

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها من وجهة  
نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس

إعداد

امثال "محمد قذري" واصف طوباسي

إشراف

د. فريد أبو ضهير

قُدِّمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في برنامج دراسات  
المرأة بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين.

2017م

## آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس

إعداد

امثال "محمد قذري" واصف طوباسي

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ: 18 / 06 / 2017م، وأجيزت.

أعضاء لجنة المناقشة:

التوقيع

- |       |                   |                             |
|-------|-------------------|-----------------------------|
| ..... | (مشرفاً ورئيساً)  | 1. د. فريد أبو ضهير         |
| ..... | (ممتحناً خارجياً) | 2. د. وداد البرغوثي         |
| ..... | (ممتحناً داخلياً) | 3. د. عبد الجواد عبد الجواد |

## إهداء

إلى بحر العطاء والتضحية... والذي بذل الغالي والنفيس لإيصالني إلى  
هذه المرحلة..... والذي الفاضل

إلى رمز التفاني والإخلاص... إلى نبع المحبة والحنان... أمي  
العزيزة

إلى رفيق دربي وشريك عمري... إلى من ساندني وساعدني ولم يتوان  
لحظة عن دعمي وتأييدي... وكان الشمعة التي أضاءت طريقني...  
زوجي الغالي

إلى أغلى وأعظم هدية من السماء ابني وإخوتي الأعزاء

وإلى جميع أقربائي

إلى الدكتور الفاضل فريد أبو ضمير الذي لم يبخل علي بشيء من علمه

إلى الشموع التي تدب لتبهر لنا الطريق... دكاترتي الكرام

إلى الذين لا يغيبون ولو للحظة عني... إلى أصدقائي ورفاق دربي

إلى كل من ساهم في إتمام هذا العمل

إلى كل هؤلاء أهدي هذا الجهد المتواضع

## الشكر والتقدير

أحمد الله القدير الذي وفقني لهذا العمل المتواضع

كما وأتقدم بجزيل الشكر والامتنان

من الدكتور الفاضل

" فريد أبو ضهير "

الذي كان لنا مثلاً يقتدى به،

وأتقدم بجزيل العرفان لكل من ساندني

في هذا العمل المتواضع...

إلى كل هؤلاء... أهدي هذا الجهد المتواضع

الباحثة

## الإقرار

أنا الموقعة أدناه، مقدمة الرسالة التي تحمل العنوان:

### آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة كاملة، أو أي جزء منها لم يُقدم من قبل لنيل أي درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

## Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

**Student's name:**

**اسم الطالبة:**

**Signature:**

**التوقيع:**

**Date:**

**التاريخ:**

## فهرس المحتويات

| الصفحة | الموضوع                                            |
|--------|----------------------------------------------------|
| ب      | قرار لجنة المناقشة                                 |
| ج      | الإهداء                                            |
| د      | الشكر والتقدير                                     |
| هـ     | الإقرار                                            |
| و      | فهرس المحتويات                                     |
| ط      | فهرس الجداول                                       |
| ل      | فهرس الملاحق                                       |
| م      | ملخص الدراسة باللغة العربية                        |
| 1      | الفصل الأول: مقدمة الدراسة وخلفيتها                |
| 2      | المقدمة                                            |
| 7      | مشكلة الدراسة                                      |
| 8      | أسئلة الدراسة                                      |
| 9      | أهمية الدراسة                                      |
| 11     | أهداف الدراسة                                      |
| 12     | فرضيات الدراسة                                     |
| 12     | حدود الدراسة                                       |
| 12     | منهجية الدراسة                                     |
| 13     | مجتمع الدراسة وعينتها                              |
| 13     | مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية               |
| 16     | الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة      |
| 17     | المدخل النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات والاشباع) |
| 23     | لمحة عن موقع فيس بوك                               |
| 24     | إحصائيات استخدام الفيس بوك                         |
| 26     | إحصائيات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك       |
| 28     | أسباب استخدام موقع فيس بوك                         |

|     |                                                        |
|-----|--------------------------------------------------------|
| 28  | ماهية الثقة بالنفس                                     |
| 30  | طرق بناء الثقة بالنفس وجوانب تعزيزها                   |
| 35  | أهمية ودور الثقة بالنفس                                |
| 37  | علاقة موقع فيس بوك بالثقة بالنفس                       |
| 38  | الإيجابية والتفاؤل وعلاقتها بالثقة بالنفس              |
| 40  | مقياس سيدني شروجر (Sidney Shrauger) للثقة بالنفس       |
| 41  | الدراسات السابقة                                       |
| 41  | أولاً: الدراسات العربية                                |
| 49  | ثانياً الدراسات الأجنبية                               |
| 53  | التعقيب على الدراسات السابقة                           |
| 56  | <b>الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات</b>                |
| 57  | 1.3 منهج الدراسة                                       |
| 57  | 2.3 مجتمع الدراسة                                      |
| 57  | 3.3 عينة الدراسة                                       |
| 61  | 4.3 أداة الدراسة                                       |
| 63  | 1.4.3 صدق الأداة                                       |
| 65  | 2.4.3 ثبات الأداة                                      |
| 65  | 5.3 إجراءات الدراسة                                    |
| 66  | 6.3 تصميم الدراسة                                      |
| 67  | 7.3 المعالجات الإحصائية                                |
| 68  | <b>الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة</b>                 |
| 69  | 1.4 عرض نتائج الأسئلة التمهيدية للدراسة                |
| 86  | 2.4 عرض نتائج الأسئلة الرئيسية للدراسة                 |
| 98  | 3.4 عرض نتائج فرضيات الدراسة                           |
| 117 | <b>الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات</b>          |
| 118 | 1.5 مناقشة النتائج المتعلقة بالأسئلة التمهيدية للدراسة |
| 134 | 2.5 مناقشة نتائج الأسئلة الرئيسية للدراسة              |
| 138 | 3.5 مناقشة نتائج فرضيات الدراسة                        |

|     |                          |
|-----|--------------------------|
| 149 | 4.5 ملخص نتائج الدراسة   |
| 155 | 5.5 التوصيات             |
| 156 | قائمة المراجع            |
| 164 | قائمة الملاحق            |
| b   | الملخص باللغة الإنجليزية |



## فهرس الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول                                                                                                                                                   | رقم<br>الجدول |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 24     | نسبة النساء المستخدمات للفييس بوك من مجمل مستخدمي الفييس بوك في العالم العربي مرتبة تنازلياً حسب نسبة استخدام النساء                                           | 1             |
| 26     | توزيع النساء الفلسطينيات المستخدمات للفييس بوك جغرافياً حسب المحافظة مرتبة ترتيباً تنازلياً.                                                                   | 2             |
| 59     | توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغيراتها المستقلة على فئة العاملات                                                                                                  | 3             |
| 60     | توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغيراتها المستقلة على فئة العاملين                                                                                                  | 4             |
| 65     | معاملات الثبات للقسم المتعلق بآثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقّتها بنفسها من وجهة نظرها                                                        | 5             |
| 70     | التكرارات والنسب المئوية لفقرات واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك من وجهة نظرها                                                                        | 6             |
| 77     | التكرارات والنسب المئوية لفقرات تصورات الرجال عن واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك                                                                     | 7             |
| 80     | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لأسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك من وجهة نظر المرأة                                         | 8             |
| 82     | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لأسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك من وجهة نظر الرجال                                         | 9             |
| 84     | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للأسباب التي قد تحد من استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك من وجهة نظرها                              | 10            |
| 85     | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للأسباب التي قد تحد من استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك من وجهة نظر الرجال                         | 11            |
| 87     | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على فقرات أثر استخدام الفييس بوك على ثقة المرأة بنفسها على البعد الشخصي    | 12            |
| 88     | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على فقرات أثر استخدام الفييس بوك على ثقة المرأة بنفسها على البعد الوجداني  | 13            |
| 90     | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على فقرات أثر استخدام الفييس بوك على ثقة المرأة بنفسها على البعد الاجتماعي | 14            |

|     |    |                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 92  | 15 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على فقرات أثر استخدام الفيس بوك على ثقة المرأة بنفسها على البعد المعرفي                                                                             |
| 93  | 16 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على فقرات أثر استخدام الفيس بوك على ثقة المرأة بنفسها على بعد الإيجابية والتفاؤل                                                                    |
| 95  | 17 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على أبعاد أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها                                                                                 |
| 96  | 18 | نتائج اختبار (ت) لعينة واحدة لفحص دلالة الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو تأثير استخدام الفيس بوك على ثقتهن بأنفسهن (المعيار = 3.4)                                                      |
| 97  | 19 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات الرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على تصوراتهم نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها                          |
| 99  | 20 | نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لفحص دلالة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي. |
| 101 | 21 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الفئة العمرية (ن=310)                           |
| 102 | 22 | نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الفئة العمرية (ن = 310)                     |
| 103 | 23 | نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين متوسطات البعدين الوجداني والمعرفي وفقاً لمتغير الفئة العمرية                                                                                                                                   |
| 104 | 24 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير المؤهل العلمي (ن=310)                           |
| 105 | 25 | نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير المؤهل العلمي (ن = 310)                     |
| 106 | 26 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك                                                                                |

|     |                                                                                                                                                                                                                          |    |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|     | بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية (ن=310)                                                                                                                                                             |    |
| 106 | نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية (ن = 310) | 27 |
| 107 | نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على البعد الوجداني وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية                                                             | 28 |
| 108 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الدخل الشهري (ن=310)            | 29 |
| 109 | نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الدخل الشهري (ن = 310)      | 30 |
| 110 | نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على الدرجة الكلية لها وعلى البعدين الاجتماعي والمعرفي وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية                          | 31 |
| 112 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير مكان الإقامة (ن=310)            | 32 |
| 113 | نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير مكان السكن (ن = 310)        | 33 |
| 114 | نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها باستثناء البعد الوجداني وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية                | 34 |
| 115 | نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لفحص دلالة الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير قطاع العمل      | 35 |

## فهرس الملاحق

| الرقم | الملحق                                                                    | الصفحة |
|-------|---------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1     | أداة الدراسة بصورتها الأولى                                               | 165    |
| 2     | لجنة تحكيم أداة الدراسة                                                   | 175    |
| 3     | أداة الدراسة بعد التحكيم الأولي                                           | 176    |
| 4     | أداتي الدراسة بعد صدق البناء (الأداتين بصورتهم النهائيّة)                 | 189    |
| 5     | معاملات الارتباط بين فقرات أداة الدراسة الموجهة للإناث بالدرجة الكلية لها | 202    |
| 6     | كتاب تسهيل مهمة الباحثة                                                   | 205    |

آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظر موظفي

القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس

إعداد

امتنال "محمد قدري" واصف طوباسي

إشراف

د. فريد أبو ضهير

## الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظر العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس. ولتحقيق هذا الهدف تم تقسم الدراسة إلى قسمين، الأول تمهيدي للتعرف إلى واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك، وأسباب استخدامه، والمحددات لهذا الاستخدام للتعرف إلى أهم الاستخدامات والإشباعات المتحققة للمرأة الفلسطينية من هذا الاستخدام، أما القسم الثاني والأساس في هذه الدراسة فبحث في آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها. ولتحقيق هذا كله قامت الباحثة بتطوير أداتين للدراسة، أحدهما وجهت للنساء وتكونت بصورتها النهائية من (84) فقرة تقيس واقع الاستخدام وأسبابه ومحدداته وآثاره، والثانية موجهة للرجال وتقيس تصوراتهم عن واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك ومحدداته وآثاره، وتكونت في صورتها النهائية من (41) فقرة. وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في إجراء هذه الدراسة، وتكونت عينتها من (420) عاملاً في القطاع العام والخاص في مدينة نابلس، موزعين على (310) امرأة وجهت إليهم الأداة الخاصة بهم، و(110) رجلاً وجهت إليهم الأداة الثانية الخاصة بتصوراتهم.

وقد كشفت نتائج الدراسة أن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظرها كانت مرتفعة على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها المتعلقة بالثقة بالنفس، حيث حصلت الدرجة الكلية لأبعاد الثقة بالنفس على متوسط حسابي (3.51) بانحراف معياري (0.36) ونسبة مئوية بلغت (70.20%). وجاء ترتيب الأبعاد على النحو الآتي: في المرتبة

الأولى الثقة بالنفس على البعد المعرفي بمتوسط (3.68)، يليه الثقة بالنفس على بعد الإيجابية والتفاؤل بمتوسط حسابي (3.55)، ثم الثقة بالنفس على البعد الوجداني بمتوسط حسابي (3.52)، وفي المرتبة الرابعة جاءت الثقة بالنفس على البعد الشخصي بمتوسط حسابي (3.43)، وأخيراً الثقة بالنفس على البعد الاجتماعي بمتوسط حسابي (3.41).

كما بينت نتائج الدراسة أيضاً أن تصورات الرجال عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقّتها بنفسها جاءت محايدة، بمتوسط حسابي (2.26) وانحراف معياري (0.53) ونسبة مئوية بلغت (75.33%).

وأوضحت النتائج أيضاً أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ) على الدرجة الكلية للأداة بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقّتها بنفسها تبعاً لمتغيرات: الفئة العمرية، والمؤهل العلمي، والحالة الاجتماعية، وقطاع العمل، فيما ظهرت فروق على الدرجة الكلية للأداة بين متوسطات استجابات العاملات تبعاً لمتغيرات: الدخل الشهري، ومكان الإقامة.

وفي ضوء هذه النتائج، أوصت الباحثة بضرورة أن تحرص المرأة الفلسطينية على استخدام الفيس بوك بشكل سليم، وأن تضطلع مؤسسات المجتمع المدني التي تُعنى بشؤون المرأة على تدريبها على ذلك، حتى تتمكن من توظيف هذه الظاهرة الكونية في خدمة نفسها أولاً، ثم في خدمة قضاياها وتمكينها ثانياً، بشكل ينعكس على تعزيز دورها في المجتمع، وزيادة ثقّتها في نفسها وتمكينها.

# الفصل الأول

## مقدمة الدراسة وخلفيتها

المقدمة

مشكلة الدراسة

أسئلة الدراسة

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

فرضيات الدراسة

حدود الدراسة

منهجية الدراسة

مجتمع الدراسة وعينتها

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

## الفصل الأول

### مقدمة الدراسة وخلفيتها

#### المقدمة

تعتبر المرأة ركناً أساسياً ومهماً في كافة المجتمعات، حيث تشكل نصف المجتمع، وتساهم بدور فاعل ومهم في مجالات الحياة المختلفة، الاقتصادية منها، والاجتماعية، والسياسية، وبالتالي فهي تسهم بدور بارز في رسم وتشكيل معالم هذه المجتمعات، الأمر الذي يحتم على المجتمع صيانة كافة حقوقها، وتمكينها من التحرر، والاعتراف بها عنصراً مهماً في الحياة والتقدم والتنمية.

لكن، لا تزال المرأة تمثل الحلقة الأضعف في كثير من المجتمعات، وخصوصاً في المجتمعات النامية، فقد أشار عطوي (2008) إلى تسلط العنف عليها، وانتهاك حقوقها، وافتقارها للأمن الاجتماعي الذي يحفظ لها كرامتها وعفتها وطهارتها على المستويات كافة، سواء من داخل الأسرة أو المجتمع أو الدولة من خلال سنّها للقوانين والتشريعات التي تحفظ حقوقها وكرامتها، وأكد عطوي أن المرأة في مجتمعات العالم النامي لا تزال تعاني من النظرة الدونية والعنصرية في التعامل معها، واستغلالها اقتصادياً، وعدم مساواتها الكاملة في مجالات التعليم والتدريب والتشريعات والقوانين.

وأكد بلبول (2009) أن النساء في دول العالم النامي هنّ الأقل حظاً والأكثر تهميشاً في المجتمع، والأقل قدرة على الحصول على الخدمات والمهارات والفرص.

ولذلك، فقد ارتبط مفهوم التمكين حسب المواثيق والمعاهدات الدولية بالمرأة، وتداعت الأصوات الحقوقية الداعية إلى المزيد من الاهتمام بموضوع المرأة من حيث تمكينها وصيانة حقوقها وكرامتها، بغية تحقيق التقدم والتطور والارتقاء في المجتمعات النامية، وانعقدت العديد من المؤتمرات التي دعت إلى تمكين المرأة منذ عشرينيات القرن الماضي، ولعل من أبرزها مؤتمر بكين عام 1995 الذي أكد على ضرورة تحرير المرأة من قيودها، وكذلك مؤتمر الأمم



المتحدة للإسكان والتنمية في القاهرة، ولا زالت المؤتمرات والهيئات الحقوقية كافة تؤكد على أهمية المرأة وحققها في التمكين والتحرر من القيود المفروضة عليها حتى يومنا هذا.

ومما لا شك فيه، فإن وسائل الإعلام بكافة أشكالها وأنواعها تعد وسيلة من وسائل التغيير في المجتمع، وهي تسهم بدور فاعل في تغيير الصورة النمطية السائدة لأية شخصية كانت، كما أنه قد يكون لها دور رئيسي في تغيير الصورة النمطية للمرأة، وتعزيز ثققتها بنفسها، وتمكينها أيضاً (مطالقة، 2011).

وبالتالي، فإن استثمار وسائل الإعلام والاتصال أضحى مطلباً ملحاً يجب على المرأة توظيفه في دعم قضاياها وتمكينها مجتمعياً، وخصوصاً في ظل التطورات الحديثة في وسائل الإعلام والاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وما رافقها من تغيرات جذرية في آليات وكيفية عمل وتوظيف وسائل الاتصال والإعلام، حيث تنوعت هذه الوسائل، وتعددت طرقها ومصادرها، وأصبحت تتطرق للعديد من القضايا التي تطفو على الساحة المحلية والعربية والدولية، ومنها تلك القضايا المتعلقة بتحرير المرأة من القيود المجتمعية المفروضة عليها وتمكينها، وأصبح من الصعب إيقاف تدفق المعلومات عبر هذه الوسائل والتكنولوجيا الحديثة.

فقد أشار شفيق (2006) إلى أن التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال أدت إلى إحداث نقلة نوعية في سرعة بث المعلومات ونقلها وتلقيها عبر وسائل الإعلام المختلفة، بل أدى ذلك إلى ظهور وسائل إعلامية جماهيرية جديدة طغت على الوسائل التقليدية، وتمثلت في شبكة الإنترنت.

وفي خضم هذا التطور في وسائل الاتصال والإعلام وظهور شبكة الإنترنت، ظهرت في نهايات القرن الماضي وبدايات القرن الحادي والعشرين العديد من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، وشهدت هذه المواقع حركة ديناميكية من التطور والانتشار حتى يومنا هذا، وأضحت تُعرف باسم الإعلام الاجتماعي الجديد، ويأتي على رأس هذه الشبكات موقع فيس بوك الذي تحول شأنه شأن المواقع الأخرى من وسيلة إعلامية نصية ومكتوبة، إلى

أداة إعلامية سمعية وبصرية، تؤثر في قرارات مستخدميها واستجاباتهم (سليم، 2005، ص 90).

