المهنية<sup>(٣)</sup>، أبتسام عبد القادر، تأثير المشكلات الاجتماعية والاقتصادية في التوازن الأسري<sup>(٤)</sup> ودراسة هند السميري، الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لأسر الفتيات المنحرفات<sup>(٥)</sup> وسعود التركي، اتخاذ القرار في الأسرة

السعودية<sup>(١١)</sup> وسليمان الموسى، الاختيار للزواج في الأسرة السعودية<sup>(١٢)</sup> وعبد المحسن العصيمي، الآثار الاجتماعية والاقتصادية لاستخدام الحاسب الآلي على أبناء الأسرة السعودية<sup>(١٣)</sup> وليلى القحطاني، التصميم الداخلي للمطابخ المنزلية ومدى ملاءمته للنمط المعيشي الأسري للمرأة السعودية<sup>(١٤)</sup> وخالد السالم، الضبط الاجتماعي في الأسرة السعودية من خلال تعاليم الدين الإسلامي وعلاقته بتماسكها من وجهة نظر طلاب و طالبات المرحلة الثانوية<sup>(١٥)</sup> وفتحية القرشي، المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المرتبطة بالتماسك الأسري كما تراه طالبات الصف الثالث الثانوي في مدينة جدة<sup>(١٦)</sup> نوره بنت إبراهيم العيدان، أثر الخدم على الأسرة السعودية<sup>(١٧)</sup> وسميرة المشهراوي، الروابط الأسرية وصلتها بمشكلات كبار السن<sup>(١٨)</sup> وعبد العزيز الغريب، بعض التغيرات البنوية للأسرة السعودية<sup>(١٩)</sup> وعبد الله اليوسف، وصالح الرميح، وعبد المجيد طاش العنف الأسري<sup>(٢٠)</sup>

#### التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

استفادت الباحثة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات العلمية السابقة والتي كان من أهمها إثبات تفوق تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا المجتمعية، والتجاوزات الأخلاقية التي تشهدها تلك الشبكات في الفترة الأخيرة. وقد ساعدت هذه النتائج الباحثة في صياغة مشكلة الدراسة التي تقوم على اختبار متغير جديد لم يسبق تناوله. وهو معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية، واستندت الباحثة للدراسات السابقة التي قامت بوضع فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. والاتجاهات طبيعتها وطرق قياسها، واستعانت بها في وضع فروض الدراسة المبنية على النظرية والمقاييس المطلوبة لاختبارها. بالإضافة لاستناد الباحثة لمنظور الاستجابة المعرفية في تشكيل الاتجاهات الذي لم يتم طرحه من قبل في الدراسات العلمية السابقة. وقامت الباحثة بالاستعانة بالمقاييس التي وضعتها الدراسات والبحوث العلمية السابقة لمستويات تشكيل الاتجاهات والمعاملات الإحصائية المستخدمة في تحليلها لتفسير إجابات المبحوثين. ووضعت الباحثة عددا إضافيا من المقاييس اللازمة لقياس مدى التعرض العام لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية، وأسباب ودوافع متابعة المتفاعلين معها، واتجاهات المجتمع

نحوها، وتأثير تلك الشبكات على تشكيل اتجاهات الجمهور السعودي نحو هذه القضايا.

### أولاً: الإطار النظري للبحث :

تستخدم الباحثة نظرية الاستجابة المعرفية والاتجاهات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

#### ١ - نظرية الاستجابة المعرفية والاتجاهات:

يختلف الاتجاه كمفهوم عن المعتقدات التي ينبني عليها<sup>(٢١)</sup>، ويفترض العديد من التوجهات النظرية أن الاتجاهات تستمد من المعلومات والمعتقدات التي تتشكل لدى الأفراد عن موضوع الاتجاه<sup>(٢٢)</sup>، وعلى الرغم من الارتباط القوي بين الاتجاهات والاستجابات المعرفية، فإنهما لا يمثلان شيئاً واحداً<sup>(٢٣)</sup>، فالاستجابات المعرفية هي ناتج عملية معالجة المعلومات التي تحدث في وقت معين<sup>(٢٤)</sup>، بينما الاتجاه يعبر عن شعور إيجابي أو سلبي تجاه موضوع أو قضية معينة<sup>(٢٥)</sup>، والاتجاه يمكن أن يؤثر ويتأثر بالمعلومات والمعارف التي يمتلكها الفرد<sup>(٢٥)</sup> ولكنه في الوقت ذاته أكبر من مجرد كونه ملخصاً بسيطاً للاستجابات المعرفية<sup>(٢٦)</sup> ويساعد نموذج بريكلر ووجنز (١٩٩١) Breckler & Wiggins في شرح الأسس التي ينبني عليها الاتجاه والنتائج المترتبة على الاستجابات المعرفية في حالة المعالجة المركزية للرسائل والمعلومات، التي يتم التعرض لها<sup>(٢٧)</sup>.

وتأثير الاستجابات المعرفية يكون أكبر على المكون المعرفي التقييمي من تأثيرها على المكون الوجداني وهناك أربع خصائص لنظرية الاستجابة المعرفية تميزها عن نظريات تشكيل الاتجاهات وهي: اعتماد النظرية على ما يسمى بمهمات الإنتاج Production Tasks وهي تشير إلى فكرة أن الأفراد الذين يتعرضون لرسالة ما تكون لديهم الفرصة للتعبير عن الأفكار، التي تراودهم<sup>(٢٨)</sup> وتعدد الأبعاد Multidimensionality: فنتناول الاتجاهات باعتبارها ذات أبعاد متعددة على عكس النظريات الأخرى، التي تجاهلت هذه الحقيقة، وتناولت اتجاهات الأفراد باعتبارها أحادية البعد. وتعد نظرية الاستجابة المعرفية نظرية كيفية Qualitative Theory، حيث إنها تتناول وتفسر الفروق الكيفية بين أفكار الباحثين ومن ثم اتجاهاتهم<sup>(٢٩)</sup> وتعد نظرية الاستجابة المعرفية نظرية قائمة على

الذاكرة A Memory-Based Theory فهي تخبرنا بالأفكار التي يولدها (ينتجها) الأفراد وتركز على كون المتلقي إيجابيا وليس سلبيا في تعامله مع المعلومات والرسائل التي يتعرض لها<sup>(٣٠)</sup> ويمكن تقسيم الاتجاهات البحثية الأولى في مجال الاستجابة المعرفية إلى ثلاثة أقسام: الأول يتناول الاتجاه وما يرتبط به من أفكار، والثاني يتناول البناء التنظيمي للاستجابات المعرفية<sup>(٣١)</sup>، أما الثالث فيتناول الفروق الفردية في الأسلوب المعرفي<sup>(٣٢)</sup>. ويختلف منظور الاستجابة المعرفية عن التوجهات النظرية الأخرى في دراسة تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي<sup>(٣٣)</sup> حيث إن التركيز على المعالجة النشطة للرسائل الإعلامية يجذب الانتباه إلى القدرات المحدودة للمتلقين في معالجة المعلومات التي يتعرضون لها<sup>(٣٤)</sup> وكذلك إلى العوامل الموجودة في البيئة الاتصالية، التي تحول دون قدرة الفرد على توليد الأفكار والاستجابات المعرفية<sup>(٣٥)</sup> ولذلك أهتم أصحاب منظور الاستجابة المعرفية بدراسة العوامل التي تحد من إمكانية صدور استجابات معرفية عن المتلقين<sup>(٣٦)</sup> فبالنسبة لشبكات التواصل الاجتماعي، يكون التفاعل مسموعا ومرئيا، كما تتنوع الأشكال التي تقدم من خلالها الرسالة التي تأتي مضمورة وسط كم كبير ومتتابع من المنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي<sup>(٣٧)</sup>، التي يتم بثها بشكل مستمر ومتنوع، مما تحد من إمكانية صدور الاستجابات المعرفية<sup>(٣٨)</sup>

وتتعدد أساليب الحصول على الاستجابات المعرفية من المبحوثين على النحو الآتي: الأساليب الميكانيكية Mechanical Techniques: وهذه الأساليب ترجع إلى هوفلاند ولومزدين وشيفلد (١٩٤٩) Hovland, Sheffield & Lumsdaine، حيث استخدموا أسلوب الضغط على الزر Button-Pushing Procedure<sup>(٣٩)</sup>، والأساليب الفسيولوجية Physiological Techniques: ويرجع استخدامها إلى جون كاسيوبو (١٩٧٩) Cacioppo وأسلوب ذكر الأفكار-The Thought-listing Technique<sup>(٤٠)</sup> ويرجع إلى بروك (١٩٦٧) Brock وجرينولد (١٩٦٨) Greenwald، وجدير بالذكر أن جميع الأساليب السابقة في قياس الاستجابات المعرفية تشترك مع أساليب قياس الاتجاهات في المشكلات المتعلقة بالصدق والثبات<sup>(٤١)</sup>، فمقاييس الاتجاهات لا تختلف في مشكلاتها عن أي من المقاييس، التي تهدف إلى قياس أيا من المكونات والعناصر المعرفية لعملية تشكيل الاتجاهات<sup>(٤٢)</sup> ومن التأثيرات المرتبطة بتشكيل الاتجاهات وتخضع لتفسير الاستجابة المعرفية تأثير

"مجرد التعرض"<sup>(٤٤)</sup> ومن خلال هذه المنظور يمكن معرفة مدى تأثير التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات الجمهور السعودي نحو معالجة تلك الشبكات للمشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية .

