

## استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل بمواقع

التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقيم التربوية لديها

إعداد

إيمان إسماعيل محمد

أخصائي إعلام تربوي

أ.د/ عبدالعزيز السيد عبدالعزيز

أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة بنى سويف

أ.م.د/ محمد أحمد خليفة

أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا



## مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية

معرف البحث الرقمي DOI: 10.21608/JEDU.2024.294731.2059

المجلد العاشر العدد 52 . مايو 2024

الترقيم الدولي

E- ISSN: 2735-3346

P-ISSN: 1687-3424

<https://jedu.journals.ekb.eg/>

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري

<http://jrfse.minia.edu.eg/Hom>

موقع المجلة

العنوان: كلية التربية النوعية . جامعة المنيا . جمهورية مصر العربية





## استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقيم التربوية لديها

إيمان إسماعيل محمد أبوبكر<sup>1</sup> أ.د./ عبدالعزيز السيد عبدالعزيز<sup>2</sup> أ.م.د./ محمد أحمد خليفة<sup>3</sup>

### مستخلص البحث:

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتدعيم القيم التربوية لديها، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام منهج المسح الإعلامي، باستخدام استمارة استبانة على عينة مؤلفة من (400) مفردة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل والقيم التربوية ككل، ووجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثات عينة البحث في معدل تعرضهم لصفحات المرأة والطفل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفق متغير (محل الإقامة) لصالح المبحوثات من الحضر؛ مما يعني أن المبحوثات ساكني الحضر أكثر تعرضاً لهذه الصفحات، كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات عينة البحث في معدل اكتسابهم للقيم التربوية عبر تعرضهم لصفحات المرأة والطفل وفق متغير (محل الإقامة).

**الكلمات المفتاحية:** المرأة المصرية، صفحات المرأة والطفل، القيم التربوية، مواقع التواصل الاجتماعي.

<sup>1</sup> أخصائي إعلام تربوي

<sup>2</sup> أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة بنى سويف

<sup>3</sup> أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا

## The use of Egyptian women web pages of women, children and social networking sites and its relationship to educational values have

### Abstract:

The study **aimed to** identify the nature of Egyptian women's use of women and children's pages on social networking sites and its relationship to strengthening their educational values. To achieve the goal of the study, a media survey approach was used, using a questionnaire form on a sample of (400) individuals. **The study concluded with a set of results, the most important of which are:** There is a statistically significant positive correlation between Egyptian women's use of women's and children's pages and educational values as a whole, and there are statistically significant differences between the research sample's female respondents in the rate of exposure to women's and children's pages via social networking sites according to the variable (place of residence) in favor of urban respondents; Which means that female respondents who live in urban areas are more exposed to these pages. The study also found that there are statistically significant differences between the female respondents in the research sample in the rate of their acquisition of educational values through their exposure to women and children's pages according to the variable (place of residence).

**Key Words:** Egyptian women- women and children pages- educational values- social networking sites.

## مقدمة:

يشهد العالم اليوم تطورًا ملحوظًا على جميع الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وذلك نتيجة للتطور التكنولوجي الحاصل والذي أدى إلى ظهور ما يعرف بالإعلام الجديد ومن مخرجاته مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر وسيلة اجتماعية للتواصل وتبادل المعلومات والخبرات بين مستخدميها، هذا وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منتفصًا لفئات كثيرة من المجتمع وشهدت إقبالًا كبيرًا، وإستخدامًا واسعًا فاق كل التوقعات، ومن بين هذه الفئات نجد حضور المرأة بقوة كونها تعد أداة للتغيير والتطور والأكثر تقبلًا للتكنولوجيا فتقدم المجتمعات مرتبط بمدى تقدم المرأة (منى كحلوش، 2021، 204)

كما أن للمرأة دورًا محوريًا في نهضة المجتمعات القديمة والحديثة وأثبتت من خلال هذا الدور قدرتها على التغيير الإيجابي في تلك المجتمعات، فحضورها اللافت في مختلف جوانب الحياة وإصرارها على الوقوف بجانب الرجل ومساندتها له دليل على كونها عنصرًا أساسيًا في إحداث عملية التغيير في المجتمع.

كما أن التغيير الإيجابي الذي تسعى له المجتمعات مرهون بشكل كبير بواقع المرأة ومدى تمكنها من القيام بأدوارها في المجتمع، فهي تشغل دور أساسي في بناء أسرتها ورعايتها لهم، من خلال ما يقع على عاتقها كأم من مسؤولية تربية الأجيال، وما تتحمله كزوجة من أمر إدارة الأسرة، ومع تقدم المجتمعات وتطورها نجد أن المرأة لم تلتزم فقط بواجبها تجاه أسرتها وتربية الأبناء بل أصبح لها دورًا اجتماعيًا كبيرًا في شتى المجالات (هشام البرجي، 2023، 395).

ومما لا شك فيه أن وسائل الإعلام لها دور فعال في تنمية المرأة وتدعيم معارفها وثقافتها ونهضتها، لما لها من تأثير متواصل ومتعدد، على شرائح الجمهور، وكذلك على مختلف الفئات العمرية، وقد دعت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإتصال ( لجنة ماكبرايد ) إلى ضرورة توجيه الإهتمام إلى الإحتياجات

الإعلامية للمرأة، وأن تتاح لها الفرصة للإنتفاع بوسائل الإعلام (منظمة العمل العربية، 2001، 3)

وفي هذا الشأن، تبرز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في قدرتها على التأثير بالتكوين المعرفي لمجتمع الأمهات، من خلال عملية تعرض طويلة المدى لمجموعة من النماذج والصفحات على الشبكات والتعامل معها كمصادر للمعلومات الموثوقة، فتقوم بتوجيه المعارف وتغيير في أسلوب ونمط وطريقة تفكير الأم وقناعاتها المكتسبة، كما تبرز أهميتها في أنها تملك التأثير على توجهات الأمهات ومواقفهم إزاء قضايا الأمومة والقضايا الاجتماعية المختلفة، والتأثير على ممارستهم لأدوارهم ونمط حياتهم (موقع الجزيرة، Online).

وفي ضوء الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي، فقد ظهرت الصفحات المتخصصة على فيسبوك التي شكلت حيزًا هامًا للبعث، فلم تكن فقط منبرًا للسياسيين بل أيضًا لكل ما يخص الأمور الحياتية، ومن أشهرها تلك الصفحات المهتمة بالمرأة وطفلها، فتمدّها بكل ما تحتاج إلى معرفته بداية من شهور الحمل الأولى، مرورًا بالإنجاب ومن ثم الرضاعة، وانتهاءً بالتربية التي لا تنفد أبدًا.

وتوفر مواقع التواصل الاجتماعي مساحات للحوار بين الفئات المختلفة على مستوى العالم، فتخلق بيئة لتشارك الخبرات بين الأمهات وبالتالي ظهور حالة من التضامن والمشاركة. فكانت مواقع التواصل الاجتماعي مجتمعًا بديلًا للأمهات سواء المتعلمات أو غير المتعلمات، للتواصل والتشارك ونقل الخبرات المختلفة وبالتالي تكوين معرفة جديدة ومختلفة -في كل ما يخص التربية والأمومة- عن تلك التي كانت سائدة في الكتب ومن خلال الأجيال القديمة (موقع المجلس القومي للأمومة والطفولة، Online).

وتعد القيم واحدة من القضايا التي دار حولها جدل كبير نتيجة التغيرات والمستجدات في العصر الحديث، ولاسيما مع تنامي موجات العولمة، وما رافقها من تطورات هائلة في مجال المعلوماتية، وما أحدثه ذلك من تأثير في النسيج الاجتماعي

والثقافى للمجتمع بشكل عام والنسق القيمى بشكل خاص (ماجد الزيوت، 2011،

(11

فالقيم تلعب دورًا بارزًا فى حياتنا فهى تعطى معنى وهدف لحياتنا. والقيم ما هى إلا إنعكاس للإسلوب الذى يفكر الأشخاص به فى ثقافة معينة وفى فترة زمنية معينة، كما أنها هى التى توجه سلوك الأفراد وأحكامهم وإتجاهاتهم فيما يتصل بما هو مرغوب فيه وما هو مرغوب عنه من أشكال السلوك، والقيم التربوية هى التى تعمل على ضبط حركة المجتمع فى شتى جوانبه وفى كل مؤسساته من خلال ما أرسته من سلوكيات فى أفراد المجتمع بداية من الأسرة إلى مختلف الوسائط التربوية الأخرى (إلى أحمد عبدالحكيم، 2016، 32)

وقد ترتب على التأثير السلبى لوسائل الإعلام على القيم من خلال الثقافات المفتوحة على بعضها البعض وتداول القيم الرديئة، وسعى الدول الكبرى لفرض ثقافتها وقيمها على العالم ترتب على ذلك تحول كبير فى القيم بصورة عامة والقيم الاجتماعية بصورة خاصة (ماجد بن جعفر الغامدى، 2009، 34)

الدراسات السابقة: تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين:

أ-دراسات تناولت استخدام المرأة لشبكات التواصل الاجتماعى:

- دراسة آية ميمون (2022) بعنوان: إستخدامات المرأة للمجموعات النسائية على فيسبوك والإشباعات المحققة منها: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمات المجموعات النسائية فى ولاية المسيلة. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام المرأة للمجموعات النسائية على موقع فيسبوك و الإشباعات المحققة منها، من خلال إجراء دراسة على عينة من مستخدمات المجموعات النسائية وتم الإعتماد على المنهج الوصفي كون أن هذه الدراسة تنطوي تحت البحوث الوصفية . ولقد تم الإعتماد على أداة الإستبيان لجمع البيانات حيث تم توزيع الإستبيان على مجتمع البحث

المكون من 108 مفردة اختيرت بطريقة قصدية ، وقد توصلت نتائج هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: كشفت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثات يستخدمن موقع فيسبوك بشكل دائم ومن ساعة إلى ساعتين وأنهن يفضلن استخدام موقع فيسبوك في فترة الليل. - كما أظهرت الدراسة أن أغلب المبحوثات متصفحات عاديات في المجموعات النسائية وأنهن إنضممن لها من أجل الإطلاع على الأحداث الجارية وأنها تساعدهم في تطوير أفكار وأساليب حياتهن الشخصية وإن المجموعات التي يفضلن الإنضمام إليها هي المجموعات التعليمية. - وأظهرت الدراسة أن المبحوثات يستخدمن المجموعات للتعبير عن آرائهن وأكدن أن هذه المجموعات تساهم في تكوين وتعزيز شخصية المرأة

- دراسة محمد عبداللطيف عبدالمعطي محمد (2022) بعنوان: معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع والصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر 2030: دراسة تحليلية.