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي بما فيها الفيس بوك من الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت، والتي تسمح للمستخدمين فيها بالتعريف بأنفسهم من خلال ملفات شخصية وفق تصوراتهم عن ذواتهم بوساطة النصوص والصور والفيديو والصوت والمسابقات القصيرة والاستطلاعات وغيرها، كما تتيح لهم إمكانية اختيار الأفراد الذين يشتركون معهم في الاتصال، ويرتبط هؤلاء المشتركون مع بعضهم البعض من خلال شبكة هائلة من قوائم الأصدقاء والمجموعات داخل تلك المواقع (Boyd, 2007).

وقد سعت المرأة من خلال هذه المواقع والشبكات الاجتماعية المتاحة لها، إلى توظيف إمكانيات وقدرات هذه الشبكات، وبالتالي أصبح للتطور التكنولوجي الحاصل في شبكات التواصل الاجتماعي تأثيراً كبيراً على حياة المرأة، وغيّر بوسائله المتعددة والمتاحة أنماطاً كثيرة في حياتها، وفتح لها آفاقاً للتحرر، والمطالبة بحقوقها، والسعي نحو الارتقاء بمعارفها وإمكاناتها وقدراتها، سعياً للوصول نحو التمكين الذي تصبو إليه.

فقد كشفت إحدى الدراسات التي بحثت في مواقع التواصل الاجتماعي أن هذه المواقع الإلكترونية قد تطورت منذ بدايات ظهورها حتى يومنا هذا، وأن موقع فيس بوك يأتي على رأس هذه المواقع من حيث الاستخدام، وأنها تحولت إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية السابقة من خلال تفاعل عدد كبير جداً من المستخدمين، حيث أضحت مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، وتويتر، والانستغرام وغيرها) جزءاً مهماً من حياة الناس، وأصبحت تعتبر وسيلة للتواصل والاتصال والتعبير عن الآراء والأفكار الخاصة بهم، فتعلق الناس بها بشكل كبير جداً وخاصة النساء (نومار، 2012، ص 43).

وأشارت أبو جامع (2013) في تقرير لها حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك، أن هذه الوسائل تشكل فضاءات حرة ومفتوحة للتواصل مع الآخرين، وأنها أتاحت فرصاً لتمكين المرأة من خلال امتلاك أدوات جديدة وسهلة في التعبير.

ومما لا شك فيه، فإن موقع فيس بوك يعد الأول على مستوى العالم من حيث عدد المشتركين فيه، كما أن مشاركة المرأة في هذا الموقع في تزايد، وهذا الموقع يتمتع بدديناميكية هائلة في تجدد محتواه، وتواصل المشتركين من خلاله عبر النشر أو التعليق أو المشاركة أو الاتصال أو حتى البث الحي للأحداث من خلال الخدمة الجديدة التي أضافها.

فقد أكد ستينفيلد وآخرون (Stienfield & et. al., 2009) أن موقع فيس بوك يعد من أكثر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي رواجاً وانتشاراً؛ للميزات العديدة والخدمات التي يوفرها لمستخدميه.

ومما لا شك فيه، فإن هذا الإقبال المتزايد على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عموماً وموقع فيس بوك على وجه الخصوص سيترك آثاراً على مستخدميه، وبالطبع ستتباين هذه الآثار تبعاً لدرجة الاستخدام وطبيعته وهدفه. وأصبح بإمكان المرأة أن تستغل هذه المواقع بشكل ينعكس على تمكينها وتفعيل قضاياها إذا ما أحسنت استخدامه، فقد شكلت لها هذه المواقع فضاءً حراً ومفتوحاً لذلك. وبالتالي فإن استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي قد يؤثر على تقديرها لذاتها، وتوافقها الاجتماعي والنفسي، ومقدار مشاركتها وتفاعلها واندماجها في المجتمع، بشكل ينعكس سلباً أو إيجاباً على ثقّتها بنفسها.

ولذا حظي موضوع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وآثار استخدامه باهتمام العديد من الباحثين والدارسين، فقد أشارت ميشيل (Mecheel, 2010) أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت أنماط حياة الشباب والمراهقين، وكذلك طريقة تواصلهم الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية التي يتواصلون فيها، وحتى أيضاً في مجتمعاتهم الحقيقية. وذكر كل من مكموريس ونيكرسون ويان ولو (Mcmorris, Nickerson, Yan & Lou, 2012) عدم وجود علاقة

تبادلية بين مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الصحة النفسية. وأكدت إليسون وآخرون (Ellison & et. al., 2007) أن استخدام شبكة فيس بوك يزيد من الرصيد الاجتماعي للأفراد، وأنه يرتبط إيجاباً مع التوافق والرضا النفسي. وأشار شن وخليفة (Shen & Khalifa, 2010) أن استخدام شبكة فيس بوك له تأثير واضح على مفهوم الذات والثقة بالنفس، لا سيما لدى الإناث. وذكرت كالبيدو ورفاقها (Kalpidou & et. al., 2011) أن الإفراط في الوقت الذي يقضيه الأفراد على شبكة فيس بوك يقترن بتدني مفهوم الذات لديهم، وانخفاض مستوى ثقتهم بأنفسهم، إلا أنها أشارت أيضاً إلى أن ارتفاع عدد الأصدقاء على الشبكة لديهم يقترن بشكل إيجابي مع توافقهم الاجتماعي.

كما بينت نتائج إحدى الدراسات التي أجراها مركز بيو (BIO) الأمريكي للأبحاث والتي شارك فيها ميدج ورفاقه (Madge & et. al., 2011) أن استخدام الفيس بوك يساعد على تكوين صداقات أفضل، وأن مستخدمي الفيس بوك لديهم ثقة أكبر بالنفس، وقدر أكبر من الأصدقاء المقربين، كما أن درجة انخراطهم في النشاطات المجتمعية والسياسية وغيرها أكبر.

وبناء على ذلك، يتبين للباحثة أن لاستخدام شبكة فيس بوك تأثيرات متباينة على المرأة، فقد تؤثر على علاقاتها الاجتماعية، وسماتها الشخصية، وعلى درجة تفاؤلها وتفتحها وغيره الكثير، بما ينعكس على درجة ثقتها بنفسها.

وعليه، تأتي هذه الدراسة للوقوف على مدى تأثير استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها من وجهة نظر العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، من خلال التعرف على كيفية استخدام المرأة الفلسطينية لشبكة الفيس بوك، ودوافع استخدامها لهذه الشبكات والإشباع التي تسعى لتحقيقها من هذا الاستخدام، وهل أثر هذا الاستخدام على المرأة وحياتها ومكانتها في المجتمع وفتح لها آفاقاً لكي تثبت وتمكن نفسها، أم أنها وقعت فريسة لهذه المواقع وأثرت عليها سلباً.

## مشكلة الدراسة:

واجهت المرأة العديد من الصعوبات في الماضي، فكانت تعاني من أشكال التمييز والاضطهاد المختلفة، فلم يكن يرى من المرأة إلا دورها الإنجابي والأسري والاجتماعي، فهي أم وزوجة فقط، هذا ناهيك عن أنها كانت معزولة عن محيطها الاجتماعي، فكافحت وما تزال من أجل إثبات ذاتها، وتعزيز مكانتها في المجتمع.

ويعتبر تمكين المرأة حجر الزاوية في إعادة الحقوق المسلوبة منها، كحقها في التعليم والعمل والمشاركة في جميع نواحي الحياة، والأهم حقها في التعبير عن آرائها وأفكارها. وكان للتكنولوجيا والانفتاح العالمي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي نصيب الأسد، فهذه المواقع تمثل سيفاً ذو حدين في هذا المجال، فقد تترك آثاراً إيجابية أو سلبية على المجتمع، وبالتالي على المرأة.

فقد شكلت مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك بأدواتها ووسائلها المتاحة وإمكاناتها الكبيرة، فرصة للنساء لتغيير الثقافة السائدة حول أدوارهن الأسرية والمجتمعية من ناحية، وللمساهمة في تمكينهن اجتماعياً واقتصادياً وسياسياً، كون هذه المواقع تشكل فضاءات مفتوحة للتعبير والمشاركة والانطلاق، بل والإبداع والتفوق أيضاً، وما حدث في الثورات والاحتجاجات التي حصلت في العديد من البلدان العربية وكيفية تفعيلها عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومشاركة النساء فيها بفاعلية خير دليل على ذلك، وما يحدث أيضاً في الأراضي الفلسطينية من هبة شعبية في مقاومة الاحتلال الإسرائيلي والدفاع عن القدس الشريف، وتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تغطية الأحداث وفصح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي، كل هذا يشكل للمرأة فضاءً خصباً للانطلاق وإثبات الذات عبر هذه الوسائل.

ومما لا شك فيه، فإن التفاعل مع هذه الوسائل الاجتماعية التي أضحت تعرف بوسائل الإعلام الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك، في تغطيتها للأحداث الجارية على مستوى العالم أجمع، وإنشاء الصفحات المتخصصة التي تهتم بالعلم والمعرفة والتكنولوجيا، والإمكانات التي

وفرتها في التواصل الاجتماعي وغيرها الكثير الكثير، كل هذا سوف يترك أثراً على مستخدميها نتيجة التفاعل معها، فقد يعزز هذا الاستخدام من ثقة المرء بنفسه وتقديره لذاته كما أشارت لذلك إليسون ورفاقها (Ellison & et. al., 2007)، وشن وخليفة (Shen & Khalifa, 2010)، وقد يحد هذا الاستخدام من مستوى ثقة المرء بنفسه كما أشارت لذلك كالبيدو ورفاقها (Kalpidou & et. al., 2011). وبالتالي، فإن مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الرجال والنساء على حد سواء، تعد مسألة من المسائل التي تقع في صلب القضايا التي تستحق الدراسة لمعرفة أثر هذه المواقع على حياتهم، والعمل على توجيهها بطريقة إيجابية وواقعية، وبخاصة فيما يتعلق بالمرأة، للأسباب التي ذكرت آنفاً.

وعليه، تأتي هذه الدراسة للإجابة على التساؤل الرئيس الآتي: "ما آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟".

#### أسئلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة على مجموعتين من الأسئلة أحدهما تمهيدية كمدخل للدراسة حول واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك وأسباب استخدامه ومعيقاتها، والأخرى رئيسة تتمثل في آثار الاستخدام على الثقة بالنفس، وفيما يلي بيان ذلك:

1. ما واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

2. ما أبرز أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

3. ما أبرز الأسباب التي قد تحد من مشاركة المرأة الفلسطينية في موقع فييس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

4. ما آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقّتها بنفسها من وجهة نظر العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

5. ما تصورات الرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقّتها بنفسها؟

#### أهمية الدراسة:

جاء اهتمام الباحثة بدراسة استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فييس بوك تحديداً من بين الشبكات الاجتماعية الأخرى، نظراً لكونه أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي إن لم يكن أهمها على الإطلاق، كما أنه الموقع الاجتماعي الأول في فلسطين وفقاً للإحصائيات، فقد كشف تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي أن فلسطين تحتل المرتبة الأولى عربياً من حيث معدل الاستخدام اليومي لموقع فييس بوك، بنسبة (99%) من إجمالي المشتركين في هذا الموقع. كما بيّن التقرير أنّ موقع فييس بوك هو موقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً لدى الفلسطينيين، حيث احتلت فلسطين المرتبة الثانية على مستوى العالم العربي في تفضيل هذا الموقع من بين وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى (تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، 2015، ص 26-27). وأكدت إحصائية أخرى أن فلسطين تحتل المرتبة الأولى عربياً مقارنة بعدد سكانها من حيث معدل الاستخدام اليومي للفييس بوك، والمرتبة الثانية من حيث نسبة استخدام النساء لموقع فييس بوك على مستوى العالم العربي (سوشيل ستوديو، 2015). ومما لا شك فيه ووفقاً لنموذج الاستخدامات والإشباعات الذي طوره كل من كاتز وبلومر وجورفيتش والذي أشار إلى تداخل الاستخدامات والإشباعات المتحققة من استخدام الوسائل الإعلامية والتعرض لها مع مكونات الفرد الشخصية والاجتماعية والثقافية والنفسية وغيرها، فإن الاستخدام المتزايد لهذا الموقع سيترك أثراً على نفسية وطبائع المستخدم، وبالتالي جاءت هذه الدراسة للوقوف على أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقّتها بنفسها. وتظهر أهمية هذه الدراسة من الناحية النظرية والتطبيقية من خلال الآتي:

- قلة الدراسات العربية التي تطرقت لتأثير استخدام موقع فيس بوك على ثقة المرأة بنفسها وخصوصاً في فلسطين، رغم وجود العديد من الدراسات الأجنبية التي بحثت في آثار استخدام الفيس بوك على ثقة المرء بنفسه وتقديره لذاته.
- أن ما يشهده العالم اليوم من ثورة تكنولوجية هائلة، وتسارع في زيادة عدد المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي، يشير إلى وجود تغير في المفاهيم والاتجاهات السائدة في المجتمعات وخصوصاً في مجتمعات العالم النامي، نتيجة للانفتاح الإعلامي عبر هذه الوسائل، وتدفق المعلومات، وتبادل الآراء من خلالها، والتي يعتبر موقع فيس بوك أحد أهم أدواتها، وبالتالي فإن حيوية هذا الموضوع أو الظاهرة التي يتم بحثها، حيث أضحت موقع فيس بوك ظاهرة كونية يستخدمه أكثر من ربع سكان الأرض دفع الباحثة لإجراء هذه الدراسة سعياً منها نحو لفت انتباه المرأة الفلسطينية لأهمية هذا الموقع وإمكاناته التي تستطيع المرأة بشكل عام أن تستفيد منها في دعم قضاياها وتمكينها.
- أهمية ثقة المرأة بنفسها، ودور موقع فيس بوك الذي أضحت من أكثر وسائل الإعلام الاجتماعي شيوعاً في ذلك، حيث تعتبر ثقة المرأة بنفسها من معايير وعلامات الشخصية السوية، التي تساعد على التكيف والتفاعل مع المجتمع، وتعزز من قدرتها على إدراك ذاتها وتحقيق أهدافها، وخدمة مجتمعتها عبر المؤسسة العامة أو الخاصة التي تعمل بها.
- تأمل الباحثة أن تكون نتائج هذه الدراسة وتوصياتها مفيدة للمرأة نفسها، من خلال توعيتها وتوجيهها نحو كيفية توظيف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقتها بنفسها وتمكينها من القيام بأدوارها وأنشطتها المختلفة.
- لقد عانت النساء في المجتمع الفلسطيني كثيراً من التهميش، رغم دورها الأسري والنضالي والاجتماعي العظيم، وبالتالي فإن الباحثة تسعى من خلال هذه الدراسة للفت انتباه المسؤولين وصناع القرار لضرورة الاهتمام بتمكين المرأة وإنصافها اجتماعياً واقتصادياً وسياسياً.



- قد تستفيد من نتائج هذه الدراسة العديد من الجهات: كوزارة التربية والتعليم العالي، ووزارة الثقافة والإعلام، والمؤسسات التربوية، والهيئات والمنظمات الأهلية التي تهتم بشؤون المرأة وتمكينها.

- الإسهام في تقديم معلومات نظرية عن واقع استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك وأثره على ثققتها بنفسها، وإثراء المكتبة والبحث العلمي التربوي والاجتماعي حول هذا الموضوع.

### أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف إلى واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس.

2. التعرف إلى أسباب استخدام المرأة الفلسطينية وحاجاتها للفيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس.

3. التعرف إلى أبرز الأسباب التي قد تحد من مشاركة المرأة الفلسطينية في موقع فيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس.

4. التعرف إلى الفروق في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي.

5. التعرف إلى آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس.

6. التعرف إلى الفروقات في آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغيرات الدراسة المتمثلة في: الفئة العمرية، والمؤهل العلمي، والحالة الاجتماعية، والدخل الشهري، ومكان الإقامة، وقطاع العمل.

## فرضيات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لاختبار الفرضيتين الرئيسيتين الآتيتين:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي.

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس تعزى لمتغيرات: الفئة العمرية، والمؤهل العلمي، والحالة الاجتماعية، والدخل الشهري، ومكان الإقامة، وقطاع العمل.

## حدود الدراسة:

1. الحدود المكانية: تم إجراء هذه الدراسة في مؤسسات القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس.

2. الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة في العام الأكاديمي 2016/2015.

3. الحدود البشرية: موظفو وموظفات القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس.

## منهجية الدراسة:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة من الجانب النظري على الكتب والأدبيات والمجلات العلمية المحكمة والدراسات السابقة التي تطرقت لأهمية وآثار مواقع التواصل الاجتماعي على الثقة بالنفس وتقدير الذات.

أما من الجانب التطبيقي، فاعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي بإحدى صوره، وهي الدراسة المسحية، نظراً لملاءمته لأغراض الدراسة وأهدافها، وتم استخدام الإستبانة كأداة للدراسة، وتحليلها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

## مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من جميع موظفي وموظفات القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، والبالغ عددهم قرابة (42500) موظف وموظفة وفقاً لبيانات مركز الإحصاء الفلسطيني في العام 2015.

حيث قامت الباحثة باختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية طبقية ممثلة لقطاعات العمل العام والخاص في مدينة نابلس، فاستهدفت قطاعات الصحة والتعليم والشؤون الاجتماعية والحكم المحلي والمحافظة كقطاعات عامة، واستهدفت قطاعات الصحة والتعليم الخاصة والاتصالات والبنوك والتأمين والمؤسسات التجارية كقطاعات خاصة، حيث قامت الباحثة بتوزيع (80) استبانة كعينة استطلاعية تم استثنائها من العينة النهائية للدراسة للتحقق من صلاحية الأداة من حيث صدقها وثباتها وعدم وجود لبس أو غموض في فقراتها، وبعد التحقق من ذلك، تم توزيع (450) استبانة على العاملين والعاملين في القطاعات العامة والخاصة في مدينة نابلس، وتم استرداد (443) منها، وبعد ترميزها وإدخالها للحاسوب، تم استثناء الاستبانات النمطية في الإجابة، وتلك التي لم تتجاوب مع أكثر من ثلثي الفقرات، فتم استثناء (23) استبانة، وأصبح العدد النهائي لعينة الدراسة (420) عاملاً وعاملة في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس.

## مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

آثار: تعرفها الباحثة إجرائياً بأنها "التغييرات الإيجابية أو السلبية التي تعبر عن مقدار ثقة المرأة بنفسها نتيجة استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي على الأبعاد التالية: الحاجات والإشباع الشخصية، والتفاعل الاجتماعي، والإيجابية والتفاؤل، والجانب الوجداني والمظهر الجسمي. وتم قياسها من خلال الإجابة على أداة الدراسة في المجال المتعلق بأبعاد الثقة بالنفس".

الفيس بوك: هو موقع ويب يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة (الحربي، 2012، ص 7). وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه أحد أشهر مواقع شبكات

التواصل الاجتماعي والذي تستخدمه النساء لتنمية ثقتهن بأنفسهن من خلال الخدمات العديدة التي يقدمها، والذي يساهم في توفير بيئة غير مقيدة للنساء للتعبير عن أنفسهن بحرية.

**الثقة بالنفس:** هي قيمة اجتماعية إيجابية تعبر عن مكوناتها في الاعتماد على الذات عند اتخاذ القرار الذي يحدد مسارات الفرد السلوكية والتفاعلية، ويوجه أنشطته الخاصة والعامة، وينظم مجريات حياته المادية والروحية (الحسن، 2008، ص 99). وتعرفها الباحثة إجرائياً بأنها "تلك الدرجة التي تحصل عليها المرأة على مقياس آثار استخدام المرأة لفيس بوك على ثقتهن بنفسها".