## ٢- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام (شبكات التواصل الاجتماعي تعد من وسائل الإعلام الجديد) لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش داخله<sup>(٤٥)</sup> وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف<sup>(٤٦)</sup> ومن خلال هذه النظرية يمكن لنا معرفة مدى اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والأفكار المتعلقة بقضايا الأسرة السعودية ومشكلاتها . وتجسد النظرية بشكل فاعل تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع كما تشرح النظرية ما تحدثه من تأثير في الجمهور<sup>(٤٧)</sup> أو من الجمهور نفسه تجاه الوسائل، أو الرسائل الإعلامية، بل تتجاوز أحيانا إلى تقديم تصور عما يمكن أن يحدث مستقبلا<sup>(٤٨)</sup>، كما تقدم النظرية تصورا عن التغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثيرات وسائل الإعلام فيه<sup>(٤٩)</sup>.

ونظرية الاعتماد تصور أن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر المعلومات، وتلزم الأفراد ببلوغ أهدافهم الشخصية<sup>(٥٠)</sup> علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيدا زاد اتساع مجال الأهداف التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام<sup>(٥١)</sup>. ويرى مؤسسها هذه النظرية أن لوسائل الإعلام علاقة بالأفراد والمجتمعات، والعلاقة متغيرة أو منتظمة، مباشرة أو غير مباشرة قوية أو ضعيفة<sup>(٥٢)</sup> ويمكن القول إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظرية بيئية، بمعنى أنها تركز على العلاقات بين النظم ومكوناتها<sup>(٥٣)</sup> وتنظر إلى المجتمع باعتباره مجتمعا مركبا من مجموعة من الأفراد، ونظرية الاعتماد تعد نظرية شاملة<sup>(٥٤)</sup>، حيث تقدم نظرة كلية للعلاقات بين الاتصال والرأي العام، ويذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام<sup>(٥٥)</sup>.

وشمولية نظرية الاعتماد ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية القلائل التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات الإعلام واستخداماته. حيث تعتبر هذه النظرية من

النظريات المتكاملة<sup>(٥٦)</sup> لتضمنها لعناصر من علم الاجتماع، ومفاهيم علم النفس. ولجمعها للعناصر الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشاعات من جهة، ونظريات التأثير التقليدية من جهة أخرى، على الرغم من أن اهتمام هذه النظرية لا يتركز على معرفة التأثير بحد ذاته<sup>(٥٧)</sup> وإنما في تفسير تراوح التأثير بين القوة والضعف من جانب، والمباشر وغير المباشر من جانب آخر<sup>(٥٨)</sup>. بالإضافة إلى تقديمها لنظرة فلسفية تجمع بين الاهتمام بمضمون الرسائل والتأثير الذي يصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون<sup>(٥٩)</sup> وهناك عدة آثار مترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام هي: الآثار المعرفية Cognitive effects<sup>(٦٠)</sup> وتشمل مجموعة المتغيرات في معلومات الأفراد حيث تقوم وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي بعرض الآراء والمعلومات التي تثير الجمهور خاصة في أوقات الأزمات والاضطرابات، كما تقوم أيضا بالتأثير على معتقدات الأفراد وبناء سياق القيم العامة لأفراد الجمهور.<sup>(٦١)</sup> والآثار الوجدانية Effects of affective تعنى أن وسائل الإعلام يؤثر على الجمهور فيما يخص الدعم المعنوي أو الاغتراب والقلق والخوف. والآثار السلوكية Behavioral effects تنحصر في التنشيط أي قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض لوسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي أو الخمول أي العزوف عن المشاركة في أي عمل نتيجة التعرض لها.<sup>(٦٢)</sup>

ومن ثم فإننا بناء على النظرية نفترض أن شبكات التواصل الاجتماعي تحقق قدرا كبيرا من التأثيرات السلوكية والعاطفية والوجدانية والمعرفية على الجمهور السعودي ومن ثم فإنه يتفاعل مع معالجة تلك الشبكات لمشكلات الأسرة السعودية ويتكون لديه اتجاهها نحوها.

### تساؤلات البحث:

قامت الباحثة بصياغة عدة تساؤلات بحثية تتناول العلاقات بين متغيرات البحث كما يلي:

- ١- ما درجة متابعة الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية؟
- ٢- ما أسباب ودوافع متابعة الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية؟

- ٣- ما اتجاهات الجمهور السعودي نحو شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية؟
- ٤- ما تأثير شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية على تشكيل اتجاهات الجمهور السعودي نحو تلك المشكلات؟
- ٥- ما آراء ومقترحات الجمهور السعودي في معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية السعودية وتصوراتهم لتطويرها؟
- ٦- ما رؤية الباحثين للمسئولية الأخلاقية لشبكات التواصل الاجتماعي نحو الأسرة السعودية؟

### فروض البحث :

#### **الفروض الرئيسية:**

- الفرض الأول:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو المشكلات الأسرية السعودية.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات متعلقة بالأسرة واتجاهاتهم نحو مشكلات الأسرة السعودية.
- الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادهم عليها في الحصول على معلومات تتعلق بالمشكلات الأسرية السعودية.
- الفرض الرابع:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات المتعلقة بمشكلات الأسرة السعودية ودوافع متابعتهم لتلك الشبكات.
- الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات المتعلقة بمشكلات الأسرة السعودية.



**الفرض السادس:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش مشكلات الأسرة السعودية وبين تأثير تلك الشبكات عليهم.

بالإضافة للفروض الرئيسية تشمل الدراسة الميدانية خمسة فروض فرعية كالتالي:

**الفرض الأول :** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه الجمهور السعودي نحو معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية التالية : ( النوع – العمر – المستوى التعليمي – المستوى الاقتصادي )

**الفرض الثاني :** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش مشكلات الأسرة السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين .

**الفرض الثالث :** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين .

**الفرض الرابع :** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تأثير شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين .

**الفرض الخامس :** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين.

### **نوع البحث :**

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية التي تهتم وتستهدف جمع البيانات الإحصائية وتفسيرها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة وذلك لتحديد الواقع أو استكمال تطوره<sup>(١٣)</sup> . وبالتالي تستهدف هذه الدراسة تحليل وتوصيف العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية واتجاهات الجمهور السعودي نحوها . وذلك من خلال جمع البيانات والحقائق عن هذه الظاهرة ومحاولة التعامل معها في سياق تحليلي تفسيري وتتيح هذه النوعية من البحوث وجود

بيانات قابلة للقياس الكمي وتسمح بخضوع البيانات للتحليل الرياضي ومن ثم إمكان التعميم والتنبؤ.<sup>(٦٤)</sup>

### **منهج البحث :**

تستخدم الباحثة في هذه الدراسة منهج المسح باعتباره أنسب المناهج التي تساعد في توصيف الظاهرة محل الدراسة وإمكانية استخدام الأرقام للتوصل إلى نتائج جديدة ليس فقط فيما يتعلق بوجود متغير ما أو عدم وجوده إنما في درجة تأثيره على المتغيرات الأخرى وكذلك بإمكان خضوع البيانات للتحليل الإحصائي<sup>(٦٥)</sup>. وقد تم استخدام منهج المسح في مستوييه الوصفي والتحليلي لدراسة هذه الظاهرة بهدف الوصول لإجابات واضحة عن تساؤلات الدراسة والتحقق من صحة فروضها وتحليل العلاقات بين متغيراتها وتفسير نتائجها. وفي إطار المسح تم إجراء الدراسة الميدانية من خلال مسح عينة من المواطنين السعوديين باعتبار أن هذا المنهج يلاءم قياس اتجاهات الجمهور السعودي نحو معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية وبذلك فإن استخدام منهج المسح من خلال تطبيق استمارة الاستبيان يلاءم موضوع الدراسة كما تم تحديده، بحيث يلاءم أهدافها وفروضها.