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل طبيعة معالجة المواقع والصفحات النسائية المصرية لقضايا المرأة في إطار رؤية مصر 2030، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظريتي - تحليل الخطاب الإعلامي وبناء الأجندة وتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، واستخدمت أداة تحليل المضمون لتحليل مضمون عينة من (المواقع والصفحات النسائية الإلكترونية المصرية المعنية بقضايا المرأة المصرية وإجراء تحليلاً كمياً وكيفياً لها). وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى: أ- وجود إهتمام من جانب المواقع والصفحات النسائية عينة الدراسة بالحقوق السياسية للمرأة بنسبة 24.2% وقضايا الحماية والأمن بنسبة 22.2% والحقوق الاقتصادية بنسبة 20.7% والحقوق الاجتماعية بنسبة 13.7%. ب- وجود إتفاق فى أجندة إهتمامات المواقع والصفحات النسائية عينة الدراسة بقضايا المرأة وحقوقها العامة. وتمثلت أبرز قضايا التمكين الاجتماعى لها فى توعيتها بالقوانين

والتشريعات الخاصة بها، وتوفير الخدمات الصحية لها، مساندة المرأة ذات الهمم، مساندة أمهات الأطفال ذوى الإحتياجات الخاصة. وكانت أبرز قضايا حماية المرأة وتوفير الأمن لها فى الحماية من العنف الأسرى والحماية من التحرش الجنىسى والحد من الزواج المبكر وحماية المرأة المعيلة وحفظ حقها فى الميراث.

- دراسة هبة الله صالح السيد صالح (2022) بعنوان: فاعلية التسويق الاجتماعى لقضايا المرأة المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعى: دراسة تطبيقية لصفحة المجلس القومى للمرأة على الفيس بوك. هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعى فى التسويق لقضايا المرأة المصرية على (الفيس بوك) تحديداً من خلال تحليل مضمون صفحة المجلس القومى للمرأة، وذلك من خلال تقديم توصيف كفى لهذه الصفحة من حيث الشكل والمضمون، بالإضافة إلى رصد أشكال التفاعل بين المجلس والجمهور اعتماداً على نظرية الحوار الإلكتروني. وتوصلت نتائج الدراسة إلى: تنوع القضايا التى تضمنتها منشورات الصفحة وإن كانت قضايا التمكين الإقتصادى فى مقدمة تلك القضايا، يليها التمكين الصحى فى ظل جائحة كورونا، فالتمكين السياسى بالشكل الذى يتلاءم مع أهداف التنمية المستدامة 2030م، ولكن يؤخذ على الصفحة إفتقارها للتفاعلية؛ حيث أغفلت الدور الأساسى لمواقع التواصل الاجتماعى فى إدارة حوار مفتوح ذى اتجاهين مع الجمهور.

- دراسة إسراء فهمى أحمد (2021) بعنوان: استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعى وأثره على العلاقات الأسرية: دراسة ميدانية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعى على علاقتها بأسرتها، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الميدانية، وقد تم الإعتماد فى هذه الدراسة على أداة الإستبانة كأداة لجمع البيانات من المبحوثات، لعينة قوامها (400) مفردة

من النساء الريفيات العاملات في المجتمع المصري. وتوصلت نتائج الدراسة إلى: دوافع استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي هو لغرض التواصل مع الأصدقاء والترفيه و.أن المرأة الريفية العاملة تلجأ لمواقع التواصل الاجتماعي لإشباع رغبتها بالحصول على المعلومات التي تفيدها، ولأجل التسوق والعمل. وأنه يوجد إنعكاس كبير على علاقة المرأة بأسرتها، والتي تجمع بين الإيجاب والسلب، فمن الجزء الإيجابي أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جعل التواصل سهلاً مع أفراد الأسرة المقيمين بعيداً عن بعضهم البعض بالتالي تقوية علاقاتهم، ومن الجزء السلبي هو أن حضورهم في التجمعات العائلية بدأ يقل بسبب استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

#### - دراسة سارة عبدالعزيز محمد عبدالعال (2021) بعنوان: دور صفحات المؤسسات المعنية بشئون الطفل على الفيسبوك في توعية الوالدين والأطفال بمشكلات الطفولة

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى فاعلية صفحات المؤسسات المعنية بشئون الطفل في توعية الأطفال والوالدين بمشكلات الطفولة وكيفية التعامل معها، وتتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتعتمد على منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني، وتم التطبيق على عينة عمدية من الأطفال المصريين المشتركين على صفحات المؤسسات المعنية بشئون الطفل قوامها (200) مفردة من (15-18) من مدارس محافظة القاهرة، وعينة عمدية قوامها (50) مفردة من الأباء والأمهات تم إختيارهم من أسر الأطفال الممثلة لعينة الدراسة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أ- أن نسبة من يتصفحون الصفحات الرسمية لمؤسسات الطفولة على موقع الفيسبوك بصفة دائمة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 21.5% موزعة بين 25.6% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 18.4% من إجمالي مفردات عينة الإناث. ب- أكثر صفحات المؤسسات التي يتابعها المراهقين وفقاً للنوع حيث جاء في مقدمة تلك الصفحات: المجلس

القومي للطفولة والأمومة والتي جاءت بنسبة بلغت 51.0% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين 61.6% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 43.0% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

- دراسة لبنى رحمنى (2021) بعنوان: استخدامات المرأة الجزائرية لإشهارات اليوتيوب والإشباع المحققة: دراسة تحليلية على عينة من نساء مدينة أم البواقي.

سعت هذه الدراسة إلى البحث في استخدامات المرأة الجزائرية لإشهارات اليوتيوب، بناءً على تطوير هذا النوع من الإشهارات وتزايد معدلات توظيفه من قبل الشركات وأصحاب الخدمات. واستخدمت الدراسة المسح كإسلوب منهجي عن طريق عينة قصدية من 120 امرأة تم إستجوابهن عن طريق إستبيان إلكترونى حول استخداماتهن لإشهارات اليوتيوب وتوجهاتهن نحوها. وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أ- أن النساء فى العينة تستخدمن الإشهارات لأن غيرهن نصحو باستخدامها وبسبب إعتقادهم بفعاليتها فى المقام الثانى. ب- أن المرأة الجزائرية لا تبدى ردود أفعال مباشرة حيال قرارات الشراء بعد مشاهدة إشهارات اليوتيوب.

- دراسة إسلام أحمد حكيم أحمد (2020) بعنوان: استخدام المرأة فى الصعيد لوسائل التواصل الاجتماعى كمنصات إعلانية: دراسة ميدانية. سعت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات المرأة الصعيدية لوسائل التواصل الاجتماعى كمنصات إعلانية، وتتلمى هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية المسحية، وإعتمدت الباحثة فى تطبيق دراستها الميدانية على المقابلات المتعمقة على عينة قوامها (30) مفردة من السيدات أصحاب المجموعات (الأدمن Admin) ، و(30) مفردة من السيدات المستهلكات من خلال مجموعات الفيس بوك وإعلاناته. وتوصلت نتائج الدراسة إلى: نتائج ميدانية خاصة (بأدمن المجموعات) ومنها: تأكيد أغلب مفردات العينة إستخدامهن للفيس بوك نظراً لإنتشاره. ويفضل أدمن المجموعات إستخدام الصور

أو الصور والنصوص عن استخدام الفيديو. تعدد الصعوبات الخاصة بالتعامل مع الزبائن ومنها مشكلات التسليم. أما النتائج الميدانية الخاصة بالمستهلكات: إتفاق جميع مفردات العينة على الإشتراك في مجموعات الفيس بوك والشراء منها ولكن تنوعوا في عدد مرات الشراء. والصورة لها الأولوية في جذب الإنتباه لدى المستهلكات. كما أن الثقة في الأون لاين تأتي من خلال حديث الأصدقاء أو معرفة الأدمن على أرض الواقع أو من خلال التجربة.

- دراسة أمل السيد محمد متولى (2016) بعنوان: استخدامات المرأة للمجموعات النسائية على الفيس بوك وعلاقتها بتطوير مفهوم الذات لديها. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات المرأة للمجموعات النسائية على الفيس بوك وعلاقتها بتطوير مفهوم الذات لديها. واعتمدت الدراسة على منهجي المسح الإعلامي والمقارن. وتمثلت أدوات الدراسة في إستمارة إستقصاء، تم تطبيقها على عينة مكونة من الإناث من مستخدمات المجموعات النسائية على الفيس بوك بلغ عددهم (200)، ومقابلات متعمقة مع (22) من مستخدمات لهذه المجموعات النسائية لإستكشاف وتفسير بعض الجوانب. وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أ- وجود علاقة إحصائية دالة بين دوافع إستخدام المجموعات النسائية لدي المبحوثات ونوعية الحاجات التي تشبعها هذه الإستخدامات. ب- كما أكدت النتائج على أن إستخدام المجموعات النسائية يرتبط بتطوير مفهوم الذات لدي مستخدميها في جوانب محددة في مقدمتها إكتساب إنطباعات اجتماعية أكثر إيجابية من خلال تطوير مهاراتها في إدارة صورتها أمام الآخرين من أجل إثارة الإعجاب بهذه الصورة سواء على مستوى غيرها من النساء عند مقارنتها بالأخريات أو على المستوى العام، سواء على مستوى الشكل "الجمال-الأناقة- وغيره" أو على مستوى مهارتها كامرأة وزوجة وأم

## ب- دراسات تناولت القيم التربوية:

- دراسة مى وليد سلامة (2022) بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي تويتر فى تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة. سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل فى دور موقع التواصل الاجتماعي تويتر فى تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة، والكشف عن التأثيرات المترتبة على متابعة عينة الدراسة لمضامين خطط التنمية المستدامة عبر موقع تويتر، وإستندت الدراسة فى بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، كما تم توظيف منهج المسح، وفى إطاره تم مسح عينة قوامها 400 مفردة من النساء السعوديات من المستويات العمرية والتعليمية المختلفة، وتم توظيف أداة الإستبيان لمعرفة آرائهم حول دور تويتر. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة منها: أن موقع تويتر جاء فى مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي تتابعها عينة الدراسة ويمكن إرجاع ذلك إلى تعدد أدوات التفاعلية الخاصة بموقع تويتر، كما تمثلت أهم الأدوار التي قام بها تويتر فى تشكيل الإتجاهات فى تقديم رؤية واقعية لأبعاد التنمية المستدامة للمملكة، ومساهمته فى الإقناع بجدوى خطط وإستراتيجيات التنمية المستدامة.

- دراسة ثناء مطلب حسين (2021) بعنوان: دور الإعلام فى ترسيخ القيم التربوية لدى الطفل العراقى. سعت هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام فى ترسيخ القيم التربوية لدى الطفل العراقى وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي كونها تعمل على جذب الأطفال، وقامت الباحثة بتحديد مجموعة من القيم التربوية بلغ عددها (14) قيمة تربوية، وقامت ببناء إستبانة إستطلاعية تتألف من (34) سؤالاً والتي تم توزيعها على عينة من الأطفال بلغت أعمارهم من (11- 16) سنة، ولقد تكونت عينة البحث من (600) طفل، بواقع (300) طفلاً من الذكور، و(300) طفلاً من الإناث.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن لوسائل الإعلام دور كبير في ترسيخ القيم التربوية لدى الطفل العراقي.

- دراسة حسن الفاتح الحسين محمد المبارك (2020) بعنوان : مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة "الفييس بوك أنموذجاً" هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، وذلك من خلال التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ومعرفة الآثار السلبية والإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، وإستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من طلاب السنة الثالثة بكلية التربية بجامعة الإمام المهدى وتم إختيار العينة بالطريقة العشوائية وبلغت (100) طالباً وطالبة يمثلون نسبة (45%) من المجتمع الكلى للدراسة. وخلصت نتائج الدراسة إلى: أ-يتحقق أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة بمتوسط عام (2.60) وبدرجة تقديرية عالية. ب-وتتحقق الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة بمتوسط عام (2.43) وبدرجة تقديرية عالية. ج-تتحقق الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة بمتوسط عام (2.58) وبدرجة تقديرية عالية.