**تحقيق الذات:** هو وصول الفرد إلى الرؤية المرسومة في ذهنه بعد أن يتمكن من تحقيق أهدافه وغاياته بالإرادة والعزيمة والإصرار والطموح وروح التحدي وفق تخطيط دقيق ومحكم أي بوضوح تام في الرؤية والهدف، وسلامة في اختيار الوسائل الصحيحة والتوقيت المناسب (الشلاش، 2007). وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه ما تعتقده المرأة عن نفسها وتقييمها لها من حيث إمكاناتها ومنجزاتها ومواطن قوتها وضعفها وعلاقتها بالآخرين، وأيضاً مدى استقلاليتها واعتمادها على نفسها جراء استخدامها لموقع فيس بوك، وعادة ما يرتبط تحقيق الذات الإيجابي مع مقدار الثقة بالنفس الذي تتمتع به المرأة.

**تمكين المرأة:** هو إزالة كل العمليات والاتجاهات والسلوكيات النمطية في المجتمع والمؤسسات التي تتمط النساء، وتضعهن في مراتب ذات مستوى أدنى، وتعزيز القدرات، والارتقاء بواقع المرأة؛ لمعرفة حقوقها وواجباتها، وتوفير الوسائل المادية والثقافية والمعنوية والتعليمية؛ لتمكين المرأة من المشاركة واتخاذ القرار (العشراوي، 2011، ص 13). وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه مقدار ما يساهم به موقع فيس بوك في مناصرة قضايا المرأة ودعمها، وتوفير الإجراءات والاستراتيجيات التي تساهم في الحد من أو حتى إزالة فجوات النوع الاجتماعي في كافة جوانب حياة المرأة.

**حاجات المرأة:** وتقصدها الباحثة إجرائياً بأنها كل ما تحتاجه المرأة لمعرفة حقوقها وواجباتها لزيادة الثقة بالنفس، وتطوير الوعي لديها، وتحقيق الذات، وحققها في التعبير عن أفكارها وآرائها، والقدرة على اتخاذ القرارات في شؤونها الخاصة.

**القطاع العام:** هو ذلك القطاع الذي يشمل السياسات والأنشطة الاقتصادية التي تقوم بها السلطات الحكومية عبر الوزارات، والتي تعود ملكيتها إلى السلطة السيادية في الدولة (نصراوي، 1990، ص 56). وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه ذلك القطاع الذي تشرف عليه، وتدير شؤونه السلطات الحكومية في الدولة.

**القطاع الخاص:** تعرفه الباحثة إجرائياً بأنه ذلك القطاع الذي تكون ملكيته خاصة غير حكومية وتديره وتشرف عليه هيئات غير حكومية قد تكون أفراد أو مؤسسات وتكون منفعتهم لصالحهم وعدد الموظفين فيه 10 فأكثر.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: المدخل النظري للدراسة

ثانياً: الدراسات السابقة

ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة

## الفصل الثاني

### الإطار النظري والدراسات السابقة

تتناول الباحثة في هذا الفصل عرضاً للإطار النظري والدراسات السابقة، حيث تتناول أولاً المداخل النظرية لهذه الدراسة والنظرية التي تم الإستناد إليها في تفسير فلسفة مواقع التواصل الاجتماعي، مع التركيز على نظرية الاستخدامات والإشباع في التأثير الإعلامي ومقوماتها، وفي الجزء الثاني من هذا الفصل تتحدث الباحثة عن موقع الفيس بوك بوصفه واحداً من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شهرة، من حيث ماهية الموقع وتأسيسه وأهدافه ومزاياه، إضافة إلى الخدمات التي يمكن الحصول عليها من هذا الموقع، أما الجزء الثالث من هذا الفصل فتفرده الباحثة للحديث عن مفهوم الثقة بالنفس، من حيث تعريفه، وأهميته، ومقوماته، ومعوقاته، ومظاهر ضعف الثقة بالنفس، والأسباب التي تساعد في اكتساب الثقة بالنفس وتمييزها في ضوء نظريات علم النفس، هذا بالإضافة إلى الحديث عن واقع ثقة المرأة الفلسطينية بنفسها، وكيف يمكن توظيف موقع فيس بوك لتعزيز ثقة المرأة الفلسطينية بنفسها، تمهيداً لتمكينها والمحافظة على حقوقها. وأخيراً تتناول الباحثة في هذا الفصل أهم الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية التي بحثت في موضوع الدراسة بشكل مباشر أو غير مباشر بنظرها لأحد الأبعاد التي تمس موضوع الدراسة، وتنتهي الباحثة هذا الفصل بالتعليق على هذه الدراسات، وكيف استفادت منها ووظفتها في موضوع الدراسة.

### المدخل النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات والإشباع):

تستند هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباع، حيث تعد نظرية الاستخدامات والإشباع من النظريات التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، ففي هذه النظرية يُنظر إلى الجماهير على أنها عناصر فعالة ونشطة في كيفية وآلية انتقائها للرسائل والمضامين الإعلامية التي تفضلها بين وسائل الإعلام المختلفة، وأن هذا الجمهور إنما يتعرض لهذه المضامين الإعلامية لإشباع رغبات كامنة فيه، يتوق إليها استجابة لدوافع وحاجات فردية

لديه. فالجمهور هو الذي يتحكم في الوسيلة التي يرغب بالتعرض لها، وليست الوسيلة هي من تتحكم به.

ويعرف مدخل الاستخدامات والإشباعات بأنه مدخل يوضح ويفسر - إلى حد كبير - الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظر إليه على أنه جمهور نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور - قبل التعرض - المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويحقق له إشباعات معينة، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض لها، وبمعنى آخر، فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته (البشر، 1997، ص 47).

وترجع بداية الاهتمام بدراسة الإشباعات المتحققة للجمهور من استخدام وسائل الإعلام إلى الأربعينيات، ومن هذه الدراسات: دراسة هرتزوج (Herzog, 1942) حول الإشباعات المتحققة من الاستماع إلى المسلسلات الصباحية، ودراسة بيرلسون (Berelson, 1949) حول وظائف قراءة الصحف (Mesbah, 1991, p12).

وهذه النظرية جاءت من خلال نشاط دؤوب للعلماء كاتز، وبلومر، وكانت بداية أفكار النظرية من خلال كتابهما "استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري"، حيث يعتقد البعض أن الإجابة سهلة عن تساؤلات النظرية على أساس أن الناس يتواصلون مع وسائل الإعلام لحاجات تتمثل في معرفة الاخبار وتفسير الأحداث والتسلية والترفيه، والتعلم والتعليم، والتعارف والتفاعل الاجتماعي وغيرها من الوظائف المتعارف عليها. إلا أن هذه الاحتياجات شديدة التعقيد عندما يتعلق بمكونات الإنسان النفسية والاجتماعية وهو أبرز ما يميز تفسيرات النظرية، ولذلك فإن هذه النظرية تعتمد على أن الأفراد مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية وثقافية تجعلهم محتاجين للإعلام والاتصال.



فقد استطاع إيلياهو كاتز (Katz) 1959 أن يطور مدخل الاستخدامات والإشباعات من خلال تحويل مسار أهداف بحوث الإعلام من معرفة التأثيرات الإقناعية لوسائل الإعلام إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، وجاء أول تطبيق عملي لمدخل الاستخدامات والإشباعات في الدراسات الإعلامية على يد ريموند باير (Raymond Bauer) في الستينيات، وذلك في مقالته العلمية المنشورة عام 1964 في مجلة (The American Psychologist) بعنوان الجمهور العنيد (The Obstinate Audience)، وكانت فكرته الجديدة- آنذاك- تتمثل في أن جماهير وسائل الإعلام نشيطة ومتوجهة نحو الهدف في سلوكهم لاستخدام وسائل الإعلام، وعارض باير (Bauer) بذلك مفهوم التأثيرات المباشرة المقبولة آنذاك، وعرض لفكرة أن الناس تستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية ومحتواها لإشباع رغبات معينة لديهم (Werner & James, 1992, P 260-270).

ومع تطور وظهور العديد من نظريات التأثير الإعلامية، رافق ذلك نضج في بحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث تبلورت العديد من الافتراضات الأساسية لهذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري، فقد ساهم كاتز وبلومر وجورفيتش (Katz, Blumer & Gurvitch, 1974) في نضج هذه النظرية وبلورة افتراضاتها، حيث قدموا وصفاً لمدخل الاستخدامات والإشباعات يرى أن لدى كل فرد عدداً من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد من خلال خبرة الفرد، حيث يبدأ الفرد في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات، فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، ونتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة، وهذا يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية... وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملاً في إشباعها وتحقيق الأغراض النفسية والاجتماعية التي يصبو إليها، والتي بالتأكيد سيكون لها أثرٌ على ثقته بنفسه. وقد عكس هذا النموذج الفروض الأساسية التي تقوم عليها النظرية والتي يمكن تلخيصها في الآتي:

1. إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به.
  2. إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه وحاجاته، وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، ومن ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.
  3. يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
  4. تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدرها لإشباع حاجاته دون الآخر.
  5. الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه؛ لأن طرق استخدام المحتوى الواحد تتباين بين البشر، والذي يؤدي بدوره إلى اختلاف النتائج المترتبة على طريقة استخدام المحتوى والتعرض له.
- وقد طرحت هذه الفروض عدداً من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها الجمهور في إدراك حاجاته وتحديد نشاطه، وكذلك العوامل التي تؤثر في نشوء الحاجات ودعمها، وقرار الجمهور بالاستخدام لإشباع هذه الحاجات.
- فقد أكد روسينجرين وويندال (Rosengren & Windahl, 1972) أن نموذج الاستخدامات والإشباع يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال، ويبني سلوكه الاتصالي على أهدافه التي يسعى لتحقيقها، فضلاً عن أنها تمكنه من أن يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته.

إن مدخل الاستخدامات والإشباع يعد مدخلاً اتصالياً سيكولوجياً، حيث يفترض هذا المدخل وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تجعله يستخدم الانترنت

ومواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع حاجاته، وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك تتيح إمكانية التفاعل مع الوسيلة، فإن جمهور هذه الوسيلة هم أكثر نشاطاً ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية والإمكانات والخدمات العديدة التي تتيحها هذه الوسيلة. وبالتالي فإنه يمكن التنبؤ بأن الفرد يستطيع أن يتخذ قراره في الاستخدام عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها، ويتمثل الاستخدام في اتجاهين: الاتصال والتواصل مع الآخرين عن طريق الأدوات العديدة التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي سواء بالاتصال الصوتي أو الكتابي، بالإضافة إلى إمكانية الاطلاع والتصفح لصفحات الآخرين التي يمكن أن تلبي حاجاته (الراوي، 2012، ص 8).

وتطبيقاً على مدخل الاستخدامات والإشباع، يتضح للباحثة أن دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي عموماً والفيس بوك على وجه الخصوص تتلخص في: كونه بديلاً عن الاتصال الشخصي، والإدراك الذاتي عن الجماعات أو المجموعات المختلفة من الناس، وتعلم واكتساب السلوكيات، وكونه أقل تكلفة من الوسائل الأخرى، وعدم تقيده بمكان أو زمن محددين، هذا بالإضافة إلى المساندة المتبادلة مع الآخرين، والتعلم الذاتي، والتسلية والأمان والصحة.

وفي هذا السياق، فقد أكد نيغروبونتي (Negroponte, 1996) أن من الميزات التي يتحلّى بها الإعلام الجديد (إعلام الإنترنت) استبدال الوحدات المادية بالرقمية، وتشبيك عدد كبير غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، وتلبية الاهتمامات الفردية والجماعية، فالرقمية من وجهة نظره استطاعت أن تحقق ما لم تحققه وسائل الإعلام القديمة، ذلك أنها أتاحت إمكانية المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات في آن واحد، وهو ما عجزت عنه الوسائل الإعلامية القديمة.

ويرى بعض الدارسين أن هذه النظرية تُعبر عن نقلة فكرية ونوعية في مجال دراسات تأثير وسائل الإعلام، حيث يزعم المنظرون لها أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين الإعلامية سيختار (حجاب، 2010، ص 298).

وعليه، فإن نظرية الاستخدامات والإشباعات تهدف إلى معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط، واع، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته، إضافة إلى معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض للوسائل الإعلامية، وعبر وسائل الاتصال الأخرى، ومن ثم الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال (مكاوي، والسيد، 1998، ص 242).

وعليه، ترى الباحثة أن هذه النظرية تعد من النظريات الهامة في مجال الدراسات الإعلامية الحديثة؛ على اعتبار أنها تحاول فهم عملية الإعلام بوسائله المختلفة، وتستكشف طبيعتها، وتحاول أن تفسر دوافع وحاجات تعرض الأفراد لها، ومدى تأثيرها على جمهور المتلقين، سواءً أكانت هذه الوسيلة تلفازاً أو صحيفة أو إذاعة أو حتى تواصلاً عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فيس بوك في تطور مستمر، فإن حاجات وإشباعات جمهورها تبقى متغيرة تبعاً لما يقدمه هذا الموقع من خدمات وتقنيات جديدة، ولكن تبقى الحقيقة الثابتة أن وسائل التواصل الاجتماعي أضحت من بين أكثر وسائل الإعلام والتواصل الجماهيري استخداماً.

وترى الباحثة أن النضج والتطور في نظرية الاستخدامات والإشباعات، وتداخلها بمكونات الفرد النفسية والاجتماعية والشخصية والمعرفية والثقافية وغيرها وفقاً للنموذج الذي قدمه كاتز وبلومر وجورفيتش، هو ما دفعها للاستناد على هذه النظرية، وذلك من خلال سعيها في هذه الدراسة للتعرف إلى أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك، وأسباب تعرضها له، والمعوقات التي قد تحد من استخدامها له، قبل الخوض في غمار التعرف على الآثار المترتبة على هذا الاستخدام، ومحاولة الربط بين دوافع الاستخدام وآثاره.

ومن خلال ما سبق، يتضح للباحثة أن مدخل الاستخدامات والإشباعات من أنسب المداخل للدراسة الحالية؛ حيث تسعى المرأة لتمكين نفسها والاضطلاع بدور فاعل في المجتمع،

وهذا لا يتم إلا من خلال إشباع حاجاتها المختلفة، سواء أكانت شخصية، أو وجدانية، أو اجتماعية، أو معرفية، أو نفسية وابتعادها عن الوسائل التي لا تحقق لها أي إشباع. وبما أن موقع فيس بوك يعد من المواقع التي خلقت للمرأة فضاءً تحريراً تستطيع منه الانطلاق، فإن هدف هذه الدراسة يمكن تحقيقه من خلال فحص أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك ومدى تأثيره على ثقافتها بنفسها.

### لمحة عن موقع فيس بوك:

تم تأسيس موقع فيس بوك من قبل الطالب في كلية هارفارد مارك زوكربيرج بمساعدة زملائه في الغرفة التي كان يعيش فيها بهدف البقاء على تواصل مع زملائهم في الدراسة بعد التخرج. وانطلق هذا الموقع بتاريخ 2004/02/04، وكان يدعى في بداياته فيس ماش (Facemash)، ثم أصبح اسمه فيس بوك (Facebook)، وكان في بداياته مقتصراً على طلبة جامعة هارفارد، وفي آذار 2004 أصبح متاحاً في جامعات كولومبيا وستانفورد وييل الأمريكية، ثم أصبح متاحاً بعدها وبشكل تدريجي لمعظم الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا. وفي تاريخ 26 أيلول 2006 أصبح الفيس بوك متاحاً لكل من يملك عنوان بريد إلكتروني صالح وعمره لا يقل عن (13) عاماً (Kit, 2016).

ويعتبر موقع فيس بوك أحد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي حضوراً على شبكات التواصل الاجتماعي، وهو موقع اجتماعي تفاعلي يتيح للمستخدم إمكانية التواصل مع المستخدمين، من خلال واقع افتراضي لالتقاء الأصدقاء والمعارف والأهل وغيرهم لتكوين علاقات وصداقات جديدة أو للتواصل فيما بينهم، وذلك بين مختلف شرائح الأعمار والأجناس من كافة أنحاء العالم، بحيث تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة رغم اختلاف وعيهم وتفكيرهم وثقافتهم، وهي تمثل منابر للتعبير عما يدور في عقولهم، ويستطيع المستخدمون من خلاله تبادل التجارب والمعارف والمعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى تقديم العديد من الخدمات الأخرى لمستخدميه، مثل: البريد الإلكتروني، والرسائل الخاصة، والمحادثة الفورية النصية والمسموعة. وبالتالي فقد أضحت وسيلة مهمة للتغيير والتأثير في المجتمعات.

وعادة ما يبدأ الشخص باستخدام موقع فيس بوك من خلال إنشاء ملف شخصي، ويستعمل هذا الملف الشخصي/البروفایل للتواصل مع الأصدقاء، ومشاركتهم الروابط والصور، وإرسال الرسائل، والانضمام إلى المجموعات والإعجاب بالصفحات والأفراد.

أما سبب جاذبية الموقع وشهرته، فتعود لكونه يؤمن للمستخدمين وسائل بسيطة للتنظيم والتعبير عن أنفسهم بشكل جماعي على شكل مجموعات أو صفحات، فالمجموعات مخصصة لتسهيل المشاركة بين أعضاء المجموعة الواحدة، كما أنها تسمح بأن يكون نطاق المجموعة عام أو خاص أو سري، ولها مدير يستطيع أن يختار بين الموافقة على الأعضاء أو رفضهم، وهي بالتالي تسهل نشوء روابط أقوى بين الناس الذين يعرفون بعضهم أصلاً أو الذين لديهم شيء مشترك. أما الصفحات، فقد تم تصميمها لتتم مشاركتها على نطاق واسع، وهي تسمح للشخص بأن يستحدث هوية أو وجوداً عاماً على شبكة الإنترنت، ولها أقسام مختلفة، تبعاً لطبيعة النشاط، وهي بالتالي تعمل كالمغناطيس الذي يجذب ويعزز ارتباط المستخدمين بما تتضمنه هذه الصفحة، كقضية أو حملة إنسانية أو سياسية أو عمل تجاري أو ما شابه (منظمة تبادل الإعلام الاجتماعي، 2012).

#### إحصائيات استخدام الفيس بوك:

تشير الإحصائيات العالمية إلى أن نسبة مستخدمي الفيس بوك من النساء على مستوى العالم تصل حالياً إلى ما يقارب 46% من مجمل المستخدمين (سوشال ستوديو، 2015).

أما على مستوى العالم العربي، فإن هذه الإحصائيات تشير إلى الآتي:

**الجدول رقم (1) نسبة النساء المستخدمات للفيس بوك من مجمل مستخدمي الفيس بوك في العالم العربي مرتبة تنازلياً حسب نسبة استخدام النساء**

| الدولة | نسبة مستخدمي الفيس بوك في الدولة | نسبة النساء المستخدمات للفيس بوك |
|--------|----------------------------------|----------------------------------|
| لبنان  | 40%                              | 44%                              |
| فلسطين | 30%                              | 42%                              |

|            |     |     |
|------------|-----|-----|
| الأردن     | %42 | %41 |
| تونس       | %40 | %41 |
| مصر        | %23 | %35 |
| ليبيا      | %31 | %34 |
| الجزائر    | %19 | %34 |
| المغرب     | %23 | %34 |
| الصومال    | %3  | %30 |
| الكويت     | %44 | %28 |
| البحرين    | %46 | %28 |
| موريتانيا  | %6  | %28 |
| الإمارات   | %57 | %27 |
| العراق     | %23 | %24 |
| قطر        | %62 | %21 |
| السعودية   | %31 | %20 |
| سلطنة عمان | %23 | %19 |
| اليمن      | %6  | %14 |

\* ملاحظة: لم تتوفر معلومات الاستخدام لكل من سوريا والسودان.