### **مجتمع البحث :**

يتكون من المواطنين السعوديين، من الحاصلين على مستوى تعليمي متوسط وجامعي ودراسات عليا. نظرا لطبيعة الموضوع التي تتطلب توافر درجة من الوعي والاهتمام بالقضايا الاجتماعية. كما اقتصر مجتمع الدراسة الميدانية على المتفاعلين مع شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء اهتمامهم بمتابعة معالجة المشكلات الأسرية على تلك الشبكات والربط بينها بما يسمح باختبار اتجاهاتهم ودوافعهم وآرائهم واقتراحاتهم وتصوراتهم.

### **عينة البحث :**

عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من أفراد المجتمع السعودي المهتمين بشبكات التواصل الاجتماعي وقضايا المشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية. وقد تقرر اختيار العينة وفق ضوابط معينة، أهمها: أن تتضمن مفردات من جميع مناطق المملكة، وأن تشمل مفردات من الجنسين، ومن مستويات تعليمية ومهنية واقتصادية مختلفة. وتوزع حسب الخصائص المبينة بالجدول التالي:

## جدول رقم (١)

### يوضح السمات الديموجرافية لعينة البحث

خصائص العينة	ك	%
النوع	ذكور	٦٩
	إناث	٣١
العمر	من ١٨ إلى أقل من ٣٥ سنة	٥٤
	من ٣٥ سنة فأكثر	٤٦
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٢٩,٧
	مؤهل جامعي	٣٨,٨
	ماجستير ودكتوراه	٣١,٥
المستوى الاقتصادي	أقل من ٥٠٠٠ ريال شهريا	١٥,٩
	من ٥٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠	٣٩,٤
	أكثر من ١٠٠٠٠	٤٤,٧
التوزيع الجغرافي	المنطقة الشمالية (تبوك وعرعر)	٣٠
	المنطقة الوسطى (الرياض والقصيم)	٣٤,٣
	المنطقة الجنوبية (جيزان ونجران)	٣٥,٧

يتضح من الجدول السابق :

تتوزع العينة من حيث النوع بين الذكور بنسبة (٦٩%) والإناث بنسبة (٣١%)، كما أن حوالي (٥٤%) من العينة تقل أعمارهم عن ٣٥ سنة مقابل (٤٦%) تقريبا تبلغ أعمارهم ٣٥ سنة فأكثر، وكان متوسط عمر العينة ككل هو ٤٧,٣ سنة بانحراف معياري قدره ١٤,٢، أما من حيث المستوى التعليمي، فإن الجدول يوضح أن قرابة (٣٠%) من العينة ينتمون إلى فئة المؤهل المتوسط، ويندرج في هذه الفئة الحاصلون على دبلومات تجارية وفنية، وكذلك الحاصلون على الثانوية العامة والمعاهد دون الجامعية . وهذه الفئة حسبما تبين من المقابلات الاستطلاعية، كان لديهم اهتمام واضح بمتابعة معالجة الشبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية السعودية . بصورة تكشف عن وعي وإدراك واضح لهذه المشكلات. أما الحاصلون

على مؤهل جامعي، فإنهم يشكلون (٣٨,٨%) من العينة ويندرج في هذه الفئة الحاصلون على شهادات جامعية في كل التخصصات. ويشكل العينة، على دراسات عليا ماجستير ودكتوراه (٣١,٥%) من العينة، كما يوضح الجدول أن النسبة الأكبر (٤٤,٧%) تنتمي إلى فئة الدخل أكثر من ١٠٠٠٠ ريال شهريا، مقابل (٣٩%) تتراوح دخولهم ما بين ٥٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠ ريال، في حين توجد نسبة (١٥,٩%) يقل متوسط دخل الفرد فيها عن ٥٠٠٠ ريال شهريا. كما يوضح الجدول أن نسب التوزيع الجغرافي للعينة جاءت شبه متساوية بالمنطقة الشمالية (٣٠%) والوسطى (٣٤,٣%) والجنوبية (٣٥,٧%) حيث راعت الباحثة ذلك لتكون العينة ممثلة تقريبا لكل مناطق المملكة. وهذه النتائج تتفق مع درجة اهتمام العينة بمعالجة الشبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية السعودية.

### أداة جمع البيانات

استخدمت الباحثة استبيانا مقننا - من حيث الصدق والثبات - كأداة لجمع البيانات. وتم تصميم الاستبيان وفق المراحل المعروفة بحيث جاء في صورته النهائية متفقا مع هدف البحث وموضوعه، فالاستبيان يتضمن أسئلة عن متابعة شبكات التواصل الاجتماعي والحصول على معلومات عن المشكلات الأسرية السعودية. كما يتضمن أسئلة تقيس مستوى معرفة المبحوثين بطبيعة هذه المشكلات. ثم خصائص هؤلاء المبحوثين من حيث النوع والعمر والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي. وبدأ تصميم الاستبيان بإجراء مقابلات مفتوحة مع عدد من المواطنين السعوديين المقيمين بجمهورية مصر العربية وعدد من المبحوثين من الجمهور السعودي عبر الانترنت من مستويات تعليمية متباينة ومناطق جغرافية مختلفة، ووصل عدد هذه المقابلات إلى ٨٩ مقابلة حول معالجة الشبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية السعودية، وتبين من هذه المقابلات عدة حقائق أساسية تتلخص في:

❖ إن معظم المبحوثين لديهم اهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي وإن تفاوت هذا الاهتمام من مبحوث لآخر.

إن المبحوثين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي بوجه عام وبكثافة متباينة، وبالتالي جاءت أسئلة الاستبيان لترتبط مباشرة بموضوع البحث "اتجاهات الجمهور

السعودي نحو معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية" على وجه التحديد.

❖ إن لدى بعض المبحوثين معلومات عن تلك المشكلات الأسرية السعودية، ولكن كمية هذه المعلومات ومدى صحتها تختلف من مبحث لآخر .

وبناء على المعلومات المستمدة من المقابلات الاستطلاعية وطبقا لأهداف البحث وموضوعه، تم تصميم الاستبيان متضمنا : أسئلة تقيس مدى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن المشكلات الأسرية السعودية، وأسئلة تقيس معرفة المبحوثين بأهم هذه المشكلات، وكيفية مواجهتها والحفاظ على استقرار الأسرة السعودية، وهي الموضوعات التي تناولتها شبكات التواصل الاجتماعي، وأخيرا الخصائص الديموجرافية للمبحوثين .

وقبل اعتماد الاستبيان بصورته النهائية تم التحقق من الصدق والثبات، وفيما يخص الصدق (Validity) فقد تم التحقق من صدق الاستبيان باستخدام طريقة صدق المضمون، وذلك من خلال التأكد من أن بنود أسئلة الاستبيان تقيس ما هو مطلوب أن يقاس (اتجاهات الجمهور السعودي نحو معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية)، ويدخل في عداد ذلك ما إذا كانت بنود أسئلة الاستبيان تغطي الجوانب والموضوعات الأساسية بطريقة مناسبة أم لا، وقد تم تنفيذ هذه الطريقة بعرض الاستبيان (مشفوعا بأهداف الدراسة وموضوعها وتساؤلاتها وفروضها وحجم العينة وطريقة التحليل الاحصائي) على عشرة محكمين<sup>(٦١)</sup> أكاديميين وإعلاميين وخبراء في علم النفس والاجتماع وقد أبدى بعض المحكمين ملاحظات حول بعض البنود التي تقيس المعرفة بمعالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية، بحيث يتم حذفها أو تعديل صياغتها بصورة أكثر بساطة حتى تناسب الجمهور السعودي العام، ولكنهم اتفقوا جميعا على كفاءة الاستبيان في قياس المطلوب قياسه . وتم إجراء التعديلات المطلوبة بحيث جاءت الصورة النهائية للاستبيان أكثر وضوحا .

أما الثبات فقد تم استخدام طريقة إعادة التطبيق (Test-Retest) حيث طبق الاستبيان على مجموعة قوامها (١٠٠) مفردة تتوزع بواقع ٧٠ مفردة للذكور، ٣٠ مفردة للإناث، وبمتوسط عمري قدره ٤١,٧ سنة وانحراف معياري قدره ٦,٨ .

تم التطبيق مرتين بفاصل زمني قدره عشرة أيام، وبحساب معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تبين أنه (٠,٨٦٩) وذلك على مستوى المجموعة ككل.