- دراسة ماجد محمد الزيوت و نجوى على محمد الشريف (2020) بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على التحولات القيمية للشباب كما يراها طلبة جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على إنعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم التربوية كما يراها طلبة جامعة جازان. وإستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (500) طالب وطالبة من طلبة جامعة جازان من الدارسين في مرحلة البكالوريوس من ذوى التخصصات العلمية

والإنسانية. وتكونت أداة الدراسة من (45) فقرة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى:  
 أ- أن إنعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم التربوية لدى الطلبة مرتبة تنازلياً على النحو الآتي: المجال الثقافي، والمجال الإقتصادي (بدرجة كبيرة)، والمجال الاجتماعي (بدرجة متوسط).. ب- إتفق الطلبة من الجنسين على أثر مواقع التواصل على قيم الطلبة في مجالات الدراسة كافة، وأنه لا توجد فروق دالة إحصائياً بين الجنسين في وجهات نظرهم. ج- يرى طلبة الكليات الإنسانية أن تأثير مواقع التواصل على قيم الطلبة في المجالين (الاجتماعي، والثقافي) كان أعلى من تأثيرها على طلبة الكليات العلمية، في حين إتفق الطلبة بشكل عام في تأثيرها في المجال الإقتصادي.

د- أن إنعكاسات مواقع التواصل على القيم التربوية لدى الطلبة في المجالات: (الاجتماعي، والثقافي، والإقتصادي) كانت الأعلى لدى من يستخدمون مواقع التواصل لأكثر من (4) ساعات يومياً.

- دراسة لمياء محمد محسن (2020) بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري: دراسة ميدانية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي بالتفكك الأسري في المجتمع المصري، وتعتمد الدراسة في توجيهها الإعلامي على نظرية البيئة الإعلامية. كما إعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، ويتكون مجتمع الدراسة الميدانية من عدد من الأسر المصرية (زوج - زوجة - أبناء) مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي، وقد إعتمدت الباحثة فى إختيار العينة على العينة العمدية، وتمثلت أداة الدراسة فى إستمارة الإستبانة حيث طبقت الإستبانة على عدد (210) أسرة مصرية بكافة أفرادها من مستخدمى مواقع التواصل. وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أ- نـدرة التفاعل بين الزوجين داخل الأسرة، بدليل أنهم يقضون مع بعضهما البعض أقل من ساعتين للتحدث والتحاور، بينما يقضى كل منهما بمفرده على مواقع

التواصل أكثر من خمس ساعات يوميًا. ب- أن أسباب المشكلات الأسرية الناجمة عن استخدام الزوجين لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل فى: التجاوز الأخلاقى فى التعامل مع الجنس الآخر، التعصب لرأى الأصدقاء على مواقع التواصل، إخبار الأصدقاء على مواقع التواصل ما يحدث معهم فى حياتهم الخاصة. ج- أن الإتشغال عن الأسرة وقضاء وقت طويل على مواقع التواصل الاجتماعى من أبرز أسباب سوء العلاقة الزوجية على مستوى الأسرة المصرية.

- دراسة شمس الهدى بن ميلود و خالد لعلاوى (2020) بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعى وانعكاساتها على القيم الأخلاقية لطفل ما قبل المدرسة: دراسة تحليلية لمحتوى اليوتيوب المقدم للأطفال. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة إنعكاسات مضامين مواقع التواصل الاجتماعى "اليوتيوب نموذجًا" على القيم الأخلاقية للطفل، إنطلاقًا من مدى شهرة هذا الموقع وكثرت استخدامه من قبل الأطفال، ورغم كثرت الإشكاليات المثارة حول هذه المواقع إلا أن دراسة إنعكاسات نوعية مضامينها، على هذه الشريحة الهامة من المجتمع لا يزال ضعيفًا جدًا، لذا حاولنا إبراز مكامن الأثر الذى يتركه هذا الموقع على قيم طفل ما قبل المدرسة وذلك عن طريق استخدام أداة تحليل المضمون، التى تمكنا من إبراز القيم المتضمنة فى عينة من هذه البرامج، ومقارنتها مع القيم الأخلاقية الأصيلة. وقد خلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن موقع اليوتيوب يترك أثرًا سلبيًا بالغًا على قيم طفل ما قبل المدرسة.

- دراسة سمير سليمان الجمل و محمد الكرم (2020) بعنوان: الآثار السلبية لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعى على عدد من القيم : دراسة ميدانية على طلبة جامعة الإستقلال فى أريحا.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الآثار السلبية لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعى على عدد من القيم من وجهة نظر طلبة جامعة الإستقلال، وقد

إستخدمت الدراسة المنهج المسحى، وتكونت عينة الدراسة من (90) طالبًا وطالبة، وتم إستخدام الإستبانة لجمع البيانات. وتوصلت نتائج الدراسة إلى:

أ- تجلى التأثير السلبي لمواقع التواصل بالترتيب على القيم الآتية: (القيم الثقافية، القيم الدينية، القيم الشخصية، القيم الأخلاقية، القيم الاجتماعية). ب- كما تبين أن إستخدام مواقع التواصل ييثر فى نفس الطالب حب الأفكار الغربية وتجعله لا يؤدى الصلوات على أوقاتها، كما تشغل الطالب عن قراءة القرآن.

- دراسة سحر خليفة سالم الجبورى و محمد جواد زين الدين (2019) بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعى فى تعزيز القيم التربوية لدى الشباب الجامعى: دراسة لعينة من طلبة كليات الإعلام والزراعة. سعت هذه الدراسة إلى الوقوف على الأثر الذى يحدثه إستخدام مواقع التواصل الاجتماعى سيما اليوتيوب على القيم التى تتكون عند الطلبة الجامعيين وعلى تعزيز قيمهم التربوية. وقد تم الإعتماد على المنهج المسحى وتم إستخدام الإستبيان لجمع البيانات. وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أ- حرص الطلبة الجامعيين على متابعة مواقع التواصل، لكنهم لا يحرصون بشكل منهجى على تصفح ومتابعة البرامج العلمية والمعرفية والثقافية التى من شأنها تطوير قدراتهم التطويرية والإبداعية. ب- وجود نسبة لا بأس بها من الطلبة يتابعون البرامج العلمية والمعرفية لكن متابعتهم هذه ليست بصورة دائمية ممنهجة. ج- جاءت البرامج التعليمية الخيار الأول بالنسبة للطلبة فى بناء القيم التربوية، وبرامج الإبداع والإبتكار ثانياً، والبرامج العلمية وتطوير اللغة بالمرتبة الثالثة، والبرامج المعرفية بالمرتبة الرابعة، والبرامج الثقافية بالمرتبة الخامسة. وهذا دليل وعى الطلبة ومعرفتهم بنوع البرامج التى تساهم فى بناء القيم التربوية لديهم.

- دراسة هالة مختار الوحش (2019) بعنوان: القيم اللازمة لطلاب الجامعات المصرية للتعامل الإيجابي مع مواقع التواصل الاجتماعي (رؤية تربوية). هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على القيم اللازمة لطلاب الجامعات المصرية للتعامل الإيجابي مع مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد مخاطر وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على القيم لدى طلاب الجامعات، ووضع رؤية تربوية مقترحة قد تسهم في تنمية القيم الضرورية لدى الطلاب، وإستخدمت الدراسة في تحقيق أهدافها المنهج الوصفي، وقامت الباحثة بعمل دراسة إستطلاعية بغرض التعرف على الترتيب المنطقي والإحصائي لأهم القيم اللازمة لطلاب الجامعات المصرية للتعامل الإيجابي مع مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بتوزيع إستبانة على مجموعة من الخبراء المتخصصين في التربية وقد بلغ عددهم (12) خبير. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن قيمة الصدق في القول والفعل إحتلت المرتبة الأولى يليها في المرتبة الثانية قيمة الأمانة والشفافية في نقل الخبر، وقد يرجع ذلك لتأصل القيم الدينية في المجتمع المصري ومدى درجة الوعي بأهمية التمسك بالقيم والأخلاق.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

أولاً: من حيث الأهداف: تناولت دراسات المحور الأول: التعرف على واقع استخدام المرأة للمجموعات النسائية على موقع فيسبوك و الإشباعات المحققة منها ورصد وتحليل طبيعة معالجة المواقع والصفحات النسائية المصرية لقضايا المرأة في إطار رؤية مصر 2030 والكشف عن مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق لقضايا المرأة المصرية على (الفييس بوك) تحديداً من خلال تحليل مضمون صفحة المجلس القومي للمرأة وذلك من خلال تقديم توصيف كفيي لهذه الصفحة من حيث الشكل والمضمون، بالإضافة إلى رصد أشكال التفاعل بين المجلس والجمهور والتعرف على أثر استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع

التواصل الاجتماعي على علاقتها بأسرتها والتعرف على مدى فاعلية صفحات المؤسسات المعنية بشئون الطفل في توعية الأطفال والوالدين بمشكلات الطفولة وكيفية التعامل معها والبحث في استخدامات المرأة الجزائرية لإشهارات اليوتيوب، بناءً على تطوير هذا النوع من الإشهارات وتزايد معدلات توظيفه من قبل الشركات وأصحاب الخدمات والتعرف على استخدامات المرأة الصعيدية لوسائل التواصل الاجتماعي كمنصات إعلانية والتعرف على استخدامات المرأة للمجموعات النسائية على الفيس بوك وعلاقتها بتطوير مفهوم الذات لديها، كما أنها لم تتناول على حد علم الباحث استخدام المرأة المصرية خاصة للصفحات النسائية لمواقع التواصل الاجتماعي. كما تناولت دراسات المحو الثاني: تحقيق هدف رئيس يتمثل في دور موقع التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة، والكشف عن التأثيرات المترتبة على متابعة عينة الدراسة لمضامين خطط التنمية المستدامة عبر موقع تويتر و معرفة دور وسائل الإعلام في ترسيخ القيم التربوية لدى الطفل العراقي وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي كونها تعمل على جذب الأطفال ومعرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، وذلك من خلال التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ومعرفة الآثار السلبية والإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة و التعرف على إنعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم التربوية كما يراها طلبة جامعة جازان و التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي بالتفكك الأسرى في المجتمع المصري، وتعتمد الدراسة في توجيهها الإعلامي على نظرية البيئة الإعلامية و معرفة إنعكاسات مضامين مواقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب نموذجاً" على القيم الأخلاقية للطفل، إنطلاقاً من مدى شهرة هذا الموقع وكثرت استخدامه من قبل الأطفال و التعرف على الآثار السلبية لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على عدد من القيم من وجهة نظر طلبة جامعة الإستقلال

و الوقوف على الأثر الذى يحدثه إستخدام مواقع التواصل الاجتماعى سيما اليوتيوب على القيم التى تتكون عند الطلبة الجامعيين وعلى تعزيز قيمهم التربوية والتعرف على القيم اللازمة لطلاب الجامعات المصرية للتعامل الإيجابى مع مواقع التواصل الاجتماعى، وتحديد مخاطر وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعى ومدى تأثيرها على القيم لدى طلاب الجامعات، ووضع رؤية تربوية مقترحة قد تسهم فى تنمية القيم الضرورية لدى الطلاب، كما أنها لم تناقش القيم التربوية التى تكتسبها المرأة من مواقع التواصل الاجتماعى.