\*\* المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات سوشيل ستوديو، مارس، 2015.

وتشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى أن أعلى نسبة استخدام لموقع فيس بوك في العالم العربي مقارنة بعدد السكان هو في قطر بنسبة تصل إلى (62%) من إجمالي عدد السكان، تليها الإمارات العربية المتحدة (57%)، ثم البحرين (46%)، فالكويت (44%)، ثم الأردن (42%)، فلبنان وتونس بنفس النسبة (40%)، وتأتي فلسطين في المرتبة العاشرة بين دول العالم العربي بنسبة (30%) من إجمالي عدد السكان.

كما تشير البيانات في الجدول السابق أن نسبة النساء المستخدمات للفيس بوك في الدولة الواحدة مقارنة بإجمالي عدد المستخدمين فيها في العالم العربي ما زالت بعيدة عن المعدل العالمي لاستخدام النساء للفيس بوك في معظم دول العالم العربي باستثناء أربع دول، حيث توضح بيانات الجدول السابق أن أعلى نسبة لاستخدام النساء للفيس بوك في العالم العربي هي

في لبنان (44%)، وتأتي بعدها فلسطين في المرتبة الثانية بنسبة (42%)، ثم الأردن وتونس وكلاهما بنسبة (41%). ويلاحظ بشكل عام أن نسبة استخدام النساء للفيس بوك في هذه الدول الأربع تقترب نوعاً ما من النسبة العالمية لمعدلات استخدام النساء للفيس بوك (46%)، وهذا مؤشر جيد على أن النساء في هذه الدول تسعى للمشاركة في هذا الموقع الاجتماعي وتوظيفه في حياتها إدراكاً منها لأهميته ودوره في تمكينها وتلبية احتياجاتها ومتطلباتها.

### إحصائيات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك

تشير البيانات الإحصائية المتوفرة إلى أن ثلث السكان تقريباً في فلسطين يستخدم موقع فيس بوك، وأن نسبة مشاركة النساء في هذا الموقع جيدة رغم أنها لم تصل للمعدل العالمي بشيء يسير. حيث تشير البيانات الإحصائية المتوفرة على موقع سوشال ستوديو أن عدد النساء الفلسطينيات المشتركات في موقع فيس بوك يصل إلى (560000) امرأة، وتتنوع هذه النساء على كافة محافظات الوطن كما في الجدول الآتي:

الجدول رقم (2) توزيع النساء الفلسطينيات المستخدمات للفيس بوك جغرافياً حسب المحافظة مرتبة ترتيباً تنازلياً.

| الضفة الغربية |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | التجمع   |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|
| غزة           | الغزة | الغزة | الغزة | الغزة | الغزة | الغزة | الغزة | الغزة | الغزة | الغزة | الغزة | المحافظة |
| 1%            | 2%    | 37%   | 1%    | 1%    | 1%    | 4%    | 4%    | 5%    | 11%   | 13%   | 20%   | النسبة   |

\* المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات سوشال ستوديو، مارس، 2015.

وتشير البيانات في الجدول السابق إلى أن هناك تفاوتاً في استخدام النساء الفلسطينيات للفيس بوك تبعاً للمحافظة، فنجد في الضفة الغربية أن محافظة نابلس تحتل الموقع الأول لمشاركة النساء في الموقع بنسبة تصل إلى (20%)، تليها محافظة رام الله بنسبة (13%)، ثم الخليل بنسبة (11%)، في حين نجد أن هذه النسبة في بعض المحافظات متدنية جداً كمحافظات أريحا وقلقيلية وسلفيت التي وصلت نسبة استخدامها فقط (1%) لكل منها.



أما في قطاع غزة، فنلاحظ أن نسبة استخدام النساء الفلسطينيات للفيس بوك في محافظة غزة (غزة والشمال والوسطى) هي الأعلى بنسبة بلغت (37%)، وأما المحافظات الأخرى في القطاع، فإن نسبتها جاءت متدنية، فلم تتجاوز في خانيونس حازر (2%)، وكذلك في منطقة رفح لم تتجاوز ما نسبته (1%).

وهنا لا بد من الإشارة إلى أن إحصائيات سوشال ستوديو المختصة بإصدار تقارير وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين، قد بينت وبشكل منفرد، أن عدد مستخدمي الفيس بوك في منطقتي القدس وفلسطين 48 والذين اختاروا اللغة العربية كلغة استخدام للفيس بوك يبلغ عددهم (170000) و(486000) على التوالي، وهم يشكلون ما نسبته (7%) و(25%) من إجمالي مستخدمي الفيس بوك في فلسطين والبالغ عددهم (2.586.400) مستخدم ومستخدمة (إحصائيات سوشال ستوديو، 2015، ص 9).

كما بينت هذه الإحصائيات أن استخدام النساء الفلسطينيات للفيس بوك أخذ بالارتفاع ليقترّب من النسبة العالمية لمعدلات الاستخدام، والتي تقدر بـ (54%) للذكور، و(46%) للإناث، فقد كانت نسبة معدل استخدام النساء الفلسطينيات للفيس بوك في عام 2015 (43%)، وارتفعت في عام 2016 لتصل إلى (45%). وهي بذلك تقترب كثيراً من المعدلات العالمية لاستخدام النساء لموقع فيس بوك، وتمتاز بشكل كبير جداً عن نسبة استخدام النساء العربيات لموقع فيس بوك في العالم العربي، حيث لم تتجاوز نسبة النساء المستخدمات للفيس بوك في العالم العربي حازر (31%) من إجمالي المستخدمين (سوشال ستوديو، 2016، ص 13).

أما فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية للنساء الفلسطينيات المستخدمات للفيس بوك، فتشير البيانات الإحصائية المتوفرة أن النسبة الأعلى هي بين المتزوجات (47%)، ثم العزابات (38%)، فالمخطوبات (9%)، وأخيراً على علاقة (7%). كما أن متوسط نشاط المرأة الفلسطينية على موقع فيس بوك وتفاعلها خلال مدة محددة (شهر كامل) يتراوح بين اللايكات (9%)، والتعليقات (8%)، والنقر على الإعلانات الإلكترونية (6%)، والمشاركة (1%)، وفي نفس المستوى النقر على العروض (1%) (إحصائيات سوشال ستوديو، 2015).

## أسباب استخدام موقع فيس بوك:

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع فيس بوك من أبرز وسائل الإعلام في هذا العصر، وأصبح يطلق عليها لفظ "الإعلام الجديد" أو "وسائل الإعلام الاجتماعية"، وعلى هذا الأساس أصبح بالإمكان التعرف إلى دوافع استخدام موقع فيس بوك من خلال التطرق إلى النظريات الإعلامية التي تفسر هذه الدوافع.

ففي بدايات ظهور النظريات الإعلامية كانت تعتمد في الأساس على دوافع استخدام التلفاز بوصفه من وسائل الإعلام البارزة، ولكن في ظل بروز وسائل إعلام جديدة كشبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وموقع فيس بوك خصوصاً \_الذي يعد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً، فقد وجدت الأبحاث الإعلامية أن الدوافع الأساسية لاستخدام شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في البحث عن المعلومات، وتلبية الاحتياجات والاهتمامات الشخصية (Papacharissi & Rubin, 2000). وأشار شوي وآخرون ( Choi, et. al., 2004) أن الدافع الأساسي لاستخدام شبكة الإنترنت يتمثل في البحث عن المعلومات وإثبات الذات.

## ماهية الثقة بالنفس:

تعد الثقة بالنفس من الصفات المرغوبة جداً، والتي تُكسب الحيوية والنشاط، والصحة، والذكاء، والشجاعة، وتركيز التفكير والحماس والإبداع، وضبط النفس، ومتانة الخلق، وبالتالي تساعد الفرد على التفكير السليم، وحسن التصرف في مواجهة المواقف اليومية. وبالتالي فإن الثقة بالنفس تعني رسم الفرد لنفسه أهدافاً تتسم بالواقعية، وتوقعات قابلة للتحقق، حتى يبقى محتفظاً بالنظرة الإيجابية للحياة.

فهي تختلف عن حب الذات، أو تقدير الذات السطحي الظاهري، أو الشعور بالعظمة، كونها شكل عميق من احترام الذات القائم على إدراك الصفات والخصال الإيجابية والسلبية معاً، والتي بدورها تدفع المرء نحو السير بثقة في مواجهة مصاعب الحياة (رايان، 2005، ص 9).

إن الثقة بالنفس "تدلل على الشعور الذاتي للفرد بإمكاناته وقدرته على مواجهة الأمور المختلفة في الحياة، وتنمو هذه الثقة من خلال تحقيق الأهداف الشخصية التي تبدو كأفكار في ذهن الفرد، وتجد طريقها إلى أرض الواقع بالتخطيط والاستفادة من مخزون الخبرات" (عسكر، 2000، ص 128).

فعندما تزيد ثقة الفرد بذاته يمكنه تطوير إحساسه بهويته، وتقديره لذاته ولقدراته، إضافة إلى أنها تقلل من معدل توتر الفرد، فيصبح أقل قلقاً وانفعالاً.

وعرفها عبد الله (1993) بأنها الميل إلى التوافق وتقدير الذات واحترامها. ورأى دوبرن (Dubrine, 1994) بأنها اعتقاد المرء بقدرته على تحقيق الأهداف التي يريدها في كثير من المواقف أو في موقف معين.

وفي المقابل فإن انعدام الثقة بالنفس لدى الفرد يجعله يفقد تقديره لذاته، مما يترتب عليه تولد أفكار سلبية، ومشاعر العجز، وظهور أعراض الضغط النفسي، فقد أكد باحثون "إن انعدام الثقة بالنفس صفة كثيرة الشيع، وهي عبارة عن ضعف الروح الاستقلالية في الأفراد، وترتبط بالخوف ارتباطاً شديداً، وتدلل في الغالب على فقدان الأمن، أو وجود الخوف" (القوصي، 1975، ص 327).

وأشار باحثون أن "فقدان الثقة بالنفس يولد الشعور بالنقص، والدونية، والحياء، والخجل الزائد، لذلك يجد الفرد صعوبة في مواجهة الناس، أو في التحدث أمام مجموعة، أو في مصاحبة الغرباء" (العيسوي، 1987، ص 129).

وأكد آخرون أن الثقة بالنفس هي إحدى السمات الأساسية التي يفقدها المنطوي، بالإضافة إلى ميله للعزلة والقلق والخوف من المواقف الاجتماعية، كما يعتبر أدلر أن الشعور بالنقص، وفقدان الثقة بالنفس، يُعتبران من أبرز العوامل المسؤولة عن الاضطرابات النفسية لدى الفرد (Patterson, 1980, P 80).

وذكر آرنولد (2010) في كتابه حول قوة الثقة بالنفس أن الثقة بالنفس هي طريق النجاح، وأن عكسها الفشل، والذي يترافق مع الوقوع تحت وطأة الشعور بالسلبية والتردد، وعدم الإيمان بالإمكانات والقدرات. وأكد حقيقة اجتماعية تتمثل في أن الناس لا تحترم ولا تتقاد إلى من لا يثق بنفسه وبمبادئه وقيمه. وأضاف أن الثقة بالنفس لا تعني الغرور أو الغطرسة، وإنما هي نوع من الإطمئنان المدروس إلى إمكانية تحقيق النجاح والحصول على ما يريده الإنسان من أهداف (آرنولد، 2010، ص 10).

كما أكد باحثون أن اكتساب الثقة بالنفس لا يتم إلا من خلال تعلم كيفية خلق التوازن في الحياة، وتدبير الوقت بشكل فعال، وتقديم النفس، والاستعداد لمجابهة التحديات (بروفسكي والعلوي ودوهرتي، 2010، ص 5).

وبناء على ما سبق، يتضح بأن الثقة بالنفس ترتبط ارتباطاً وثيقاً بتقدير الذات واحترامها، ووضوح الأهداف والأولويات التي يسعى المرء إلى تحقيقها في حياته، وأن الواثق بنفسه ينظر للحياة نظرة تفاؤلية وإيجابية. في حين، فإن انعدام الثقة بالنفس وفقدانها، يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالخوف والقلق والاكتئاب، كما أشار لذلك علماء النفس المتخصصين.

#### **طرق بناء الثقة بالنفس وجوانب تعزيزها:**

شبه كارل آرنولد في كتابه "قوة الثقة بالنفس" الثقة بالنفس بالحساب البنكي، فبقدر ما يتوفر لديك من عوامل الثقة بالنفس، بقدر ما تكبر هذه الثقة وتنمو. فالثقة بالنفس هي أهم مولد للطاقة في الحياة، وهي لا تولد مع الشخص، وإنما هي مكتسب يمكن اكتسابه وتعزيزه وبناءؤه من الصفر (آرنولد، 2010، ص 130).

ولتحقيق هذا النمو في الثقة بالنفس، لخص كارول آرنولد خمس طرق سهلة لتحقيق مزيد من الثقة بالنفس، كالتالي:

1. التركيز على نقاط القوة لديك: فكل واحد منا لديه نقاط قوة ونقاط ضعف، ولذا يجب على الفرد أن يركز على الأشياء التي يبرع بها ويستطيع عملها، وأن لا يتعمق كثيراً في نقاط ضعفه.

2. وضع الأهداف: فكلما كان لديك أهداف واضحة قابلة للتحقق، كلما زادت إمكانياتك لتحقيق مزيد من الثقة بالنفس، لأن الأهداف تعطي الفرد إحساساً بالمسؤولية، وقدراً من الثقة عند تحقيق الأهداف التي وضعها.

3. الابتسام: فالابتسام يمنح الثقة بالنفس، ويقاوم الاجتهاد والتوتر والاكتئاب.

4. تعديل الجلسة: ولفهم معنى ومغزى ذلك، ما عليك سوى أن تتخيل هيئة الجلسة التي يجلسها شخص يائس بائس، فلا بد أن يتبادر لذهنك صورة شخص منحني للأمام ويبدو عليه الحزن والكآبة. ولكن لو تخيلت شخصاً لديه قدر كبير من الثقة بالنفس، فسيتبادر إلى ذهنك شخص يجلس جلسة معتدلة، مستقيم تعلق وجهه الابتسامة، فتعديل الجلسة يغير الحالة النفسية للفرد.

5. كن شكوراً: فكونك ممتن وسعيد بما أنت فيه وعليه، فإن هذا يعد من وسائل بناء الثقة بالنفس، ويجب على الفرد أن يعود نفسه على أنه مهما ساءت ظروفه وأحواله فإن هناك أشياء جيدة تستحق الشكر والامتنان (آرنولد، 2010، ص 130-131).

ولكن كيف تستفيد المرأة من ذلك في استخدامها لموقع فيس بوك بشكل ينعكس على ثقتها بنفسها؟ وبالطبع، فإن الإجابة تكمن في أن تضع المرأة لنفسها هدفاً من استخدامها للموقع، وأن تسعى إلى التركيز على هذا الهدف، والسعي بشتى الطرق والوسائل نحو تحقيقه، من خلال تعزيز معارفها ومهاراتها في المجال الذي تبذل فيه، وأن تكون إيجابية في استخدام الموقع، بمعنى أن لا يقتصر استخدامها له على الترفيه والتسلية، بل يجب عليها أن تدرك أنها صاحبة رسالة، وهذه الرسالة تتمحور حول الهدف الذي تسعى إلى تحقيقه، فإذا ما نجحت في هذا الأمر،

فبلا شك سوف ينعكس هذا الأمر على شخصيتها وسلوكها في بيتها وفي عملها، وبالطبع سينعكس هذا على ثقتها بنفسها.

ومن خلال ما سبق، يتضح بأن بناء الثقة بالنفس يعتمد على طريقة تفكير الفرد ونظرته للأمور، ووضعه للأهداف الممكن تحقيقها، فالثقة بالنفس كائن تقلبه بين يديك، إذا بدأت فيه بشكل إيجابي وكنت متفائلاً في نظرتك إلى الأمور، فإنك وبلا شك سوف تعزز من ثقتك بنفسك وتنميها.

وعليه، فإن تعزيز الثقة بالنفس يتطلب من الإنسان قناعة داخلية بأن التغيير ممكن، وأن يبتعد عن اختلاق المبررات، ثم يقنع نفسه بها، ويركن للشعور بصعوبة التغيير، ولتحقيق ذلك، لا بد للمرء من أن يهتم بالآتي:

- زيادة المعارف والتجارب: بإعطاء العقل الفرصة للتعرف على أشياء جديدة، وعدم التردد في ممارسة هوايات لم يسبق للإنسان أن جرّبها. فكلما زادت تجاربك ومعارفك، زاد شعورك بأنك أفضل مما كنت عليه، وزادت ثقتك بنفسك.
- التواصل مع الآخرين والمران الاجتماعي: فكلما زاد مرانك الاجتماعي، زادت خبراتك، وهذا لا يتم إلا من خلال مشاركة الآخرين همومهم وأفراحهم.
- تعزيز المعرفة والتخصص في موضوع محدد: لأنه مع الوقت ستجد نفسك أصبحت مرجعاً في هذا الموضوع، وسوف يلجأ الآخرون إليك للاستفهام حول هذا الموضوع، الأمر الذي يعزز من شعورك بالثقة في قدراتك.
- تجنّب مرافقة كثيري التذمر والشكوى وعديمي التفاؤل: وذلك حتى لا يصاب المرء بالإحباط.
- تجنب السلبية في كل أمر: بل يجب تعويد النفس على الإيجابية، والمبادرة، ومشاركة الآخرين.

- الشعور الداخلي بالذنب وتأنيب الضمير: تجنب ذلك بالتزامك بأداء واجباتك تجاه الله والناس، لأن هذا سيعزز شعورك بالثقة ويقضي على اللاشعور الذي يجلدك من داخلك.
- الموازنة بين الخيارات المتاحة قبل اتخاذ أي قرار.
- التواصل مع من هم أكثر خبرة منك لاكتساب المزيد من المعرفة: فهذا سيجبرك للصعود تدريجياً نحوهم من خلال البحث وتعزيز المعارف.
- تجنب الخوف: فإذا لم تستطع عمل أمر ما، فإنك قادر على التجربة والمحاولة، وحاول أن تستدعي الذكريات القديمة التي سببت لك عدم الثقة والاهتزاز، وتحدث بها أمام الآخرين على سبيل الاستخفاف بها، وحينها تكون قد انتزعتها من اللاشعور الذي يسبب لك الخوف دائماً.
- تجنب مقارنة النفس بالآخرين: ثق بقدراتك ولا تستجدي الثناء، وكن على ثقة بأن الآخرين لا يزدون عنك في شيء، فكما أن لديك عيوباً فهم كذلك، ركز على مزاياك، واسعَ لاستثمارها.
- ناقش ولا تتردد وشارك الآخرين حوارهم: فهذا يقهر الخوف بداخلك، ويساعد في التغلب على الخجل.
- تجنب الشعور بأنك غير مرغوب بك، وأن الآخرين يتجنبونك (آرنولد، 2010، ص 131-136).