### المدى الزمني للبحث:

تم تطبيق استمارة الاستبيان في الدراسة الميدانية على عينة المواطنين السعوديين خلال شهري يوليو وأغسطس ٢٠١٣ واستمر لمدة ٦٢ يوم أي من ٢٠١٣/٧/١ وحتى ٢٠١٣/٨/٣١.

### متغيرات البحث:

يتمثل المتغير المستقل للدراسة الميدانية في التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي كما يتمثل المتغير التابع في اتجاهات الجمهور السعودي نحو معالجة تلك الشبكات لمشكلات الأسرة السعودية. أما المتغيرات الوسيطة فتتمثل في النوع - العمر - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي، وذلك باعتبار أن هذه المتغيرات تمثل أهم المتغيرات التي تتوسط تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع. وقد تم تحديد هذه المتغيرات الوسيطة من واقع اهتمام الدراسات السابقة بها.

### الأساليب المستخدمة في تحليل البيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات البحث، تم إدخالها- بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS Statistical Package for the Social Sciences) "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" وذلك بالجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- ١- الجداول التكرارية البسيطة لاستخراج النسب المئوية .
- ٢- الجداول المزدوجة لتسهيل المقارنة بين اتجاهات الباحثين في اختياراتهم للإجابات.
- ٣- معامل الارتباط (بيرسون): لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات البحث.

## نتائج البحث

### أولاً: الإجابة على تساؤلات البحث :

أولاً: درجة تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية.

#### جدول (٢)

يوضح درجة تعرض الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي

فئات القياس		كثيف		متوسط		ضعيف	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	حجم التعرض	٢٦٣	٦٥,٨	٧٥	١٨,٧	٦٢	١٥,٥
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق ارتفاع نسبة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية ومتابعتها.

ثانياً: أسباب ودوافع متابعة الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية

#### جدول (٣)

يوضح أسباب الاهتمام بمتابعة معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية

فئات القياس		موافق		محايد		معارض	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	لأنها تقدم وجهات النظر المختلفة.	١٨٨	١٥	١٠٠	١١,٣	٢٥	٥,١
٢	لأنها تتناول هذه القضايا بصراحة وجرأة	٨٨	٧	١١٣	١٢,٧	٨٨	١٨
٣	لأنها تقدم أسباب المشاكل والنتائج المترتبة عليها	١٦٣	١٣	١١٣	١٢,٧	٥٠	١٠,٢
٤	لأنها تعطي معلومات دقيقة عن حجم هذه القضايا في المجتمع	٦٣	٥	١٥٠	١٦,٩	٢٥	٥,١
٥	لأنها تشكل اتجاهات وآراء نحو هذه القضايا	١٧٥	١٤	٦٣	٧	٣٨	٧,٩
٦	لأنها تتميز بمصداقية عالية	٥٠	٤	١٢٥	١٤	١٠٠	٢٠,٤
٧	لأنها تقدم تفصيلاً وتحليلاً للقضايا التي تهتمى	١٦٣	١٣	١١٣	١٢,٧	٥٠	١٠,٢
٨	لأنها تساهم في إيجاد الحلول لهذه القضايا	١٠٠	٨	٧٥	٨,٤	٨٨	١٨
٩	لنشرها رؤية المسؤولين والمتخصصين في هذه القضايا	٢٦٣	٢١	٣٨	٤,٣	٢٥	٥,١
	الإجمالي	١٢٥٣	١٠٠	٨٩٠	١٠٠	٤٨٩	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن أهم أسباب الاهتمام بمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية هو استضافتها المسؤولين والمتخصصين بهذه القضايا.

#### جدول (٤)

يوضح دوافع متابعة مشكلات الأسرة السعودية بشبكات التواصل الاجتماعي

معارض		محايد		موافق		فئات القياس
%	ك	%	ك	%	ك	
١٦,٦	٢٥	٩,٤	٣٨	١٨,٩	٢٢٥	١ لأفهم حجم مشاكل الأسرة في المملكة
٨,٦	١٣	٢١,٩	٨٨	١٤,٨	١٧٥	٢ لأعرف الأبعاد والآثار المترتبة على مشاكل الأسرة السعودية
٢٥	٣٨	١٢,٤	٥٠	١٨	٢١٣	٣ لمعرفة الحلول المقترحة لمشاكل الأسرة السعودية
٣٣,٢	٥٠	٢٨,٢	١١٣	١٠,٥	١٢٥	٤ لأنها توجهني نحو دوري بالمجتمع للمساهمة في حل هذه القضايا
-	-	١٥,٧	٦٣	٢١	٢٥٠	٥ لمعرفة رأى الخبراء في كيفية مواجهة هذه القضايا
١٦,٦	٢٥	١٢,٤	٥٠	١٦,٨	٢٠٠	٦ لرؤية التجاوزات الأخلاقية والاجتماعية في الأسرة السعودية
١٠٠	١٥١	١٠٠	٤٠٢	١٠٠	١١٨٨	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن أهم دوافع متابعة مشكلات الأسرة السعودية بشبكات التواصل الاجتماعي هو معرفة رأى الخبراء في كيفية مواجهة هذه القضايا.

ثالثاً: اتجاهات الجمهور نحو شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش مشكلات الأسرة السعودية

#### جدول (٥)

يوضح مدى وجود معلومات عن مشكلات الأسرة السعودية بشبكات التواصل الاجتماعي

لا		أحياناً		نعم		فئات القياس
%	ك	%	ك	%	ك	
١٥,٥	٦٢	٦٥,٨	٢٦٣	١٨,٧	٧٥	١ تعطى شبكات التواصل الاجتماعي معلومات واضحة ودقيقة
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	الإجمالي



يتضح من الجدول السابق عدم الرضا الكلي عن المعلومات المنشورة عن مشكلات الأسرة السعودية بشبكات التواصل الاجتماعي .

#### جدول (٦)

#### يوضح سلبيات معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية

فئات القياس	موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%
١ لا تقدم شبكات التواصل الاجتماعي كل وجهات النظر المختلفة	٢١٣	١٢,٧	٣٨	٧,٦	٣٨	٢٧,١
٢ عدم الموضوعية والحيادية في تناول المشكلات	٢٠٠	١١,٩	٦٢	١٢,٣	١٣	٩,٣
٣ إعطاء اهتمام وتركيز لمشكلات أكثر من أخرى	٢٢٥	١٣,٤	٦٣	١٢,٦	١٣	٩,٣
٤ كثرة تدخل الأدمن بما يفسد موضوع المشكلات	٢٣٨	١٤,٢	٢٥	٥	-	-
٥ عدم المصداقية والدقة في الأرقام والإحصاءات عن حجم المشكلات	٢١٣	١٢,٧	٦٣	١٢,٦	١٣	٩,٣
٦ عدم إعطاء الفرصة لصاحب المشكلة لطرح رأيه	١٦٣	٩,٧	١٢٥	٢٤,٩	١٣	٩,٣
٧ عدم إعطاء الفرصة للمشاركة بالرأي	١٨٨	١١,٢	٥٠	١٠	٥٠	٣٥,٧
٨ الاكتفاء بطرح المشكلات وعدم اقتراح الحلول	٢٣٨	١٤,٢	٧٥	١٥	-	-
الإجمالي	١٦٧٨	١٠٠	٥٠١	١٠٠	١٤٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق كثرة سلبيات المعالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية وعلى رأسها تدخل أدمن تلك المواقع والصفحات بما يفسد موضوع الحوار، والاكتفاء بطرح المشكلة وعدم اقتراح الحلول.

جدول (٧)

يوضح أهداف معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية

معارض		محايد		موافق		فئات القياس
%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	٩	٥٠	١٥,٦	٢٨٨	١ السبق والانفراد وزيادة نسبة التفاعل الإلكتروني
-	-	٩	٥٠	١٥,٦	٢٨٨	٢ زيادة مشكلات الأسرة السعودية
٧,٣	١٣	١١,٥	٦٣	١٣,٦	٢٥٠	٣ التعبير عن مشكلات وطموحات الجمهور السعودي
٣٥,٦	٦٣	١٣,٧	٧٥	٨,٨	١٦٣	٤ تحقيق الشهرة والمجد ونسبة المتابعة
٧,٣	١٣	١١,٤	٦٣	١٢,٢	٢٢٥	٥ المعارضة والنقد والسخرية
١٤,٢	٢٥	٩	٥٠	١٤,٤	٢٦٣	٦ العولمة والاختراق النفسي للأسرة السعودية
٣٥,٦	٦٣	١٥,٩	٨٨	٨,٢	١٥٠	٧ التسلية والترفيه والدردشة
-	-	٢٠,٥	١١٣	١١,٦	٢١٣	٨ محاربة الفساد الاجتماعي والاخلاقي
١٠٠	١٧٧	١٠٠	٥٥٢	١٠٠	١٨٤٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن السبق وزيادة نسبة التفاعل الإلكتروني، وزيادة مشكلات الأسرة السعودية، تمثل أهم أهداف معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية.