**ثانياً: من حيث المناهج والعينات والأدوات المستخدمة:** كانت معظم الدراسات وصفية تستخدم منهج المسح الإعلامى بشقيه التحليلي والميداني وأدوات الاستبانة وتحليل المضمون والمنهج التجريبي وشبه التجريبي وأدوات القياس والاختبارات التحصيلية، وينتمي البحث الحالي إلى الدراسات الوصفية ويستخدم منهج المسح الإعلامى باستخدام أداة الاستبانة، كما تنوعت العينات المستخدمة بين العينات العشوائية والعمدية.

**ثالثاً: أهم النتائج:** أن أغلب المبحوثات متصفحات عاديات فى المجموعات النسائية وأنهن إنضممن لها من أجل الإطلاع على الأحداث الجارية وأنها تساعدنهم فى تطوير أفكار وأساليب حياتهن الشخصية وإن المجموعات التى يفضلن الإنضمام إليها هي المجموعات التعليمية، وأن المبحوثات يستخدمن المجموعات للتعبير عن آرائهن وأكدن أن هذه المجموعات تساهم فى تكوين وتعزيز شخصية المرأة، وجود إهتمام من جانب المواقع والصفحات النسائية بالحقوق السياسية وقضايا الحماية والأمن والحقوق الإقتصادية والحقوق الاجتماعية، كما أن دوافع استخدام المرأة الريفية العاملة لمواقع التواصل الاجتماعى هو لغرض التواصل مع الأصدقاء والترفيه وأن المرأة الريفية العاملة تلجأ لمواقع التواصل الاجتماعى لإشباع رغبتها بالحصول على المعلومات التى تفيدها، ولأجل التسوق والعمل. وأنه يوجد إنعكاس كبير على علاقة المرأة بأسرتها، كما أن إستخدام المجموعات

النسائية يرتبط بتطوير مفهوم الذات لدي مستخدميها في جوانب محددة في مقدمتها إكتساب إنطباعات اجتماعية أكثر إيجابية من خلال تطوير مهاراتها في إدارة صورتها أمام الآخرين من أجل إثارة الإعجاب بهذه الصورة سواء على مستوى غيرها من النساء عند مقارنتها بالأخريات أو على المستوى العام، سواء على مستوى الشكل "الجمال-الأناقة-وغيره" أو على مستوى مهارتها كامرأة وزوجة وأم، إضافة إلى أن لوسائل الإعلام دور كبير في ترسيخ القيم التربوية، كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي أثر إيجابي وسلبي في تغيير القيم الاجتماعية للفرد، وأن إنعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم التربوية كبير جدا على المجال الثقافي والإقتصادي، وضئيل على المجال الاجتماعي، كما أن الإنشغال عن الأسرة وقضاء وقت طويل على مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز أسباب سوء العلاقة الزوجية على مستوى الأسرة المصرية، كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على بعض القيم منها قيمة الصدق في القول والفعل وقيمة الأمانة والشفافية في نقل الخبر، وقد يرجع ذلك لتأصل القيم الدينية في المجتمع المصري ومدى درجة الوعي بأهمية التمسك بالقيم والأخلاق.

### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تعرف الدراسات والأبحاث التي تمت في مجال البحث، وأن تكون على دراية بما وصل إليه العلم في موضوع البحث، والمساعدة في صياغة أهداف البحث وأهميته، وصياغة فروض وتساؤلات البحث، وتحديد الأدوات المستخدمة في البحث، وصياغة المشكلة البحثية، ومناقشة النتائج.

### ثالثا: مشكلة الدراسة:

إن دور المرأة في أى مجتمع دور أساس في نمو المجتمعات ونهضتها، فهي تتحمل جزء كبير من الأعباء في المجتمع. لكونها المربية الأولى للأجيال، حيث أنها

تمتلك سلاح التأثير القوى وهو غريزة الأمومة، وتأكيداً لدورها الكبير فقد حث الإسلام على مكانتها العظيمة في الحياة، فأخرجت أجيالاً من العلماء وساهمت في بناء حضارتنا الإسلامية.

وفى ضوء ثورة المعلومات الحديثة وعلى رأسها شبكة الإنترنت وبالأخص شبكات التواصل الإجتماعى كان على المرأة مواكبت هذه التكنولوجيا.

ولذلك فإن هيمنة وسائل الإعلام وخاصة مواقع التواصل الاجتماعى على عقول المرأة له انعكاسات على القيم الدينية والأخلاقية والقيم الإجتماعية والصحية للأسرة، كما أنّ رسالة المرأة في أسرتها تتعدى مهمّة التربية إلى مهمة إعداد جيلٍ من الأبناء يحسن التعامل مع مجتمعه ويحسن العطاء، فتزوّد بالمهارات الإجتماعيّة اللازمة لذلك.

وفى ضوء ذلك تتناول الباحثة فى هذه الدراسة مواقع التواصل الإجتماعى كأحد وسائل الإعلام التى لها تأثير كبير على الأسرة وخاصة صفحات المرأة والطفل لاسيما أن المحتوى العربى على الأنترنت فيما يخص عالم الأمومة والطفولة شحيح ، فجاءت الصفحات الخاصة بالأمومة وعالم الأطفال والتربية لتسد الثغر الحاصل فى هذا المجال وتزود الأمهات بكل ما له علاقة بدورهن، كما تبرز أهميتها فى أنها تملك التأثير على توجهات الأمهات ومواقفهم نحو قضايا الأمومة والقضايا الاجتماعية المختلفة، والتأثير على ممارستهم لأدوارهم ونمط حياتهم.

وبناءً على ذلك كان لابد من التعرف على العلاقة بين استخدام المرأة لصفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الاجتماعى بالقيم التربوية للأسرة و الطفل بإعتبار أن ما تكتسبه الأم من هذه الصفحات من قيم له أثر عظيم فى تكوين وبناء شخصية الطفل.

وتتلخص مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسى التالى:

ما طبيعة إستخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الاجتماعى؟ وإلى أى مدى يرتبط هذا الإستخدام بتدعيم القيم التربوية لديها؟

رابعاً: أهمية الدراسة

أهمية الدراسة:

أ- قلة البحوث التى أجريت حول تطبيق مدخل الإستخدامات والإشباعات فى مجال إستخدام المرأة لشبكات التواصل الاجتماعى، خاصة ما يتعلق منها بفئة جمهور المرأة.

ب- تأتى هذه الدراسة فى إطار الإهتمام العالمى والإقليمى بدراسة النوع. Gander

ج- توفير معلومات تفيد فى التعرف على دور صفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الاجتماعى فى حياة المرأة المصرية.

د- أهمية الإعلام الجديد - وبالتحديد مواقع التواصل الاجتماعى - فى الوقت الحاضر، حيث تتعرض المرأة المصرية للعديد من صفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الاجتماعى، والتى تقوم بدور فى تلبية إحتياجاتها و تحقيق رغباتها.

هـ- حداثة الموضوع إلى جانب قلة الدراسات العربية عامًا والمصرية خاصًا التى أجريت عن إستخدامات جمهور المرأة لمواقع التواصل الاجتماعى وخاصة صفحات المرأة والطفل، حيث أجريت دراسات عديدة على فئات أغلبها الشباب، فى حين يعتبر جمهور المرأة من أكبر شرائح المجتمع.

و- من خلال الدراسات السابقة يتضح أن مصطلح " صفحات المرأة والطفل " من المصطلحات الحديثة فى مجتمع الدراسات العلمية، وإن كانت تذكر فى بعض الدراسات بمسميات أخرى.

- ز- يسعى البحث إلى معرفة الآثار الاجتماعية المترتبة على إستخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي محاولاً التوجيه نحو الطريق الأمثل.
- ح- تتعرف هذه الدراسة على آراء ووجهات نظر المرأة بدور صفحات المرأة والطفل فى تدعيم القيم التربوية للأسرة.
- ط- قد تساعد هذه الدراسة القائمين على هذه الصفحات فى محاولة الإرتقاء بمضمون هذه الصفحات.
- ي- تسعى هذه الدراسة إلى معرفة ما إذا كانت صفحات المرأة والطفل تشبع حاجة المرأة فى معرفة ما يخص الأسرة من معارف وقيم.

#### خامساً: أهداف الدراسة:

تم تلخيص الهدف الرئيسى للدراسة كالتالى:

التعرف على طبيعة إستخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتدعيم القيم التربوية لديها.

#### ويتفرع عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية:

1. التعرف على أسباب متابعة صفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الاجتماعي .
2. التعرف على الدوافع ( النفعية- الطقوسية ) لإستخدام المرأة لصفحات المرأة والطفل.
3. التعرف على الإشباعات المتحققة من إستخدام صفحات المرأة والطفل .
4. الكشف على أهم القيم التربوية التى تكتسبها المرأة من خلال متابعتها لهذه الصفحات.

### سادسا: تساؤلات الدراسة:

1. ما أسباب متابعة صفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما الدوافع ( النفعية- الطقوسية ) لإستخدام المرأة لصفحات المرأة والطفل؟
3. ما نوعية الإشباعات المتحققة من إستخدام صفحات المرأة والطفل؟
4. ما هي القيم التربوية التي تكتسبها المرأة من خلال متابعتها لهذه الصفحات؟

### سابعا: فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل والقيم التربوية لديها.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استخدام المبحوثات لصفحات المرأة والطفل ونوعية الحاجات التي تشبعها هذه الاستخدامات.

**الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات عينة البحث في معدل اكتسابهم للقيم التربوية عبر تعرضهم لصفحات المرأة والطفل وفق متغير (محل الإقامة).

### ثامناً: نوع ومنهج الدراسة:

تتنمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح الإعلامي الميداني باعتباره الأنسب لجميع البيانات حول الظاهرة موضع الدراسة.

### تاسعاً: أدوات الدراسة:

### استخدمت الدراسة الحالية:

- أداة الاستبانة، وقد قامت الباحثة بتحكيم الاستمارة من عدد من المحكمين المتخصصين للتأكد من وضوحها وصلاحياتها للتطبيق وتحقيق أهداف الدراسة.

- إجراءات الصدق والثبات: قامت الباحثة بعرض الاستبانة على عدد من أساتذة الإعلام والإعلام التربوي والتربية وعلم النفس وأصول التربية لقياس مدى صدق الاستبانة، ثم قامت الباحثة بقياس ثبات الاستبانة من خلال التطبيق وإعادة التطبيق على عدد من المفردات، وقامت الباحثة بتطبيق معادلة ألفا كرونباخ للتأكد من مدى ثبات الاستبانة وجاء الثبات مساوياً (0.94)، كما قامت الباحثة بقياس صدق الاستبانة بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وقد جاء مساوياً (0.97)، والذي يدل على تمتع أداة البحث بدرجة ثبات وصدق عالية، وهي نسب مقبولة في البحوث لدى متخصصي الإحصاء.

#### عاشرا:مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في المرأة المصرية المستخدمة لصفحات المرأة والطفل على موقع الفيسبوك، ونظراً لصعوبة دراسة مجتمع البحث ككل فقد لجأت الباحثة لإختيار عينة عمدية من مستخدمات صفحات المرأة والطفل بوضع إستمارة إستبيان داخل هذه الصفحات على موقع الفيسبوك بصورة مباشرة وقصدية، كما تم تجميع بيانات الإستبيان خلال الفترة من (سبتمبر حتى نهاية نوفمبر 2024).

