

استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشباع المتحققة منه "دراسة مسحية على عينة من جامعة اليرموك"

علي عقله نجادات*

ملخص

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي -لا سيما الفيسبوك- إقبالا متزايدا من قبل شرائح المجتمع المختلفة وذلك خلال العام 2011م، الذي عُرف بعام "الربيع العربي"، بهدف متابعة الاخبار والتطورات المتلاحقة في المنطقة العربية والعالم. من هنا، جاءت هذه الدراسة لتعرف استخدامات الأسرة الأردنية لشبكة الفيسبوك ودوافع هذه الاستخدامات والإشباع المتحققة منها. وتصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية، وقد لجأ الباحث فيها إلى منهج المسح، حيث تمت دراسة جمهور المستخدمين لموقع الفيسبوك من المتزوجات العاملات في جامعة اليرموك، من خلال استمارة مكونة من (14) سؤالاً تم توزيعها على عينة الدراسة من المبحوثات.

وقد توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (65.5%) من المبحوثات لديهن حساب شخصي على موقع الفيسبوك، وأن الدوافع المتمثلة بالبقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى والجدة، والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية هي التي دفعت بالمبحوثات لاستخدام الفيسبوك.

كما كشفت الدراسة أن "إشباع التوصل الاجتماعي" تقدمت على غيرها من الإشباع الأخرى عند المبحوثات، وبمتوسط حسابي مرتفع مقداره (3.19) على المقياس الرباعي، عند استخدامهن لموقع الفيسبوك، مما يدل على أهمية هذا الموقع في إبقاء الأفراد على اتصال وتفاعل مع بعضهم بعضاً.

الكلمات الدالة: مواقع التواصل الاجتماعي، موقع الفيسبوك، الاستخدامات والإشباع، المتزوجات العاملات.

المقدمة

شهدت استخدامات الإنترنت، لا سيما شبكات التواصل الاجتماعي، مثل: الفيسبوك والتويتر واليوتيوب، (التي تتيح التواصل مع الأصدقاء والزلاء، وتقوية الروابط بينهم)، إقبالا متزايدا، وطلباً كبيراً من قبل شرائح المجتمع المختلفة، خصوصاً في بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا خلال العام 2011م، الذي عُرف بعام "الربيع العربي"، الذي شهد مسيرات واحتجاجات وتوترات وثورات شعبية في عدد من بلدان المنطقة، ابتداءً من تونس فمصر واليمن وليبيا وسوريا،

الأمر الذي عزز زيادة استخدام الإنترنت، لا سيما بعض شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بدافع متابعة الأخبار والتطورات المتلاحقة في المنطقة.

ويمكن القول إن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات شهد منافسة خلال العام 2011م، وإن شبكات التواصل الاجتماعي كانت الأكثر نمواً في العام نفسه، حيث دخلت في سباق مع الزمن لتقديم منتجات جديدة، وتحديثات على شكلها وتصميمها لاستقطاب أكبر عدد من المستخدمين، سواء في المنطقة العربية أو حول العالم، ولذلك رأيناها تسهم في إسقاط عدد من الأنظمة السياسية في المنطقة العربية، لا بل إن تأثيراتها امتدت إلى القارات الأخرى، وذلك ما حدث مثلاً في بريطانيا عندما تفجرت الاحتجاجات في مدينة لندن في آب 2011م، نتيجة ازدياد معدلات البطالة وخفض الإنفاق العام،

* أستاذ مشارك، قسم الصحافة، جامعة اليرموك، إربد.

تاريخ استلام البحث 2012/2/11 وتاريخ قبوله 2013/6/26.

الربيع العربي من قبل، وذلك في التحريض ضد الحكومة، وأصبح الموقع مركزاً للمعارضة والتواصل بين شرائح الأحزاب السياسية والناشطين السياسيين في المجتمع الأردني، وذلك بما وفره من وسائل تواصل وتبادل آراء وحشد للرأي العام الأردني.

ووفقاً لأحدث نتائج "تقرير الإعلام الاجتماعي العربي"، الذي أطلقه برنامج الحوكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية، في نيسان من عام 2012م، احتل الأردن المرتبة الثانية عربياً من حيث عدد مستخدمي الفيسبوك، تلتها لبنان والكويت وتونس، بينما استمرت الإمارات العربية المتحدة في احتلالها مركز الصدارة في المرتبة الأولى، وكانت أرقام موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" كشفت عن أن (1,9) مليون اردني يملكون حسابات فيه، (WWW.UNIEM.ORG).

وقد أظهرت إحصائية متخصصة في قياس مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي العالمي «فيسبوك» أن عدد مستخدمي الموقع من الأردن تجاوز المليون حساب. وقد بلغ عدد حسابات الفيسبوك من الأردن نحو (2,057) مليون حساب، ليأتي الأردن في المرتبة (60) حول العالم من حيث استخدام فيسبوك. وشكل هذا الرقم ما نسبته (32,11%) من إجمالي عدد سكان المملكة، الذي يتجاوز الـ (6) ملايين نسمة، وإن هناك (1,18) حساباً على فيسبوك لكل مستخدم انترنت في الأردن، حيث بلغت نسبة انتشار فيسبوك بالنسبة لعدد مستخدمي الانترنت في المملكة نحو (118,12%)، (WWW.SOCIALBAKERS.COM).

وزاد عدد مستخدمي فيسبوك بمقدار (263,2) ألف خلال آخر (6) أشهر العام 2012م، فيما زادوا على (600) ألف شخص خلال العام الماضي الذي شهد اقبالا شديداً على مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الربيع العربي. وتزيد نسبة انتشار الانترنت في الأردن بين المستخدمين عن (45%)، من إجمالي عدد السكان الذي يناهز (6) ملايين نسمة، (الرأي، 8/2/2012م).

وتشكل فئة الذكور النسبة الأكبر بين حسابات الفيسبوك، حيث بلغت (58%)، بواقع (1,19) مليون حساب من الأردن، مقارنة مع (864,15) ألف حساب للإناث بنسبة (42%) من إجمالي الحسابات، مقارنة مع (47%) للذكور

وما حدث أيضاً في أمريكا عندما انفجرت الاحتجاجات في مدينة نيويورك في 17/ تشرين الأول/2011م مطالبة باحتلال وول ستريت.

ويشير مفهوم التفاعل الاجتماعي إلى تلك "العمليات الإدراكية والمشاعرية والسلوكية التي تتم بين الأطراف المتصلة، بحيث تتبادل هذه الأطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمنياً ومكانياً، ويكون سلوك كل طرف منها منبها لسلوك الطرف الآخر، (الساري، 2009: 105).

ويُذكر أن الشبكات الاجتماعية ومنها الفيسبوك، عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت، يتواصل من خلالها الملايين من البشر، الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية فيما بينهم.

وتُظهر الإحصاءات العالمية تزايد الإقبال على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أرجاء العالم جميعه، وبحسب هذه الإحصاءات، احتل الأردن مرتبة متقدمة على المستويين العربي والعالم في قائمة الدول الأكثر استخداماً لشبكة الفيسبوك الاجتماعية، وذلك بعد أن سجلت قاعدة اشتراكات الفيسبوك في المملكة مع نهاية عام 2011م، حوالي المليون مشترك، بينما تجاوز إجمالي عدد مستخدمي الانترنت فيها (2.7) مليون مستخدم، (WWW.SOCIALBACKERS.COM).

استخدامات الفيسبوك في الأردن

يعدّ الفيسبوك من أشهر المواقع الاجتماعية على مستوى العالم، وقد تمّ اطلاقه في فبراير 2004م، ويمكن من خلال هذا الموقع الذي يعدّ من مواقع الشبكات الاجتماعية أن يقوم المشترك بإضافة أصدقاء إلى ملفه الشخصي، ويقوم بتحديثه، ويصل هذا التحديث إلى اصدقائه جميعهم، وأصدقاء أصدقائه، إضافة إلى إمكانية الانضمام إلى موقع المنظمات المهنية والتعليمية وغيرها، (القرني، 2011، ص86).

وقد أدى موقع الفيسبوك دوراً في المظاهرات الاحتجاجية في الأردن، كما في مصر وتونس وسورية وغيرها من دول

المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة " (مكاوي والسيد، 2010: 246-247).

ويرى (Katz et al., 1974:11-35) أن منظور الاستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروع لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وهذه الفروع هي:

- يتسم جمهور وسائل الاتصال بالإيجابية والنشاط، وأن استخدامه وسائل الاتصال موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يختار الجمهور وسائل اتصال محددة لإشباع حاجاته.
- تختلف درجة إشباع الحاجات المختلفة للجمهور وفقاً لاختلاف وسائل الاتصال.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما بالتعرف إلى استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

ويذكر مكاوي والسيد (1998: 241) أن نظرية الاستخدامات والإشباع تحقق ثلاثة أهداف رئيسية، هي:

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- تأكيد نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

ويمكن القول إن الكثير من الباحثين يرون أن الحاجات التي يسعى أفراد الجمهور إلى إشباعها عن طريق التعرض لوسائل الاتصال، تتمثل في (الحاجات المعرفية والعاطفية، والحاجة إلى التفاعل الاجتماعي وتحقيق الاندماج الذاتي، وإزالة التوتر)، من خلال الاندماج في المضمون الإعلامي. من هنا؛ فإن الباحث يرى أن نظرية الاستخدامات والإشباع تعد من أنسب النظريات لدراسة عملية الاتصال من خلال تعرض الأسرة الأردنية لموقع الفيسبوك والإشباع المتحققة منه.

و(53%) للإناث في فنلندا، و(48%) للذكور و (52%) للإناث في سلوفينيا. وينتشر فيسبوك بين الفئة العمرية (18-24) عاماً بشكل أكبر في الأردن وفقاً للإحصائيات، بمجموع (884,7) ألف حساب، وبين الفئة (25-34) عاماً بمجموع (493,8) ألف حساب، فيما كانت الفئة العمرية (65) عاماً فما فوق هي الأقل، إذ يشكلون (20,5) ألف حساب، (WWW.TALABANEWS.NET/NODE/35155).

ووفقاً لموقع أليكسا العالمي، يعد موقع فيسبوك الموقع الأكثر زيارة في الأردن، متقدماً بذلك على مواقع عالمية أخرى، مثل: جوجل ويوتيوب وياهو وويندوز لايف، وتشير إحصائيات الموقع إلى أن أقرب دولتين من حيث نسبة انتشار فيسبوك هما الكويت وبلغاريا، حيث تزيد نسبة انتشار فيسبوك في الأردن على (0,34%) عن الكويت، وتقل بنسبة (0,5%) عن بلغاريا، (الرأي، 2012/2/8م).

الإطار النظري لموضوع الدراسة

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية الاستخدامات والإشباع التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، حيث تحولت النظرة إلى الجماهير في هذه النظرية من كونها عنصراً سلبياً غير فعال، إلى كونها عنصراً فعالاً ونشطاً في انتقائها للرسائل والمضامين التي تفضلها من وسائل الإعلام المختلفة، وأن الجمهور يتعرض لهذه الرسائل والمضامين لإشباع رغبات كامنة، استجابة لدوافع الحاجات الفردية لديه.

ويذكر حجاب (2010: 298)، "أن هذه النظرية تعد بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يزعم المنظرون في هذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار".

وبوجه عام، تقسم معظم دراسات الإتصال دوافع التعرض إلى فئتين، هما: "الدوافع المنفعية التي تستهدف تعرف واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وأشكال التعلم جميعه بوجه عام، التي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية، والدوافع الطقوسية التي تستهدف تضييق الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتتعاكس هذه الفئة في البرامج الخيالية، مثل:

الدراسات ذات الصلة

قام الباحث بالاطلاع على التراث العلمي المتعلق بموضوع التواصل الاجتماعي، من خلال محورين، هما: الدراسات العربية والدراسات الأجنبية. وقد تسنى للباحث رصد الدراسات الآتية ذات الصلة:

الدراسات العربية

• **دراسة علاونة (2012)، وعنوانها "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري".** هدفت هذه الدراسة إلى تعرف دور مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، على عينة بلغت (296) مفردة من النقابيين في مدينة إربد.

وقد توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (74,7%) من النقابيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، و(24,3%) منهم يستخدمونها؛ لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية، وأن (50,6%) من النقابيين يستخدمون الفيسبوك و(27,1%) يستخدمون التويتر، وأن دوافع استخداماتهم هذه المواقع تتمثل في أنها تسمح بالتواصل مع الأصدقاء بنسبة (28,5%)، وتتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة بنسبة (21,8%).

كما بينت النتائج أن (56,6%) من النقابيين يشاركون دائماً وأحياناً ونادراً في الحراك الجماهيري الذي يطالب بالإصلاح والتغيير في الأردن، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. وأوضحت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية للنقابيين وبين المشاركة في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

• **دراسة جزار (2011)، وعنوانها "المشاركة بموقع الفيسبوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقات الأسرية".** هدفت هذه الدراسة إلى معرفة المشاركة بموقع الفيس بوك وعلاقته باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية، على اعتبار أن طبيعة علاقة الشاب بأسرته من أهم المؤشرات على طبيعة تفاعله مع مجتمعه الحقيقي، ولكون الأسرة أحد أهم الركائز الأساسية لتوارث الذاتية الثقافية

للشعوب واستمرارها. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وتم استخدام أسلوب المسح (الاستبانة) لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من الشباب جميعهم الذين تتراوح أعمارهم ما بين (15-24 سنة) في الأردن، وجرى تحديد حجم عينه الدراسة بـ (384) شاب وشابة، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (15-24 سنة).