رابعاً : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش قضايا الأسرة السعودية على إدراك مشكلاتها

جدول (٨)

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي التي تعالج قضايا الأسرة السعودية في حل مشكلاتها

إلى حد ضعيف		إلى حد ما		إلى حد كبير		فئات القياس
%	ك	%	ك	%	ك	
١٢,٥	٥٠	٥٣,٣	٢١٣	٣٤,٢	١٣٧	١ حل مشكلات الأسرة السعودية
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق إمكانية قدرة شبكات التواصل الاجتماعي التي تعالج قضايا الأسرة السعودية إلى حد ما على حل مشكلاتها.

#### جدول (٩)

##### يوضح تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مشكلات الأسرة السعودية

معارض		محايد		موافق		فئات القياس
%	ك	%	ك	%	ك	
٦,٩	١٣	٢٤,٩	١٢٥	٢١,٩	٢٦٣	١ تجعلني أفهم طبيعة وحجم هذه المشكلات بعمق
-	-	٢٢,٦	١١٣	٢١,٩	٢٦٣	٢ تجعلني أفهم الأسباب والنتائج المترتبة على المشكلات
٦,٩	١٣	٢٠	١٠٠	١١,٤	١٣٧	٣ تجعلني أتعاطف مع من يعانون من تلك المشكلات
٢٦,٤	٥٠	١٠	٥٠	١٥,٦	١٨٨	٤ تجعلني أشعر بالقلق من المستقبل
٦,٩	١٣	١٢,٥	٦٣	١٩,٨	٢٣٨	٥ تدفعني للتفكير في إيجاد حلول لهذه المشكلات
٥٢,٩	١٠٠	١٠	٥٠	٩,٤	١١٣	٦ تجعلني لا أهتم بتلك المشكلات وأفقد الأمل في الحل
١٠٠	١٨٩	١٠٠	٥٠١	١٠٠	١٢٠٢	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن أقوى تأثير لشبكات التواصل الاجتماعي على مشكلات الأسرة السعودية، هو فهم الجمهور السعودي لطبيعة وحجم هذه المشكلات بعمق، وفهم الأسباب والنتائج المترتبة على تلك المشكلات .

#### جدول (١٠)

##### مدى مشاركة الجمهور بمعالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية

لا أشرك		أحيانا		دائما		فئات القياس
%	ك	%	ك	%	ك	
١٥,٩	٦٣	٣١,١	١٢٥	٥٣	٢١٢	١ حجم المشاركة بشبكات التواصل الاجتماعي
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق المشاركة الدائمة للجمهور السعودي في معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية.

## جدول (١١)

نوعية مشاركتك في معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية

فئات القياس		موافق		محايد		معارض	
		%	ك	%	ك	%	ك
١	تحديد توجهات المعالجة ومشاركة الخبرات	٢١٣	٢٣	٧٥	٣٥	٢٥	٣٣
٢	طرح آراء لاختيار الموضوعات الأسرية	٢٥٠	٢٧	٥٠	٢٣,٥	١٣	١٧
٣	القيام بحملات توعية اجتماعية إلكترونية	٢٣٨	٢٦	٣٨	١٨	١٣	٣٣
٤	المشاركة والتفاعل وتبادل المنشورات مع الآخرين	٢٢٥	٢٤	٥٠	٢٣,٥	٢٥	١٧
الإجمالي		٩٢٦	١٠٠	٢١٣	١٠٠	٧٦	١٠٠

ينتضح من الجدول السابق أن أعلى نوعية لمشاركة الجمهور السعودي في معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية تنحصر في طرح آراء لاختيار الموضوعات الأسرية.

### خامساً: آراء ومقترحات الجمهور في معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية:

❖ تمثلت أهم مشكلات الأسرة السعودية التي تعالجها شبكات التواصل الاجتماعي في: المشكلات النفسية (سوء التوافق العاطفي والجنسي والغيرة والخيانة الزوجية والنزاع على السلطة داخل الأسرة) والمشكلات الاجتماعية (سوء العلاقة بين الزوجين والأبناء ومشكلات المرأة العاملة وتعدد الزوجات والطلاق) والمشكلات الاقتصادية (قلة الدخل أو انعدامه وسوء التصرف في الدخل وانخفاض المستوى الاقتصادي للأسرة) والمشكلات الصحية (مرض أحد أفراد الأسرة بمرض مزمن والإصابة بالعاهات والعقم) والمشكلات الثقافية (تنافر الميول الشخصية والقيم بين الزوجين واختلاف ثقافة كل منهما أو تباين المستوى التعليمي بينهما) والمشكلات العقلية (تباين مستوى الذكاء بين الزوجين أو إصابة أحد أفراد الأسرة بالضعف العقلي) والمشكلات الأخلاقية (الخيانة الزوجية والقسوة في معاملة الزوج لزوجته أو الأبناء والتنكر للقيم الاجتماعية والأخلاقية في معاملتهم والتبرج وعدم الصدق أو الصراحة أو الإخلاص في العلاقات الزوجية). وسوء الاختيار الزواج وقصور الثقافة الأسرية والاختلاط بين الجنسين ومشكلة الأطفال اللقطاء ومشكلة الإسكان والتغالي في المهور.

- ❖ وجود تفاوت في الاتفاق بين الجمهور السعودي حول معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية السعودية نتيجة اختلاف مستويات التفاعل مع تلك الشبكات وتباين الخلفيات المعرفية للجمهور.
- ❖ أكد المبحوثون أن هناك حاجة لبناء نظام قيمي جديد لمعالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية.
- ❖ تمثلت أهم الأسس التي يمكن أن تقوم عليها معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة السعودية في تطبيق شريعة الله فكراً وسلوكاً وتقوية البناء الأخلاقي للأسرة والسعي لتحقيق الصحة النفسية لأفراد الأسرة وتحقيق التربية السوية والمساهمة في العلاج الاجتماعي لمشكلات الأسرة، ونقل القضايا الأسرية كما هي دون تحريف أو تزويد أو مجاملة، والمشاركة بتقديم معلومة متميزة صادقة، واحترام كافة آراء الجماهير والصبر على تفاوت مفاهيمهم، في علاقة تفاعلية وحيادية أخلاقية.

#### سادساً: المسؤولية الأخلاقية لشبكات التواصل الاجتماعي نحو الأسرة السعودية

##### جدول (١٢)

##### يوضح المسؤولية الأخلاقية لشبكات التواصل الاجتماعي نحو الأسرة السعودية

معارض		محايد		موافق		فئات القياس
%	ك	%	ك	%	ك	
١٣,٣	٢٥	٢٢	٧٥	١٣	٢٠٠	١ دعم استقرار الأسرة السعودية وخصوصيتها
-	-	٧,٤	٢٥	٢٢,٨	٣٥٠	٢ حق الجمهور السعودي في معرفة مشاكله الأسرية
-	-	١١,٢	٣٨	١٩,٥	٣٠٠	٣ عدم نشر ما يضر الأسرة أو يمس أحد أفرادها
١٣,٣	٢٥	١٨,٥	٦٣	١٤,٦	٢٢٥	٤ الدفاع عن مصالح أفراد الأسرة السعودية في المجتمع
١٣,٣	٢٥	٢٢	٧٥	١٢,٢	١٨٨	٥ العدالة في الحقوق والواجبات داخل الأسرة السعودية
٦٠	١١٣	١٨,٥	٦٣	١٧,٩	٢٧٥	٦ احترام القيم العامة للمجتمع السعودي
١٠٠	١٨٨	١٠٠	٣٣٩	١٠٠	١٥٣٨	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن أهم أسس المسؤولية الأخلاقية للبرامج التلفزيونية الرياضية نحو المجتمع، هو حق الجمهور السعودي في معرفة مشاكله الأسرية.

## ٢- التحقق من فروض البحث :

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو المشكلات الأسرية السعودية.

### جدول (١٣)

يوضح العلاقة الارتباطية بين تعرض الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو المشكلات الأسرية السعودية باستخدام معامل بيرسون (ن: ٤٠٠)

ن	معامل الارتباط	الدلالة
٤٠٠	٠,٨٤	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق أن الارتباط دال مما يؤكد صحة الفرض الأول

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات متعلقة بالأسرة واتجاهاتهم نحو مشكلات الأسرة السعودية.