#### حادي عشر: إجراءات الدراسة: تتلخص خطوات إجراء الدراسة فيما يلي:

- تم الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة والمراجع العلمية في مجال الدراسة الحالية لإعداد الجانب المنهجي والمعرفي للدراسة.
- تم الاطلاع على عدد من المراجع العلمية في مجال الدراسة لإعداد أدوات الدراسة الحالية.
- تم تصميم أدوات الدراسة الحالية ثم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين تمهيداً لتطبيق الدراسة.
- تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة من المرأة المصرية التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي.

- تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية للتوصل إلى بيانات ونتائج الدراسة.
- تم تحليل النتائج وتفسيرها والتوصل إلى التوصيات والبحوث المقترحة في مجال الدراسة.
- تم كتابة تقرير البحث ليصل إلى الصورة الحالية.

### ثاني عشر: التعريفات الإجرائية للدراسة

- **الإستخدام** :. ويقصد به فى هذه الدراسة مجموعة الدوافع التى تحت المرأة إلى إستخدام صفحات المرأة والطفل بالفيس بوك من ، والتى تلبي إهتماماتها.
- **مواقع التواصل الاجتماعى**: والمقصود بها فى هذه الدراسة هى موقع (الفيس بوك Face Book)

- **المرأة** : المرأة المصرية المسؤولة عن نفسها أو أخوات أو أسرة وأبناء.
- **صفحات المرأة والطفل** : ويقصد بها تلك الصفحات التى تهتم بكل ما يخص شئون الامومة والتربية مستهدفه بذلك المرأة .
- **القيم** : يمكن تعريفها من خلال دراستنا بأنها الصفات الشخصية التى تتأثر بشبكات التواصل الاجتماعى، وتكون نتاج تفاعل الإنسان بإمكاناته الشخصية مع تغيرات اجتماعية وثقافية معينة

### رابع عشر: نتائج الدراسة وتفسيراتها

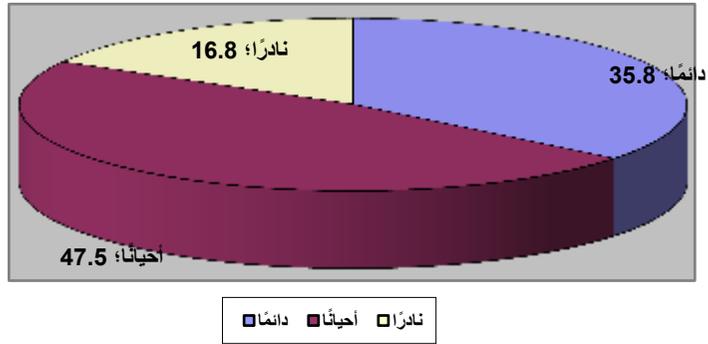
جدول (1) يوضح معدل استخدام عينة الدراسة لصفحات المرأة والطفل بموقع فيس بوك

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدايل
2	35.8%	143	دائماً
1	47.5%	190	أحياناً
3	16.8%	67	نادراً

	100	400	الإجمالي
--	-----	-----	----------

يتضح من الجدول: أن نسبة 47.5% من عينة الدراسة يتابعون صفحات المرأة والطفل على فيس بوك (أحيانًا)، ثم من يتابعنها (دائمًا) ونسبتهم 35.8%، وأخيرًا من يتابعنها (نادرًا) بنسبة 16.8%.

ويتضح من هذه النتيجة أن عينة الدراسة تهتم بمتابعة صفحات المرأة والطفل بالفيس بوك بشكل دائم ومستمر، وذلك لتلبية احتياجاتهم وإشباع رغباتهم في معرفة ما يخص شؤون حياتهم.



جدول (2) يوضح أسباب استخدام عينة الدراسة لصفحات المرأة والطفل

الترتيب	النسبة %	التكرار	الأسباب
4	44.5%	178	سهولة الحصول على المعلومات
5	39.5%	158	لأنها تساعد في حل الكثير من المشكلات التي أمر بها
1	58.8%	235	معرفة ما يدور حولي من أحداث ومستجدات في عالم التربية والطفولة
3	45%	180	ارتباط موضوعات الصفحات بالظروف المعيشية الحالية

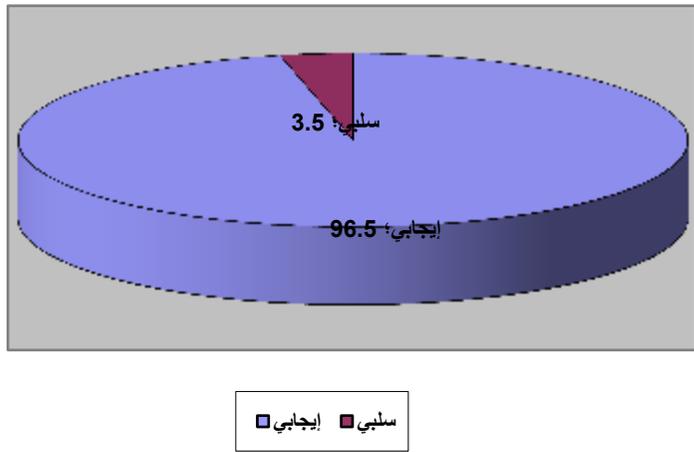
2	47.3%	189	تطوير أفكار وأساليب حياتي الشخصية
6	11.3%	45	توفر الخصوصية والسرية
9	8%	32	جاذبية الصفحات وإهتمامها بالتفاعل مع المستخدمين
8	9%	36	الثقة في هذه الصفحات
7	10.8%	43	التسلية وقضاء وقت الفراغ

يتضح من الجدول: أن ( معرفة مايدور حولى من أحداث ومستجدات فى عالم التربية والطفولة ) فى الترتيب الأول بنسبة 58.8% هى أهم أسباب استخدام عينة الدراسة لصفحات المرأة والطفل بالفيس بوك، تليها ( تطوير أفكار وأساليب حياتي الشخصية ) فى الترتيب الثانى بنسبة 47.3%، بينما فى الترتيب الأخير بنسب متقاربة ( الثقة فى هذه الصفحات، جاذبية الصفحات وإهتمامها بالتفاعل مع المستخدمين ) بنسبة 9%، 8%. ويلاحظ أن نسب أسباب الاستخدام متقاربة، وتعزو الباحثة تلك النتيجة إلى أن معظم أفراد عينة الدراسة يستخدمون صفحات المرأة والطفل بالفيس بوك لمعرفة أحدث المستجدات فى عالم التربية والطفولة، خاصة وأن صفحات المرأة والطفل أصبحت المصدر المعلوماتى الأول للمرأة فيما يخص شئون الأسرة والتربية، كما تحرص عينة الدراسة على مواكبة كل جديد لتقديم الرعاية والتعليم والتربية لإبنائها، وتنشئتهم تنشئة سليمة من خلال ما يقدم فى صفحات المرأة والطفل.

جدول (3) يوضح مدى تأثير استخدام عينة الدراسة لصفحات المرأة والطفل على أفراد أسرتها

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
1	96.5%	386	إيجابى
2	3.5%	14	سلبى
	100	400	الإجمالى

يتضح من الجدول: أن جاء تأثير استخدام عينة الدراسة لصفحات المرأة والطفل على أفراد أسرتها (بالإيجاب) بنسبة 96.5%، بينما جاء تأثير استخدام عينة الدراسة لصفحات المرأة والطفل على أفراد أسرتها (بالسلب) بنسبة 3.5%. وتعزو الباحثة تلك النتيجة إلى وعى عينة الدراسة فى إنتقاء السلوكيات التى لا تؤثر على علاقتها بأسرتها، والتمسك بقيمها، وهذا يدل على أن التأثيرات الإيجابية لمتابعة صفحات المرأة والطفل أكثر من سلبياتها.



جدول (4) يوضح التكرار والمتوسط والانحراف المعياري والترتيب لأسباب استخدام عينة الدراسة لصفحات المرأة والطفل

العينة الكلية									العبارات
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة التوافر					
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق بشدة	موافق	
موافق	1	0.57	4.10	0	7	26	80	287	تقدم المعلومات بشكل

									مبسّط
موافق	2	0.71	4.09	3	11	35	104	247	تزودنى بأفكار جديدة
موافق	3	0.76	4.04	4	13	45	102	236	تختصر الوقت والجهد فى البحث عن المعلومة
موافق	4	0.84	4.00	3	23	53	110	211	أستفيد من خبرات وتجارب الآخرين
موافق	5	0.71	3.97	3	8	66	79	244	تعزز ثقّتى بنفسى
موافق	6	0.82	3.94	4	18	68	94	216	تقدم لى بدائل متعددة
موافق	7	0.90	3.93	7	19	78	110	186	أستفيد من تعليقات الآخرين
موافق	8	0.75	3.91	7	10	59	67	257	تساعدنى فى اتخاذ قررات صائبة
موافق	9	0.75	3.88	2	17	78	71	232	تقوى ارتباطى بأسرتى
موافق	10	0.87	3.81	4	27	93	85	191	القائمين

									عليها متخصصين
موافق	11	0.93	3.67	11	38	80	59	212	تقدم لى نماذج من الشخصيات الناجحة
موافق	12	1.04	3.60	20	41	85	69	185	تكونت لدى قيم جديدة بخلاف التى ورثتها عن أسرتى
موافق	12	0.92	3.60	17	29	93	43	218	حل مشكلتى الأسرية
موافق	13	1.09	3.46	32	36	104	59	169	الشعور بالبهجة والإثارة
محايد	14	1.03	3.37	22	51	131	48	148	ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل
محايد	15	1.08	3.29	29	57	129	49	136	التسلية والإسترخاء
محايد	16	1.12	2.99	45	87	125	31	112	الهروب من مشاكل الحياة
محايد	17	1.13	2.98	47	86	126	32	109	التعرف على أصدقاء

جدد									
التخلص من الشعور بالوحدة	103	36	129	82	50	2.98	1.15	17	محايد
لأن أقاربي وأصحابي يستخدمونها	69	17	140	118	56	2.68	1.04	18	محايد
الإجمالي الكلي للأسباب والدوافع									
3.06									
0.91									
محايد									

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية لأسباب استخدام عينة الدراسة لصفحات المرأة والطفل تراوحت ما بين (4.10: 2.68)، حيث جاءت عبارة (تقدم المعلومات بشكل مبسط) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (لأن أقاربي وأصحابي يستخدمونها) في الترتيب الأخير.

وتعزو الباحثة ذلك إلى أن عينة الدراسة يستخدمون صفحات المرأة والطفل بالفيس بوك بدافع تقديم هذه الصفحات للمعلومات بشكل مبسط، كما أن هذه الصفحات تزود عينة الدراسة بأفكار جديدة، وتختصر الوقت والجهد في البحث عن المعلومة، والإستفادة من خبرات وتجارب الآخرين، وتعزيز الثقة بالنفس، وتقديم بدائل متعددة، والإستفادة من تعليقات الآخرين، والمساعدة في اتخاذ قرارات صائبة، وتقوية الإرتباط بالأسرة، وتقديم نماذج من الشخصيات الناجحة، وحل المشكلات الأسرية، وهذا يعني أن دوافع استخدام عينة الدراسة لصفحات المرأة والطفل بالفيس بوك هي دوافع نفعية في مجملها تستهدف الحصول على المعلومات والمعارف والخبرات التي يستطيعون من خلالها ممارسة أدوارهن بشكل جيد. في الوقت نفسه يظهر أن باقي عينة الدراسة يستخدمون صفحات المرأة والطفل بدوافع ترتبط بملئ وقت الفراغ والتخلص من الملل، والتسلية والإسترخاء، والهروب من مشاكل الحياة، والتعرف على أصدقاء جدد، والتخلص من الشعور بالوحدة، ولأن الأقارب والأصحاب يستخدمونها، الأمر الذي يشير إلى تراجع الدوافع الطقوسية في استخدام عينة الدراسة لصفحات المرأة والطفل بالفيس بوك.