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة الشباب الأردني الذي لديه إشتراك في الفيسبوك تبلغ (74.4%) من مجمل الشباب الأردني، وأن نسبة الذكور المشتركين في الموقع (56%) هي أكبر من نسبة مشاركة الإناث (44%)، وأن ما يقرب من ثلاثة أرباع المشتركين يقومون بتفقد الموقع يومياً (73.8%)، وأن أكثر من نصف الشباب المشترك في الموقع (57.4%) يعتقدون بأن إشتراكهم قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، ورأى (45.6%) من المشتركين أن إشتراكهم في الموقع أثر في حياتهم إيجابياً، وأن (14.2%) لم يستطيعوا أن يحددوا فيما إذا كان إشتراكهم في الموقع أثر أو لم يؤثر في حياتهم.

• **دراسة الرعود (211)، وعنوانها "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين".** وهدفت الدراسة تعرف دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. ولتحقيق هذا الهدف، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (342) مفردة تم اختيارها بوساطة أسلوب العينة العشوائية البسيطة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: جاء مجال "مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي" وهو من مجالات دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (2.75)، في حين جاء مجال "التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي" في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (2.68). أما مجال "التهينة والتحرير على الاحتجاجات" فجاء في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (2.67).

كما توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة

على عينة مكونة من (122) مفردة من الطلبة الدارسين في جامعات مملكة البحرين العامة والخاصة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي في مملكة البحرين، يستخدمون الانترنت على نحو مكثف، وأن الشباب الجامعي كلهم من عينة الدراسة في البحرين يعرفون تلك المواقع التي تسمح لمستخدميها مشاهدة مقاطع الفيديو وتبادل مشاهدتها على الانترنت حيث يأتي في مقدمتها موقع (يوتيوب)، كما بينت الدراسة أن الوسائل التي عرف بها الشباب الجامعي موقع (يوتيوب) كانت: المواقع الالكترونية الأخرى، ثم الأصدقاء، ثم الصحف الورقية، وأخيرا التلفزيون، وهو ما يشير إلى أهمية الانترنت كمصدر رئيس في الحصول على المعلومة، خاصة لدى الشباب.

وقد تمثلت دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع (يوتيوب) في الرغبة في إمدادهم بالأخبار المهمة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، ثم التسلية والترفيه والفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد، أما فيما يتعلق بالإشباع المتحققة، فقد جاءت الإشباعات المعرفية في مقدمة الإشباعات التي تحققت لعينة الدراسة، تلاها تحقيق إشباع التسلية والترفيه وشغل أوقات الفراغ عند هؤلاء الطلبة.

• دراسة الساري (2009)، وعنوانها "ثقافة الإنترنت... دراسة في التواصل الاجتماعي". وهدفت الدراسة تعرف التأثيرات النفسية والاجتماعية التي يتركها تواصل الشباب مع بعضهم بعضا من خلال الانترنت، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية مكونة من (472) شابا وشابة ممن يستخدمون الانترنت في حياتهم اليومية بمدينة الدوحة/قطر.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الانترنت كوسيلة اتصال الكترونية تنفرد بمزايا وخصائص اتصالية يندر أن تجدها في الوسائل الأخرى، حيث أحدثت تغيرا ملموسا في طبيعة التواصل الاسري والعائلي، وظهر ذلك في تراجع مقدار الوقت الذي يقضيه الشباب في الجلوس والتفاعل مع أسرهم من جهة، وتراجع عدد الزيارات التي ألفوا القيام بها لأقاربهم قبل تعودهم على استخدام الانترنت من جهة أخرى.

وعلى الرغم من التأثيرات الإيجابية التي يتركها الإنترنت على الشباب، إلا أنها في الوقت نفسه تركت بعض التأثيرات السلبية التي تمثلت في بداية ظهور بعض أعراض الإدمان

إحصائية في تقدير المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر تعزى للمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة الصحفية، نوع المؤسسة الإعلامية، والفترة الزمنية لعضوية الصحفي في النقابة). وأشارت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير المبحوثين لدور الشبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر تعزى إلى متغير التخصص وكانت الفروق لصالح تخصص الآداب.

• دراسة المصري (2011)، وعنوانها "استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الاعلام الأخرى". وهدفت الدراسة تعرف مدى استخدام الطلبة الجامعيين الفلسطينيين مواقع التواصل الاجتماعي، وأثر ذلك على متابعتهم لوسائل الاعلام الأخرى، كما هدفت الدراسة أيضا إلى تعرف الآثار السلبية والإيجابية لاستخدام الطلبة لهذه المواقع، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (50) مفردة من طلبة الكليات الفلسطينية بقطاع غزة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (52%) من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تصل إلى ساعتين يوميا، كما بينت الدراسة أن أهم سلبيات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تكمن في تغذية الأزمات السياسية وتهيئة الفرصة لعمليات الإستقطاب من قبل الآخرين، وزيادة الاحتقان وتعميق الخلافات، وبنسبة وصلت إلى (78%). أما أهم الايجابيات فقد تمثلت في تعريف المستخدمين بموضوعات تساعد في النقاش مع الآخرين وبنسبة بلغت (47%). أما ما يتعلق بتأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الاعلام والاتصال الأخرى، فقد أظهرت الدراسة أن هناك انخفاضا ملحوظا في مطالعة الكتب وقراءة الصحف والمجلات والاستماع للراديو ومشاهدة الفضائيات، بنسب تراوحت ما بين (76% - 84%).

• دراسة أمين (2009)، وعنوانها "استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت". وهدفت الدراسة إلى معرفة خصائص مستخدمي موقع يوتيوب على الإنترنت من الشباب الجامعي ومعرفة أنماط الاستخدام وأسسه ومدى انتشاره بين هذه الفئة العمرية المهمة، وإسهامهم في إنتاج الرسائل الاعلامية التي تبت من خلال الموقع، وذلك بالتطبيق

تعرف دوافع استخدام الشباب المصري لموقع الفيسبوك، والكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية والصدقات التي يكونها الشباب المصري، كما هدفت أيضا إلى رصد وتحليل الآثار النفسية والاجتماعية (السلبية والايجابية) المترتبة على تعامل عينة الدراسة مع موقع الفيسبوك، وذلك من خلال عينة عمدية متاحة من مستخدمي الفيسبوك من طلاب الجامعات المصرية (الحكومية والاجنبية) مقدارها (136) مفردة موزعة بالتساوي بين جامعة القاهرة والجامعة البريطانية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيسبوك، وبنسبة مقدارها (69.9%) من إجمالي عينة الباحثين، بينما جاء دافع خلق صدقات جديدة، ودافع التواصل مع الآخرين وتطوير علاقات اجتماعية معهم في المرتبتين الثانية والثالثة، وبنسبة (41.2%) و(37.5%) لكل منهما على التوالي، كما أوضحت الدراسة أن تقديم الباحثين أنفسهم كما هم بصدق من غير أي تلوين أو خداع للآخرين، كان لها النصيب الأكبر وبنسبة (82.4%)، مقابل (19.9%) لتقديم الباحثين أنفسهم للآخرين باستخدام اسم مستعار.

كما توصلت الدراسة إلى أن العبارات التي حظيت بأعلى أهمية نسبية لدى طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية بمقياس ليكرت الثلاثي تمثلت في العبارات الآتية: "التعامل مع الموقع جعلني أشعر بالانفتاح على أخبار الآخرين بوزن نسبي (90.44)، يليها بروز عبارة "أتلخص من الشعور بالوحدة عندما أجلس على موقع الفيسبوك بوزن نسبي (83.09%)، ثم ظهور عبارة "لقد قمت بتطوير علاقات اجتماعية عديدة من خلال التعامل مع الموقع" في المركز الثالث بوزن نسبي (75.25%)، ... مما يعني غلبة الطابع الإيجابي على الآثار الاجتماعية المترتبة على استخدام طلبة الجامعات موقع الفيسبوك.

الدراسات الأجنبية

• دراسة AL-SAGGAF (2011)، وعنوانها:

(SAUDI FEMALES ON FACEBOOK: AN ETHNOGRAPHIC STUDY). وهدفت الدراسة إلى الخروج بوصف دقيق عن تجربة الفتيات السعوديات في

لديهم على الانترنت، وتسببت أيضا في خلق بعض الصدمات العاطفية لبعض مستخدميها من العزاب والمتزوجين، انعكست سلبا على علاقاتهم الأسرية والعائلية والزوجية، وأسهمت في بروز بعض مظاهر الاغتراب النفسي والاجتماعي لدى بعضهم، تجسدت في تمنيمهم العيش خارج مجتمعهم المحلي.

• دراسة حسن (2009)، وعنوانها "أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفصائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية". وهدفت الدراسة إلى رصد وتوصيف أثر الوسائل الاتصالية الحديثة (الانترنت باستخداماته كافة والفصائيات والمدونات) على طبيعة العلاقات والتفاعلات الاجتماعية والاتصالات وحجمها داخل الأسرة المصرية والقطرية، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية متعددة المراحل حجمها (600) مفردة وزعت ما بين صغار السن والوالدين في قطر ومصر، في محاولة للوصول إلى رؤية محددة نحو ترشيد استخدام التقنيات الحديثة وتفعيل دور المسؤولية الأسرية والمجتمعية في هذا السياق.

وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك ارتباطاً سلبياً بين معدل استخدام المواقع الاجتماعية ومستوى التفاعل الاجتماعي بين الافراد، كما أن هناك ارتباطاً سلبياً أيضا بين معدل الاستخدام وانخفاض مستوى التحصيل الدراسي لدى أفراد العينة، وأن هناك علاقة ارتباطية ايجابية بين زيادة معدل الاستخدام واتجاه الباحثين نحو تكوين علاقات اجتماعية ثابتة ومستقرة وليست عابرة، وأنه كلما شعر الافراد بالخصوصية باستخدام جهاز الكمبيوتر زاد انعزالهم عن الواقع وانخفض مستوى تفاعلهم الاجتماعي، بعكس اقرانهم الذين يستخدمون الكمبيوتر في مكان لا يتمتع بالخصوصية، ويستطيع المحيطون بالفرد الوصول إليه أو على الأقل مشاهدته. كما توصلت الدراسة إلى أن الفيسبوك واليوتيوب والميسيس احتلت مواقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لأفراد العينة الذين يعدون أصدقاءهم المرجح الأول في حالة حدوث مشكلة لهم.

• دراسة خضر (2009)، وعنوانها "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على موقع الفيسبوك". وهدفت الدراسة

ممن تتراوح أعمارهم ما بين (17-24) سنة، وقيمون علاقات غرامية مع آخرين.

وقد كشفت الدراسة أن التعرض الكثيف لموقع الفيسبوك يقود إلى الغيرة والحسد، وذلك ربما بسبب الإدمان الذي يقود إلى الكشف عن معلومات غامضة عن الشريك لا يمكن الوصول إلى حقيقتها بسهولة، مما يدفع إلى التعرض الزائد لهذه الشبكة بهدف الوصول إلى الحقيقة عن الطرف الآخر.

كما كشفت الدراسة أن غالبية المبحوثين يقضون حوالي (40) دقيقة على الفيسبوك يوميا، وأن نسبة تعرض الفتيات من افراد العينة لموقع الفيسبوك اكثر من الرجال، وأن لديهم ما معدله (25-1000) صديق للمشارك الواحد على الشبكة، وتوصلت الدراسة ايضا الى ان ما نسبتهم (74.6%) من افراد العينة يضيفون من كانوا على علاقة عاطفية أو يقيمون معهم علاقات جنسية في السابق كأصدقاء، وأن (92.1%) من المبحوثين لدى شريكهم اصدقاء من الغرباء الذين لا يعرفونهم، مما يقود إلى الغيرة والحسد بين المتحابين.

• دراسة STRANO (2008)، وعنوانها:

(USER DESCRIPTION AND INTERPRETATION OF SELF-PRESENTATION THROUGH FACEBOOK PROFILE IMAGES). وهدفت الدراسة إلى تفسير مفاده كيف يقدم مستخدمو الشبكات الاجتماعية أنفسهم على موقع الفيسبوك، لا سيما ما يتعلق بصورهم الشخصية (PROFILE IMAGES) من حيث الاسس المستخدمة في الاختيار، وفي تغيير الصورة الشخصية من وقت لآخر، وهل يتأثر هذا الاختيار بالنوع الاجتماعي والعمر؟. وذلك من خلال عينة مكونة من (427) مفردة تم الحصول عليها من خلال "عينة الكرة الثلجية".