### جدول (١٤)

يوضح العلاقة الارتباطية بين الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات واتجاهاتهم نحو المشكلات الأسرية السعودية باستخدام ارتباط بيرسون (ن: ٤٠٠)

ن	معامل الارتباط	الدلالة
٤٠٠	٠,٩٦	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق وجود ارتباط دال مما يؤكد صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادهم عليها في الحصول على معلومات تتعلق بالمشكلات الأسرية السعودية.

### جدول (١٥)

يوضح العلاقة بين مستوى تعرض الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي واعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات عن المشكلات الأسرية السعودية باستخدام معامل ارتباط بيرسون

ن	معامل الارتباط	الدلالة
٤٠٠	٠,٦٥	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق أن الارتباط دال مما يؤكد صحة الفرض الثالث  
الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات المتعلقة بمشكلات الأسرة السعودية ودوافع متابعتهم لها.

### جدول (١٦)

يوضح العلاقة الإرتباطية بين اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي في المعلومات الأسرية ودوافع متابعتهم لتلك الشبكات (ن: ٤٠٠)

ن	معامل الارتباط	الدلالة
٤٠٠	٠,٨٧	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق وجود ارتباط دال مما يؤكد صحة الفرض الرابع  
الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات المتعلقة بمشكلات الأسرة السعودية.

### جدول (١٧)

يوضح الفروق الفردية في درجة اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالمشكلات الأسرية السعودية (ن: ٤٠٠)

مستوى الدلالة	ت	(ن ٤٠٠)		(ن ٤٠٠)		البيان
		ع	م	ع	م	
٠,٠١	٢,٤٣	٨,٦٤	٧٩,٠٥	١٠,٢٥	٨٧,٢٦	الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٥	١,٧٨	٧,٢٣	٧٣,٢٤	٩,٢١	٨٥,١٧	قضايا الأخلاقيات الرياضية

يتضح من الجدول السابق وجود ارتباط دال مما يؤكد صحة الفرض الخامس.  
 الفرض السادس: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش مشكلات الأسرة السعودية وبين تأثير تلك الشبكات عليهم.

#### جدول (١٨)

يوضح العلاقة الارتباطية بين دوافع متابعة الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية وتأثيرها عليهم باستخدام معامل ارتباط بيرسون (ن: ٤٠٠)

ن	معامل الارتباط	الدلالة
٤٠٠	٠,٩٥	٠,١

يتضح من الجدول السابق وجود ارتباط دال مما يؤكد صحة الفرض السادس بالإضافة للفروض الرئيسية تشمل الدراسة الميدانية خمسة فروض فرعية كالتالي:  
 الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه الجمهور السعودي نحو معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية التالية: (النوع - العمر - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي)

#### جدول (١٩)

يوضح علاقة اتجاه الجمهور نحو معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين (ن: ٤٠٠)

الاتجاه	المتغيرات الديموجرافية	النوع	العمر	المستوى التعليمي	المستوى الاقتصادي
الاتجاه نحو معالجة شبكات التواصل الاجتماعي	٠,٣١٤	٠,١٦١	٠,٧١٤	٠,٤١٧	
مستوى الدلالة	٠,٠١	٠,٠١	-	٠,٠١	

يتضح من الجدول السابق تأكيد صحة الفرض الأول مع جميع المتغيرات الديموجرافية ما عدا المستوى التعليمي. مما يدل على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهات الأسرة السعودية أيا كانت المستويات التعليمية للجمهور نحو معالجة مشكلات الأسرة السعودية.



الفرض الثاني : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش مشكلات الأسرة السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين .

#### جدول (٢٠)

يوضح علاقة اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين (ن : ٤٠٠)

الاعتماد	المتغيرات الديموجرافية	النوع	العمر	المستوى التعليمي	المستوى الاقتصادي
الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي	٠,٤٠٩	٠,٢٤٠	٠,٦٣٥	٠,٢١٥	-
مستوى الدلالة	٠,٠٥	٠,٠٥	٠,٠١	-	-

يتضح من الجدول السابق تأكد صحة الفرض الثاني مع جميع المتغيرات الديموجرافية ما عدا المستوى الاقتصادي . مما يدل على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات الجمهور السعودي عينة البحث أي كانت مستوياتهم الاقتصادية نحو معالجة المشكلات الأسرية السعودية .

الفرض الثالث : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين .

#### جدول (٢١)

يوضح دوافع متابعة الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين (ن : ٤٠٠)

الدوافع	المتغيرات الديموجرافية	النوع	السن	المستوى التعليمي	المستوى الاقتصادي
دوافع المتابعة	٠,٣٨٠	٠,٢٥٦	٠,٧٤٢	٠,٤٣٥	-
مستوى الدلالة	٠,٠٥	٠,٠٥	٠,٠٥	٠,٠٥	-

يتضح من الجدول السابق تأكد صحة الفرض الثالث مع جميع المتغيرات الديموجرافية.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تأثير شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين .

#### جدول (٢٢)

يوضح علاقة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين (ن: ٤٠٠)

المستوى الاقتصادي	المستوى التعليمي	السن	النوع	المتغيرات الديموجرافية	التأثير
٠,٣١٩	٠,٢٢٩	٠,٣١٤	٠,٤١٢	تأثير شبكات التواصل الاجتماعي	
٠,٠١	٠,٠١	٠,٠١	٠,٠١	مستوى الدلالة	

يتضح من الجدول السابق تأكيد صحة الفرض الرابع مع جميع المتغيرات الديموجرافية .

الفرض الخامس : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين.

#### جدول (٢٣)

يوضح العلاقة بين مستوى تعرض الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية السعودية والعوامل الديموجرافية للمبحوثين (ن: ٤٠٠)

المستوى الاقتصادي	المستوى التعليمي	السن	النوع	المتغيرات الديموجرافية	التعرض
٠,٤٢٧	٠,١٥٦	٠,٢٤٣	٠,٣٥٤	التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي	
٠,٠٥	٠,٠٥	٠,٠١	٠,٠١	مستوى الدلالة	

يتضح من الجدول السابق تأكيد صحة الفرض الخامس مع جميع المتغيرات الديموجرافية.

## النتائج العامة للبحث :

توصل البحث إلى عدة أسس اتفقت اتجاهات الجمهور السعودي على ضرورة توافرها في طريقة معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لمشكلات الأسرة من أهمها ما يلي:

- القيم الدينية الأخلاقية التي يقوم عليها المجتمع.
- التأكيد على الثوابت الوطنية، واعتماد العلم كركيزة أساسية للإعلاء من شأن المجتمع وعدم التمييز على أسس العرق أو اللون أو الدين أو الجنس أو الأصل أو المستوى الإجتماعي أو الاقتصادي.
- مقتضيات الصدق والأمانة والشرف فيما يقدم، وبما لا ينتهك حقوق الآخرين، ويمس حرياتهم.
- الابتعاد عن الإثارة في نشر الجرائم والفضائح الأخلاقية والاجتماعية، والابتعاد عن استخدام الألفاظ البذيئة والسباب فيما يقدم من موضوعات أسرية.
- الحياد فيما يقدم، بعرض وجهات النظر المختلفة في الموضوع الذي يتم طرحه.
- تقديم الفيديوهات والمنشورات والصور والتحليلات الراقية، وتشجيع أفراد الأسرة في مختلف المجالات والأعمار على الاستقرار والاندماج الأسري، وتقديم القدوة الطيبة الناجحة لهم، والحث على الإبداع والابتكار .
- عدم نشر أو عرض أو مشاركة الدعوات العنصرية أو المتعصبة أو المنطوية على اهانة الأسرة والسخرية منها أو الدعوة إلى كراهيتها أو أحد أفرادها .
- عرض وجهات نظر الجمهور السعودي على اختلاف توجهاتهم في الموضوعات الأسرية، والعمل على توصيل هذه الآراء للجهات المعنية للعمل على أخذها في الاعتبار عند اتخاذ القرار.
- تحرى الدقة فيما يتم نشره وعرضه، بتوثيق المعلومات التي يتم عرضها، مع ذكر المصدر، كلما كان ذلك متاحاً.
- العرض الكامل للمعلومات المتعلقة بالمشكلات الأسرية السعودية دون بتر أو تشويه لخدمة غرض ما .

- المسؤولية الفردية والجماعية في الحفاظ على كرامة الأسرة السعودية ومكانتها، ومحاسبة من يسئ لشأنها بالمجتمع.