جدول (5) يوضح التكرار والمتوسط والانحراف المعياري والترتيب لإشباع استخدام عينة الدراسة  
لصفحات المرأة والطفل بالفيس بوك

العينة الكلية									العبارات
درجة الموافقة	ترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة التوافر					
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق بشدة	موافق	
موافق	1	0.67	4.25	3	4	23	142	228	تساعدني في الوعي الصحي
موافق	2	0.74	4.17	4	7	38	132	219	مسايرة مستجدات عالم المطبخ والموضة والأزياء
موافق	3	0.59	4.16	0	7	22	102	269	أكتسب معلومات جديدة عن نفسي وأبنائي
موافق	4	0.67	4.14	0	10	36	112	242	لأكون على دراية بأحدث المستجدات
موافق	5	0.75	4.07	0	13	56	115	215	تقدم ما لا أجده في وسائل الإعلام التقليدية
موافق	6	0.74	4.06	0	11	66	112	211	عدلت بعض

									أفكارى وأرائى
موافق	7	0.64	4.02	2	6	48	74	270	الوصول إلى كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة
موافق	8	0.87	3.78	8	31	63	63	235	تساعدنى فى التواصل مع الآخرين، وتحقيق مزيد من الثقة بالنفس
موافق	9	0.96	3.77	17	28	55	71	229	إشباع الفضول فى التعرف على كل ما هو جديد
محايد	10	1.07	3.24	20	84	124	49	123	التخلص من الفراغ والملل
محايد	11	1.11	3.13	35	84	110	36	135	نسيان هموم الحياة ومشاكلها
موافق		8.81	3.89	الإجمالي الكلي للإشباعات					

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية لإشباعات استخدام عينة الدراسة لصفحات المرأة والطفل تراوحت ما بين (3.13 : 4.25)، حيث جاءت عبارة (تساعدنى فى الوعي الصحى) فى الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (نسيان هموم الحياة ومشاكلها) فى الترتيب الأخير. كما يظهر ترتيب هذه الحاجات ودرجة أهميتها حسبما يتحقق من إشباعات، حيث تظهر المتوسطات أن استخدام هذه الصفحات يشبع لدى

عينة الدراسة الحاجات المعرفية في المقام الأول، حيث تظهر النتائج أن عبارة (تساعدني في الوعي الصحى) جاءت في الترتيب الأول، تليها (مسايرة مستجدات عالم المطبخ والموضة)، تليها (أكتسب معلومات جديدة عن نفسى وأبنائى)، تليها (لأكون على دراية بأحدث المستجدات)، بمتوسطات تراوحت ما بين (4.25: 4.14). ويعود ذلك لسبب أن صفحات المرأة والطفل يسرت على المرأة الحصول على الكثير من المعارف والمعلومات المختلفة فيما يخص عالم التربية والطفولة. وفي المرتبة الثانية يأتى دور هذه الصفحات فى إشباع الحاجات الشخصية لدى عينة الدراسة، حيث جاءت عبارة (عدلت بعض أفكارى وآرائى) بمتوسط 4.06، تليها عبارة (تساعدنى فى التواصل مع الآخرين وتحقيق مزيد من الثقة بالنفس) بمتوسط 3.78. وفي المرتبة الثالثة يأتى دور هذه الصفحات فى إشباع الحاجات الترفيهية لدى عينة الدراسة، حيث جاءت عبارة (لإشباع الفضول فى التعرف على كل ما هو جديد) بمتوسط 3.77، تليها عبارة (التخلص من الفراغ والملل) بمتوسط 3.24، تليها عبارة (نسيان هموم الحياة ومشاكلها) بمتوسط 3.13. ويرجع ذلك إلى طبيعة استخدامات هذه المجموعات ومجالات الإستفادة مما تقدمه.

جدول (6) تقييم قيمة (تحمل المسؤولية) لدى عينة الدراسة التى تستخدم صفحات المرأة والطفل

العينة الكلية				التكرار لدرجة التوافر			العبارات
درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق				
							البعد الأول: تحمل المسؤولية

موافق	1	0.49	2.74	12	77	311	ساعدتني صفحات المرأة والطفل على التفكير جيدًا قبل إتخاذ قرار يتعلق بحياتي.
موافق	2	0.51	2.73	14	80	306	تساعدني صفحات المرأة والطفل على الإعتماد على النفس
موافق	3	0.49	2.72	10	89	301	أشعر عند استخدام صفحات المرأة والطفل أنني جزء من مجتمع كبير
موافق	4	0.53	2.71	16	81	303	دفعتني صفحات المرأة والطفل على إتباع أساليب صحية في تناول الطعام.
موافق	5	0.56	2.70	22	76	302	ساعدتني صفحات المرأة والطفل من طلب المساعدة في حل بعض المشكلات
موافق	6	0.63	2.58	33	101	266	ساعدتني صفحات المرأة والطفل على تقدير الظروف المالية لأسرتي

موافق	7	0.64	2.57	34	102	264	أتحمل مسئولية كل ما أتعلمه على صفحات المرأة والطفل
موافق	8	0.73	2.47	58	96	246	تساعدنى صفحات المرأة والطفل على معرفة العلماء وتقديرهم.
محايد	9	0.80	2.16	103	130	167	تدفعنى صفحات المرأة والطفل للمشاركة فى الأعمال التطوعية والأنشطة المجتمعية.

نجد فى بعد تحمل المسئولية عبارة: (ساعدتنى صفحات المرأة والطفل على التفكير جيداً قبل إتخاذ قرار يتعلق بحياتى) والتي وافقت على صحتها (311) مبحوثة، بينما نجد (12) مبحوثات غير موافقن على صحتها وتمثل نسبة (2.74)، وتصدرت قائمة تقييم بعد تحمل المسئولية لدى عينة الدراسة التى تستخدم صفحات المرأة والطفل. وجاءت فى المرتبة الثانية (تساعدنى صفحات المرأة والطفل على الإعتماد على النفس) بنسبة تمثلت ب(2.73) ووافق على صحتها (306) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (14) مبحوثات، بينما جاءت فى المرتبة الثالثة (أشعر عند استخدام صفحات المرأة والطفل أننى جزء من مجتمع كبير) بنسبة (2.72) وقد وافقت على صحتها (301) مبحوثة، واعترض عليها (10) مبحوثة، وجاءت فى الترتيب الرابع عبارة: (دفعتنى صفحات المرأة والطفل على إتباع أساليب صحية فى تناول الطعام) بنسبة تتمثل فى (2.71) وقد وافق على صحتها (303) مبحوثة، بينما اعترض عليها (16)

مبحوثة، وجاء في الترتيب الخامس عبارة: (ساعدتني صفحات المرأة والطفل من طلب المساعدة في حل بعض المشكلات) بنسبة (2.70) حيث وافق على صحة هذا التأثير الإيجابي لصفحات المرأة والطفل على المرأة (302) مبحوثة، وقد اعترض على ذلك (22) مبحوثة، بينما جاءت في الترتيب السادس عبارة: (ساعدتني صفحات المرأة والطفل على تقدير الظروف المالية لأسرتي) بنسبة (2.58) حيث وافق على صحتها (266) مبحوثة، وقد اعترض على ذلك (33) مبحوثة، وجاء في الترتيب السابع عبارة: (أتحمل مسئولية كل ما أتعلمه على صفحات المرأة والطفل) بنسبة (2.57) وقد وافق على صحتها (264) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (34) مبحوثة، وجاءت في المرتبة الثامنة عبارة: (تساعدني صفحات المرأة والطفل على معرفة العلماء وتقديرهم) بنسبة (2.47) وقد وافق على صحتها (246) مبحوثة، بينما اعترض عليها (58) مبحوثة، وجاء في الترتيب الأخير عبارة: (تدفعني صفحات المرأة والطفل للمشاركة في الأعمال التطوعية والأنشطة المجتمعية) بنسبة (2.16) وقد وافق على صحتها (167) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (103) مبحوثة. ونجد أن صفحات المرأة والطفل تدعم قيمة تحمل المسؤولية بشكل كبير، من خلال تقديمها لمضمون يدعم العناية بشؤون المرأة الأسرية والصلحغذائية وعنايتها وتربيتها لإولادها.

جدول (7) تقييم قيمة (الترابط الأسري) لدى عينة الدراسة التي تستخدم صفحات المرأة

العينة الكلية							العبارات
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة التوافر			
				غير موافق	محايد	موافق	
البعد الثاني: الترابط الأسري							
موافق	1	0.45	2.83	13	41	346	تعرض لى صفحات المرأة والطفل اهتمامات الفرد

							والأسرة.
موافق	2	0.50	2.76	14	67	319	تعلمت من صفحات المرأة والطفل إحترام آراء أفراد أسرتى.
موافق	3	0.51	2.73	14	78	308	ساعدنى إستخدام صفحات المرأة والطفل فى زيادة الترابط الأسرى.
موافق	4	0.58	2.65	23	94	283	يمكننى التواصل الإيجابى مع أفراد أسرتى من خلال صفحات المرأة والطفل.
موافق	5	0.63	2.57	32	106	262	ساعدنى إستخدام صفحات المرأة والطفل فى حل مشاكل الأسرية.
موافق	6	0.68	2.40	46	148	206	أسهمت صفحات المرأة والطفل فى تنمية صلة الأرحام لدى.
محايد	7	0.67	1.47	252	107	41	أشعر بالتقصير تجاه أبنائى بسبب ما يعرض على صفحات المرأة والطفل.
محايد	8	0.62	1.30	314	50	36	قللت صفحات المرأة والطفل من ولائى لأسرتى وأبنائى

							بسبب المقارنة بأسر أكثر سعادة وترابطاً.
محايد	9	0.60	1.29	315	53	32	أشعر أن كثرة استخدام صفحات المرأة والطفل ساعد على التفكك الأسرى.