وقد كشفت الدراسة أن المتزوجات من أفراد العينة المبحوثة غالبا ما يقمن بتغيير صورهن (PROFILE IMAGES)، لتأكيد رغباتهن في الصداقة والعلاقات الحميمة. كما كشفت الدراسة أن النساء المتزوجات والرجال على حد سواء، يرغبون في وضع الصور العائلية، التي تدل على العلاقات الحميمة بين أفراد الأسرة الواحدة، وأن تفسير معاني

تعاملهن مع شبكة الفيسبوك، وذلك من خلال إجراء مقابلات شخصية مع (15) فتاة سعودية ممن يستخدمن الفيسبوك، وتتراوح أعمارهن بين (19-24) سنة، يدرسن في جامعة خاصة بالعربية السعودية، علاوة على اطلاع الباحث على "حائط" ثلاث من المشاركات (بعد أخذ موافقتهم) في المقابلة، لمعرفة عدد الاصدقاء والمجموعات والروابط والاستطلاعات ونوعية الصور الموجودة على صفحات الفتيات المشاركات.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الفتيات السعوديات يستخدمن الفيسبوك بهدف الحفاظ على روابط الصداقة القائمة مع أقرانهن الجدد والقادمي، وللتعبير عن شعورهن تجاه مختلف القضايا المطروحة ومشاركة الآخرين أفكارهم من خلال تحديث محتوى سيرتهن الذاتية على الموقع، بالإضافة إلى الترفيه عن أنفسهن من خلال الإجابة عن أسئلة المسابقات واختبار المعلومات. كما توصلت الدراسة إلى أنه بالرغم من ان معلومات المشاركات في الدراسة متاحة لمستخدمي الفيسبوك جميعهم، فانهن قلقات جداً على خصوصيتهن، وحتى تتمكن المشاركات من الإدلاء بأرائهن حول الأحداث الجارية، فقد عمدن الى المشاركة في بعض المجموعات الحوارية على الشبكة. كما توصلت الدراسة أيضا الى انه بالرغم من ان بعض المشاركات اعترفن بفضل الفيسبوك يجعلهن يشعرن بالثقة أكثر، وبأنهن اصبحن أكثر اجتماعية، إلا أن تخوفهن من أن هذه الشبكة يمكن أن تؤثر في علاقتهن بأسرهن وتحصيلهن الدراسي.

• دراسة MUISE, CHRISTOFIDES AND DESMARAIS (2009)، وعنوانها:

(MORE INFORMATION THAN YOU EVER WANTED: DOES FACEBOOK BRING OUT THE GREEN-EYED MONSTER OF JEALOUSY?)

وهدفت الدراسة إلى الكشف عن دور شبكة الفيسبوك في إثارة الغيرة والحسد بين المتحابين، وفيما إذا كان التعرض الكثيف لهذه الشبكة قد يبنىء بعلاقات مبنية على الشك والغيرة بدلا من العلاقات الغرامية والعاطفية، وذلك من خلال إجراء مقابلات مع عينة مكونة من (308) من طلبة البكالوريوس

• دراسة (NO DATE) URISTA DONG AND DAY وعنوانها:

(EXPLAINING WHY YOUNG ADULTS USE MYSPACE AND FACEBOOK THROUGH USES AND GRATIFICATIONS THEORY). وهدفت الدراسة التعرف على العوامل التي تحفز الاشخاص على استعمال مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة بموقعي (ماي سبيس والفيسبوك)، بهدف تلبية رغباتهم وحاجاتهم، وذلك من خلال عينة مكونة من (50) طالبا من جامعة كاليفورنيا، اشتركوا في ست مجموعات بؤرية، للحصول على المعلومات المطلوبة للدراسة.

وقد كشفت الدراسة أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع حاجاتهم الشخصية ورغباتهم مع الآخرين، نظراً لكون هذه المواقع من أكثر الوسائل قدرة على توصيل المعلومات إلى الآخرين مهما كان عددهم، وبشكل لحظي. كما أفادت الدراسة ايضاً أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يسهم في تبني العلاقات مع الآخرين ورعايتها من خلال المضمون والخطابات التي تصاغ بشكل لحظي على الشبكة، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي تمكن المستخدمين من اختيار الاشخاص الذين يمكنهم الاطلاع أو عدم الاطلاع على محتويات الملف الشخصي للمستخدم. ويتضح من خلال مراجعة الباحث للدراسات السابقة ما يأتي:

- أن معظم هذه الدراسات ركزت على فئة الشباب من الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (17-24) سنة، ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، ولم تتعرض أي منها للفئات العمرية الأكبر من ذلك.
- أن معظم الدراسات قد ركزت على طلبة الجامعات سواء العربية أو الأجنبية من كلا الجنسين، ولم تتعرض إلى شرائح أخرى من المجتمع ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحاول هذه الدراسة التعرف استخدامات الأسرة الأردنية لموقع الفيسبوك والإشباع المتحققة منها، وذلك من خلال عينة من المتزوجات العاملات في جامعة اليرموك، بهدف الوصول إلى دوافع استخدام المتزوجات العاملات لموقع الفيسبوك والإشباع المتحققة منها.

هذه الصور وتأويلها وفهمها يختلف من مبحوث لآخر وفقاً للنوع الاجتماعي.

كما كشفت الدراسة أيضاً أن مستخدمي الفيسبوك من كبار السن من الجنسين لا يميلون إلى تغيير صورهم على الموقع، ويقومون بنشر صورهم (PROFILE IMAGES)، الشخصية منفردة على الفيسبوك.

• دراسة (2007) LENHART AND MADDEN، وعنوانها: (TEENS, PRIVACY AND ONLINE SOCIAL NETWORKS). وهدفت الدراسة تعرف طبيعة الحياة التي يعيشها جيل الشباب من الأمريكيين، وذلك من خلال استخدامهم للانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، وما الذي يتشاركون به ولا يتشاركون مع الآخرين عبر هذه الشبكات، وهل يؤدي الأهل دوراً في مراقبة الأبناء في أثناء تواجدهم على هذه الشبكات أم لا؟ وذلك من خلال التطبيق على عينة مكونة من (935) مفردة من المراهقين والمراهقات الأمريكيين، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (12-17 عاماً)، وأولياء أمورهم.

وقد توصلت الدراسة إلى أن (55%) من المراهقين الأمريكيين لديهم حساب على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن ما نسبته (66%) من هؤلاء لا يشاركون مستخدمي الشبكات الأخرى معلوماتهم على هذه الشبكات، وأن ما نسبته (46%) من أولئك الذين يسمحون لغيرهم بالاطلاع على معلوماتهم، ويزودونهم بمعلومات مظللة لحماية أنفسهم أولاً وللمزاح والعبث وعدم الجدية ثانياً. كما توصلت الدراسة ايضاً إلى أن غالبية المراهقين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لكي يبقوا على اتصال مع الاصدقاء أو تكوين صداقات جديدة، وأن (23%) من أفراد العينة شعروا بالخوف عندما تم التواصل معهم من قبل غرباء عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

كما توصلت الدراسة كذلك إلى أن الوالدين يقومون بمراقبة أبنائهم لمعرفة المواقع التي يتعرضون لها، وذلك من خلال بعض البرامج الخاصة بهذا الشأن أو من خلال وضع جهاز الكمبيوتر في مكان عام في المنزل ومراقبة الابناء بصورة مباشرة.

مشكلة الدراسة

لقد تغيرت البيئة الاتصالية للإنسان تغيراً جذرياً، وذلك منذ العقد الأخير من القرن الماضي وبداية القرن الحالي، وتمثل ذلك في استحداث وسائل جديدة كالإنترنت، وما نتج عنها مستحدثات كالمواقع الإلكترونية بأنواعها المتعددة ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وتطوير وسائل سابقة كالفضائيات، مما انعكس بشكل أو بآخر على الفرد في المجتمع، وطريقة تفاعله مع هذه الوسائل وفضاءاتها المختلفة.

ولما كان موقع التواصل الاجتماعي والمعروف بـ"الفيسبوك" قد استشرى استخدامه في المجتمعات كافة، وبين مختلف الطبقات والفئات التي تكون هذه المجتمعات، فإن مشكلة الدراسة تتحدد في قياس مدى استخدام المتزوجات العاملات في الأردن لشبكة الفيسبوك والإشباع المتحققة منه، لا سيما بعد ما حصل من ثورات واحتجاجات في بعض البلدان العربية.

أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة في محاولة إثراء الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال شبكات التواصل الاجتماعي، التي تعد قليلة إلى حد ما - لا سيما في المجتمعات العربية - نظراً لحدوث هذه الشبكات وتنوعها، كما تتبع أهمية هذه الدراسة أيضاً في تناولها بالدراسة والبحث لشريحة مهمة من شرائح المجتمع، وهي شريحة "المتزوجات العاملات" في المجتمع الأردني، وهي شريحة لا يمكن التغاضي عن دورها في المجتمع الأردني والمجتمعات العربية. لذا، فإنه يمكن القول إن هذه الدراسة تعد من الدراسات القليلة - إن لم تكن الأولى - التي تُجرى على المتزوجات العاملات في المجتمع الأردني.

من هنا، تأتي هذه الدراسة لتتناول بالبحث استخدامات الأسرة الأردنية موقع الفيسبوك، وما هي الدوافع من وراء هذا الاستخدام والإشباع التي تتحقق من خلاله، وذلك بالتطبيق على عينة من المتزوجات العاملات في جامعة اليرموك، نظراً لما لهذا الموقع من جماهيرية كبيرة بين فئات الشعب المختلفة.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة تعرف مدى استخدام المتزوجات العاملات في الأردن موقع الفيسبوك والإشباع التي تتحقق لهن من هذا الاستخدام، والدوافع من وراء هذا الاستخدام، سواء كانت دوافع منفعية أو طقوسية. كما تهدف الدراسة أيضاً إلى تعرف أفضل الأماكن والأوقات وعدد الساعات التي تتعامل فيها المبحوثات مع الفيسبوك، إضافة إلى نوعية الموضوعات التي يفضلنها والملفات التي يتبادلنها معاً، وفيما إذا كانت المبحوثات يراقبن أبناءهن في أثناء استخدامهم للفيسبوك أم لا؟

أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة الأسئلة الآتية:

- ما الأسباب التي تحول دون استخدام المبحوثات من عينة الدراسة لموقع الفيسبوك؟
- ما المكان الذي تستخدم في المبحوثات الفيسبوك؟
- ما أفضل الأوقات التي تتعامل فيها المبحوثات مع الفيسبوك؟
- ما عدد الساعات التي تقضيها المبحوثات مع موقع الفيسبوك؟
- ما نوعية الموضوعات التي تفضلها المبحوثات على الفيسبوك؟
- ماذا تتبادل المبحوثات مع الآخرين على الفيسبوك؟
- ما الطرق التي تستخدمها المبحوثات في التواصل مع الآخرين على الفيسبوك؟
- ما دوافع استخدام المبحوثات موقع الفيسبوك؟
- هل جهاز الكمبيوتر المربوط على شبكة الإنترنت في المنزل موجود في مكان عام أم خاص؟
- من أفراد الأسرة الآخرين يستخدمون الفيسبوك؟
- هل تراقب المبحوثات أبناءهن في أثناء استخدامهم للفيسبوك؟
- ما الإشباع المتحققة لدى المبحوثات من استخدامهن للفيسبوك؟
- ما الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة من المبحوثات؟

فروض الدراسة

- (الموسوي، 2004، ص30)، وهي:
- حاجات معرفية: مرتبطة بتدعيم المعرفة والمعلومات وفهم البيئة.
- حاجات وجدانية: تمثل الحاجة إلى الحب والصدقة والسعي وراء البهجة.
- حاجات شخصية: تهدف إلى تدعيم ثقة واستقرار، ومكانة الفرد.
- حاجات اجتماعية: هي التوحد الاجتماعي من أجل تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء.
- الهروب من الواقع: مرتبطة بالهروب وإطلاق التوتر والرغبة في التسلية.

تسعى هذه الدراسة إلى اختبار صحة الفروض الآتية: أولاً: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثات (الوظيفة، الحالة الاجتماعية، العمر، المستوى التعليمي، مستوى الدخل، وعدد أفراد الأسرة)، وبين استخدامهن موقع الفيسبوك.

ثانياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، مستوى الدخل، الفئة العمرية)، وبين نوع الإشباع المتحقق، والإشباع ككل بالنسبة للمبحوثات اللواتي يستخدمن موقع الفيسبوك.

نوعية الدراسة ومنهجها

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف تعرف الأوصاف الدقيقة للظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها من حيث طبيعتها وماهيتها ووصفها الحالي والعلاقات بينها وبين العوامل المختلفة المؤثرة فيها (WIMMER AND DOMINICK, 1991: 107).

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي (SOCIAL SURVEY)، إذ يعد هذا المنهج من أنسب المناهج العلمية ملائمة لهذه الدراسة، حيث يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها (استخدام الفيسبوك) في وضعها الراهن، وهو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الاعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي، حيث يسمح للباحث بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد، مثل السمات العامة والاجتماعية والنفسية، وكذلك أنماط السلوك الاتصالي، وتقديم قاعدة معرفية واحدة للبيانات الخاصة بهذا الجمهور، يمكن استخدامها في وصف تركيبته وبنائه، واختبار العديد من الفروض العلمية الخاصة بين هذه المتغيرات (عبدالحميد، 2004: 158-159).