### توصيات البحث :

- ١- ضرورة تغيير شبكات التواصل الاجتماعي لمفاهيم الآباء والأمهات والأسرة بشكل عام حول أسس الاختيار للزوجين، والاتجاه نحو تدعيم فكرة الزواج المتكافئ.
- ٢- تغيير شبكات التواصل الاجتماعي للمفاهيم المرتبطة بالعلاقات الزوجية، لكي تتوافق مع التغيير الحادث في نمط العلاقة الزوجية التقليدية، والتي يمكن أن تتم من خلال توعية الذكور والإناث بأدوارهم الأسرية المستقبلية، ويمكن أن يبدأ ذلك منذ مراحل التعليم الأولى.
- ٣- عقد دورات تدريبية وندوات وحلقات نقاش حول الأدوار الأسرية وتباينها بين الزوجين، ومتطلبات تأسيس علاقة زوجية ناجحة.
- ٤- تدعيم شبكات التواصل الاجتماعي للمرونة في التفكير واستخدام المنطق في الحوار، وأن يتيح كل منهما للآخر الفرصة للتعبير عن رأيه بصراحة وموضوعية بلا هجوم ولا تجريح، بحيث تستهدف المناقشة معرفة أسباب الخلاف والتغلب عليه بعيداً عن العناد والتكبر الذي يدفع بعضهما للتمسك والتشبث برأيه حتى ولو كان مخطئاً فيه. وضبط النفس وكظم الغيظ والتحكم في الانفعالات بحيث لا يصطدمان مع بعضهما بعضاً.
- ٥- تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة تحمل المسؤولية الكاملة من جانب الزوجين فيما يتعلق بسلوكياته الخاطئة تجاه الطرف الآخر والترويج عن النفس، فعند الشعور بمرحلة حرجة وخطرة يجب أن يبادر كل منهما بتجميد هذه المشكلات لفترة مرحلية ثم البحث عن وسيلة فعالة ومؤثرة للترويج بطريقة جيدة.

## مراجع البحث

- (1) <http://www.alhejaz.org>
- (٢) جوناثان بجنيل، جيرمى أورليبار، المرجع الشامل في التلفزيون، ترجمة: عبد الحكم أحمد الخزامى (القاهرة : دار الفجر، ٢٠٠٧).
- (٣) محمد قيراط، الإعلام والمجتمع :الرهانات والتحديات (الحرية-العولمة-الأخلاق-الرأي العام-تكنولوجيا الاتصال والمعلومات-الإعلام العربي الواقع والتحديات)، ( الإمارات : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠١).
- (4) <http://www.alyaum.com/article/>
- (5) [http://library.islamweb.net/newlibrary/display\\_umma.php](http://library.islamweb.net/newlibrary/display_umma.php)
- (٦) حنان مصطفى عبد الله علي، أخلاقيات المعلومات في التعليم الجامعي بمصر جامعة القاهرة: دراسة حالة، رسالة ماجستير غير منشورة ( جامعة القاهرة: معهد الدراسات و البحوث التربوية، قسم أصول التربية، ٢٠١١)
- (٧) حاتم محمد عاطف عبد الخالق سعد، أثر استخدام الإنترنت على أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٠)
- (٨) شريف نافع إبراهيم فرج، العوامل المؤثرة على أخلاقيات الممارسة المهنية للإعلان في الصحف المصرية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الصحافة، ٢٠١٠)
- (٩) ابتسام عبد القادر استنبولي، تأثير المشكلات الاجتماعية والاقتصادية في التوازن الأسري، رسالة ماجستير (جامعة الملك سعود: كلية الآداب، قسم الدراسات الاجتماعية، ١٤١٦ هـ)
- (١٠) هند إبراهيم السميري، الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لأسر الفتيات المنحرفات، رسالة ماجستير (جامعة الملك سعود : كلية الآداب، قسم الدراسات الاجتماعية، ١٤٢٥ هـ)
- (١١) سعود بن عبد العزيز التركي، اتخاذ القرار في الأسرة السعودية، رسالة دكتوراه (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية العلوم الاجتماعية، قسم الاجتماع، ١٤٠٦ هـ)
- (١٢) سليمان بن محمد الموسى، الاختيار للزواج في الأسرة السعودية، رسالة ماجستير (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية العلوم الاجتماعية، قسم الاجتماع، ١٤٠٧ هـ)
- (١٣) عبد المحسن أحمد العصيمي، الآثار الاجتماعية والاقتصادية لاستخدام الحاسب الآلي على أبناء الأسرة السعودية، رسالة دكتوراه (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية العلوم الاجتماعية، قسم الاجتماع، ١٤٢٤ هـ)

- (١٤) ليلي بنت عامر القحطاني، التصميم الداخلي للمطابخ المنزلية ومدى ملاءمته للنمط المعيشي الأسري للمرأة السعودية، رسالة ماجستير (الرئاسة العامة لتعليم البنات، كلية التربية للاقتصاد المنزلي بالرياض، ١٤١٩هـ)
- (١٥) خالد بن عبد الرحمن السالم، الضبط الاجتماعي في الأسرة السعودية من خلال تعاليم الدين الإسلامي وعلاقته بتماسكها من وجهة نظر طلاب و طالبات المرحلة الثانوية، رسالة دكتوراه (جامعة الأزهر:كلية التربية، قسم أصول التربية، ١٤٢٣هـ)
- (١٦) فتحية بنت حسين القرشي، المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المرتبطة بالتماسك الأسري كما تراه طالبات الصف الثالث الثانوي في مدينة جدة، رسالة دكتوراه (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية:كلية العلوم الاجتماعية، قسم الاجتماع، ١٤٢٤هـ)
- (١٧) نوره بنت إبراهيم العيدان، أثر الخدم على الأسرة السعودية، رسالة ماجستير (جامعة الملك سعود:كلية الآداب، قسم الدراسات الاجتماعية، ١٤٠٥هـ)
- (١٨) سميرة بنت جمال المشهراوي، الروابط الأسرية وصلتها بمشكلات كبار السن، رسالة ماجستير (جامعة الملك سعود:كلية الآداب، قسم الدراسات الاجتماعية، ١٤١٨هـ)
- (١٩) عبد العزيز بن علي الغريب، بعض التغيرات النبوية للأسرة السعودية (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية:كلية العلوم الاجتماعية، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية)
- (٢٠) عبد الله بن عبد العزيز اليوسف، صالح بن رميح الرميح، عبد المجيد طاش نيازي، العنف الأسري (وزارة الشؤون الاجتماعية، المركز الوطني للدراسات والتطوير الاجتماعي)
- (21) Zhanna Bagdasarov, Kathryn Greene, Smita C. Banerjee; Marina Krmar, Itzhak Yanovitzky, Dovile Ruginyte, I Am What I Watch : Voyeurism, Sensation Seeking, and Television Viewing Patterns, Journal of Broadcasting & Electronic Media, Volume 54, Issue 2 April 2010 .
- (22) Annie Lang, Jennifer Borse, Kevin Wise, Prabu David, Captured by the World Wide Web Orienting to Structural and Content Features of Computer-Presented Information, Communication Research June 2002 vol. 29 no. 3
- (23) Annie Lang, Shuhua Zhou; Nancy Schwartz; Paul D. Bolls; Robert F. Potter, The Effects of Edits on Arousal, Attention, & Memory for Television Messages: When an Edit Is an Edit Can an Edit Be Too Much?, Journal of Broadcasting & Electronic Media, Volume 44, Issue 1 March 2000

- (24) Yuki Fujioka, Department of Communication at Georgia State University, Emotional TV Viewing and Minority Audience, How Mexican Americans Process and Evaluate TV News About In-Group Members, *Communication Research*, Vol. 32, No. 5, (2005)
- (25) Young Mie Kim, The Ohio State University, Columbus, How Intrinsic and Extrinsic Motivations Interact in Selectivity: Investigating the Moderating Effects of Situational Information Processing Goals in Issue Publics 'Web Behavior, *Communication Research*, April 2007, vol . 34, 2.
- (26) Artemio Ramirez, Jr, Arizona State University, John Dimmick, The Ohio State University, John Feaster, The Ohio State University, Shu-Fang Lin, National Chung Cheng University, Revisiting Interpersonal Media Competition, *Communication Research*, Vol. 35, No. 4,, 2008
- (27) William P. Eveland, Jr., School of Journalism and Communication at The Ohio State University, Krisztina Marton, School of Journalism and Communication and graduate research associate at the Center for Survey Research at The Ohio State University, Mihye Seo , School of Journalism and Communication at The Ohio State University, Moving beyond "Just the Facts", The Influence of Online News on the Content and Structure of Public Affairs Knowledge, *Communication Research*, Vol. 31, No.1, 2004
- (28) Terry Adams, Producers, Directors, and Horizontal Communication in Television News Production, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Volume 51, Issue 2 July 2007
- (29) Campbell, John- William, A Longitudinal Comparative study of American T.V news Coverage of the Hong Kong handover (PHD), Ohio University, 2000.
- (30) Susan L. Brinson, Developing a Television Genre: Table Talk with Helen Sioussat, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Volume 51, Issue 3 August 2007
- (31) Stephen Harper, Understanding mental distress in film and media: a new agenda?, *The Journal of the Royal Society for the Promotion of Health*, July 2008; vol . 128, 4 .