فيجب على المرأة أن لا تلتفت إلى النظرة الشائعة بين الناس أن الشخصية المتמסكة والقوية والواثقة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بزيادة الثقة بالنفس وتعزيزها، لأن الدراسات النفسية والاجتماعية أثبتت قصر هذه النظرية، ذلك أن تفعيل بعض العوامل الشخصية لدى الفرد يؤدي إلى تغيير شكل ومضمون الإنسان بشكل إيجابي، ويعزز من إمكانياته وقدراته وثقته بنفسه. وهذه العوامل تتلخص في الآتي:

1. تفعيل مهارات التخاطب: فمما لا شك فيه أن المخزون اللغوي والثقافي يعد أمراً هاماً في بناء الشخصية، وأن تعطيله أو عدم تفعيله يعود بنتائج عكسية على هذا المخزون، كما أن التركيز على بناء مهارات التخاطب حتى لو في إطار ضيق بداية سيأخذ في التمدد والانتشار تدريجياً إلى إطار أوسع، وبالتالي فإن التدرج في مهارات التخاطب من جماعات صغيرة إلى جماعات أكبر من الأصدقاء، سيدفع نحو تعزيز القدرات على التخاطب أمام العامة وفي أماكن عامة، مع مراعاة وضوح الصوت وعلو نبرته والإلمام بموضوع التخاطب، دون الإكتراث لموضوع الأخطاء اللغوية لأنها ستزول تدريجياً مع الممارسة.

2. تفعيل التفكير الإيجابي: وهذا يتم من خلال تفعيل التفاؤل والابتعاد عن التشاؤم في معاملتنا وتعاطينا مع أمور الحياة، فالنظرة الإيجابية للأمور والأحداث المستقبلية والمتوقعة، تدفع الفرد للإقدام على المواقف المختلفة والتفاعل معها بخطى ثابتة ومرتنة، لا يشوبها التردد والخوف.

3. تفعيل معاشية الواقع: فرغم أهمية الآمال والطموح والخيال في شحذ الهمم وتشكيل التوجهات، إلا أن الإنسان يجب أن يولي اهتماماً بمعاشية ماضيه وحاضره ليستشرف المستقبل، ذلك أن هناك عوامل خارجية كثيرة لها دور كبير في تغيير مسارات الخطط والأهداف التي يرسمها الفرد في حياته الدراسية والعملية والعائلية سلباً وإيجاباً، وبالتالي يُنصح الفرد دائماً بوضع أهداف مرنة وقصيرة قابلة للقياس والتغيير في أي وقت.

4. تفعيل أهمية الهيئة الخارجية: فغالباً ما تتحقق الثقة بالنفس بدرجات عالية عند المواءمة بين المظهر والجوهر بشكل إيجابي، وهذا يتم من خلال الاتزان في الملبس دون إهمال ينم عن فوضوية، أو تكلف ينم عن نقص داخلي، وكذلك الاعتدال والاستقامة في الوقوف وعدم التراخي حتى لا يوحي ذلك بالضعف والوهن والكسل، إضف لذلك المشي بخطى ثابتة ومرتنة والنظر للإمام، مما يوحي بقدرة الفرد على الثقة والتحكم بإرادته وتوجيهها في التعامل مع نفسه والبيئة المحيطة به.



5. تفعيل المهارات الاجتماعية: فبقدر ما يمتلك الفرد من مهارات اجتماعية كالتواصل والتعاطف والتكافل والإيثار والمحبة والإخاء والصداقة والمبادرة، بقدر ما تكون ثقة المرء بنفسه عالية. وهنا يجب التأكيد على أهمية المبادرة وفعل الخير للناس في بناء الشخصية السوية الناجحة في المجتمع، دون الانتظار والبحث عن مردود دنيوي من الناس، ولذلك يجب على الإنسان أن يسعى جاهداً للبحث عن دوره في المجتمع، بما ينعكس على إرضاء ذاته وإحساسه بقيمتها، وزيادة قدرتها وإمكاناتها في التعامل مع الظروف المتغيرة بنجاح. (آرنولد، 2010، ص 125-127).

وترى الباحثة أنه إذا ما توافق استخدام المرأة للفيس بوك مع ما أُشير إليه آنفاً، وإذا ما تمكنت من خلق توازن في كيفية استخدامها للموقع، فإنها وبلا شك ستعزز من رصيدها في ثقافتها بنفسها، ولذلك ينبغي عليها من خلال استخدامها للموقع أن تحرص على زيادة رصيدها المعرفي والاجتماعي، وأن تكون مبادرة ومشاركة نشطة، وأن تبتعد عن النقاشات السلبية والعقيمة، وأن تعزز رصيدها الاجتماعي عبر التواصل مع الآخرين بشكل إيجابي، والتواصل مع من هم أكثر خبرة وعلماً ودراية منها، لتحقيق مزيد من النمو المعرفي والاجتماعي، وأن تكسر حاجز الرهبة والخوف والتفوق الذي تمليه التقاليد المجتمعية البالية.

#### أهمية ودور الثقة بالنفس:

أن تنمية الشخصية لا تتم لا بمال ولا إمكانيات ولا فكر معقد، وإنما تكمن في الإرادة الصلبة والعزيمة القوية، ولها دلالات على ثقة المرء بنفسه، فهي لا تولد مع الإنسان حين يولد، وإنما تُكتسب وتتطور (آرنولد، 2002، ص 27).

فالثقة بالنفس عادة ما ترتبط بالنجاح، فالإنسان الناجح في حياته عادة ما يتصف بأنه إنسان واثق بنفسه، وفي هذا السياق يرى الأقصري (2001) بأنه لا يمكن القول بأن هناك إنسان فاشل يتمتع بثقة في نفسه، ذلك أن الثقة بالنفس هي السبب الأول للنجاح في الحياة؛ حيث يكون الإنسان الواثق بنفسه أقدر على اتخاذ مواقف وقرارات إيجابية في حياته.

إن الثقة بالنفس هي مفتاح النجاح في الحياة، فالواثق بنفسه يستطيع أن يصنع أي شيء في الحياة، والذي لا يثق بنفسه لا يقدر على أي شيء على الإطلاق. إن تاريخ الناجحين في الحياة يشير إلى أنهم كانوا يثقون بأنفسهم دائماً، بعكس الفاشلين الذين كانوا لا يرتفعون بمستواهم الفكري إلى مرحلة الثقة بالنفس.

إن أفضل طريقة للثقة بالنفس هي الاعتقاد بأن الفرد يمتلك قدراً من الإمكانيات والخبرات، وأنه قادر على تحمل مسؤوليات الحياة، فعندما يؤمن الفرد بإمكانياته وقدراته على النجاح في أمر ما، فإنه يستنهض ثقته بنفسه قبل عملية التنفيذ، فالثقة بالنفس تمثل دافعاً نحو النجاح وتحقيق الأهداف، وبالتالي فإن الفرد يكتسب ثقته بنفسه فقط حين يتخلص من كل المخاوف التي تحاول تثبيط عناصر النجاح بداخله (الدوسري، 2009، ص 36).

ويؤكد الناطور (2011) على ذلك، حيث يرى أن الأشخاص الذين يتمتعون بالثقة بالنفس يميلون إلى استكشاف الخبرات والتعرض لها، أما الأشخاص الذين لا يتمتعون بهذه الثقة، فيميلون إلى الابتعاد عن مثل هذه الخبرات.

وقد أكدت إحدى الدراسات أن الثقة السليمة بالنفس تؤدي إلى:

- الشعور بالارتياح النفسي والطمأنينة والسعادة.
- الشعور بالنجاح في مجالات الحياة التعليمية والمهنية والاجتماعية.
- إدراك القدرات والمهارات، وتجعلك قادراً على تطوير ذاتك وتنمية مهاراتك.
- القدرة على التعامل مع الأزمات والمشكلات والصعاب في حياتك.
- الشعور بأن حياتك مميزة عن حياة الآخرين.
- الشعور بأن لديك هدفاً واضحاً في حياتك تسعى لتحقيقه.
- نادراً ما تشعر بالعجز والسلبية والهزيمة النفسية (لوندز، 2008، ص 82).

وأكد باحثون آخرون أن الثقة بالنفس تساعد على الشعور بارتياح داخلي، وعلى التحكم بشكل أكبر في الحياة وفي المستقبل، كما تعزز الثقة بالنفس الشعور الشخصي بالقوة، وتساعد

على توظيف المواهب والطاقات والإبداع من أجل تنظيم العمل واتخاذ التدابير اللازمة من أجل تنفيذه، سواء أكان ذلك على مستوى الأمور الشخصية، أو في المواقف التي يواجهها الإنسان في عمله أو العالم المحيط به (بورفسكي وآخرون، 2010، ص 6).

### علاقة موقع فيس بوك بالثقة بالنفس:

يكاد يُجمع كافة الخبراء بمختلف اهتماماتهم على الإقرار بفاعلية وسائل الإعلام بشتى أنواعها على التأثير وصياغة الرأي العام وهندسة السلوك الإنساني، وأكد بعضهم على قدرتها على أحداث ثورة في أمزجة البشر وعاداتهم وثقافتهم (حسنة، 2007).

وهذا يشير إلى أن وسائل الاتصال بأنواعها المختلفة أضحت أنظمة فكرية وثقافية تمارس وظائف محددة، وتسهم بدور فاعل في تشكيل المفاهيم والتصورات، ولعل من أبرزها:

1. التوجيه والدعاية: فهي تسهم في تكوين المواقف والاتجاهات (تدعم/تعديل/تلغي)، إما

عن طريق التأكيد (تكرارات صريحة ومضمرة لإيصال رسالة معينة)، وإما عن

طريق الإرشاد والتوجيه (كتقديم الأمثلة، وعرض النماذج وغيرها).

2. التنقيف: بمعنى زيادة المعرفة بأسلوب غير الأسلوب الأكاديمي المتبع، سواء عبر

التنقيف العارض (كأن يكتسب الشخص معلومة بطريقة الصدفة من وسيلة إعلامية)،

أو عبر التنقيف المقصود (حصيلة التفاعل بين الفرد والوسيلة الإعلامية التي يتابعها

باهتمام بناء على توجه أو غاية معينة).

3. التعارف الاجتماعي: فهي تسهم في زيادة فرص احتكاك الناس مع بعضهم البعض،

وخصوصاً في ظل وسائل الإعلام الاجتماعي الإلكترونية الحديثة وما توفره من

إمكانات هائلة للتعارف والتواصل.

4. الإعلان: وذلك بزيادة وعي جمهور المتابعين بالسلع الجديدة، ونوعيتها، وأهميتها،

واستخداماتها، والعروض التي تقدم بشأنها.

5. الترفيه والتسلية: وهو الدور الذي يرغبه عدد كبير من الناس في الوسائل الإعلامية بأنواعها المختلفة، مع تباين هذا الدور فيما بينها، كمتابعة البرامج أو الألعاب أو الاستمتاع بخدماتها المتنوعة.

وأكد معتوق (2013) أن شبكات التواصل الاجتماعي بما فيها فيس بوك قد وفرت إمكانيات للتواصل والتفاعل غير محدودة بزمان أو مكان أو حدود جغرافية، وأنها قدمت العديد من الخدمات المميزة والمجانية، حيث أصبح بإمكان مشترك هذه الشبكات أفراداً وجماعات ومؤسسات إنشاء صفحات على تلك الشبكات للمشاركة والتأليف والنشر وتقديم الخدمات، وبالتالي فتحت عصراً جديداً من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر، ووفرت المعلومات والمعارف لكافة مستخدميها، الأمر الذي ساعد في حدوث قفزة كبيرة من التواصل والتفاعل بين أفراد المجتمع رجالاً ونساءً، صغاراً وكباراً.

وأضاف معتوق بأن مواقع التواصل الاجتماعي لم يعد بالإمكان الاستغناء عنها، وذلك لرخم ما توفره من أخبار، وتغطية سريعة وعاجلة للأحداث، ومعلومات مفيدة ومتنوعة في مجالات مختلفة، ومحادثة (دردشة) مع الأصدقاء والأهل وزملاء العمل والدراسة، وتبادل الصور والملفات ومقاطع الفيديو. وبالتالي فقد أضحت مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فيس بوك العمود الفقري للتواصل بين الأفراد، وأصبح من اللازم والضروري على كل الجهات التي لديها من الخدمات أو المنتجات ما تحتاج لأجله أن تتواصل مع جمهورها، أن يكون لها حضور وتواجد على هذه الشبكات.

#### الإيجابية والتفاؤل وعلاقتها بالثقة بالنفس:

إن التفكير بإيجابية غالباً ما يعزز ثقة المرء بنفسه، ويتفق ذلك مع فلسفة المؤلف "كلمنت ستون" في النجاح، والتي يطلق عليها الموقف الفكري الإيجابي، وهذه الفلسفة التي يقدمها ستون تقوم على العبارة التي تنص على "ما يدركه العقل ويعتقده، يمكن أن يتحقق باتخاذ موقف فكري إيجابي"، حيث يعتقد هذا الرجل الذي يعد الأب الروحي لفلسفة الموقف الفكري الإيجابي من أجل

النجاح، أنه ليس هناك شيء مستحيل أمام الإنسان الذي يستعد للنجاح، ويحدد الأهداف، ويتجه نحو غاياته بموقف إيجابي وحماس (الفقي، 2007، ص 18).

وفي هذا السياق يرى الفقي (2007) أن للثقة بالنفس أثراً عجبياً، فالرجال والنساء الذين يتقنون بأنفسهم يستطيعون جذب انتباه الآخرين بنسبة كبيرة، ويتقدمون في أعمالهم بصورة سريعة، فالنجاح يأتي إليهم بيسر وسهولة، ولو تم التعمق أكثر في مكنوناتهم، لوجدنا أن ثقتهم بأنفسهم ناتجة عن اجتهاد مستمر، يستطيع أي شخص أن يقوم به، ذلك أن مبادئ الثقة بالنفس يمكن أن يتعلمها الجميع ويطبقوها بسهولة.

ولخص بعض المختصين في مجال الثقة بالنفس أبرز الأساليب التي يمكن للفرد أن يطبقها في حياته ليصبح إنساناً إيجابياً واثقاً بنفسه، يدفع بصره نحو النجاح بدلاً من الفشل، وذكروا منها: مخالطة الأشخاص الإيجابيين، والتعلم من التجربة، وإجبار النفس على التركيز على الإيجابيات، والمساهمة في الحوار، وتجنب مواقف الضغط، وأخذ الراحة المناسبة للجسم والتي تُمكنك من الاقتراب من المشكلة بذهن صاف وبموضوعية، والتعرف على إيجابياتك وسلبياتك في المواقف الحياتية المختلفة، والتعاطف مع الآخرين ومجايلتهم، والواقعية في الحياة وتحديد أهداف يمكن تحقيقها، وانتهاز الفرص، وتعلم أشياء جديدة، والنظر إلى النكسات بشكل بناء، والتفكير قبل الحديث، والاهتمام بالصحة والمظهر، ومساعدة الآخرين دون انتظار المقابل (الفقي، 2007، ص 25-27).

وذكرت إحدى أكثر المحاضرات والمؤلفات الأمريكيات شهرة أن معرفة أهم الأحداث التي تجري سواء على المستوى المحلي أو العالمي يعد من أهم طرق محاربة عدم الثقة بالنفس، ذلك أن هذه المعرفة تجعل الشخص يندمج في الحوارات اليومية بثقة، دون انتظار لدعوة رسمية (لوندز، 2008، ص 34).

## مقياس سيدني شروجر (Sidney Shrauger) للثقة بالنفس:

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة مقياساً أعده سيدني شروجر (Shrauger, 1990)، ويتضمن هذا المقياس مجموعة من العبارات التي تعكس مشاعر واتجاهات وأنماطاً سلوكية عامة لقياس ثقة الفرد بنفسه وتقييمه لها. حيث عرّف الثقة بالنفس على أنها إدراك الفرد لكفاءته أو مهارته وقدرته على أن يتعامل بفاعلية مع المواقف المختلفة، وقد هدف عند تصميمه له أن يُستخدم على نطاق عالمي مثل مقياس روزنبرغ (Rusenberg) لتقدير الذات.

ونألف هذا المقياس بشكله الأصلي من (54) عبارة، وعند تقنيه وترجمته إلى العربية بعد إجراء التحليل العائلي أصبح عدد فقراته (48) فقرة، نصفها إيجابي والنصف الآخر سلبي، ولكل عبارة فيه خمسة اختيارات (تتطبق تماماً، وتطبق بدرجة كبيرة، وتطبق إلى حد ما، ولا تتطبق كثيراً، ولا تتطبق إطلاقاً)، وتُصحّح وفق المقياس بالدرجات (4، 3، 2، 1، 0) في العبارات الإيجابية، أما في العبارات السلبية فتصحح بالعكس، وبهذا فإن الدرجة الكلية للمقياس تتراوح بين (0-192) درجة، حيث تدل الدرجة المرتفعة فيه على معدل مرتفع من الثقة بالنفس (محمد، د.ت، ص6).

وقد قامت الباحثة بإسقاط هذا المقياس على موضوع الدراسة الذي يتعلق بأثر استخدام المرأة للفييس بوك على ثقّتها بنفسها، واستخدمت في ذلك (40) عبارة بعد تحويلها لملاءمة موضوع الدراسة، كما تم استبعاد بعض العبارات من هذا المقياس، كونها لا تتعلق بموضوع الدراسة الحالية وخصوصاً تلك الفقرات التي تتعلق بالبعد العاطفي والجنسي، كون هذه العبارات تتعلق بالعلاقات المحرمة غير الشرعية التي يرفضها مجتمعنا الفلسطيني، وهي بعيدة كل البعد عن واقعنا وثقافتنا كمجتمع عربي مسلم.

## الدراسات السابقة:

### أولاً: الدراسات العربية

دراسة السيد (2014) بعنوان: "استخدامات المرأة الإماراتية الشابة (17-24) عاماً لشبكات التواصل الاجتماعي: مدخل للاستخدامات والإشباع".

وهدفت الدراسة فهم أسباب زيادة استخدام المرأة الإماراتية لوسائل التواصل الاجتماعي، واستخدمت الباحثة طريقة البحث الكمي مع الاستبيان كأداة للدراسة، وكشفت نتائج الدراسة وجود تفاوت في المنفعة التي يحصل عليها الأفراد جراء استخدام الإنترنت حتى وإن كان لديهم نفس الطموح والدوافع، وأن هناك تأثيراً سلبياً للاتصال المتزايد عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وخصوصاً فيما يتعلق بقدرة الشباب على تطوير مهارات الاتصال الاجتماعية، كما بينت نتائج الدراسة أيضاً أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لم يعد يُنظر إليه كأداة من أدوات السوق المختلط، بل أصبح يُنظر إليها على أنها ضرورة من ضروريات الاتصال المعاصر، إضافة لذلك، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من النساء الإماراتيات الشابات يملكن أكثر من حساب على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة المراهقات اللواتي لديهن حسابات الكترونية (99%) في فئة المراهقين، و(97%) من فئة البالغين، وأن نسبة من لديهن ثلاثة حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي بلغت (94%) من المراهقات و(75%) من البالغات، أما نسبة المشاركات اللواتي لديهن حسابين فبلغت (6%) في فئة المراهقات، و(24%) في فئة البالغات، أما من لديهن حساب واحد فقط فبلغت نسبتهن (0%) في فئة المراهقات، و(1%) من فئة البالغات. أما فيما يتعلق بالأسباب والدوافع الكامنة وراء زيادة استخدام المرأة الإماراتية الشابة لوسائل التواصل الاجتماعي، فجاءت الأسباب الرئيسة كالآتي: استقاء المعلومات، ثم التسلية، وأخيراً التواصل الاجتماعي.