مفاهيم الدراسة

الاستخدام: ويعني أن الأفراد يميلون إلى استخدام وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم (المدني، 2009، ص614)، وقد طوّر أليكس تان "ALEX TAN" قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الإنسان بالنسبة للرسائل الإعلامية

الإشباع:

يشير إشباع الوسيلة إلى مزيد من الاستجابات الفورية المرتبطة بالحاجة، ويمكن وصف تلك الإشباع كما يأتي (حسن، 2010، ص302-303):

- 1) إشباع المحتوى: هي التي تنتج من التعرض لمحتوى وسائل الاتصال وترتبط برسالة الاتصال، وتنقسم إلى:
 - أ. الإشباع التوجيهية: يقصد بها اكتساب الفرد لمعلومات جديدة أو مهارات عامة أو متخصصة، أو تأكيد الذات والتعلم من بعض المعلومات.
 - ب. إشباع اجتماعية: وهي التي تربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته الاجتماعية مثل التحدث مع الآخرين، والإحساس بالتميز، والقدرة على حل المشكلات.

2) إشباع العملية: هي التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة، وتنقسم إلى:

- أ. إشباع شبة توجيهية: وهي مكملة للإشباع التوجيهية، وتتمثل في الشعور بالراحة والاسترخاء والمتعة وتجدد النشاط.

- ب. إشباع شبة اجتماعية: وهي مكملة للإشباع الاجتماعية، مثل: استخدام وسائل الاتصال للتخلص من الإحساس بالعزلة والملل والضيق والتحرر العاطفي والتوحد مع الشخصيات التي تعكسها وسائل الإعلام.
- المتزوجات العاملات: يقصد بهن النساء جميعهن

البشرية، وقد جاء اختيار الباحث للمتزوجات العاملات في الجامعة، على اعتبار أنهم يمثلون الأسر الأردنية بما لديهم من بنين وبنات، بالإضافة إلى الأزواج، (عدا أولئك من الأرامل والمطلقات).

ويعد توزيع استمارة البحث على أفراد العينة المبحوثة، استرجع الباحث منها ما مجموعه (207) استمارات (58 هيئة تدريسية و149 إدارياً وفنياً)، وبعد تدقيقها تم استبعاد (7) استمارات منهن لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي (3 أعضاء هيئة تدريسية، و4 إداريين وفنيين)، ليصبح بذلك عدد الاستمارات الصالحة للتحليل (200) استمارة فقط، شكّلت ما نسبته (91.7%) من عينة الدراسة الكلية، وهي نسبة مقبولة لأغراض البحث العلمي، انظر الجدول (1).

اختبار الصدق والثبات

صدق الأداة:

للتحقق من دلالات الصدق، تم عرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المختصين في كلية الاعلام بجامعة اليرموك البالغ عددهم (3) محكمين⁽¹⁾، لإصدار حكمهم على مدى صلاحية الفقرات وسلامة صياغتها وملاءمتها لموضوع الدراسة، وتم استرجاع الاستبيانات من المحكمين، وإدخال التعديلات اللازمة عليها طبقاً لمقترحات هيئة المحكمين، وبناء على التعديلات، أصبحت الاستبانة تتكون من (21) فقرة .

ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة، تم التحقق بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (TEST-RETEST)، وذلك بتطبيق الاختبار وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين على مجموعة من خارج عينة

العاملات في الجامعات الأردنية المتزوجات، أو اللواتي سبق أن تزوجن وأصبحن مطلقات أو أرامل، ممن يعملن في الوظائف الأكاديمية أو الإدارية في الجامعة، حتى تاريخ إجراء الدراسة.

الجامعات الأردنية: يقصد بها الجامعات الأردنية الرسمية (الحكومية) كافة، دون الخاصة.

أسلوب جمع البيانات

قام الباحث بتصميم استمارة استقصاء (QUESTIONNAIRE)، تتضمن متغيرات الدراسة القابلة للقياس، وتكونت الاستمارة من جزأين: الأول يتعلق بأسئلة الحالة عن المبحوثة التي تتضمن الحالة الاجتماعية والوظيفة والفئة العمرية والمستوى التعليمي والدخل الشهري وعدد أفراد الأسرة، أما الجزء الثاني، فقد تكون من (14) سؤالاً مغلقاً تدور حول استخدامات المبحوثات للفيسبوك، ودوافع هذه الاستخدامات والإشباع المتحققة منها، والأماكن المفضلة للاستخدام وأوقاتها وعدد ساعاتها، ونوعية الموضوعات المفضلة لدى أفراد العينة على الفيسبوك، ومن يستخدم الفيسبوك من أفراد الأسرة، ودور الأسرة في مراقبة الأبناء في أثناء الاستخدام.

مجتمع الدراسة وعينتها

تكوّن مجتمع الدراسة من المتزوجات جميعهن العاملات في الجامعات الأردنية الرسمية (هيئة تدريسية وإداريين وفنيين)، وقد تم اختيار جامعة اليرموك ممثلة لهذه الجامعات نظراً لكونها من أكبر الجامعات الأردنية، وثاني أقدم جامعة رسمية في الأردن. وقد بلغ العدد الإجمالي للنساء العاملات في الجامعة (437) مفردة، توزعت على (125) مفردة من الهيئة التدريسية، و(312) مفردة من الإداريين والفنيين، وذلك اعتماداً على المذكرة الواردة من مدير دائرة الموارد البشرية في الجامعة.

أما عينة الدراسة، فقد اشتملت على (218) مفردة، منها (62) مفردة من الهيئة التدريسية، وبما نسبته (50%)، و(156) مفردة من الإداريين والفنيين، وبما نسبته (50%) أيضاً، حيث تم سحب العينة بطريقة عشوائية بسيطة اعتماداً على الجداول التي حصل عليها الباحث من دائرة الموارد

(1) تم تحكيم الاستبانة من الأساتذة في كلية الإعلام بجامعة اليرموك، الآتية اسماؤهم:

د. حاتم سليم العلوانة. (صحافة).

د. عادل محمد صادق. (صحافة).

د. محمود ومود السماسيري. (علاقات عامة).

الدراسة مكونة من (22) مفردة، شكّلت ما نسبته (10%) من إجمالي حجم العينة الأصلية، ومن ثم تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين تقديراتهم في المرتين على أداة الدراسة ككل، حيث تراوح بين (0.80-0.86).

جدول (1)
عينة الدراسة

التكرار والنسب		البدائل	المتغيرات
%	ك		
27.5	55	هيئة تدريسية	الوظيفة
64.5	129	إداري	
8.0	16	فني	
100	200	المجموع	
92.5	185	متزوجة	الحالة الاجتماعية
5.5	11	مطلقة	
2.0	4	أرملة	
100	200	المجموع	
2.0	4	أقل من 25 سنة	الفئة العمرية
40.5	81	25-35	
43.5	87	36-45 سنة	
13.0	26	46-55 سنة	
1.0	2	55 سنة فأكثر	
100	200	المجموع	
5.0	10	ثانوي فما دون	المستوى التعليمي
39.0	78	دبلوم متوسط	
26.5	53	بكالوريوس	
13.0	26	ماجستير	
16.5	33	دكتوراه	
100	200	المجموع	
20.0	40	أقل من 500 دينار	حجم الدخل الشهري للأسرة
60.5	121	501-1000 دينار	
12.0	24	1001-1500 دينار	
4.0	8	1501-2000 دينار	
3.5	7	2000 دينار فأكثر	
100	200	المجموع	
38.0	76	أقل من 4 أفراد	عدد أفراد الأسرة الأب الأم والأبناء
54.0	108	4-6 أفراد	
8.0	16	سبعة أفراد فأكثر	
100	200	المجموع	

كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات والأداة ككل، وعدت هذه القيم ملائمة لغايات هذه الدراسة.

وتم أيضاً حساب معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا، إذ تراوح بين (0.71-0.77)، والجدول (2) يبين معامل الاتساق الداخلي وفق معادلة

جدول (2)

معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمحاور والدرجة الكلية

الرقم	المحور	ثبات الإعادة	الاتساق الداخلي
1	إشباعات مراقبة البيئة	0.83	0.71
2	إشباعات المشاركة في الرأي مع الآخرين	0.86	0.76
3	إشباعات التفاعل الاجتماعي	0.82	0.77
4	إشباعات التسلية	0.80	0.74
	الدرجة الكلية	0.83	0.88

الفيديو، تشير بيانات الجدول (3)، إلى أن ما نسبته (65.5%) من أفراد العينة المبحوثة لديهم حساب على موقع الفيسبوك، أما اللاتي لا يوجد لديهن حساب على الموقع، فبلغت نسبتهن (34.5%).

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن حوالي ثلثين من أفراد العينة المبحوثة من المبحوثات العاملات في الجامعة يستخدمن موقع الفيسبوك.

ويتضح من الجدول (4) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (الوظيفة والحالة الاجتماعية والفئة العمرية والمستوى التعليمي وحجم الدخل)، استخدام الفيسبوك، حيث لم تكن قيمة (كا) دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $A = 0.05$ ، بينما كانت هناك دلالة إحصائية بين عدد أفراد الأسرة واستخدام الفيسبوك، حيث كانت قيمة (كا) 12.644، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $A = 0.05$. وكانت الأسرة المكونة من (4-6) أفراد هي الأكثر استخداماً للفيسبوك بتكرار (75)، تلاها الأسرة المكونة من أقل من أربعة أفراد بتكرار (52.1) وأخيراً الأسرة المكونة من سبعة أفراد فأكثر بتكرار (4) تكرارات.

من هنا، ثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثات (الوظيفة، الحالة الاجتماعية، العمر، المستوى التعليمي، مستوى الدخل، وعدد أفراد الأسرة)، واستخداماتهن لموقع

الأساليب الإحصائية المستخدمة

قام الباحث بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة باستخدام برنامج (SPSS+)، حيث استخدم المقاييس الإحصائية الآتية:

- (ألفا كرونباخ) لقياس الثبات.
- (كا²) لقياس وجود علاقة إحصائية بين متغيرين.
- اختبار (T) لقياس الفروق الإحصائية بين متوسطين، (حساب قيمة T).
- تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA) لقياس الفروق الإحصائية بين أكثر من متوسطين، (حساب قيمة F).

جدول (3)

يوضح وجود حساب للمبحوثات على موقع الفيسبوك؟

البدائل	التكرارات والنسب	
	ك	%
نعم	131	65.5
لا	69	34.5
المجموع	200	100

تحليل النتائج ومناقشتها

وحول وجود حساب للمبحوثات على موقع شبكة

الفيسيوك، إلا على متغير واحد هو عدد أفراد الأسرة.

جدول (4)

يوضح العلاقة بين استخدام الفيسيوك والسمات الديموغرافية للمبحوثات

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة χ^2	لا تستخدم		تستخدم		الاستخدام والمعامل الاحصائي	
			%	ك	%	ك	السمات الديموغرافية	
0.893	2	0.226	10	20	17.5	35	عضو هيئة تدريس	الوظيفة
			21.5	43	43	86	إداري	
			3	6	5	10	فني	
-	-	-	34.5	69	65.5	131	المجموع	
0.276	2	2.572	30.5	61	62	124	متزوجة	الحالة الاجتماعية
			3	6	2.5	5	مطلقة	
			1	2	1	2	أرملة	
-	-	-	34.5	69	65.5	131	المجموع	
0.098	4	7.836	1	2	1	2	أقل من 25 سنة	الفئة العمرية
			9.5	19	30	62	25-35 سنة	
			17.5	35	26	52	36-45 سنة	
			6	12	7	14	46-55 سنة	
			5	1	5	1	55 سنة فأكثر	
-	-	-	34.5	69	65.5	131	المجموع	
0.647	4	2.485	2.5	5	2.5	5	ثانوي فما دون	المستوى التعليمي
			12.5	25	26.5	53	دبلوم متوسط/ كلية مجتمع	
			8.5	17	18	36	بكالوريوس	
			4	8	9	18	ماجستير	
			7	14	9.5	19	دكتوراه	
-	-	-	34.5	69	65.5	131	المجموع	
0.132	4	7.068	6.5	13	13.5	27	أقل من 500 دينار	حجم الدخل الشهري
			18.5	37	42	84	501-1000	
			7	14	5	10	1001-1500	
			1.5	3	2.5	5	1501-2000	
			1	2	2.5	5	2000 دينار فأكثر	
-	-	-	34.5	69	65.5	131	المجموع	
0.002	2	12.644	12	24	26	52	أقل من أربعة أفراد	عدد أفراد الأسرة
			16.5	33	37.5	75	4-6 أفراد	
			6	12	2	4	سبعة أفراد فأكثر	
-	-	-	34.5	69	65.5	131	المجموع	

التي تحول دون استخدامه، وذلك على الرغم من معرفة المبحوثات الكاملة بهذا الموقع الاجتماعي، حيث لم تجب أي من المبحوثات اللواتي لا يستخدمن هذا الموقع بأن السبب في عدم الاستخدام هو عدم سماعهن بهذا الموقع من قبل، مما يدل على شهرة هذا الموقع وانتشاره.