- (32) Dale L. Cressman; Lisa Swenson, The Pigskin and the Picture Tube: The National Football League's First Full Season on the CBS Television Network, Journal of Broadcasting & Electronic Media, Volume 51, Issue 3 August 2007 .
- (٣٣) شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل الرأي العام (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩)
- (34) Daniel Chandler; Merris Griffiths, Gender-Differentiated Production Features in Toy Commercials, Journal of Broadcasting & Electronic Media, Volume 44, Issue 3 September 2000
- (35) M. W. Stenekes, C. K. Vandersluis , J. P. A. NicolaiI, J. H. B. Geertzen, T.H. Mulder, Changes in Speed of Information Processing in the Brain Following Tendon Repair Journal of Hand Surgery (European Volume), Vol. 33, No. 6, 2008 .
- (36) Weiyang Joann wong "Direct Contact, Media use, & Voting", PHD Thesis, University of North Carolina, 2005
- (37) Naila Nabil Hamdy, The Impact of Private Arabic Slatellit Channels on Egyptian Television Programming & Audiences, Un Published Dissertation, PHD, Faculty of Mass Communication, Cairo, University, 2007
- (38) David Ozmun, Opportunity Deferred: A 1952 Case Study of a Woman in Network Television News, Journal of Broadcasting & Electronic Media, Volume 52, Issue 1 January 2008 .
- (39) Robert P. Hawkins, Suzanne Pingree, Jacqueline Bush Hitchon, Eileen Gilligan, Leeann Kahlor, Bradley W. Gorham, Barry Radler, Prathana Kannaovakun, Toni Schmidt, Gudbjorg Hildur Kolbeins, Chin-I Wang, Ronald C. Serlin, What Holds Attention to Television?, Strategic Inertia of Looks at Content Boundaries . Communication Research, Vol. 29, No. 1, 2002
- (40) Dawn C. Marshall, John D. Lee, and P. Albert Austria, Alerts for In-Vehicle Information Systems: Annoyance, Urgency, and Appropriateness, Human Factors: The Journal of the Human Factors & Ergonomics Society, February 2007; vol. 49, 1.



- (41) Robert P. Hawkins, Suzanne Pingree, Jacqueline Bush Hitchon, Eileen Gilligan, Leeann Kahlor , Bradley W. Gorham, Barry Radler, Prathana Kannaovakun, Toni Schmidt, Gudbjorg Hildur Kolbeins, Chin-I Wang, Ronald C. Serlin, What Holds Attention to Television? Strategic Inertia of Looks at Content Boundaries, *Communication Research*, Vol. 29, No. 1, 2002
- (42) Brawley, Timothy J. Gender schema & prejudicial recall: how children misremember, fabricate & distort gendered picture book information. (Report), *Journal of Research in Childhood Education*, MAR-2008.
- (43) Robert J. Griffin, Kurt Neuwirth , James Giese, Sharon Dunwoody, Linking the Heuristic-Systematic Model and Depth of Processing, *Communication Research* December 2002 vol. 29 no. 6 .
- (44) Richard J. Schaefer; Tony J. Martinez III, Trends in Network News Editing Strategies From 1969 Through 2005, *Media*, Volume 53, Issue 3 July 2009 .
- (45) Fangfang Diao, S. Shyam Sundar, Media Effects Research Laboratory at the College of Communications in the Pennsylvania State University, Orienting Response and Memory for Web Advertisements: Exploring Effects of Pop-Up Window and Animation, *Communication Research*, Vol. 31, No. 5, (2004).
- (46) Leanne K. Knobloch, Department of Speech Communication at the University of Illinois, Denise Haunani Solomon, Department of Communication Arts and Sciences at the Pennsylvania State University, Relational Uncertainty and Relational Information Processing, Questions without Answers?, *Communication Research* June 2005 vol. 32 no. 3 .
- (47) George A. Mashour, University of Michigan Medical School, Toward a General Theory of Unconscious Processes in Psychoanalysis and Anesthesiology, *Journal of the American Psychoanalytic Association*, Vol. 56, No. 1, 2008 .
- (48) Ran Wei, Ven-Hwei Lo, and Hung-Yi Lu, Reconsidering the Relationship Between the Third-Person Perception and Optimistic Bias, *Communication Research* December 2007; vol. 34, 6 .

- (49) PÅvel G. Lindberg, MSc, Christina Schmitz, PhD, Margareta Engardt, PhD, Hans Forssberg, PhD, Jörgen Borg, PhD, Use-Dependent Up- and Down-Regulation of Sensorimotor Brain Circuits in Stroke Patients *Neurorehabilitation and Neural Repair*, Vol. 21, No. 4, 2007.
- (50) Jack Glascock, Gender Roles on Prime-Time Network Television: Demographics and Behaviors, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Volume 45, Issue 4 December 2001
- (51) ) Jahanvash Karim, Robert Weisz, Cross-Cultural Research on the Reliability & Validity of the Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT), *Cross-Cultural Research*, November 2010; vol. 44, 4, first published on August 2, 2010
- (52) Paul Hendriks Vettehen, Radboud University, Koos Nuijten, Breda University of Applied Sciences, Allerd Peeters, Erasmus University Rotterdam, Explaining Effects of Sensationalism on Liking of Television News Stories, The Role of Emotional Arousal, *Communication Research*, Vol. 35, No. 3, 2008.
- (53) Jennifer D. Greer; Marie Hardin; Casey Homan, “Naturally” Less Exciting? Visual Production of Men's & Women's Track and Field Coverage During the 2004 Olympics, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Volume 53, Issue 2 April 2009 .
- (54) Jukka Savolainen, Tuula M. Hurtig, Hanna E. Ebeling, Irma K. Moilanen, Lorine A. Hughes, & Anja M. Taanila Attention deficit hyperactivity disorder (ADHD) and criminal behaviour: the role of adolescent marginalization, *European Journal of Criminology*, November 2010, vol. 7, 6 .
- (55) Julia R. Fox, A Signal Detection Analysis of Audio/Video Redundancy Effects in Television News Video, Department of Telecommunications at Indiana University, *Communication Research*, Vol. 31, No. 5, (2004) .
- (56) Ball-Rokeach, S.J., & Defleur, M.L.A. dependency model or mass – media effects, *Communication Research*, (1976), pp 3-21.
- (57) Stemple, Juido & Westly, Bruce, *Research Methods In Mass Communication* (U.S.A: Prentice Hall, Inc, 1998) P43.

- (58) Domic, D., et al, News Media, Racial perceptions and political cognition communication Research, 1999, Vol 26 no 25
- (٥٩) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٤)
- (60) Black, J., et al Introduction to Media Communication, 5th ed (New York: the Mc Graw-Hill-companies Inc, 1998 ) p46
- (61) Little john, S. W. Theories of human communication (6th ed.). Albuquerque, NM: Wadsworth Publishing, (1999) PP 351-354.
- (٦٢) كمال عبد الرؤوف (ترجمة)، حول نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣).
- (٦٣) عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٨).
- (٦٤) عاطف عدلي العبد، ونهى عاطف العبد، وسائل الإعلام: نشأتها وتطورها وآفاقها المستقبلية (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٦).
- (٦٥) عاطف العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٢).
- (٦٦) أسماء السادة المحكمين طبقاً للترتيب الابدعى :أ.د/ أكرم زيدان مدرس علم النفس بأداب المنصورة، د/ انجي أبوسريع مدرس العلاقات العامة بإعلام القاهرة، أ/ أيمن يوسف مقدم برامج بالفضائية المصرية، أ.د / ثروت الديب أستاذ الاجتماع بأداب المنصورة، أ.د/ خالد صلاح الدين أستاذ الإذاعة بإعلام القاهرة، أ/ محمود معروف نائب رئيس تحرير جريدة الجمهورية، أ.د/ محمود يوسف أستاذ العلاقات العامة ووكيل إعلام القاهرة، أ.د/ مهدي القصاص أستاذ الاجتماع بأداب المنصورة، أ.د.م/ نرمين خضر أستاذ العلاقات العامة المساعد بإعلام القاهرة، أ.د/ وجيه الدسوقي أستاذ الاجتماع وعميد معهد الخدمة الاجتماعية بكفر الشيخ.