## دراسة منصور (2014) بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الجامعي الأردني".

وهدفت الدراسة التعرف إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني مع التطبيق على شباب جامعة اليرموك، وبيان الفروق في تحقيق الاحتياجات تبعاً لبعض المتغيرات الديموغرافية والوظيفية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينتها من (286) طالباً وطالبة، واستخدم الباحث استبانة مكونة من خمسة محاور كأداة للدراسة. وأشارت نتائج الدراسة أن الفيس بوك احتل المرتبة الأولى بين شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام بنسبة (72.4%)، ومن حيث طبيعة الاستخدام أشارت النتائج أن (50%) من الشباب الأردني يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي يومياً، وأن أعلى نسبة استخدام هي من ساعة إلى ساعتين يومياً بمعدل (38.1%)، وأن الغالبية من الشباب الأردني يفضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من المنزل بنسبة (86.4%)، أما فيما يتعلق بالإشباع والحاجات المتحققة للشباب الأردني جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فقد أشارت النتائج إلى تحقيق خمسة إشباعات، وهي على الترتيب: الحاجات المعرفية، ثم الحاجات الوجدانية/السيكولوجية، فالحاجات الشخصية/البراجماتية، يليها الحاجات الاجتماعية، وأخيراً حاجات الهروب من الواقع وملء الفراغ. كما كشفت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحاجات/الإشباعات التي يحققها الشباب الأردني من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحاجات المعرفية، والوجدانية، والهروب من الواقع، والدرجة الكلية لهذه الحاجات التي يحققها الشباب الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير مدى الاستخدام، وكانت هذه الفروق بين الاستخدام دائماً ونادراً لصالح دائماً، وبين نادراً وأحياناً لصالح أحياناً في الحاجات المعرفية والوجدانية والهروب من الواقع، والدرجة الكلية للحاجات.



دراسة عبد الرحيم (2013) بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي: الاستخدامات والتأثيرات".

وهدفت التعرف إلى استخدامات طلبة الجامعات لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على إنجازات الطلبة، واستخدمت الدراسة الاستبيان أداة لها، وتكونت عينتها من (120) طالباً وطالبة، وقد أشارت نتائج الدراسة أن استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض التواصل الاجتماعي تتفوق على استخدامها في الأغراض الأكاديمية، وأنه لا توجد فروق دالة إحصائية في أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلبة الذكور والإناث، وكشفت النتائج أيضاً أن الطلبة الذين يمتلكون هواتف ذكية (Smart Phones) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الطلبة الذين يستخدمون هواتف تقليدية، وأن موقع فيس بوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل الطلبة، وأن أكثر من (50%) من الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل ساعتين فأكثر يومياً.

دراسة أبو صلاح (2013) بعنوان: "استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباكات المتحركة".

وهدفت الدراسة التعرف إلى الإشباكات المتحركة من استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي، إضافة للتعرف إلى دوافع طلبة الجامعات الفلسطينية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومدى الثقة بمعلوماتها، وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباكات، حيث تمثلت أداة الدراسة في صحيفة الاستقصاء والمقابلة، وأجريت على عينة قوامها (390) مفردة، موزعين على طلبة الجامعات الفلسطينية النظامية بقطاع غزة وهي: الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر، وجامعة الأقصى. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن 90% من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وأن الفيس بوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً بنسبة 95%، وأن دافع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج يعد السبب الأبرز لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعية، تلاه دافع الحصول على المعلومات واكتساب الخبرات، ثم دافع التسلية وقضاء أوقات الفراغ. كما كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق في الاستخدام لصالح الذكور،

وأن الموضوعات الترفيهية تعد أبرز الموضوعات التي تطالها عينة الدراسة بنسبة 70.5%، تلاها الموضوعات الاجتماعية بنسبة 62%، ثم الموضوعات الثقافية بنسبة 61%. كما أشارت النتائج إلى أن إشباع التفاعل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 33.2%، ثم إشباع المشاركة بالرأي بنسبة 23.8%، وأخيراً إشباع التسلية بنسبة 20.1%. كما أوضحت نتائج الدراسة أيضاً أن مستوى الثقة بشبكات التواصل الاجتماعي جاء بدرجة متوسطة، وأن شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على متابعة وسائل الإعلام الأخرى. وأوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من إمكانيات شبكات التواصل الاجتماعي وتوظيفها في خدمة القضية الفلسطينية بمختلف جوانبها في ظل الإقبال الكبير لدى الجمهور الفلسطيني عليها، وأكدت على أهمية وضرورة تنظيم الوقت في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتقنين عملية الاستخدام بما يلبي الاحتياجات دون الوصول إلى درجة إدمان المتابعة، كما أوصت الدراسة أيضاً بضرورة إجراء دراسات حول استخدامات المرأة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة أسباب تراجع نسبة استخدام المرأة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي.

**دراسة عوض (2013) بعنوان: "أثر برنامج تدريبي لتنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب باستخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك": تجربة مجلس شباب عرار نموذجاً".**

وهدفت الدراسة استكشاف أثر برنامج تدريبي لتنمية المسؤولية المجتمعية من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)، واستخدم الباحث المنهج التجريبي وتصميم المجموعة الواحدة مع اختبار قبلي وبعدي، وتم اختيار العينة بطريقة عمدية من شباب مجلس شباب عرار بمحافظة طولكرم، وبلغ عددها (18) شاباً وفتاة، وتكون البرنامج التدريبي من (5) لقاءات بمعدل (4) ساعات لكل لقاء. وقد كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية المجتمعية قبل وبعد تطبيق البرنامج لصالح بعد تطبيق البرنامج التدريبي، ولم تشر النتائج إلى وجود فروق بين متوسطات الشباب والفتيات في مستوى المسؤولية المجتمعية قبل وبعد تطبيق البرنامج، وأوصت

الدراسة بضرورة إجراء دراسات أخرى مماثلة على مجتمعات مختلفة لفحص مدى تأثير استخدام موقع فيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى على تنمية المسؤولية المجتمعية.

**دراسة الدرمللي (2013) بعنوان: "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للنساء في فلسطين".**

وهدفت التعرف إلى أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل النساء الفلسطينيات، وأسباب ومحددات ارتياد النساء الفلسطينيات لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى استثمار النساء الفلسطينيات لمواقع التواصل الاجتماعي كأدوات جديدة تمكنهن من إثبات ذواتهن بشكل حقيقي وفعلي على الساحة السياسية وفي مواقع صنع القرار، إضافة للتعرف إلى إيجابيات وسلبات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل النساء الفلسطينيات في عملية المشاركة السياسية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتكونت عينتها من (370) امرأة فلسطينية ممن يمتلكن حساباً أو أكثر على مواقع التواصل الاجتماعي. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن غالبية النساء الفلسطينيات المستخدمات لمواقع التواصل الاجتماعي يفضلن استخدام موقع فيس بوك، وأن أهم دوافع استخدام النساء لمواقع التواصل الاجتماعي هي الرغبة في التعبير عن وجهة نظرهن بالقضايا النسوية السياسية بحرية، ثم توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية والسياسية، بينما كانت أقل هذه الدوافع إسهام هذه المواقع في طرح نوعي لقضايا النساء السياسية وتأثيره القوي على القادة السياسيين وصناع القرار. كما كشفت النتائج أن (70.2%) من النساء في عينة الدراسة يعرفن بإعدادات الحماية والسرية التي توفرها هذه المواقع، وأن (63%) منهن يستخدمنها فعلاً، وأن (57.5%) يستخدمن أسماءهن الحقيقية، بينما (13.5%) يزاجن في الاستخدام بين أسماءهن الحقيقية والأسماء المستعارة، بينما (29%) يستخدمن دائماً أسماءاً مستعارة، وأن (53.6%) من النساء أشرن إلى عدم وجود قيود على استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي، أما المبحوثات الأخريات فأشرن إلى أن أبرز هذه القيود هي القيود الاجتماعية، ثم العائلية، وبعدها القيود الذاتية، وأخيراً القيود التي يفرضها النظام الحاكم، وجاءت القيود الدينية والمادية في آخر الترتيب، كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي قد ساهم في تمكين النساء من استثمار فضاء الإنترنت لكسر عزلتهن عن العالم، والتعبير عن آرائهن وتطلعاتهن وحقوقهن في المشاركة الحقيقية والفاعلة في مجالات الحياة كافة لا سيما السياسية. وأن (84%) من المبحوثات أشرن إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز إدراكهن لأبعاد المشاركة السياسية للنساء، كما أن (83%) منهن أكدن أن تعدد الآراء النسوية في مواقع التواصل الاجتماعي حول مختلف القضايا السياسية تزيد من قدرتهن على الحكم بدقة والنقد بحيادية. وبينت النتائج عدم وجود فروق معنوية في اتجاهات المبحوثات نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير مكان السكن، بينما ظهرت فروق دالة إحصائياً في متوسط مقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بين من يستخدمن مواقع التواصل يومياً ومن يستخدمنها أكثر من مرة في الأسبوع لصالح من يستخدمنها أكثر من مرة في الأسبوع.

#### **دراسة أبو صعيلىك والزبون (2013) بعنوان: "أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن".**

وهدفَت الدراسة الكشف عن أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن. واستخدم الباحثان استبانة مكونة من (30) فقرة كأداة للدراسة، وتم توزيعها على عينة مكونة من (1135) طالباً وطالبة اختيروا بطريقة طبقية عشوائية، بالإضافة إلى أداة المقابلة والتي تكونت من سؤالين، وتم توزيعها على (40) طالباً وطالبة تم اختيارهم بطريقة قصدية من النشيطين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي وأسلوب البحث النوعي. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن أثر شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن في كل من البعد المعرفي والوجداني والسلوكي جاء متوسطاً، وبينت النتائج أن أهم الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في تعميق العلاقات الاجتماعية القائمة مع الأصدقاء والمعارف ممن لديهم حسابات على تلك الشبكات، وتعزيز معلومات ومعارف الطلبة العامة، وإزالة الحواجز النفسية والاجتماعية بين النوعين، وأن أهم الآثار السلبية لها تتمثل في الإدمان على تلك الشبكات،

والتأخر الدراسي والأكاديمي، وتعزيز التعصب العشائري أو الإقليمي أو العرقي. وأوصت الدراسة بضرورة وأهمية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الشخصية المتوازنة لدى طلبة الجامعات.

**دراسة نجادات (2012) بعنوان: "استخدامات الأسرة الأردنية للـ (Facebook) والإشباع المتحققة منها "دراسة مسحية على عينة من المتزوجات العاملات في جامعة اليرموك".**

وهدفت الدراسة التعرف إلى استخدامات الأسرة الأردنية لشبكة فيس بوك ودوافع هذه الاستخدامات والإشباع المتحققة منها، واستخدمت الدراسة الاستبانة أداة لها، وتكونت من (14) سؤالاً تم طرحها على المبحوثات، وتم فيها استخدام المنهج الوصفي. وتوصلت الدراسة إلى أن (65%) من المبحوثات لديهن حساب شخصي على موقع فيس بوك، وأن دوافع الاستخدام لديهن تتمثل في البقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى والجدة، والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية. كما كشفت نتائج الدراسة أن إشباع التواصل الاجتماعي قد تقدمت على باقي الإشباع الأخرى بمتوسط حسابي مقداره (3.19) على المقياس الرباعي.

**دراسة عوض (2012) بعنوان: "أثر استخدام الفيس بوك على تقدير الذات لدى فئة الشباب في محافظة طولكرم".**

وهدفت الدراسة التعرف إلى أثر موقع فيس بوك على تقدير الذات لدى فئة من الشباب في محافظة طولكرم بفلسطين، واستخدمت الباحثة الاستبانة أداة لجمع المعلومات، وتكونت من (20) فقرة تقيس أثر استخدام الفيس بوك على تقدير الذات، وتكونت عينة الدراسة من (100) مستخدم ومستخدمة للفيس بوك في المحافظة، واستخدم فيها المنهج الوصفي المسحي. وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود درجة مرتفعة في تقدير الذات لدى مستخدمي الفيس بوك، وبينت النتائج أيضاً أن هناك فروقاً إحصائية لدرجة تقدير الذات لدى مستخدمي الفيس بوك تُعزى لمتغير الجنس ولصالح الإناث، ولمتغير العمر بين الفئتين (15-20) سنة و(30-35) سنة، وكانت هذه الفروق لصالح الفئة الأصغر (15-20) سنة.

## دراسة الشهري (2011) بعنوان: "أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية" الفيس بوك وتويتر نموذجاً.

وهدفت الدراسة التعرف إلى الأسباب التي تدفع للاشتراك في موقعي فيس بوك وتويتر، والتعرف إلى طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، بالإضافة إلى الكشف عن الآثار السلبية والإيجابية الناتجة عن استخدام موقعي فيس بوك وتويتر. واعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمت الاستبيان أداة للدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (150) طالبة من جامعة الملك عبد العزيز تم اختيارهن بطريقة قصدية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام موقعي فيس بوك وتويتر هي على الترتيب: سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطيعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، وتعزيز الصداقات القديمة والبحث عن صداقات جديدة، ثم التواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً. كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن لهذه المواقع إيجابيات عديدة، منها: الانفتاح الفكري، والتبادل المعرفي، أما أهم الآثار السلبية فتمثلت في قلة التفاعل الأسري. إضافة لذلك أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

## دراسة خضر (2009) بعنوان: "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على موقع الفيسبوك".

وهدفت الدراسة التعرف إلى دوافع استخدام الشباب المصري لموقع فيس بوك، والكشف عن العلاقات الاجتماعية والصداقات التي يكونها الشباب المصري، ورصد وتحليل الآثار النفسية والاجتماعية (السلبية والإيجابية) المترتبة على تعامل عينة الدراسة مع موقع فيس بوك، واستخدم الباحث المنهج الوصفي في هذه الدراسة، وتم إجراؤها على عينة عمدية متاحة من مستخدمي الفيس بوك من طلاب الجامعات الحكومية والأجنبية في مصر مكونة من (136) مفردة، موزعة بالتساوي بين جامعتي القاهرة والجامعة البريطانية. وقد كشفت نتائج الدراسة أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع فيس بوك بنسبة

مقدارها (69.9%) من إجمالي عينة المبحوثين، وجاء دافع خلق صداقات جديدة، ودافع التواصل مع الآخرين وتطوير العلاقات الاجتماعية في المرتبتين الثانية والثالثة، بنسبة بلغت (41.2%) و(37.5%) على التوالي. كما كشفت النتائج أيضاً أن الغالبية من عينة الدراسة تقدم نفسها كما هي بصدق من غير تلوين أو خداع بنسبة بلغت (82.4%). أما العبارات التي حصلت على أعلى أهمية نسبية لدى طلاب جامعتي القاهرة والجامعة البريطانية بمقياس ليكرت الثلاثي فكانت كالآتي: "التعامل مع الموقع جعلني أشعر بالانفتاح على أخبار الآخرين" بوزن نسبي (90.44%)، ثم عبارة "أتخلص من الشعور بالوحدة عندما أجلس على موقع فيس بوك" بوزن نسبي (83.09%)، تليها عبارة "لقد قمت بتطوير علاقات اجتماعية عديدة من خلال التعامل مع الموقع" بوزن نسبي (75.25%)، وهذا يعني غلبة الطابع الإيجابي على الآثار الاجتماعية المترتبة على استخدام طلبة الجامعات لموقع فيس بوك. كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً عن وجود اتفاق بين مجموعة طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية بغض النظر عن النوع الاجتماعي لهم على أن التفاعل الاجتماعي بين الأشخاص عبر موقع فيس بوك يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين، ومن أهم مزايا الفيس بوك التواصل مع الأصدقاء، ومواكبة ما يجري، والتعرف على مزاج الأصدقاء، وتجديد العلاقات بأصدقاء الماضي، وإبداء الرأي الحر.

## ثانياً: الدراسات الأجنبية

أجرت جمعية الاتصالات الدولية (International Communication Association, 2014) دراسة هدفت للوقوف على تصورات المرأة عن جسدها من خلال استخدامها للفيس بوك، حيث قام باحثون أمريكيون وبريطانيون بإجراء هذه الدراسة على (881) امرأة من الطالبات الجامعيات، واستخدم الباحثون منهجية الاختبار وإعادة الاختبار، وتطرقت الدراسة لأربعة محاور، هي: استخدام الفيس بوك، وتناول الطعام، وممارسة التمارين الرياضية، والنقاط صور الجسم. وقد أوضحت نتائج الدراسة أن قضاء المزيد من الوقت على الفيس بوك يرتبط بمشاعر وأحاسيس سلبية، وأنه يشجع المرأة على إجراء المزيد من المقارنات بينها وبين أجسام صديقاتها. كما كشفت النتائج أيضاً أن النساء اللواتي يرغبن بإنقاص أوزانهن

يهتمون بشكل أكبر بأجسادهم إذا كنّ يقضين مزيداً من الوقت على الفيس بوك، ويتجلى هذا الاهتمام بملابسهن ومظهرهن الخارجي. كما أظهرت نتائج الدراسة وجود ارتباط بين قضاء الوقت على الفيس بوك والصورة الجسدية الرديئة لدى المرأة عن نفسها، فالصورة الجسدية الرديئة قد تقود بالتدريج إلى علاقة غير صحية بالغذاء. كما أشارت الدراسة إلى أن المختصين بالصحة العامة والذين يعملون في مجال اضطرابات التغذية والوقاية منها، لديهم الدلائل على التأثير الواضح لوسائل الإعلام على الصورة الجسدية للفتيات الجامعيات واضطرابات التغذية لديهن، هذا ناهيك عن أن وسائل التواصل الاجتماعي بما توفره من خدمات في البث والتصوير يكون تأثيرها أشد من باقي تأثير وسائل الإعلام الأخرى.

وأجرى سوليفان وبراديس (Sullivan & Paradise, 2012) دراسة هدفت إلى فهم تقدير الشباب للآثار السلبية على أنفسهم وعلى غيرهم نتيجة استخدام الفيس بوك، وتكونت عينة الدراسة من (357) طالباً وطالبة في المرحلة الجامعية في منطقة شمال شرق الولايات المتحدة الأمريكية، وتم استخدام أداة المقابلة في هذه الدراسة. وقد أشارت نتائج الدراسة أن (64%) منهم يستخدمون الفيس بوك على مدار أيام الأسبوع، وأن متوسط دخول المشتركين إلى الفيس بوك هو (2.76) مرة يومياً ولمدة (35.06) دقيقة في اليوم، وأن أفراد العينة لديهم تقريباً (37.44) شخصاً هم أصدقاء لهم، وأن (84%) منهم يعرفونهم في الحياة الواقعية. كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن الإدمان على استخدام الفيس بوك يؤدي إلى العزلة الاجتماعية، وأن استخدامه بطريقة معتدلة يؤدي إلى مستويات جيدة من التوافق النفسي والاجتماعي.