وحول المكان الذي تستخدم منه المبحوثات موقع الفيسبوك، تشير بيانات الجدول (6)، إلى أن "المنزل" جاء في المرتبة الأولى وبما نسبته (46.9%)، وجاء مكان العمل في المرتبة الثانية، وبما نسبته (37.2%)، وجاء "التلفون المحمول" في المرتبة الثالثة وبما نسبته (8.7%)، أما المرتبة الرابعة، فقد احتلها خيار "عند الاصدقاء" وبما نسبته (4.8%)، وجاءت "قاعات الإنترنت في الجامعة" في المرتبة الأخيرة، وبما نسبته (2.4%) من إجابات المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك.

جدول (6) *

يوضح المكان الذي تستخدم منه المبحوثات موقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		البدائل
ك	%	
97	46.9	المنزل
5	2.4	قاعات الانترنت في الجامعة
10	4.8	عند الأصدقاء
77	37.2	مكان العمل
18	8.7	من خلال التلفون المحمول
-	-	أخرى
207	100	المجموع

* يمكن اختيار أكثر من بديل.

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن (المنزل ومكان العمل)، هما المكانان اللذان تستخدمهما المبحوثات في الدخول إلى موقع الفيسبوك، وبما نسبته (84.1%) من مجموع الاجابات، وربما يعود السبب في ذلك إلى طول ساعات الدوام الرسمي، خصوصاً لدى أعضاء الهيئة الإدارية (الإداريين والفنيين) اللواتي يداومن في الجامعة من الثامنة صباحاً وحتى

وعن الأسباب التي تحول دون استخدام المبحوثات لموقع الفيسبوك، تشير بيانات الجدول (5)، إلى أن عدم توافر الوقت الكافي عند المبحوثة جاء في المرتبة الأولى، وبما نسبته (35.7%) من إجابات المبحوثات، وجاء السبب القائل إن استخدام الفيسبوك يعد مضيعة للوقت في المرتبة الثانية، وبما نسبته (27.8%)، أما السبب حول توافر وسائل بديلة، فقد جاء في المرتبة الثالثة وبما نسبته (16.7%)، أما السبب الذي يعزى إلى عدم استخدام المبحوثات موقع الفيسبوك لأسباب تقنية، فقد جاء في المرتبة الرابعة، وبما نسبته (9.5%)، أما القول إن موقع الفيسبوك يحتوي على أمور لا أخلاقية، فقد جاء في المرتبة الخامسة، وبما نسبته (7.8%)، وجاءت فئة أخرى في المرتبة السادسة وبما نسبته (1.6%)، علماً بأن هذه الفئة اشتملت على سبب يقول إن الفيسبوك يقوم بنشر أسرار العائلة، وبما مجموعه تكرر.

جدول (5) *

الأسباب التي تحول دون استخدام المبحوثات

لموقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		الأسباب
ك	%	
-	-	لم أسمع بهذا الموقع من قبل
11	8.7	لاعتقادي أن هذا الموقع يحتوي على أمور لا أخلاقية
33	27.8	استخدام الفيسبوك مضيعة للوقت
42	35.7	ليس لدي الوقت الكافي
12	9.5	لأسباب تقنية (لا أعرف كيفية الدخول إليه)
21	16.7	توافر وسائل أخرى بديلة
2	1.6	أخرى
121	100	المجموع

* يمكن اختيار أكثر من إجابة

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتبين أن "عدم توافر الوقت الكافي" عند المبحوثات لاستخدام موقع الفيسبوك، وأن استخدامه "يعد مضيعة للوقت"، يعدان من الأسباب الجوهرية

والآ فإنهن يفتن فترة انتهاء دوامهن في الجامعة مساءً للدخول إلى الفيسبوك في المنزل.

وفيما يتعلق بعدد الساعات التي تقضيها المبحوثات مع موقع الفيسبوك يومياً، تشير بيانات الجدول (8) إلى أن من يستخدمن الفيسبوك بمعدل منخفض (أقل من ساعة ونصف يومياً) جئن في المرتبة الأولى، وبما نسبته (62.6%)، في حين جئن من يستخدمن الفيسبوك بمعدل متوسط (من ساعة ونصف إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً) في المرتبة الثانية وبما نسبته (29%)، وجئن من يستخدمن الفيسبوك بمعدل مرتفع (أكثر من ثلاث ساعات) في المرتبة الأخيرة وبما نسبته (8.4%) من إجابات المبحوثات اللواتي يستخدمن هذا الموقع.

جدول (8)

يوضح معدل الساعات التي تقضيها المبحوثات مع موقع الفيسبوك يومياً

التكرارات والنسب		البدايل
ك	%	
82	62.6	أقل من ساعة ونصف (معدل منخفض)
38	29.0	من ساعة ونصف - أقل من ثلاث ساعات (معدل متوسط)
11	8.4	أكثر من ثلاث ساعات (معدل مرتفع)
131	100	المجموع

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن أغلب المتزوجات العاملات في الجامعة، يستخدمن موقع الفيسبوك بمعدل منخفض (أقل من ساعة ونصف)، وتتفق هذه النتيجة -إلى حد ما- مع ما توصلت إليه دراسة المصري (2011)، التي أفادت بأن حوالي (52%) من الطلبة الفلسطينيين يستخدمون الفيسبوك مدة تصل إلى ساعتين يومياً، وربما يعزى الاستخدام المنخفض من قبل المبحوثات إلى طول ساعات الدوام الرسمي، و ما يترتب على المرأة العاملة في معظم الأحيان من واجبات منزلية ومسؤوليات اجتماعية، مما يحول دون قضائها وقتاً أطول مع موقع الفيسبوك.

وحول نوعية المقاطع التي تفضلها المبحوثات على موقع الفيسبوك، تشير بيانات الجدول (9) إلى أن المقاطع الاخبارية

الرابعة عسراً من غير انقطاع، ولذلك فإن هذه الفئة لا تجد الوقت الكافي لاستخدام الفيسبوك في أماكن أخرى. من هنا، فإنها تلجأ إلى مكان العمل (لا سيما أن الجامعة تزود معظم مستخدميها بأجهزة حاسوب مربوطة بالإنترنت على مدار ساعات العمل)، أو إلى المنزل بعد عودتها من دوامها الطويل في الجامعة.

وبخصوص أفضل الأوقات التي تتعامل فيها المبحوثات مع موقع الفيسبوك، تشير بيانات الجدول (7) إلى أن البديل الذي يقول بعدم وجود وقت مفضل لاستخدام الفيسبوك جاء في المرتبة الأولى وبما نسبته (36.7%)، أما المرتبة الثانية، فقد احتلتها "الفترة المسائية"، وبما نسبته (29%)، وجاءت "الفترة الصباحية" في المرتبة الثالثة، وبما نسبته (18.3%)، في حين جاءت "فترة السهرة" في المرتبة الرابعة وبما نسبته (9.9%)، وجاءت "فترة الظهيرة" في المرتبة الأخيرة وبما نسبته (6.1%) من إجابات المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك.

جدول (7)

أفضل الأوقات التي تتعامل فيها المبحوثات مع موقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		البدايل
ك	%	
24	18.3	الفترة الصباحية
8	6.1	فترة الظهيرة
38	29.0	الفترة المسائية
13	9.9	فترة السهرة
48	36.7	لا يوجد وقت محدد
131	100	المجموع

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن حوالي ثلثي العاملات اللواتي يستخدمن الفيسبوك وبما نسبته (65.7%)، لا يوجد لديهن وقت محدد مفضل لاستخدام الفيسبوك في الدرجة الأولى، ويفضلن الفترة المسائية في الدرجة الثانية، وربما يعزى ذلك إلى أن العاملات في الجامعة وخصوصاً الإداريات والفنيات يفتن عدم تكليفهن بعمل رسمي في بعض الأوقات في أثناء الدوام الرسمي، بالدخول إلى حسابهن على الفيسبوك،

وحول ماذا تتبادل المبحوثة مع الآخرين على موقع الفيسبوك، تشير بيانات الجدول (10) إلى أن "الأفكار" جاءت في المرتبة الأولى، وبما نسبته (29%)، في حين جاءت "الصور" في المرتبة الثانية، وبما نسبته (24.3%)، وجاءت المعلومات الشخصية في المرتبة الثالثة، وبما نسبته (17.8%)، وجاءت الفيديوهات في المرتبة الرابعة، وبما نسبته (15.4%)، وجاءت العواطف والمشاعر في المرتبة الخامسة، وبما نسبته (8.1%)، وجاءت فئة "أخرى" التي اشتملت على (الألعاب والأدعية والمعلومات الثقافية والخواطر) في المرتبة الأخيرة، وبما نسبته (5.4%) من إجابات المبحوثات اللواتي يستخدمن موقع الفيسبوك.

جدول (10) *

يوضح الموضوعات التي تتفاعل بها المبحوثات مع الآخرين على موقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		البدائل
ك	%	
46	17.8	المعلومات الشخصية
75	29.0	الأفكار
63	24.3	الصور
21	8.1	العواطف والمشاعر
40	15.4	الفيديوهات
14	5.4	أخرى
259	100	المجموع

* يمكن اختيار أكثر من بديل.

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن (الأفكار والصور والمعلومات الشخصية) هي من أكثر الموضوعات التي تتبادلها المبحوثات مع الآخرين، وبما نسبته (71.1%) من إجابات المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك. وربما يعود ذلك إلى سهولة تبادل هذه الموضوعات من جهة، وصعوبة تبادل الفيديوهات من جهة أخرى، علاوة على طبيعة المجتمع الأردني المحافظ، الذي تحول عاداته وقيمه من غير تبادل العواطف والمشاعر مع الآخرين.

المهمة والنادرة، جاءت في المرتبة الأولى من حيث التفضيل وبما نسبته (24.2%) من مجموع إجابات المبحوثات اللواتي يستخدمن هذا الموقع الاجتماعي، وجاءت المقاطع الدينية في المرتبة الثانية، وبما نسبته (21.7%)، أما المقاطع الفكاهية والترفيهية، فقد جاءت في المرتبة الثالثة، وبما نسبته (19.9%)، وجاءت مقاطع الفيديوهات الشخصية في المرتبة الرابعة وبما نسبته (12.2%)، أما المقاطع السياسية، والمقاطع الفنية المأخوذة من المسرحيات والأفلام والأغاني، وفئة أخرى، والمقاطع الرياضية، فقد احتلت المراتب الخامسة والسادسة والسابعة والثامنة على التوالي، وينسب تراوحت ما بين (7.4% - 1.7%).

جدول (9) *

نوعية المقاطع التي تفضلها المبحوثات على موقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		البدائل
ك	%	
69	24.2	مقاطع إخبارية مهمة ونادرة
35	12.2	مقاطع الفيديوهات الشخصية
20	7.0	مقاطع فنية مأخوذة من المسرحيات والأفلام والأغاني
5	1.7	مقاطع رياضية
21	7.4	مقاطع سياسية
62	21.7	مقاطع دينية
57	19.9	مقاطع فكاهية وترفيهية
17	5.9	أخرى
286	100	المجموع

* يمكن اختيار أكثر من بديل.

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن المقاطع الإخبارية الهامة والنادرة والمقاطع الدينية جاءت مفضلة عند المبحوثات بدرجة كبيرة، وبما مجموعه (45.9%) من مجموع إجابات المبحوثات، وربما يعزى ذلك إلى طبيعة المجتمع الأردني المحافظ والجاد، والذي يستمد جديته من تراثه العربي المسلم.

* يمكن اختيار أكثر من بديل.

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن (الكتابة على الحائط، والدرشة، والرسائل العادية) احتلت المراتب الثلاث الأولى، وبما مجموعه (51.4%) من إجابات المبحوثات كأفضل الطرق في تواصلهن مع الآخرين على موقع الفيسبوك، وربما يعود ذلك إلى سهولة هذه الطرق وعدم الحاجة إلى تحميل (UPLOAD) أو تنزيل (DOWNLOAD) أية مواد على الموقع، وما يتبع ذلك من استخدام للوصلات والكاميرات والهواتف المحمولة وغيرها من المعدات في أحيان كثيرة. أما السبب في قلة استخدام المبحوثات للفيديو والصور، فرمما يعود إلى أن تحميل الفيديو والصور يستغرق وقتاً أطول، ويتطلب خط إنترنت أسرع، وهذا ما لا يتوافر ربما لكثير من المبحوثات.

وحول دوافع استخدام موقع الفيسبوك لدى المبحوثات، تشير بيانات الجدول (12) أن دافع "الرغبة في البقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى" جاء في المرتبة الأولى، وبما نسبته (18.4%) من إجابات المبحوثات اللواتي يستخدمن موقع الفيسبوك، في حين جاء دافع "الاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ" في المرتبة الثانية، وبما نسبته (14%)، وجاء دافع "زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية" في المرتبة الثالثة، وبما نسبته (13.3%)، وجاء دافع "البحث ومعرفة مواقع الاصدقاء القدامى" في المرتبة الرابعة وبما نسبته (11.4%)، وجاء دافع "تقوية الصداقات الحقيقية أكثر من تكوين صداقات جديدة" في المرتبة الخامسة، وبما نسبته (9.5%)، وجاء دافع "البحث عن قواعد للمناقشة والتفاعل الاجتماعي" في المرتبة السادسة، وبما نسبته (8.7%)، وجاء دافع "الفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد مختلف عما سواه" في المرتبة السابعة، وبما نسبته (5.6%).