يتضح من الجدول جاءت عبارة : (تعرض لى صفحات المرأة والطفل اهتمامات الفرد والأسرة) فى مقدمة العبارات التى تمثل قيمة الترابط الأسرى بنسبة (2.83) ووافق على صحتها (346) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (13) مبحوثة، وجاءت فى المرتبة الثانية عبارة: (تعلمت من صفحات المرأة والطفل إحترام آراء أفراد أسرتى) بنسبة (2.76) حيث وافق على صحتها (319) مبحوثة، بينما اعترض عليها (14) مبحوثة، كما جاء فى الترتيب الثالث عبارة: (ساعدنى إستخدام صفحات المرأة والطفل فى زيادة الترابط الأسرى) والتى تتمثل نسبتها ب (2.73) ووافق على صحتها (308) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (14) مبحوثة، وأيضاً جاء فى الترتيب الرابع عبارة: (يمكننى التواصل الإيجابى مع أفراد أسرتى من خلال صفحات المرأة والطفل) بنسبة (2.65) حيث وافق على صحتها (283) مبحوثة، واعترض على ذلك (23) مبحوثة، كما جاءت فى الترتيب الخامس عبارة: (ساعدنى إستخدام صفحات المرأة والطفل فى حل مشاكل الأسرية) بنسبة (2.62) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (32) مبحوثة، وجاءت فى المرتبة السادسة عبارة: (أسهمت صفحات المرأة والطفل فى تنمية صلة الأرحام لدى) بنسبة (2.40) ووافق على صحتها (206) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (46) مبحوثة، وجاءت فى المرتبة السابعة عبارة سلبية: (أشعر بالتقصير تجاه أبنائى بسبب ما يعرض على صفحات المرأة والطفل) بنسبة (1.47) ووافق على صحتها (41) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (252) مبحوثة، وجاء فى الترتيب الثامن عبارة سلبية أيضاً: (قللت صفحات المرأة والطفل من ولائى لأسرتى وأبنائى بسبب المقارنة بأسر أكثر سعادة وترابطاً) بنسبة (1.30) ووافق على صحتها (36)

مبحوثة، واعترض على ذلك (314) مبحوثة، وجاء في الترتيب التاسع والأخير عبارة سلبية: (أشعر أن كثرة استخدام صفحات المرأة والطفل ساعد على التفكك الأسرى) بنسبة (1.29) ووافق على صحتها (32) مبحوثة، وقد اعترض على ذلك (315) مبحوثة . وهذا يدل على أن صفحات المرأة والطفل تنمى لدى المرأة قيمة الترابط الأسرى بما تقدمه من مضمون يساهم بصورة كبيرة فى تماسك الأسرة وتقوية العلاقات الأسرية بينهم، كما أنها تساعد المرأة فى تقديم الدعم النفسى والفكرى والإجتماعى لها ولإسرتها، كما يتبين أن صفحات المرأة والطفل تعد وسيلة علاجية لإنها تساعد فى حل الكثير من المشكلات التى قد تواجه المرأة.

جدول (8) تقييم قيمة (إستثمار الوقت) لدى عينة الدراسة التى تستخدم صفحات المرأة والطفل

العينة الكلية				التكرار لدرجة التوافر			العبارات
درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق				
البعد الخامس: إستثمار الوقت							
موافق	1	0.66	2.56	38	98	264	حفزتى صفحات المرأة والطفل من أداء العبادات فى وقتها.
موافق	2	0.64	2.53	33	122	245	مكنتى صفحات المرأة والطفل من تنظيم وقت تعرض أفراد أسرتى للشاشات.
موافق	3	0.66	2.52	38	113	249	تمكنى صفحات المرأة والطفل من إدارة الوقت.
موافق	4	0.62	2.49	27	150	223	ساعدتنى صفحات المرأة والطفل على وضع الكثير من الخطط ولكن لا يسع الوقت لتنفيذها.

غير موافق	5	0.60	1.31	305	65	30	جعلتني صفحات المرأة والطفل أن أوجل الأعمال إلى أوقات أخرى.
غير موافق	6	0.58	1.26	324	47	29	أرى أن صفحات المرأة والطفل تضيع الوقت.
غير موافق	7	0.56	1.25	323	52	25	كثرة استخدام صفحات المرأة والطفل جعلني أشعر بالعزلة الإجتماعية.

يتضح من الجدول أن عبارة: (حفزتي صفحات المرأة والطفل من أداء العبادات في وقتها) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (2.56) وقد وافق على صحتها (264) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (38) مبحوثة، وجاء في الترتيب الثاني عبارة: (مكنتني صفحات المرأة والطفل من تنظيم وقت تعرض أفراد أسرتي للشاشات) بنسبة تصل إلى (2.53) ووافق على صحتها (245) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (33) مبحوثة، كما جاء في الترتيب الثالث عبارة: (تمكنتي صفحات المرأة والطفل من إدارة الوقت) بنسبة تصل إلى (2.52) ووافق على صحتها (249) مبحوثة، واعترض عليها (38) مبحوثة، في حين جاء في الترتيب الرابع عبارة: (ساعدتني صفحات المرأة والطفل على وضع الكثير من الخطط ولكن لا يسع الوقت لتنفيذها) بنسبة (2.49) وقد وافق على صحتها (223) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (27) مبحوثة، وجاءت في المرتبة الخامسة عبارة سلبية: (جعلتني صفحات المرأة والطفل أن أوجل الأعمال إلى أوقات أخرى) بنسبة تصل إلى (1.31) ووافق على صحتها (30) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (305) مبحوثة، كما جاء في الترتيب السادس عبارة سلبية أيضا: (أرى أن صفحات المرأة والطفل تضيع الوقت) بنسبة (1.26) ووافق على صحتها (29) مبحوثة، بينما اعترض على ذلك (324) مبحوثة، وجاءت في المرتبة السابعة والأخيرة عبارة سلبية: (كثرة استخدام صفحات المرأة والطفل جعلني أشعر بالعزلة الإجتماعية) بنسبة (1.25) وقد وافق على صحتها (25) مبحوثة، بينما اعترض على

ذلك (323) مبحوثة .وهذا يدل على أن صفحات المرأة والطفل تدعم قيمة إستثمار الوقت لدى المرأة المستخدمة لها

نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل والقيم التربوية لديها.

جدول (9) يوضح معاملات الارتباط بين استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل والقيم التربوية لديها

استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	**0.20	تحمل المسؤولية
دال إحصائياً	0.05	*0.10	الترابط الأسرى
دال إحصائياً	0.01	**0.16	الصبر والتحمل
دال إحصائياً	0.05	*0.11	الرفق
غير دال	0.065	0.09	استثمار الوقت
غير دال	0.074	0.08	التفاؤل
دال إحصائياً	0.01	**0.18	القيم التربوية ككل

يتبين من الجدول: تحقق الفرض جزئياً، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل والقيم التربوية ككل، وبين

كل من معدل استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل، وكل من قيمة (تحمل المسؤولية، والترابط الأسري، والصبر والتحمل، والرفق)؛ مما يعني أنه كلما زاد معدل استخدام وتعرض المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل عبر مواقع التواصل الاجتماعي كلما ساهم ذلك في اكتسابهم للقيم التربوية ككل وبالتحديد قيم (تحمل المسؤولية، والترابط الأسري، والصبر والتحمل، والرفق). فيما لم يثبت وجود علاقة دالة إحصائياً بين استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل وقيمة (استثمار الوقت والتفاؤل).

وتعزو الباحثة تلك النتيجة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وصفحات المرأة والطفل بصفة خاصة من الممكن أن تسبب في ضياع الوقت بالرغم من الاستفادة التي يمكن أن يستفيدها الفرد حتى وإن كانت هذه الاستفادة عبارة عن الترفيه والإسترخاء والتخلص من الملل أو الهروب من الواقع، فهناك تدفق مستمر وسريع للمحتوى الذي ينشئه المستخدمون الذي من شأنه أن يجعل الفرد لا يفقد الاهتمام أبداً بالتصفح والبحث والمتابعة. كما يمكن أن يكون التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وصفحات المرأة والطفل خاصة يتجلى في شعور الأفراد بعدم الرضا عن الذات والعزلة الاجتماعية وزيادة شعورهم بالقلق وإصابتهم بالاكئاب وخصوصاً لدى الأشخاص الذين لديهم الاستعداد للتأثر لاجوانب السلبية لهذه الصفحات.

• **الفرض الثاني:** توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استخدام المبحوثات لصفحات المرأة والطفل ونوعية الحاجات التي تشبعها هذه الاستخدامات.

جدول (10) يوضح معاملات الارتباط بين دوافع استخدام المبحوثات لصفحات المرأة والطفل

ونوعية الحاجات التي تشبعها هذه الاستخدامات

الحاجات التي تشبعها هذه الاستخدامات			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	0.71	دوافع استخدام المبحوثات لصفحات المرأة والطفل

وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين دوافع استخدام المبحوثات لصفحات المرأة والطفل ونوعية الحاجات التي تشبعها هذه الاستخدامات، وهو ما يتفق وفروض نظرية الاستخدامات والإشباع التي تؤكد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإتصال، وليست وسائل الإتصال هي التي تستخدم الأفراد.

وتعزو الباحثة تلك النتيجة إلى أن المرأة تسعى عبر استخدامها لصفحات المرأة والطفل بالفيديو بوك لاكتساب مهارات ومعارف وخبرات تساعد على أداء مهامها كزوجة أو أم، كما تنوعت هذه الإشباعات مابين إشباعات الحاجات المعرفية وإشباعات الحاجات الشخصية والإشباعات الترفيهية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات عينة البحث في معدل اكتسابهم للقيم التربوية عبر تعرضهم لصفحات المرأة والطفل وفق متغير (محل الإقامة).

جدول (11) يوضح دلالة الفروق بين عينة البحث في معدل اكتسابهم للقيم التربوية عبر تعرضهم لصفحات المرأة والطفل وفق متغير (محل الإقامة)

المتغيرات	الريف		الحضر		قيمة (ت)	نوع الدلالة	لصالح
	ع	م	ع	م			
تحمل المسؤولية	3.23	23.32	3.03	23.49	0.530	غير دال	
الترايط الأسرى	2.54	20.10	2.45	20.03	0.084	غير دال	
الصبر والتحمل	2.37	17.11	2.25	17.17	0.28	غير دال	
الرفق	2.67	17.56	2.66	17.80	0.88	غير دال	
استثمار الوقت	2.05	13.87	1.94	14.01	0.66	غير دال	

	دال						
	غير دال	0.11	2.29	17.93	2.40	17.91	التفاوت
	غير دال	0.60	10.76	110.45	10.69	109.80	القيم التربوية ككل

يتضح من الجدول السابق: لا يوجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثات عينة البحث في معدل اكتسابهم للقيم التربوية عبر تعرضهم لصفحات المرأة والطفل وفق متغير (محل الإقامة).

حيث لا يوجد اختلاف بين المرأة في الريف والمرأة في الحضر في درجة اكتسابهم للقيم التربوية من صفحات المرأة والطفل، وهذا يدل على درجة الوعي للمرأة في الريف والحضر وأنها تسعى لإكتساب القيم التي تستطيع من خلالها تعديل أفكارها والتطوير من ذاتها والإرتقاء بأسرتها.