وأجرى كالبيدو وكوستين وموريس (Kalpidou, Costin & Morris, 2011) دراسة هدفت إلى معرفة أثر استخدام الفيس بوك على تقدير الذات والتوافق النفسي والاجتماعي، وتكونت عينة الدراسة من (70) طالباً جامعياً، (35) منهم من طلاب السنة الأولى، و(35) آخرون من طلاب السنين المتقدمة في شمال شرق الولايات المتحدة الأمريكية، وتم فيها استخدام أداة الاسنبانة التي تكونت من (76) فقرة موزعة على أربعة مجالات، هي: التكيف الأكاديمي، والتكيف الاجتماعي، والتكيف الشخصي، والتكيف النفسي. وأظهرت نتائج الدراسة أن مستخدمي الفيس بوك لأوقات طويلة ارتبطوا سلباً مع التكيف النفسي والأكاديمي، في حين ارتبط الاستخدام الأقل للفيس بوك إيجاباً مع التكيف النفسي والأكاديمي.



وأجرت السقاف (Al-Saqqaf, 2011) دراسة هدفت إلى وصف وتقييم تجربة الفتيات السعوديات في تعاملهن مع شبكة الفيس بوك، وأجريت الدراسة على عينة من الفتيات ممن تتراوح أعمارهن بين (19-24) في إحدى الجامعات السعودية الخاصة على عينة بلغ عددها (15) مفردة، واستُخدم فيها أسلوب المقابلة كأداة للدراسة. وقد كشفت نتائج الدراسة أن الفتيات السعوديات يستخدمن الفيسبوك بهدف الحفاظ على روابط الصداقة القائمة مع أقرانهن الجدد والقدامى، 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 على أسئلة المسابقات واختبار المعلومات. كما توصلت الدراسة إلى أنه بالرغم من أن معلومات المشاركات في الدراسة متاحة للجميع من مستخدمي الفيسبوك، فإنهن قلقات جدا على خصوصيتهن، وحتى تتمكن المشاركات من الإدلاء بأرائهن حول الأحداث الجارية، فقد عمدن إلى المشاركة في بعض المجموعات الحوارية على الشبكة. كما توصلت الدراسة أيضا إلى أنه بالرغم من أن بعض المشاركات اعترفن بفضل الفيسبوك بجعلهن يشعرن بالثقة أكثر، وبأنهن أصبحن اجتماعيات أكثر، إلا أن البعض الآخر منهن أبدى تخوفهن من أن هذه الشبكة يمكن أن تؤثر على علاقتهن بأسرهن وعلى تحصيلهن الدراسي.

وأجرى سانغاري وليمايم ورويس (Singari, Limayem & Rouis, 2011) دراسة هدفت إلى معرفة آثار استخدام الإنترنت على الصفات الشخصية وتنظيم النفس والثقة وإنجازات الطلبة، وتكونت عينة الدراسة من (239) طالبا وطالبة من طلبة جامعة لولي التكنولوجية في السويد، وقام الباحثون بتصميم نموذج مقترح لاختبار أثر استخدام الإنترنت على الصفات الشخصية والثقة وإنجازات الطلبة بالإستناد إلى نظرية التدفق، حيث يقترح هذا النموذج أثرا سلبية لاستخدام الفيس بوك، وتم استخدام نموذج بي أل أس (PLS) الذكي لاختبار نموذج المعادلة الهيكلية المقترح. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الاستخدام الكبير لموقع فيس بوك يقود إلى الأداء الأكاديمي السيء، إلا أن الطلبة الذين لديهم تنظيم لأنفسهم يكون أدائهم الأكاديمي أفضل، كما كشفت الدراسة أن الثقة بالنفس لا تؤثر على أدائهم وتفاعلهم عند استخدام الفيس بوك، وأن ضبط النفس والسمات الشخصية يحددان الوقت الذي يمضيه الشخص على الفيس بوك، وأشارت نتائج الدراسة أيضا إلى تدني رضا الطلبة عن حياتهم نتيجة استخدامهم الفيس بوك بشكل مكثف، وأنه لا يوجد دور مهم للفيس بوك على أداء الطلبة.

وأجرى شن وخليفة (Shen & Khalifa, 2010) دراسة هدفت الكشف عن استخدامات الفيس بوك لدى طلبة الجامعات في الإمارات العربية المتحدة، مع التركيز على الفروقات في طبيعة الاستخدام تبعاً للنوع الاجتماعي. وتكونت عينة الدراسة من (128) طالباً وطالبة، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي المسحي في إجراء الدراسة، والاستبانة كأداة لها، والتي تمحورت حول إدراك الذات على الشبكة، وكثافة الاستخدام والعواقب المتصورة، وقواعد الاستخدام الموضوعية. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى توجه الطلبة لاستخدام موقع فيس بوك لتعزيز العلاقات القائمة بالفعل كالأصدقاء والأقارب، وأن انخفاض الثقة في مستخدمي موقع فيس بوك غير المعروفين يعد من الأسباب التي تمنعهم من توسيع شبكاتهم الاجتماعية. كما كشفت النتائج أيضاً عن وجود بعض التخوفات من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة العربية الإسلامية للمجتمع. في حين، كشفت نتائج الدراسة أن لمواقع التواصل الاجتماعي عموماً والفيس بوك على وجه الخصوص تأثيراً واضحاً على مفهوم الذات لديهم، لا سيما لدى الإناث اللواتي كانت استجاباتهن حول الاستعداد للترحيب بصداقات وأفكار جديدة شبيهة باستجابات الذكور، مما يسهم في ردم الهوة الاجتماعية القائمة بينهما وبين الذكور.

وأجرى فالينزويلا وبارك وكي (Valenzuela, Park & Kee, 2009) دراسة هدفت التعرف إلى العلاقة بين استخدام موقع فيس بوك من قبل الطلبة والاتجاهات والسلوكيات التي تزيد من رأس المال الاجتماعي لديهم. وتكونت عينة الدراسة من (2603) مفردة من طلبة الجامعات في تكساس تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وقد طور الباحثون في هذه الدراسة مقياساً لقياس درجة استخدام موقع فيس بوك، كما استخدموا أربعة مقاييس أخرى للتعرف إلى كل من الرضا عن الحياة، والثقة الاجتماعية، والمشاركة المدنية، والمشاركة السياسية. واستخدم الباحثون في هذه الدراسة المنهج المسحي التحليلي. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين درجة استخدام موقع فيس بوك وكل من الرضا عن الحياة والثقة الاجتماعية والمشاركة المدنية والسياسية. وعليه، أوصى الباحثون بضرورة تهدئة المخاوف حول الآثار السلبية التي تثار حول استخدام موقع فيس بوك.

كما أجرى أور وسيسك وروس وسمرينج وآرسينيلوت وروبرت (Orr, Sisic, Ross, ) (Simmering, Arseneault & Robert, 2009) دراسة هدفت إلى تفصي علاقة الخجل

باستخدام شبكة فيس بوك من حيث عدد الأصدقاء ومدة الاستخدام. واستخدم الباحثون الاستبانة الإلكترونية أداة لدراساتهم، وتضمنت مقياساً ذاتياً للخجل، وعدد الأصدقاء، ومدة الاستخدام، والتوجهات نحو شبكة فيس بوك. وتكونت عينة الدراسة من (103) أفراد من طلبة الجامعات في مقاطعة أونتاريو في كندا. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود ارتباط سلبي بين عدد الأصدقاء على الشبكة والخجل لدى عينة الدراسة، ووجود علاقة إيجابية بين كل من الخجل وطول مدة الاستخدام التي يقضيها الأفراد على شبكة فيس بوك، كما كشفت النتائج أيضاً أن الأشخاص الذين يعانون من الخجل لديهم توجهات أكثر إيجابية من غيرهم نحو الشبكة، فهم ينظرون إليها على أنها وسيلة جذابة للتواصل وقضاء الوقت.

### التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الباحثة للعديد من الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية التي تناولت موضوع الدراسة بالبحث، اتضح لها أن هذه الدراسات قد تنوعت أهدافها ومناهجها العلمية والأدوات المستخدمة فيها، وكذلك في أحجام عيناتها، وأماكن إجرائها، وموضوعاتها، وقد سعت الباحثة للاستفادة من هذه الدراسات وتوظيف بعض جوانبها في دراستها الحالية. كما سعت لرصد بعض جوانب التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية وهذه الدراسات، وفيما يلي توضيح ذلك.

### أولاً: أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

- اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في بحثها في واقع استخدام المرأة لموقع فيس بوك، كدراسة السيد (2014)، ودراسة الدرميلي (2013) اللتان بحثتا في دوافع ومحددات استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك دراسة شن وخليفة (Shen & Khalifa, 2010).
- اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في المنهج المستخدم فيها، وهو المنهج الوصفي المسحي، كدراسة عبد الرحيم (2013)، فيما اختلفت بعض الدراسات الأخرى في المنهج المستخدم فيها كدراسة أبو صلاح (2013) التي استخدمت صحيفة الاستقصاء والمقابلة، ودراسة عوض (2013) التي استخدمت المنهج التجريبي.

- اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في المجتمع والعينة المستخدمة فيها، كدراسة أبو صلاح (2013) التي تم إجراؤها في المجتمع الفلسطيني، وبلغ حجم عيّنتها (390) مفردة، حيث من المتوقع أن يكون حجم عينة الدراسة الحالية (400) مفردة. واختلفت مع دراسات أخرى في ذلك، كدراسة منصور (2014) التي تم إجراؤها في المجتمع الأردني، والتي بلغ حجم عيّنتها (286) مفردة. ودراسة أور و سيسك وروس و سمرينج و آرسينيلوت و روبرت ( Orr, Sisic, Ross, Simmering, Arseneault & Robert, 2009) التي تم إجراؤها في المجتمع الكندي، وبلغ حجم عيّنتها (103) مفردة.
- اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في المدخل المستخدم فيها للانطلاق بهذه الدراسة، حيث استخدمت مدخل الاستخدامات والإشباع، كدراسة الدرمللي (2013)، ودراسة شن وخليفة (Shen & Khalifa, 2010).
- اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في بحثها للآثار المترتبة على استخدام موقع فيس بوك، كدراسة الدرمللي (2013) التي بحثت في مدى استثمار مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات تساعد في تمكين المرأة وإثبات ذاتها، ودراسة كل من أور و سيسك وروس و سمرينج و آرسينيلوت و روبرت ( Orr, Sisic, Ross, Simmering, Arseneault & Robert, 2009) التي سعت لتقصي علاقة الخجل باستخدام شبكة فيس بوك من حيث عدد الأصدقاء ومدة الاستخدام، ودراسة كالبيدو وكوستين وموريس (Kalpidou, Costin & Morris, 2011) التي هدفت إلى معرفة أثر استخدام الفيس بوك على تقدير الذات والتوافق النفسي والاجتماعي.
- اختلفت الدراسة الحالية عن باقي الدراسات السابقة في إجراءاتها على موظفي القطاعين العام والخاص، أما الدراسات السابقة فبعضها أجري على طلبة الجامعات كدراسة سانغاري وليميم ورويس (Singari, Limayem & Rouis, 2011) التي أجريت في السويد، ودراسة السقاف (Al-Saqqaf, 2011) التي أجريت على طلبة الجامعات السعودية، ودراسة عوض (2013) التي أجريت على شباب مجلس عرار في طولكرم.

## ثانياً: أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في محاور عدة، من أهمها أنها أعطت الباحثة آفاقاً أوسع في مجال مواقع التواصل الاجتماعي عموماً وموقع فيس بوك على وجه الخصوص، من حيث المعرفة النظرية بالموضوع، والمدخل الذي ينبغي تناول الدراسة من خلاله، كدراسة أبو صلاح (2013) ودراسة شن وخليفة (Shen & Khalifa, 2010). وكذلك استفادت الباحثة من بعض الإجراءات البحثية التي تضمنتها الدراسات السابقة، كتطوير وبلورة مشكلة البحث، وبناء أداة الدراسة، وتحديد متغيراتها، كدراسة نجادات (2012)، ودراسة السيد (2014). كما أفادت الباحثة من الدراسات السابقة في توفير بعض المراجع التي تخدم موضوع الدراسة.

وعليه، يمكن القول أن الدراسات السابقة لعبت دوراً مهماً في بلورة بعض الأفكار للدراسة الحالية، وإنضاج مساراتها، رغم وجود بعض الاختلافات في الأهداف أو الأدوات والأساليب المستخدمة فيها.

## ثالثاً: ما تميزت به الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات الأولى \_في حدود علم الباحثة\_ التي تتناول موضوع آثار استخدام موقع فيس بوك على ثقة المرأة بنفسها، كما تعتبر من الدراسات التي تتناول موضوعاً يسعى لإنصاف المرأة الفلسطينية والعمل على تمكينها، من خلال توجيهها نحو الاستخدام الأمثل لموقع فيس بوك، والذي من شأنه أن يعزز ثقة المرأة بنفسها، ويوجهها نحو تحصيل جزءٍ من حقوقها المسلوبة بفعل الظلم الاجتماعي الذي وقع وما زال يقع عليها.

## الفصل الثالث

### الطريقة والإجراءات

1.3 منهج الدراسة.

2.3 مجتمع الدراسة.

3.3 عينة الدراسة.

4.3 أداة الدراسة.

1.4.3 صدق الأداة.

2.4.3 اختبار ثبات الأداة.

5.3 إجراءات الدراسة.

6.3 تصميم الدراسة.

7.3 المعالجات الإحصائية.

## الفصل الثالث

### الطريقة والإجراءات

يتضمن هذا الفصل وصفاً لطريقة البحث والإجراءات التي اتبعتها الباحثة في تحديد مجتمع الدراسة وعينتها، وخطوات التحقق من صدق أداة الدراسة وثباتها، بالإضافة إلى وصف تصميم الدراسة والطرق الإحصائية المتبعة في تحليل البيانات.

#### 1.3 منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي منهجاً للدراسة، وذلك لملاءمته لطبيعتها، حيث يتم في المنهج الوصفي دراسة الظاهرة بشكل دقيق، والتعبير عنها تعبيراً كمياً، يعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى.

#### 2.3 مجتمع الدراسة:

تكوّن مجتمع الدراسة من كافة العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس ومن كلا النوعين، والذين تسعى الباحثة إلى تعميم نتائج دراستها عليهم، وقد بلغ عددهم بشكل تقريبي وفقاً لبيانات مركز الإحصاء الفلسطيني عام 2015 حوالي (42500) عاملاً وعاملة.

#### 3.3 عينة الدراسة:

استخدمت الباحثة جدول كريسي وآخرون (Krejcie & et. al., 1970) الذي يبين حجم العينة العشوائية المطلوب بمستوى دلالة (0.95) ونسبة خطأ (0.05)، فوجدت أن حجم العينة يجب أن لا يقل عن (381) مفردة حسب شروط تحديد العينة العشوائية. كما استخدمت الباحثة معادلة ستيفن ثامبسون، وأعطت نفس النتيجة، وهي كالآتي:

$$n = N * P(1-P) / [(N-1) * (q^2/Z^2) + P(1-P)]$$

حيث إن:

N: حجم المجتمع.

Z: الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة (0.95) وتساوي (1.96).

Q: نسبة الخطأ وتساوي (0.05).

P: نسبة توفر الخاصية والمحايدة وتساوي (0.50).

وعند تطبيق هذه المعادلة على مجتمع الدراسة الكلي المكون من (42500) عامل وعاملة في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس وفقاً لبيانات مركز الإحصاء الفلسطيني في العام 2015، أعطت هذه المعادلة نفس النتيجة.

وقد قامت الباحثة بتوزيع (450) استبانة بطريقة عشوائية طبقية ممثلة للعاملين والعاملات في القطاعين العام والخاص تبعاً لمتغير قطاع العمل، حيث استهدفت العاملات باستبانة والعاملين باستبانة أخرى، وتم توزيعها على قطاعات الصحة والتعليم والشؤون الاجتماعية والحكم المحلي والمحافظات كقطاعات عامة، واستهدفت قطاع الاتصالات والبنوك والتأمين والتربية والتعليم والصحة كقطاعات خاصة. وراعت الباحثة القيام باستثناء العينة الاستطلاعية التي بلغ عددها (80) عاملاً وعاملة في القطاعين العام والخاص من العينة النهائية للدراسة، واستردت منها (443) استبانة، صلح منها للتحليل (420) استبانة، حيث استبعدت الباحثة الاستبانات التي اتسمت بالإجابة النمطية، والاستبانات التي لم تجب على أكثر من ثلثي الفقرات، وبذلك أصبحت العينة النهائية للدراسة مكونة من (420) عاملاً وعاملة في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، بواقع (310) عاملات و(110) عاملاً، والنتائج في الجدولين (3) و(4) الآتيين توضح توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغيراتها المستقلة لكل من العاملات والعاملين.



الجدول (3) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغيراتها المستقلة على فئة العائلات

| المتغير           | التصنيف                      | التكرار | النسبة المئوية % |
|-------------------|------------------------------|---------|------------------|
| الفئة العمرية     | أقل من 25 سنة                | 66      | 21.3             |
|                   | من 25 إلى أقل من 35 سنة      | 105     | 33.9             |
|                   | من 35 إلى أقل من 45 سنة      | 78      | 25.2             |
|                   | من 45 إلى أقل من 55 سنة      | 47      | 15.2             |
|                   | 55 سنة فأكثر                 | 14      | 4.5              |
| المؤهل العلمي     | ثانوية عامة فأقل             | 10      | 3.2              |
|                   | دبلوم                        | 82      | 26.5             |
|                   | بكالوريوس                    | 189     | 61.0             |
|                   | دراسات عليا                  | 29      | 9.4              |
| الحالة الاجتماعية | أعزب/عزباء                   | 83      | 26.8             |
|                   | متزوج/متزوجة                 | 214     | 69.0             |
|                   | أرمل/أرملة                   | 6       | 1.9              |
|                   | مطلق/مطلقة                   | 7       | 2.3              |
| الدخل الشهري      | أقل من 1500 شيقل             | 39      | 12.6             |
|                   | من 1500 إلى أقل من 3000 شيقل | 106     | 34.2             |
|                   | من 3000 إلى أقل من 4500 شيقل | 94      | 30.3             |
|                   | من 4500 إلى أقل من 6000 شيقل | 44      | 14.2             |
|                   | 6000 شيقل فأكثر              | 27      | 8.7              |
| مكان الإقامة      | مدينة                        | 188     | 60.6             |
|                   | قرية                         | 81      | 26.1             |
|                   | مخيم                         | 41      | 13.2             |
| قطاع العمل        | قطاع خاص                     | 157     | 50.6             |
|                   | قطاع عام                     | 153     | 49.4             |
| المجموع           |                              | 310     | 100.0            |

الجدول (4) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغيراتها المستقلة على فئة العاملين

| المتغير           | التصنيف                      | التكرار | النسبة المئوية % |
|-------------------|------------------------------|---------|------------------|
| الفئة العمرية     | أقل من 25 سنة                | 13      | 11.8             |
|                   | من 25 إلى أقل من 35 سنة      | 54      | 49.1             |
|                   | من 35 إلى أقل من 45 سنة      | 27      | 24.5             |
|                   | من 45 إلى أقل من 55 سنة      | 13      | 11.8             |
|                   | 55 سنة فأكثر                 | 3       | 2.7              |
| المؤهل العلمي     | ثانوية عامة فأقل             | 4       | 3.6              |
|                   | دبلوم                        | 19      | 17.3             |
|                   | بكالوريوس                    | 74      | 67.3             |
|                   | دراسات عليا                  | 13      | 11.8             |
| الحالة الاجتماعية | أعزب/عزباء                   | 32      | 29.1             |
|                   | متزوج/متزوجة                 | 72      | 65.5             |
|                   | أرمل/أرملة                   | 0       | 0.0              |
|                   | مطلق/مطلقة                   | 6       | 5.5              |
| الدخل الشهري      | أقل من 1500 شيقل             | 11      | 10.0             |
|                   | من 1500 إلى أقل من 3000 شيقل | 25      | 22.7             |
|                   | من 3000 إلى أقل من 4500 شيقل | 41      | 37.3             |
|                   | من 4500 إلى أقل من 6000 شيقل | 18      | 16.4             |
|                   | 6000 شيقل فأكثر              | 15      | 13.6             |
| مكان الإقامة      | مدينة                        | 52      | 47.3             |
|                   | قرية                         | 33      | 30.0             |
|                   | مخيم                         | 25      | 22.7             |
| قطاع العمل        | قطاع خاص                     | 68      | 61.8             |
|                   | قطاع عام                     | 42      | 38.2             |
| المجموع           |                              | 110     | 100.0            |

### 4.3 أداة الدراسة:

تم تصميم وبناء أداة الدراسة بعد الإطلاع على الأدب التربوي المتعلق بموضوع الدراسة والدراسات السابقة التي بحثت في هذا الموضوع، حيث تم بناء الاستبانة بصورة أولية (انظر ملحق رقم (1))، وتوجيهها إلى لجنة من المحكمين (ملحق رقم (2))، وبعد تحكيم الأداة، اقترح المحكمون بعض التعديلات في صياغة بعض الفقرات وإضافة فقرات أخرى جديدة، كما اقترحوا أيضاً أن يتم تقسيم أداة الدراسة إلى استبانتين، إحداهما توجه للرجال، والأخرى للنساء، ذلك أن سمة الثقة بالنفس لا يعبر عنها إلا صاحبها، حتى تكون نتائج الدراسة أكثر دقة ومصداقية.