أما دوافع (الاعلان عن فعاليات اجتماعية، وعمل صداقات جديدة والبقاء على اتصال معها، والوصول للمواد غير المتاحة ومشاهدتها أو تصفحها، ولغايات أكاديمية، وفتة أخرى، وتحقيق مكانة ما في المجتمع، والهروب والاستغراق في الخيال، والوصول على الشعور بالأمان)، فقد احتلت المراتب الثامنة وحتى الخامسة عشرة على التوالي، وينسب

وعن الطرق التي تستخدمها المبحوثات في التواصل مع الآخرين عبر الفيسبوك، تشير بيانات الجدول (11) إلى أن الكتابة على الحائط (WRITING ON A FRIENDS' WALL) جاءت في المرتبة الأولى وبما نسبته (20.6%) من إجابات المبحوثات اللواتي يستخدمن موقع الفيسبوك، وجاءت الدرشة (ONLINE CHATTING) في المرتبة الثانية وبما نسبته (16%)، في حين جاءت الرسائل العادية (OFFLINE MESSAGES) في المرتبة الثالثة، وبما نسبته (14.8%)، وجاء التعليق على مشاركات الآخرين في المرتبة الرابعة، وبما نسبته (13%)، وجاءت الصور في المرتبة الخامسة وبما نسبته (12.5%)، وجاءت المناقشات الجماعية والفيديو في المرتبة السادسة، وبنسبة (7.1%) لكل منهما، واحتلت الروابط (LINKS) المرتبة الثامنة، وبما نسبته (5.4%)، وجاءت المحادثات بالصوت والصورة في المرتبة الأخيرة، وبما نسبته (3.4%).

جدول (11)*

يوضح الطرق التي تستخدمها المبحوثات في التواصل مع الآخرين على موقع الفيسبوك

البدائل	التكرارات والنسب	
	ك	%
الصور	51	12.5
الرسائل العادية offline messages	60	14.8
الكتابة على الحائط writing on a friends' wall	84	20.6
التعليق على مشاركات الآخرين	53	13
الدرشة online chat	65	16.0
مناقشات جماعية	29	7.1
محادثات بالصوت والصورة	14	3.4
الروابط lines	22	5.4
الفيديو	29	7.1
أخرى	-	-
المجموع	407	100

تراوحت بين (4.4% - 0.2%) من إجابات المبحوثات اللواتي يستخدمن موقع الفيسبوك.

جدول (12)*
يوضح دوافع استخدام المبحوثات لموقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		الدوافع	الدوائر
%	ك		
13.3	55	زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية	الدوائر المحلية والدولية
5.6	23	الفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد مختلف عما سواه	
4.1	17	الوصول للمواد غير المتاحة ومشاهدتها أو تصفحها	
8.7	36	البحث عن قواعد للمناقشة والتفاعل الاجتماعي	
0.2	1	الحصول على الشعور بالأمان	
4.4	18	الإعلان عن فعاليات اجتماعية	
2.9	12	لغايات أكاديمية	
11.4	47	للبحث ومعرفة مواقع الاصدقاء القدامى (to locate old friends)	
1.2	5	تحقيق مكانة ما في المجتمع	الدوائر المحلية والدولية
0.2	1	الهروب والاستغراق في الخيال	
18.4	76	لأبقى على اتصال مع الأصدقاء القدامى	
4.4	18	لعمل صداقات جديدة والبقاء على اتصال معها	
14.0	58	الاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ	
9.5	39	تقوية الصداقات الحقيقية (offline) أكثر من تكوين صداقات جديدة	
1.7	7	أخرى	
100	413	المجموع	

* يمكن اختيار أكثر من بديل.

المرتببة الثانية وبما نسبته (33.4%)؛ بمعنى أن الدوافع الطقوسية دفعت الأسر الأردنية لاستخدام الفيسبوك أكثر من الدوافع المنفعية. وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة AL-SAGGAF (2011)، التي أفادت بأن دوافع الفتيات السعوديات من استخدامهن الفيسبوك تمثلت في الحفاظ على روابط الصداقة مع أقرانهن القدامى والجدد، ومشاركة الآخرين، أفكارهم، والتسلية والترفيه، وتتفق أيضاً مع دراسة LENHART AND MADDEN (2007) التي أفادت بأن غالبية المراهقين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لكي يبقوا على اتصال مع الأصدقاء أو تكوين صداقات جديدة،

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن دوافع "البقاء على اتصال مع الاصدقاء القدامى، والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية، ومعرفة مواقع الاصدقاء القدامى، وتقوية الصداقات الحقيقية، والبحث عن قواعد للمناقشة والتفاعل الاجتماعي" شكلت ما يمكن أن يسمى بالدوافع الملحة لدى المبحوثات، وبما مجموعه (75.3%)، من الإجابات، علماً بأن هذه الدوافع تعدّ خليطاً من الدوافع الطقوسية والمنفعية، مع تفوق الدوافع الطقوسية التي جاءت في المرتبة الأولى وبما نسبته (41.9%) على الدوافع المنفعية والتي جاءت في

وبالنظر إلى هذه النتائج، آخذين في الاعتبار أن هناك (23) مفردة من المبحوثات لا يوجد لديهن أطفال بعد، أو أن أطفالهن ما زالوا صغار السن ولا يعرفون أو يعون ما هو الفيسبوك (وهذا واضح من إجابات المبحوثات في الجدول 16)، فإنه يمكن القول إن أغلبية المبحوثات يضعن جهاز الحاسوب المربوط بالإنترنت في مكان عام أو تحت بصرهن، وذلك حرصاً منهن على متابعة من يستخدم هذا الموقع من أفراد العائلة الآخرين، وإن هذا الاستخدام لا بد من أن يكون في الاتجاه الصحيح، وذلك نظراً لطبيعة المجتمع الأردني بوصفه مجتمعاً عربياً مسلماً محافظاً.

وفيما يتعلق بأفراد الأسرة الآخرين الذين يستخدمون موقع الفيسبوك في البيت، تشير بيانات الجدول (14) إلى أن "الزوج" جاء في المرتبة الأولى وبما نسبته (32.7%)، في حين جاء "الأبناء الإناث" كلهم في المرتبة الثانية، وبما نسبته (21.1%)، وجاء كل الأبناء الذكور في المرتبة الثالثة، وبما نسبته (16.1%)، وجاءت فئة "أخرى" التي اشتملت على عبارة "لا أحد غيري" مكررة (13 مرة)، في المرتبة الرابعة، وبنسبة مقدارها (11.1%)، أما المرتبة الخامسة، فقد احتلتها فئة "بعض الأبناء الإناث" وبنسبة مقدارها (10.5%)، وجاءت فئة "بعض الأبناء الذكور" في المرتبة الأخيرة، وبما نسبته (8.5%)، من مجموع إجابات المبحوثات.

جدول (14)*

أفراد الأسرة الذين يستخدمون موقع الفيسبوك في البيت

التكرارات والنسب		البدائل
ك	%	
65	32.7	الزوج
32	16.1	الأبناء الذكور كلهم
17	8.5	بعض الأبناء الذكور
42	21.1	الأبناء الإناث كلهم
21	10.5	بعض الأبناء الإناث
22	11.1	أخرى
199	100	المجموع

* يمكن للمبحوثة اختيار أكثر من بديل.

وتتفق كذلك مع ما توصلت إليه دراسة خضر (2009)، التي أفادت أن دوافع التسلية والترفيه جاءت على رأس دوافع استخدام طلاب الجامعات المصرية لموقع الفيسبوك، كما حلّ دافع خلق صداقات جديدة، ودوافع التواصل مع الآخرين، وتطوير علاقات اجتماعية معهم في المرتبتين الثانية والثالثة لدى هؤلاء الطلبة.

ويمكن أن يُعزى ذلك إلى التركيز على الدوافع الطقوسية المتعلقة بالصداقات والبحث عنها وتكوينها وتقويتها إلى طبيعة المجتمع الأردني بوصفه مجتمعاً عربياً مسلماً قائماً على الحميمية بين أفرادهِ وفتاته المختلفة.

وعن مكان وجود جهاز الحاسوب المربوط على الإنترنت في البيت، تشير بيانات الجدول (13) إلى أن من أجبن أن هذا الجهاز موجود في مكان عام (غرفة الجلوس) جئن في المرتبة الأولى وبما نسبته (51.1%)، أما من أجبن بوجود الجهاز في أماكن متفرقة (نظراً لوجود أكثر من جهاز في البيت)، فقد جئن في المرتبة الثانية، وبما نسبته (24.4%)، أما من أجبن بوجود الجهاز في مكان خاص (غرفة النوم)، فقد جئن في المرتبة الثالثة وبما نسبته (19.1%)، وجئن من لا يوجد لديهن اشتراك منزلي في الإنترنت في المرتبة الأخيرة، وبما نسبته (5.4%) من إجابات المبحوثات اللواتي لهن حساب شخصي على الفيسبوك.

جدول (13)

يوضح أماكن وجود أجهزة الكمبيوتر المربوطة على

الإنترنت في المنزل

التكرارات والنسب		البدائل
ك	%	
67	51.1	مكان عام (غرفة الجلوس)
25	19.1	مكان خاص (غرفة النوم)
32	24.4	أماكن متفرقة (نظراً لوجود أكثر من جهاز في البيت)
7	5.4	لا يوجد إنترنت في البيت (لعدم الاشتراك)
131	100	المجموع

بخطورة ما ينشر على هذا الموقع، واعتقادهم في أنه يحتوي على أمور لا أخلاقية، وهذا ما جاء في الجدول (3)، حول الأسباب التي تحول دون استخدام المبحوثات موقع الفيسبوك.

أما ما يتعلق بمراقبة المبحوثة لأبنائها في أثناء استخدامهم لموقع الفيسبوك، فإن بيانات الجدول رقم (16) تشير إلى أن من لا يراقبن أبناءهن جئن في المرتبة الأولى وبما نسبته (35.9%)، وأن من يراقبنهن بشكل دائم، جئن في المرتبة الثانية، وبما نسبته (29.8%)، أما من أجبن بأبنهن يراقبن أبناءهن أحياناً، فقد جئن في المرتبة الثالثة، وبنسبة مقدارها (26.7%)، وأما اللاتي يراقبن أبناءهن بشكل نادر، فقد جئن في المرتبة الأخيرة، وبنسبة مقدارها (7.6%).

ومن الجدير بالذكر أن من أجبن بأبنهن لا يراقبن أبناءهن في أثناء استخدامهم موقع الفيسبوك، علن ذلك إلى أسباب، منها: عدم وجود أطفال لديهن وبما مقداره (17) تكراراً، ولأن أطفالهن ما زالو صغاراً، وبما مقداره (6) تكرارات، وعدم وجود اشتراك منزلي في الانترنت، وبما مقداره (7) تكرارات، وإذا ما أخذنا في الاعتبار ما جاء في الجدول (14) من أن الزوج وحده أحياناً يستخدم الفيسبوك، فإن نسبة من لا تراقبن أطفالهن من المبحوثات ستصبح قليلة جداً وربما تأتي في المرتبة الأخيرة وليست الأولى.

جدول (16)

يوضح معدل مراقبة المبحوثة أبناءها أثناء استخدامهم لموقع الفيسبوك؟

التكرارات والنسب		البدائل
ك	%	
39	29.8	دائماً
35	26.7	أحياناً
10	7.6	نادراً
47	35.9	لا أراقبهم
131	100	المجموع

وبالنظر الى هذه النتائج، يتضح أن غالبية أفراد العينة ممن يستخدمن موقع الفيسبوك يراقبن أبناءهن بنسبة كبيرة،

وبالنظر إلى هذه النتائج، يمكن القول إن أفراد الأسرة جميعهم، يستخدمون موقع الفيسبوك، وينسب مختلفة أعلاها الزوج، وإن الإناث من الأبناء يتفوقن على الأبناء الذكور وبما نسبته (31.6% - 24.6%) في استخدامهم موقع الفيسبوك في المنزل، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة MUISE ET AL. (2009)، التي أفادت بأن نسبة تعرض الفتيات لموقع الفيسبوك تفوق نسبة تعرض الذكور لهذا الموقع، ويمكن أن يعزى تفوق الإناث في هذه الدراسة إلى أن تواجدهن في المنزل يفوق تواجد الأبناء الذكور، ولذلك يحاولن ملء الفراغ بالدخول إلى حساباتهن الشخصية على موقع الفيسبوك.

وبخصوص تأييد المبحوثات لوجود رقابة على مستخدمي موقع الفيسبوك من أفراد الأسرة في المنزل، تشير بيانات الجدول (15) إلى أن من يؤيدون بشدة وجود الرقابة جئن في المرتبة الأولى، وبما نسبته (60.3%)، أما فئة "يؤيدن" وجود الرقابة، فقد جئن في المرتبة الثانية وبما نسبته (31.5%)، أما اللاتي "لا يؤيدن" الرقابة "لا يؤيدنها بشدة" "لا رأي لهن"، فقد جئن في المراتب الثالثة والرابعة والخامسة على التوالي وينسب تراوحت بين (3.8% - 3.3%).