#### النتائج العامة للدراسة:

درجة استخدام المبحوثات لصفحات المرأة والطفل، ذكرن دائما بنسبة (35.8%)، ثم أحيانا بنسبة (47.5%)، وأخيرا نادرا بنسبة (16.8%)، وقد توصلت النتائج إلى أن صفحة الدكتورة هالة سمير جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (60.5) كأبرز الصفحات التي تتابعها المبحوثات، ثم صفحة الدكتورة باكينام الحفاوى بنسبة (25%)، يليها صفحة علمنتى كنز بنسبة (23.3%)، يليها صفحة سولافا سليم بنسبة (21.3%). كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن من أهم الموضوعات التي تتابعها المبحوثات في صفحات المرأة والطفل بالفيديو بوك حيث أن الموضوعات الدينية احتلت المركز الأول بنسبة (57.5%)، يليها موضوعات الأسرة بنسبة (56.8%). كما بينت نتائج الدراسة أسباب استخدام المرأة المصرية لصفحات المرأة والطفل بالفيديو بوك يتصدرها (معرفة ما يدور حولي من أحداث ومستجدات في عالم التربية والطفولة) بنسبة (58.8%)، ثم (تطوير أفكار وأساليب حياتي الشخصية) بنسبة (47.3%). وعكست نتائج الدراسة

الأسباب التي تجذب المبحوثات لمحتوى صفحات المرأة والطفل حيث تصدرت الفيديوهات المرتبة الأولى بنسبة (62.5%)، ثم المضمون بنسبة (42%). بالإضافة إلى أن نسبة من يوافقون ب (نعم) على تقديم صفحات المرأة والطفل للمعلومات التي تحتاجها عينة الدراسة بلغت (54.3%)، بينما بلغت نسبة من يوافقون ب (أحياناً) (38.3%)، في حين بلغت نسبة من يوافقون ب (نادراً) (7.5%). كما أن انعكاس استخدام المرأة لصفحات المرأة والطفل على علاقاتها الأسرية، حيث أن معظم عينة الدراسة لم يؤثر استخدامهم لصفحات المرأة والطفل بالفيس بوك على قلة التفاعل مع أسرتهن بنسبة 73.3%، وأن ما نسبته 18.3% أثر استخدامهم لصفحات المرأة والطفل بالفيس بوك على التفاعل مع أسرتهن (إلى حد ما)، وجاءت نسبة اللاتي أثر استخدامهم لصفحات المرأة والطفل على التفاعل مع أسرتهن (نعم) 8.5%. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن دوافع متابعة المبحوثات لصفحات المرأة والطفل يتصدرها عبارة (تقدم المعلومات بشكل مبسط) بمتوسط بلغ (4.10)، تلتها في المرتبة الثانية كدافع للمرأة لمتابعة صفحات المرأة والطفل عبارة (تزودني بأفكار جديدة) بمتوسط بلغ (4.09)، بينما من يفضلون متابعة صفحات المرأة والطفل لأنها (تختصر الوقت والجهد في البحث عن المعلومة) بمتوسط بلغ (4.04). وأوضحت نتائج الدراسة الإشباع التي حققتها صفحات المرأة والطفل للمبحوثات من خلال متابعتهم لها يتصدرها الحاجات المعرفية في المقام الأول، حيث تظهر النتائج أن عبارة (تساعدني في الوعي الصحي) جاءت في الترتيب الأول، تليها (مسايرة مستجدات عالم المطبخ والموضة)، تليها (أكتسب معلومات جديدة عن نفسي وأبنائي). كما عكست نتائج الدراسة حالة الرضا الواسع من قبل تقييم المبحوثات حول تدعيم صفحات المرأة والطفل لبعض القيم التربوية لديها: فالقيمة الأولى (تحمل المسؤولية) احتلت المركز الأول عبارة (ساعدتني صفحات المرأة والطفل على التفكير جيداً قبل إتخاذ قرار يتعلق بحياتي) بمتوسط بلغ (2.74). بينما جاءت قيمة (الترباط الأسرى) واحتلت المرتبة الأولى فيها عبارة (تعرض لي صفحات المرأة والطفل اهتمامات الفرد والأسرة) بمتوسط بلغ (2.83). والقيمة الخامسة التي تدعمها صفحات المرأة والطفل هي (إستثمار الوقت)

حيث احتلت المركز الأول عبارة (حفزتى صفحات المرأة والطفل من أداء العبادات فى وقتها) بمتوسط بلغ (2.56).

سادس عشر: توصيات الدراسة:

من خلال هذه الدراسة يمكن تقديم التوصيات والمقترحات التالية، والتي تساعد فى تطور صفحات المرأة والطفل وتدعيمها للقيم التربوية بشكل أكثر إفادة للمرأة:

- 1- ضرورة تفعيل دور الرقابة على شبكات التواصل الإجتماعى.
- 2- عمل دورات تدريبية لتأهيل المرأة للتعامل مع إيجابيات شبكات التواصل الإجتماعى وتلاشى سلبياتها.
- 3- ضرورة اهتمام القائمين على صفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الاجتماعى بالتفاعل مع تعبيرات وتعليقات جمهور المستخدمين على المنشورات بصفحاتهم.
- 4- أن تحرص صفحات المرأة والطفل بشكل جدى على تحقيق المصادقية والموضوعية فى تقديم وعرض مضامينها.
- 5- إدراك القائمين على صفحات المرأة والطفل بأهمية هذه الوسيلة وقدرتها فى التأثير على شريحة كبيرة من المجتمع.

سابع عشر: البحوث المقترحة:

أثارت هذه الدراسة العديد من التساؤلات والمشكلات التى يمكن أن تكون موضوعات بحثية مكملة لهذا المجال، يمكن تحديدها فيما يلى:

- 1- إجراء المزيد من البحوث والدراسات التى تهدف إلى معرفة القيم التربوية الإيجابية المكتسبة من صفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الإجتماعى بناء على نتائج الدراسة الحالية لزيادتها وتوعية المرأة المصرية بها، مع الأخذ فى الإعتبار الآثار السلبية لاستخدام صفحات المرأة والطفل ووضع الحلول المناسبة للحد من تلك السلبيات.

2-دراسة جوانب أخرى لمنظومة القيم التي تكتسبها المرأة المصرية من صفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الإجتماعى، كالقيم المعرفية، والقيم الفكرية، والقيم الإجتماعية.

3-توصى الدراسة الحالية بمزيد من الدراسات حول تحليل محتوى صفحات المرأة والطفل بمواقع التواصل الاجتماعي، والوقوف على المضامين المقدمة خلالها ومدى انفاقها واختلافها مع المعايير الأخلاقية للمجتمع المصري.

### المراجع:

- 1- الزيوت، ماجد. (2011). الشباب والقيم فى عالم متغير"، ط2، (عمان: دار الشروق) ص11
- 2-الغامدى، ماجد بن جعفر. (2009). الاعلام والقيم"، (الرياض: مؤسسة خلق) ص34.
- 3-أحمد، إسرائ فهمى. (يوليو 2021). استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الإجتماعى وأثره على العلاقات الأسرية: دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية،(جامع الأزهر: كلية الإعلام، العدد 58، الجزء 4)
- 4-احمد، إسلام أحمد حكيم. (2020). استخدام المرأة فى الصعيد لوسائل التواصل الاجتماعي كمنصات إعلانية: دراسة ميدانية"،مجلة البحث العلمى فى الآداب،( جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، العدد 21، الجزء 2).
- 5-متولى، أمل السيد محمد . (سبتمبر 2016). إستخدامات المرأة للمجموعات النسائية على الفيس بوك وعلاقتها بتطوير مفهوم الذات لديها"، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأى العام، المجلد 15، العدد 3).
- 6-حسين، ثناء مطلب. (2021). دور الإعلام فى ترسيخ القيم التربوية لدى الطفل العراقى"، مجلة الآداب، ( ملحق 1، العدد 137).

- 7-المبارك، حسن الفاتح الحسين محمد. (يونيو 2020). مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة "الفييس بوك أنموذجا: دراسة تطبيقية على طلاب السنة الثالثة بكلية التربية"، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، (السودان: جامعة الإمام المهدي، كلية التربية، العدد 16).
- 8-عبدالعال، سارة عبدالعزيز محمد . (أكتوبر 2021). دور صفحات المؤسسات المعنية بشئون الطفل على الفيسبوك في توعية الوالدين والأطفال بمشكلات الطفولة"، مجلة دراسات الطفولة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، المجلد 24، العدد 93).
- 9-الجبوري، سحر خليفة سالم و زين الدين، محمد جيا. (2019). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم التربوية لدى الشباب الجامعي: دراسة لعينة من طلبة كليات الإعلام والزراعة"، مجلة الجامعة العراقية، (الجامعة العراقية: مركز البحوث والدراسات الإسلامية، العدد 43، الجزء 2)
- 10-بن ميلود،شمس الهدى و لعلاوى، خالد. ( 2020 ). مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على القيم الأخلاقية لطفل ما قبل المدرسة: دراسة تحليلية لمحتوى اليوتيوب المقدم للأطفال"، مجلة العلوم الإنسانية، (جامعة منتوري قسنطينة، المجلد 31، العدد 2)
- 11-رحموني، لبنى. (2021). استخدامات المرأة الجزائرية لإشهارات اليوتيوب والإشباع المحققة: دراسة تحليلية على عينة من نساء مدينة أم البواقي"، مجلة الإعلام والمجتمع، (الجزائر: جامعة أم البواقي، المجلد 5، العدد 1)
- 12-محسن، لمياء محمد. ( أكتوبر 2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري: دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام بالقاهرة، العدد 55، الجزء 5).

- 13-الزيوت، ماجد محمد و الشريف، نجوى على محمد. (ديسمبر 2020).مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على التحولات القيمية للشباب كما يراها طلبة جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية"، مجلة جامعة طيبة للعلوم التربوية، (جامعة طيبة: كلية التربية، المجلد 15، العدد 2)
- 14-محمد، محمد عبداللطيف عبدالعطي. (ديسمبر 2022).معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع والصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر 2030: دراسة تحليلية"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون،(المجلد 2، العدد 24).
- 15-سلامة، مى وليد. (يوليو 2022).دور مواقع التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة"،مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال،(جمعية كليات الإعلام العربية، العدد 9).
- 16-كحلوش، منى. (يونيو 2021).استخدامات المرأة العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي : دراسة ميدانية لعينة من استاذات التعليم الإبتدائي"، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، (جامعة وهران: المجلد 10، العدد 3) ص.204
- 17-الوحش، هالة مختار. (أبريل 2019). القيم اللازمة لطلاب الجامعات المصرية للتعامل الإيجابي مع مواقع التواصل الاجتماعي :رؤية تربوية"،مجلة التربية،(جامعة الأزهر: كلية التربية، العدد 182، الجزء 2)
- 18-صالح، هبة الله صالح السيد. (أبريل 2022). فاعلية التسويق الاجتماعي لقضايا المرأة المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية لصفحة المجلس القومي للمرأة على الفيس بوك"،مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط،(الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 38)

- 19-البرجى، هشام. (يناير/يونيو 2023). اتجاهات الجمهور المصرى نحو البرامج النسائية ودورها فى التعبير عن حقوق وقضايا المرأة"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (العدد 25) ص.395
- 20-الجمال، سمير سليمان و الكرم، محمد. (2020). الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعى على عدد من القيم : دراسة ميدانية على طلبة جامعة الإستقلال فى أريحا"، شؤون اجتماعية، (جمعية الاجتماعيين فى الشارقة، المجلد 37، العدد 145)
- 21-منظمة العمل العربية: أثر التكنولوجيا الحديثة على عمل المرأة فى: مؤتمر العمل العربى، الدورة الثامنة والعشرون من 3 - 4 إبريل 2001م، عمان، ص3
- 22-ميمون، آية. (2022). إستخدامات المرأة للمجموعات النسائية على فيسبوك والإشباع المحققة منها: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمات المجموعات النسائية فى ولاية المسيلة"، رسالة ماجستير غير منشورة،(كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال).
- 23-الجزيرة نت، إباء أبو طه، 2022: <https://1-a1072.azureedge.net/midan/intellect/sociology/2017>
- 24-عبدالحكيم، ليلى أحمد. (2016). عوامل تنمية القيم التربوية لدى الطالبات المعلمات بعد ثورة 25 يناير 2011" تصور مقترح"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية التربية، قسم أصول التربية) ص.32
- 25-موقع المجلس القومى للأمم المتحدة والطفولة. استرجعت فى تاريخ 22 مايو 2024 من <https://nccm.gov.eg> :