جدول (15)

يوضح رأي المبحوثات في ضرورة وجود رقابة على مستخدمي موقع الفيسبوك من أسرته

التكرارات والنسب		البدائل
ك	%	
79	60.3	مؤيدة بشدة
41	31.3	مؤيدة
5	3.8	غير مؤيدة
3	2.3	غير مؤيدة بشدة
3	2.3	لا رأي لي
131	100	المجموع

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن الأغلبية العظمى من المبحوثات وبما نسبتهن (91.6%) من اللاتي يستخدمن موقع الفيسبوك يؤيدن وجدد الرقابة على مستخدمي هذا الموقع من أفراد الأسرة في البيت، وربما يعزى ذلك إلى شعور المبحوثات

بمتوسط حسابي قيمته (2.47)، أما قيمة المتوسطات الحسابية لإشباعات المشاركة في الرأي مع الآخرين مجتمعة، فقد بلغت (2.72)، على المقياس الرباعي، وهي قيمة مرتفعة نوعاً ما، وهو ما يدل على أهمية موقع الفيسبوك في تزويد الجمهور بالثقة بالنفس والحرية في إبداء الآراء وتقبل آراء الآخرين.

- إشباعات التفاعل الاجتماعي

جاءت في مقدمة هذه الإشباعات عبارة "سهل لي التواصل مع الاهد والاصدقاء" وبمتوسط حسابي مقداره (3.37)، تلتها عبارة "جعلني أعيد الاتصال بالاصدقاء القدامى الذين فقدت الاتصال بهم" وبمتوسط حسابي مقداره (3.33)، تلتها عبارة "جعلني على اتصال بأفراد عائلتي التي أنتمي إليها" وبمتوسط حسابي مقداره (3.19)، وأخيراً جاءت عبارة "جعلني اجتماعية أكثر" وبمتوسط حسابي مقداره (2.85). أما قيمة المتوسطات الحسابية لإشباعات التفاعل الاجتماعي مجتمعة، فقد بلغت (3.19) على المقياس الرباعي، وهي قيمة مرتفعة، وهو ما يدل على الدور الكبير الذي يؤديه موقع الفيسبوك في ربط أفراد الأسرة بعضهم ببعض سواء كانوا داخل البلاد أم خارجها، وكذلك الحال بالنسبة للأصدقاء سواء كانوا قدامى أم جدد.

- إشباعات التسلية

جاءت في مقدمة هذه الإشباعات عبارة "ساعدني في ملء أوقات الفراغ"، وبمتوسط حسابي مقداره (2.76)، تلتها عبارة "أشبع لدي حب الاستمتاع" وبمتوسط حسابي مقداره (2.59)، تلتها عبارة "أشبع لدي حب التسلية والهروب من الأعمال المنزلية" وبمتوسط حسابي مقداره (2.38). أما قيمة المتوسطات الحسابية لإشباعات التسلية مجتمعة، فقد بلغت (2.58) على المقياس الرباعي، وهي قيمة ليست مرتفعة كثيراً، وهذا ما يدل على أن موقع التواصل الاجتماعي والمعروف بالفيسبوك، لا يؤدي ذلك الدور الكبير في الترويج عن الجمهور بقدر ما يساعد في ربط الناس اجتماعياً مع بعضهم بعضاً.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة LENHART AND MADDEN (2007)، التي أفادت بأن الوالدين يقومان بمراقبة أبنائهما الذين يستخدمون الفيسبوك، لمعرفة المواقع التي يتعرضون لها من خلال وضع جهاز الكمبيوتر المربوط بالانترنت في مكان عام في المنزل، وربما يعزى ذلك إلى خوف الأمهات على أبنائهن مما يعرض على موقع الفيسبوك من أمور لا أخلاقية، قد تضر بتثقتهم الاجتماعية وتربيتهم البيئية.

وبخصوص الإشباعات المتحققة للمبحوثة نتيجة استخدامها موقع الفيسبوك، تشير بيانات الجدول (17) إلى ما يأتي:

- إشباعات مراقبة البيئة

جاءت في مقدمة هذه الإشباعات العبارة التي تقول: "إن الفيسبوك عرفني بأحداث وقضايا عديدة وبمتوسط حسابي مقداره (30.01)، تلتها عبارة "جعلني أكوّن آراء عن القضايا والأحداث التي تدور من حولي وبمتوسط حسابي مقداره (2.82)، تلتها عبارة "أكسبني مهارات جديدة تفيدني في التعامل مع أسرتي وبمتوسط حسابي مقداره (2.60)، تلتها عبارة "جعلني أشعر بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها من تواصلني مع الآخرين"، وبمتوسط حسابي مقداره (2.16). أما قيمة المتوسطات الحسابية لإشباعات مراقبة البيئة مجتمعة، فقد بلغت (2.65) على المقياس الرباعي، وهي قيمة مرتفعة إلى حد ما، وهو ما يدل على أهمية موقع الفيسبوك في إمداد الجمهور بالإشباعات المتعلقة بمراقبة البيئة، وكيف تسهم في إكساب الجمهور معرفة الأحداث والآراء والمهارات التي تفيده في حياته اليومية.

- إشباعات المشاركة في الرأي مع الآخرين

جاءت في مقدمة هذه الإشباعات عبارة "جعلني أعبر عن آرائي بحرية مطلقة" وبمتوسط حسابي قيمته (2.89)، تلتها عبارة "عزز آرائي من خلال مناقشاتي مع الآخرين" وبمتوسط حسابي مقداره (2.81)، تلتها عبارة "جعلني أتبنى رأي من يعجبني من آراء المستخدمين الآخرين" وبمتوسط حسابي قيمته (2.70)، تلتها عبارة "جعلني أشعر بالثقة بنفسني أكثر"

جدول (17)

يوضح الإشباعات المتحققة نتيجة استخدام المبحوثات للفيسبوك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البدائل	المجال
0.864	3.01	عرّفتني بأحداث وقضايا عديدة	إشباعات مراقبة البيئة
0.849	2.16	جعلني أشعر بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها من تواصلني مع الآخرين	
0.808	2.82	جعلني أكوّن آراء عن القضايا والأحداث التي تدور من حولي	
0.865	2.60	أكسبني مهارات جديدة تفيديني في التعامل مع أسرتي	
0.624	2.65	المجموع	
0.851	2.81	عزز آرائني من خلال مناقشاتني مع الآخرين	إشباعات المشاركة في الرأي مع الآخرين
0.857	2.70	جعلني أتبنى رأي من يعجبني من آراء المستخدمين الآخرين	
0.958	2.89	جعلني أعبر عن آرائني بحرية مطلقة	
1.091	2.47	جعلني أشعر بالثقة بنفسني أكثر	
0.739	2.72	المجموع	
0.985	2.85	جعلني اجتماعية أكثر	إشباعات التفاعل الاجتماعي
0.796	3.37	سهّل لي التواصل مع الأهل والأصدقاء	
0.818	3.33	جعلني أعيد الاتصال بالأصدقاء القدامى الذين فقدت الاتصال بهم	
0.946	3.19	جعلني على اتصال بأفراد عائلتي التي أنتمي إليها	
0.676	3.19	المجموع	
0.854	2.38	أشبع لدي حب التسلية والهروب من الأعمال المنزلية	إشباعات التسلية
0.867	2.59	أشبع لدي حب الاستمتاع	
0.895	2.76	ساعدني في ملء أوقات الفراغ	
0.752	2.58	المجموع	
0.544	2.80	المجموع النهائي	

التسلية وبمتوسط حسابي مقداره (2.58)، وهذه النتيجة تتركس أهمية موقع الفيسبوك في إبقاء الأفراد على اتصال وتفاعل مع بعضهم بعضاً. وهي تختلف مع ما توصلت إليه دراسة أمين (2009)، التي أفادت بتقدم (الإشباعات المعرفية، وإشباعات التسلية والترفيه، وشغل أوقات الفراغ)، على غيرها من الإشباعات الأخرى، ولكنها في الوقت نفسه تتفق مع ما

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن إشباعات التفاعل الاجتماعي تقدمت على غيرها من الإشباعات الأخرى عند المبحوثات، وبمتوسط حسابي مرتفع مقداره (3.19)، جاءت بعدها إشباعات المشاركة في الرأي مع الآخرين، وبمتوسط حسابي مقداره (2.72)، تلتها إشباعات مراقبة البيئة، وبمتوسط حسابي مقداره (2.65)، وأخيراً جاءت إشباعات

كمجتمع عربي مسلم. وأخيراً -وعلى الرغم من انخفاض قيمة المتوسطات الحسابية للإشباعات الأخرى سألقة الذكر، مقارنة بإشباعات التفاعل الاجتماعي- إلا أنه لا يمكن لأحد أن ينكر دور هذا الموقع في تعزيز دور إشباعات مراقبة البيئة والمشاركة في الرأي مع الآخرين وتسليتهم.

توصلت إليه دراسة URISTA (NO DATE) ET AL، التي أفادت بأن طلبة جامعة كاليفورنيا يقدمون إشباعات الحاجات الشخصية، وإشباعات تبني العلاقات ورعاية الآخرين على غيرها من الإشباعات الأخرى.

وربما يعزى تقدم إشباعات التفاعل الاجتماعي على غيرها من الإشباعات الأخرى إلى حميمية المجتمع الأردني وتماسكه

جدول (18)

يوضح الفروق الإحصائية بين الإشباعات المتحققة وبين الفئة العمرية للمبحوثات*

مستوى الدلالة	القيمة	46 سنة فأكثر		36-45 سنة		35 سنة فأقل		العمر والمعاملات الإحصائية	الإشباعات
		انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط		
0.732	0.312	0.594	2.77	0.569	2.63	0.569	2.63	مراقبة البيئة	
0.185	1.710	0.625	2.85	0.771	2.57	0.728	2.80	المشاركة في الرأي مع الآخرين	
0.659	0.419	0.548	3.33	0.652	3.18	0.724	3.16	إشباعات التفاعل الاجتماعي	
0.625	0.471	0.615	2.51	0.781	2.65	0.762	2.53	إشباعات التسلية	
0.758	0.278	0.452	2.89	0.567	2.77	0.551	2.79	الإشباعات ككل	

* تم دمج الفئات العمرية (أقل من 25 سنة) و (25-35 سنة)، في فئة واحدة هي (أقل من 35 سنة)، وتم دمج فئة (46-55 سنة) وفئة (55 سنة فأكثر) في فئة واحدة هي (46 سنة فأكثر)، وذلك لتيسير العمليات الإحصائية للمقياس.

جدول (19)

يوضح الفروق الإحصائية بين الإشباعات المتحققة وفئة مستوى الدخل للمبحوثات*

مستوى الدلالة	القيمة F	1001 دينار فأكثر		501 - 1000		أقل من 500		الدخل والمعاملات الإحصائية	الإشباعات
		انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط		
0.577	0.552	0.540	2.54	0.646	2.65	0.620	2.73	مراقبة البيئة	
0.307	1.192	0.582	2.49	0.765	0.275	0.753	2.80	المشاركة في الرأي مع الآخرين	
0.486	0.726	0.529	3.30	0.687	3.20	0.739	3.06	إشباعات التفاعل الاجتماعي	
0.301	1.213	0.586	2.47	0.753	2.65	0.845	2.42	إشباعات التسلية	
0.714	3.38	0.412	2.71	0.555	2.82	0.605	2.78	الإشباعات ككل	

* تم دمج فئات الدخل من (1001 - 1500) دينار، و (1501-2000) دينار، و (2000 دينار فأكثر) في فئة واحدة وهي (1001 فأكثر)، وذلك لتيسير العمليات الإحصائية للمقياس.

جدول (20)

يوضح الفروق الإحصائية بين الإشباعات المتحققة وبين المستوى التعليمي لدى المبحوثات *

بكالوريوس فأقل			كلية مجتمع فأقل				المستوى التعليمي والمعاملات الإحصائية الإشباعات	
مستوى الدلالة	قيمة T	انحراف م	متوسط	مستوى الدلالة	قيمة T	انحراف م		متوسط
0.392	0.860	0.573	2.61	0.382	0.878	0.684	2.70	مراقبة البيئة
0.306	1.027	0.694	2.66	0.299	1.043	0.792	2.79	المشاركة في الرأي مع الآخرين
0.801	0.253-	0.643	3.20	0.793	0.256-	0.720	3.17	إشباعات التفاعل الاجتماعي
0.211	1.258-	0.759	2.65	0.212	1.255-	0.739	2.48	إشباعات التسلية
0.834	0.210	0.503	2.79	0.831	0.214	0.597	2.81	الإشباعات ككل

* تم دمج فئة ثانوي فما دون وكلية مجتمع في فئة واحدة، هي (ثانوية وكلية مجتمع)، وتم دمج بكالوريوس مع ماجستير ودكتوراة في فئة (بكالوريوس فأعلى)، وذلك لتيسير العمليات الإحصائية للمقياس.

جدول (21)

يوضح الفروق الإحصائية بين نوع الإشباعات المتحققة وبين الحالة الاجتماعية لدى المبحوثات *

مطلقة أو أرملة				متزوجة				الحالة الاجتماعية والمعاملات الإحصائية الإشباعات
مستوى الدلالة	قيمة T	الانحراف المعياري	متوسط	مستوى الدلالة	قيمة T	الانحراف المعياري	متوسط	
0.479	0.750-	0.762	2.86	0.366	0.907-	0.617	2.64	مراقبة البيئة
0.184	1.0485-	0.850	3.18	0.090	1.708-	0.728	2.69	المشاركة في الرأي مع الآخرين
0.013	3.0192-	0.401	3.68	0.047	2.010-	0.0678	3.16	إشباعات التفاعل الاجتماعي
0.135	1.701-	0.756	3.05	0.088	1.0721-	0.746	2.55	إشباعات التسلية
0.103	1.893-	584	3.20	0.043	2.046-	0.535	2.77	الإشباعات ككل

* تم دمج فئتي (مطلقة وأرملة) في فئة واحدة، وذلك لتيسير العمليات الإحصائية للمقياس.

إحصائية بين المستوى التعليمي ونوع الإشباعات المتحققة والإشباعات ككل، حيث كانت قيم اختبار (T)، غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $A = 0.05$. ويتضح من الجدول (21) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين استخدام الفيسبوك عند المتزوجات وتحقيق إشباعات التفاعل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة اختبار (T) (-2.010) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $A = 0.05$ ، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية لصالح المتزوجات والإشباعات ككل الناتجة من

وتشير بيانات الجدول (18)، إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الإشباعات المتحققة والإشباعات ككل وبين الفئة العمرية، حيث لم تكن قيم (ف) الإحصائية ذات دلالة عند مستوى معنوية $A = 0.05$. ويتضح من الجدول (19) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الدخل الشهري ونوع الإشباعات المتحققة والإشباعات ككل، حيث لم تكن قيم (ف) الإحصائية ذات دلالة عند مستوى معنوية $A = 0.05$. ويتضح من الجدول (20) عدم وجود فروق ذات دلالة

الدوافع الرئيسية التي دفعت المبحوثات لاستخدام الفيسبوك.

- الغالبية من المبحوثات يضعن جهاز الحاسوب المربوط على شبكة الانترنت في المنزل في مكان عام، وأفراد الأسرة جميعهم يستخدمون الفيسبوك في المنزل، وأن أغلبية المبحوثات يؤيدن وجود رقابة على مستخدمي الفيسبوك في المنزل، وأغلبية المبحوثات يراقبن أبناءهن في أثناء استخدامهم الموقع في المنزل.
- إشباعات التواصل الاجتماعي تقدمت على غيرها من الإشباعات الأخرى عند المبحوثات، ويمتوسط حسابي مرتفع مقداره (3.19) على المقياس الرباعي، عند استخدامهن للموقع، مما يدل على أهمية هذا الموقع في إبقاء الأفراد على اتصال وتفاعل مع بعضهم بعضاً.

التوصيات

- في ضوء ما توصل اليه الباحث من نتائج، فإنه يوصي بما يأتي:
- 1- ضرورة قيام الجامعات ومؤسسات الدولة المختلفة، بحجب خدمة الفيسبوك وما شاكلها، عن العاملين فيها خلال ساعات الدولم الرسمي، حتى لا يتلهى العاملون عن الواجبات الموكلة إليهم، وتضييع الوقت الواجب استغلاله في الإنتاج، لاسيما أن نتائج الدراسة وفي الجدول (6) أشارت إلى أن مكان العمل جاء في المرتبة الثانية، كمكان مفضل للدخول إلى موقع الفيسبوك.
 - 2- أشارت نتائج الدراسة في الجدول (14)، إلى أن معظم أفراد الأسرة، لاسيما الأبناء من الذكور والإناث يفضلون استخدام الفيسبوك في المنزل في الدرجة الأولى. وبناء عليه، يوصي الباحث بتحسين جميع أفراد الأسرة ضد مضار هذا الموقع وما شابهه من مواقع أخرى، وذلك من خلال الوعظ والإرشاد وتشديد الرقابة، من قبل الوالدين، وبيان سلبيات هذه المواقع على سلوكيات المستخدمين.
 - 3- ضرورة التوعية بأهمية الفيسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وذلك من خلال عقد الدورات للعاملات في مؤسسات الدولة المختلفة، وتعريفهن طرق الاستخدام الأمثل لمثل هذه المواقع، والفوائد المترتبة

استخدام الفيسبوك، حيث بلغت قيمة $T (-2.046)$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $A > 0.05$ ، وبذلك فقد ثبت صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثات (الوظيفة، والحالة الاجتماعية، والعمر، والمستوى التعليمي، ومستوى الدخل، وعدد أفراد الأسرة)، على مستوى الدخل الشهري والحالة الاجتماعية، ولم تثبت صحته على المستوى التعليمي والفئة العمرية.

أهم النتائج

- توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، كان من أهمها:
- إن ما نسبته (65.5%) من عينة الدراسة يوجد لهن حساب شخصي على موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، أما اللاتي ليس لديهن موقع على الفيسبوك، فمردته إلى عدم توافر الوقت الكافي، وإيمانهن بأن استخدامهن لهذا الموقع يعدّ مضبعة للوقت.
 - الاصدقاء من جهة والانترنت من جهة أخرى، كانتا من أهم الوسائل التي أسهمت في معرفة المبحوثات بموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، وأن المنزل ومكان العمل هما من أكثر الأماكن التي تستخدم منهما المبحوثات هذا الموقع، وأن حوالي ثلثي اللواتي يستخدمونه، تقدر نسبتهن (65.7%) ولا يوجد لديهن وقت محدد مفضل لاستخدام الفيسبوك في الدرجة الأولى، ويفضّلن الفترة المسائية في الدرجة الثانية، أما بخصوص عدد الساعات التي تقضيها المبحوثة مع موقع الفيسبوك، فتبين أنه أقل من ساعة ونصف يومياً، وهو معدل استخدام منخفض.
 - كانت المقاطع الاخبارية المهمة والنادرة والمقاطع الدينية هي الأكثر تفضيلاً وبما مجموعه (45.9%) من مجموع الإجابات، وأن الأفكار والصور والمعلومات الشخصية، هي الأكثر تبادلاً بين المبحوثة والآخريين، وأن الكتابة على الحائط والدرشة والرسائل العادية تعدّ أفضل الطرق في تواصل المبحوثات مع الآخريين على موقع الفيسبوك.
 - دوافع البقاء على اتصال مع الاصدقاء القدامى، والاستمتاع والتسلية، وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة، والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية، تعدّ من

6- تعميم نتائج هذه الدراسة على القائمين على مؤسسات الدولة المختلفة، لتعرف سلبيات استخدام العاملات للفيسبوك وإيجابياته، وذلك بهدف تلافي السلبيات وتعظيم الإيجابيات.

7- التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة كحقيقية واقعة، وعلى الأسرة الأردنية والعربية، لاسيما الأم في المقام الأول، أن تسهم في تنمية الشخصية الواعية لأبنائها، وتحرص على ترشيد استخدام أي من هذه المواقع في المنزل، وانتقاء ما يتفق مع معايير المجتمعات العربية المحافظة وقيمها.

على هذا الاستخدام، وبما ينعكس إيجاباً على المؤسسات ونتاجياتها، حتى لا تبقى المتزوجات العاملات في الجامعات، ينظرن الى استخدام الفيسبوك على أنه مضيعة للوقت، كما جاء في الجدول (5).

4- إجراء دراسات مستقبلية حول مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، واستخداماتها المختلفة، ودوافع هذه الاستخدامات والإشباع المتحققة منها.

5- ضرورة القيام بإجراء دراسات مشابهة لهذه الدراسة، على شرائح المجتمع المختلفة، وبيان الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدامات هذه الشرائح لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

المصادر والمراجع

المراجع العربية

- أمين، رضا عبدالواحد، (2009)، استخدامات الشباب الجامعي لموقع "يوتيوب" على شبكة الإنترنت. ورقة بحثية قدمت إلى المؤتمر الأول "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد" الذي عُقد في رحاب جامعة البحرين في الفترة ما بين 7-9 إبريل 2009م، منشورات جامعة البحرين، ص 511-536.
- جرار، ليلي أحمد، (2011)، المشاركة بموقع الفيسبوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقات الأسرية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- جريدة "الرأي"، العدد الصادر يوم الأربعاء، تاريخ 8 شباط، 2012م.
- حجاب، محمد منير، (2010)، نظريات الاتصال. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- حسن، أشرف جلال، (2009)، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية والتفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل. مقدمة إلى أعمال مؤتمر كلية الإعلام، جامعة القاهرة وهو بعنوان: "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الذي عقد في الفترة ما بين 15-17 فبراير 2009م.
- حسن، همت، (2010)، دراسات في نظريات الإعلام، ط 1، (القاهرة: مصر العربية للنشر والتوزيع).
- خضر، نرمين زكريا، (2009)، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على موقع الفيسبوك". مقدمة إلى مؤتمر كلية الاعلام، جامعة القاهرة، وهو بعنوان: الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الذي عُقد في الفترة ما بين 15-17 فبراير 2009م.
- الرعود، عبدالله ممدوح مبارك، (2011)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- الساري، حلمي خضر، (2009)، ثقافة الإنترنت... دراسة في التواصل الاجتماعي. منشورات وزارة الثقافة، عمان، الأردن.
- المدني أسامة، (2009)، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الالكترونية والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية، القاهرة مجلد كلية الآداب، جامعة حلوان، العدد 26.
- الموسوي، محمد، (2004)، النظرية الإعلامية، جامعة البحرين، مطبوعات كلية التربية.
- عبدالحميد، محمد، (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. الطبعة الثانية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة.
- علاونه، حاتم سليم، (2012)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري". ورقة بحثية قدمت في مؤتمر "الإعلام الجديد... التحديات النظرية والتطبيقية" الذي عقده الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، في مدينة الرياض في الفترة ما بين 2-4

ديسمبر 2012م.

مكاوي، حسن عماد. والسيد، ليلي حسين، (2010)، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**. ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
المصري، نعيم، (2010)، **استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الاعلام الأخرى: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الكليات الفلسطينية**. ورقة بحثية

المراجع الأجنبية

- Al-Saggaf, yeslam. (2011). Saudi Females on Facebook: An Ethnographic Study. *International Journal of Emerging Technologies and Society*. 9 (1): 1-19.
- Katz, Blumler and Gureviteh. (1974). Utilization of Mass Communication. In the Uses of Mass Communication: Current Prespectives on Grantification Research. Blumler and Katz. (editors), sage publications, Beverly Hills, London.
- Lenhart, Amanda and Madden, Mary. (2007). Teens, privacy and online social networks: How teens manage their online identities and personal information in the age of Myspace. Pew Internet and American life project. www.pewinttent.org/. Viewed Feb. 10th. 2012.
- Muise, Amy. Christofides, Emily and Desmarais, Serge. (2009). More Information than you Ever Wanted: Does Facebook Bring out the Green-Eyed Monster of Jealousy?, *Cybersychology and Behavior*. 12 (4): 441-444.
- Strano, Michele, M. (2008). User Description Through Facebook Profile Images. *Cybersychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2 (2). Article (5), pp. 1-11.
- Urista, Mark A. Dong, Gingwen and Day, Kenneth D. (No date). Explaining why Young Adults Use Myspace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory. *Human Communication*, 12 (2): 215-229.
- Wimmer, Roger, D. and Dominick, Joseph, R. (1991). *Mass Media Research: An Introduction*. 3rd ed. Wadsworth Publishing Company, Belmont, California.
- www.Socialbackers.com. Viewed Feb. 10th. 2012.
- www.uniem.org. Viewed Nov. 12th. 2012.
- www.Socialbackers.com. Viewed Nov. 12th 2012.
- www.talabanews.net/node/35155. Viewed Nov. 12th 2012.

The Use of "Facebook" by Married Working Women in Jordanian Universities and it's Role in Achieving Satisfaction "A Survey Study"

*Ali Nejadat**

ABSTRACT

Social Communication Websites—especially Facebook—increasingly witnessed pouncing upon by different human society during 2011, that was known as "Arab Spring", in order to follow up News and successive developments in Arab Area and the World. Therefore, this study aims to identify the Jordanian Families use of Facebook and the factors of use and the satisfaction achieved out of it.

This study is classified within descriptive searches, the researcher referred to Survey Method, whereas we considered married women who work in Yarmouk University and use Facebook as a sample by a questionnaire consisted of 14; distributed on the sample of the study.

The study reached to a result that (65.5%) are using Facebook and have a personal account on Facebook, and the factors are represented in: keeping in touch with old and new friends, enjoying, amusement, filling leisure, increasing knowledge and notifying on the freshest local and international developments.

As well as, the study exposed that having "Social Communication Satisfaction" reflects on having satisfaction in other aspects of life and with an arithmetic mean (3.19) on quadruple Measure, when they use Facebook; that indicates to the importance of this website in keeping individuals in touch with each other.

Keywords: Social Communication Websites, Facebook, Uses and Satisfactions, Married Working Women.

* Associate Professor, Department of Journalism, Yarmouk University, Irbid.

Received on 11/2/2013 and Accepted for Publication on 26/6/2013.