حيث قامت الباحثة بإعادة تصميم أداة الدراسة حتى تكون إحداهما موجهة للرجال والأخرى للنساء، وإعادة تحكيمهما من جديد، وأصبحت أداتي الدراسة كما يظهر في الملحق رقم (3).

وقد تكونت أداة الدراسة الخاصة بالنساء من أربعة أقسام كالآتي:

- القسم الأول: ويحتوي على المعلومات الأساسية عن الموظفة التي قامت بتعبئة الاستبانة، والتي تتضمن: العمر، والمؤهل العلمي، والحالة الاجتماعية، والدخل الشهري، ومكان الإقامة، وقطاع العمل ومجاله.
- القسم الثاني: ويتضمن (15) فقرة، تقيس واقع وطبيعة استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظرها، حيث يتم الاستجابة على هذه الفقرات بطريقة الاختيار من متعدد.
- القسم الثالث: ويتضمن (27) فقرة، موزعة على (17) فقرة تقيس أسباب وغايات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظرها، و(10) فقرات أخرى تقيس الأسباب التي قد تحد من استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك، ويتم الاستجابة على فقرات هذا القسم باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

- القسم الرابع: ويتضمن (44) فقرة تقيس آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقّتها بنفسها، ويتم الاستجابة على هذه الفقرات وفق مقياس ليكرت الخماسي. وتجد الإشارة إلى أن هذا القسم قد تضمن (9) عبارات سلبية، وهي: الفقرات التي تحمل الأرقام (11) و(12) و(13) و(14) و(15) و(16) في البعد الوجداني، وفقرة واحدة في الاجتماعي تحمل الرقم (19)، وفقرة واحدة أيضاً في البعد المعرفي وتحمل الرقم (32)، حيث روعي قلب إجابات هذه الفقرات قبل إجراء عملية التحليل حتى يتم أخذ المعنى الإيجابي لها.

فيما تكونت أداة الدراسة الخاصة بالرجال من أربعة أقسام أيضاً كالآتي:

- القسم الأول: ويحتوي على المعلومات الأساسية عن الموظف الذي قام بتعبئة الاستبانة، والتي تتضمن: العمر، والمؤهل العلمي، والحالة الاجتماعية، والدخل الشهري، ومكان الإقامة، وقطاع العمل.

- القسم الثاني: ويتضمن معلومات حول تصور الرجال عن واقع وطبيعة استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك، ويتضمن (5) فقرات، يتم الاستجابة عليها بطريقة الاختيار من متعدد.

- القسم الثالث: ويتضمن (27) فقرة، موزعة على (17) فقرة تقيس أسباب وغايات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر الرجال، و(10) فقرات أخرى تقيس الأسباب التي قد تحد من استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك من وجهة نظرهم، ويتم الاستجابة على فقرات هذا القسم باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

- القسم الرابع: ويتضمن (9) فقرات تقيس تصورات الرجال عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقّتها بنفسها، ويتم الاستجابة عليها باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي.

وقد تضمن مقياس ليكرت الخماسي خمسة مستويات للإستجابة، وهي كالآتي:

- موافق بشدة/عالية جداً: وتعطى خمس درجات.
  - موافق/عالية: وتعطى أربع درجات.
  - لا رأي/متوسطة: وتعطى ثلاث درجات.
  - معارض/منخفضة: وتعطى درجتين.
  - معارض بشدة/منخفضة جداً: وتعطى درجة واحدة.
- أما مقياس ليكرت الثلاثي، فتضمن ثلاثة مستويات للإستجابة، وهي موضحة كآلاتي:
- نعم: وتعطى ثلاث درجات.
  - أحياناً: وتعطى درجتين.
  - لا: وتعطى درجة واحدة.

### 1.4.3 صدق الأداة:

تم التحقق من صدق أداتي الدراسة بطريقتين:

#### أولاً: الصدق الظاهري:

حيث تم عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين في الشؤون الإعلامية وعلم النفس في الجامعات، بلغ عددهم (9) محكمين، كما يظهر في الملحق رقم (2) من هذه الدراسة. وقد طلب من المحكمين إبداء الرأي في فقرات أداة الدراسة من حيث صياغة الفقرات، ومدى مناسبتها للمجال الذي وُضعت فيه، إما بالموافقة عليها أو تعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها، وقد أشار بعض المحكمين إلى ضرورة حذف بعض الفقرات، وتعديل صياغة فقرات أخرى، وأرتأى بعضهم أن يتم تقسيم أداة الدراسة إلى أداتين، واحدة للرجال والأخرى للنساء. وبعد إجراء اللازم أشار المحكمون إلى صلاحية أداة الدراسة. وقد تكونت أداة

الدراسة الخاصة بالرجال من (41) فقرة، فيما تكونت الأداة الخاصة بالنساء من (86) فقرة. وبذلك يكون قد تحقق الصدق الظاهري لأداتي الدراسة، وأصبحتا كما يظهر في الملحق رقم (3).

### ثانياً: صدق البناء:

ويُعبّر عنه بقدرة كل فقرة في الأداة على الإسهام في الدرجة الكلية للمجال الذي وضعت فيه، ويُعبّر عن ذلك إحصائياً بمعامل ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية للمجال الذي تقع فيه. حيث تم حساب صدق البناء لل فقرات من خلال تطبيق الأداتين على عينة استطلاعية من العاملين والعاملات في القطاعين الخاص والعام من خارج عينة الدراسة، وبلغ حجمها (80) عاملاً وعاملة، حيث تم توزيع أداة الدراسة عليهم، واستعيدت جميعها بنسبة مئوية بلغت (100%) شكلت هي العينة الاستطلاعية للدراسة، وقد أشار باسكون (1981) إلى ضرورة النظر إلى مستوى دلالة معامل الارتباط، للفصل بين الفقرات التي ستبقى في الأداة، من تلك التي يجب أن تُحذف.

وقد كشفت نتائج تحليل صدق البناء أن كافة فقرات أداتي الدراسة المتعلقة بالرجال والنساء كانت ذات صدق بناء مرتفع باستثناء ثلاث فقرات في أداة الدراسة التي وزعت على النساء، وهي التي تحمل الأرقام (10) و(11) في البعد الشخصي، والرقم (25) في البعد الاجتماعي في القسم الرابع الذي يقيس آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقافتها بنفسها من وجهة نظرها، وبذلك استقرت أداة الدراسة الموجهة للرجال على نفس عدد الفقرات والبالغ (41) فقرة، فيما استقرت أداة الدراسة الموجهة للنساء على (83) فقرة، وأصبحت الاستبانة في صورتها النهائية كما يظهر في الملحق رقم (4). والملحق رقم (5) يوضح معاملات ارتباط الفقرات بالدرجة الكلية للأداة.

### 2.4.3 ثبات الأداة:

تم استخدام معادلة ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha لحساب ثبات الأداة على مجالات آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظرها في أداة الدراسة الموجهة للإناث، ومجال تصورات الرجال عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها، حيث بلغ معامل الثبات الكلي لتصورات الرجال عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها (0.91)، فيما بلغ معامل الثبات للقسم المتعلق بآثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظرها في أداة الدراسة الموجهة للإناث كما هو موضح بالجدول رقم (5) التالي:

الجدول رقم (5) معاملات الثبات للقسم المتعلق بآثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظرها

| الرقم | المجال                 | عدد الفقرات | معامل الثبات بطريقة ألفا كرونباخ |
|-------|------------------------|-------------|----------------------------------|
| 1     | البعد الشخصي           | 9           | 0.74                             |
| 2     | البعد الوجداني         | 8           | 0.86                             |
| 3     | البعد الاجتماعي        | 7           | 0.82                             |
| 4     | البعد المعرفي          | 8           | 0.77                             |
| 5     | بعد الإيجابية والتفاؤل | 9           | 0.90                             |
|       | الثبات الكلي           | 41          | 0.91                             |

ويتضح من الجدول رقم (5) أن قيم معاملات الثبات للقسم المتعلق بآثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظرها في أداة الدراسة الموجهة للنساء قد تراوحت بين (0.74-0.90)، فيما بلغت درجة الثبات الكلي لكافة الفقرات (0.91)، وهذه القيم تعبر عن درجات ثبات جيدة تفي بأغراض البحث العلمي.

### 5.3 إجراءات الدراسة:

لقد تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

- إعداد أداة الدراسة بصورتها الأولية، وعرضها للتحكيم الظاهري من قبل المحكمين.
- الأخذ بملاحظات ومقترحات أعضاء لجنة التحكيم، وتقسيم أداة الدراسة إلى أداتين، إحداهما موجهة للنساء والأخرى للرجال.
- إعادة تحكيم أداتي الدراسة.
- توزيع أداتي الدراسة على عينة استطلاعية مكونة من (80) موظفاً وموظفة في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، تم اختيارهم بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة، وتمّ استثنائهم فيما بعد من عينة الدراسة.
- جمع بيانات العينة الاستطلاعية وترميزها وإدخالها للحاسوب وإجراء اختبارات الثبات وصدق البناء لفقراتها.
- إعداد أداة الدراسة بصورتها النهائية.
- تحديد أفراد عينة الدراسة.
- الحصول على كتاب تسهيل مهمة الباحثة وكتاب موافقة الجهات ذات الاختصاص.
- (ملحق رقم (6) و(7)).
- توزيع الأداتين على عينة الدراسة، واسترجاعها.
- إدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).
- استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها، ومقارنتها مع الدراسات السابقة، واقتراح التوصيات المناسبة.

### 6.3 تصميم الدراسة:

تضمن تصميم الدراسة المتغيرات الآتية:

#### أ- المتغيرات المستقلة:

- الفئة العمرية: ولها خمسة مستويات (أقل من 25 سنة، من 25 إلى أقل من 35 سنة، من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة، من 45 سنة إلى أقل من 55 سنة، 55 سنة فأكثر).
- المؤهل العلمي: وله أربعة مستويات (ثانوية عامة فأقل، دبلوم، بكالوريوس، دراسات عليا).



- الحالة الاجتماعية: وله أربعة مستويات (أعزب/عزباء، متزوج/ة، مطلق/ة، أرمل/ة).
- الدخل الشهري: وله خمسة مستويات (أقل من 1500 شيقل، من 1500 إلى أقل من 3000 شيقل، من 3000 إلى أقل من 4500 شيقل، من 4500 إلى أقل من 6000 شيقل، 6000 شيقل فأكثر).
- مكان الإقامة: ويتضمن ثلاثة مستويات (مدينة، قرية، مخيم).
- قطاع العمل: ويتضمن مستويان (قطاع خاص، قطاع عام).

#### ب - المتغير التابع:

ويتمثل في استجابات العاملين والعاملات على مقياسي أداة الدراسة حول آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس.

### 7.3 المعالجات الإحصائية:

بعد تفريغ إجابات أفراد عينة الدراسة جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب ثم تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة:

1. التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لتقدير الوزن النسبي لفقرات الاستبانة.
2. اختبار "ت" لعينة واحدة (One Sample T Test).
3. اختبار "ت" لعينتين مستقلتين (Independent-Samples T Test).
4. تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA).
5. اختبار المقارنات البعدية (LSD) لتحديد الفروق في مجالات المتغيرات.
6. معادلة ألفا - كرونباخ (Cronbach's Alpha).
7. معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation).

## الفصل الرابع

### عرض نتائج الدراسة

1.4 عرض نتائج الأسئلة التمهيديّة للدراسة

2.4 عرض نتائج الأسئلة الرئيسيّة للدراسة

3.4 عرض نتائج فرضيات الدراسة

## الفصل الرابع

### عرض نتائج الدراسة

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقّتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، ولتحقيق هذا الهدف قامت الباحثة بالتعرف أولاً إلى واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، إضافة للتعرف إلى الأسباب والحاجات التي تدفع المرأة الفلسطينية لاستخدام الفيس بوك، وكذلك الأسباب التي قد تحد من استخدامها له. ولتحقيق هذه الأهداف، تم تصميم وبناء أداتين للدراسة إحداهما وُجّهت لموظفات القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، فيما وُجّهت الأخرى للموظفين، وقد تم التأكد من صدق الأداتين وثباتهما، وبعد عملية جمع البيانات، تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة وفقاً لتسلسل أسئلتها وفرضياتها.

#### 1.4 عرض نتائج الأسئلة التمهيدية للدراسة

**1.1.4. عرض نتيجة السؤال التمهيدي الأول، ونصه: ما واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟**

وللإجابة على هذا السؤال، قامت الباحثة باستخراج التكرارات والنسب المئوية لل فقرات التي تبحث في واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك، والفقرات التي تبحث في تصورات الرجال عن واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك، والنتائج في الجدولين (6) و(7) توضح ذلك:

الجدول رقم (6): التكرارات والنسب المئوية لفقرات واقع استخدام المرأة الفلسطينية لفيس بوك من وجهة نظرها

| الرقم | الفقرة                                                       | الفئات                        | العدد      | %            |
|-------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------|--------------|
| 1     | متوسط استخدامك لموقع فيس بوك يوميا                           | ساعة واحدة فأقل               | 112        | 36.1         |
|       |                                                              | أكثر من ساعة إلى 3 ساعات      | 115        | 37.1         |
|       |                                                              | أكثر من 3 إلى 6 ساعات         | 57         | 18.4         |
|       |                                                              | أكثر من 6 ساعات               | 26         | 8.4          |
|       |                                                              | <b>المجموع</b>                | <b>310</b> | <b>100.0</b> |
| 2     | عدد المشتركين (الأصدقاء) في الصفحة الخاصة بك في موقع فيس بوك | أقل من 50 صديق                | 80         | 25.8         |
|       |                                                              | 50 - 99 صديق                  | 46         | 14.8         |
|       |                                                              | 100 - 149 صديق                | 43         | 13.9         |
|       |                                                              | 150 - 199 صديق                | 24         | 7.7          |
|       |                                                              | 200 - 249 صديق                | 39         | 12.6         |
|       |                                                              | 250 صديق فأكثر                | 78         | 25.2         |
|       |                                                              | <b>المجموع</b>                | <b>310</b> | <b>100.0</b> |
| 3     | طريقة استخدامك المفضلة لموقع فيس بوك                         | من جهاز الكمبيوتر الشخصي      | 41         | 13.2         |
|       |                                                              | من الهاتف المحمول             | 174        | 56.1         |
|       |                                                              | كلاهما وأفضل الكمبيوتر الشخصي | 47         | 15.2         |
|       |                                                              | كلاهما وأفضل الهاتف المحمول   | 48         | 15.5         |
|       |                                                              | <b>المجموع</b>                | <b>310</b> | <b>100.0</b> |
| 4     | إمكانية استخدامك لموقع فيس بوك أثناء العمل                   | متاحة دائماً لك               | 90         | 29.0         |
|       |                                                              | متاحة ولكن بشكل مقيد          | 105        | 33.9         |
|       |                                                              | الموقع غير متاح إطلاقاً       | 115        | 37.1         |
|       |                                                              | <b>المجموع</b>                | <b>310</b> | <b>100.0</b> |
| 5     | تستخدمين موقع فيس بوك بشكل أكبر خلال                         | الصباح الباكر                 | 26         | 8.4          |
|       |                                                              | النهار                        | 35         | 11.3         |
|       |                                                              | المساء                        | 105        | 33.8         |
|       |                                                              | وقت متأخر من الليل            | 34         | 11.0         |
|       |                                                              | لا يوجد وقت محدد              | 110        | 35.5         |
|       |                                                              | <b>المجموع</b>                | <b>310</b> | <b>100.0</b> |
| 6     | تستخدمين اسماً مستعاراً في حسابك الرسمي                      | دائماً                        | 27         | 8.7          |

|       |     |                                                |                                                                                          |    |
|-------|-----|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 9.3   | 29  | غالباً                                         | على موقع فيس بوك                                                                         |    |
| 11.0  | 34  | أحياناً                                        |                                                                                          |    |
| 71.0  | 220 | إطلاقاً                                        |                                                                                          |    |
| 100.0 | 310 | المجموع                                        |                                                                                          |    |
| 11.9  | 37  | نعم                                            | تستخدمين أكثر من حساب على موقع فيس بوك                                                   | 7  |
| 88.1  | 273 | لا                                             |                                                                                          |    |
| 100.0 | 310 | المجموع                                        |                                                                                          |    |
| 42.9  | 133 | صاحبة صفحة فقط، وغير مشاركة في التعليقات       | بشكل أساسي، تصفين مشاركتك على موقع فيس بوك (اختاري خياراً واحداً له الأولوية بالنسبة لك) | 8  |
| 29.0  | 90  | مجرد قارئة للمنشورات ومعلقة نشطة               |                                                                                          |    |
| 18.1  | 56  | مشاركة نشطة من حيث التعليقات ومواضيع المناقشات |                                                                                          |    |
| 10.0  | 31  | صاحبة صفحة وتجمع نشاط عبر موقع فيس بوك         |                                                                                          |    |
| 100.0 | 310 | المجموع                                        |                                                                                          |    |
| 48.1  | 149 | نعم                                            | هل تشتركين في برامج أو مجموعات اجتماعية متخصصة على شبكة فيس بوك؟                         | 9  |
| 51.9  | 161 | لا                                             |                                                                                          |    |
| 100.0 | 310 | المجموع                                        |                                                                                          |    |
| 9.4   | 29  | كبيرة                                          | تتقين في المعلومات التي يتم تبادلها عبر موقع فيس بوك بدرجة                               | 10 |
| 59.7  | 185 | متوسطة                                         |                                                                                          |    |
| 31.0  | 96  | منخفضة                                         |                                                                                          |    |
| 100.0 | 310 | المجموع                                        |                                                                                          |    |
| 37.4  | 116 | إيجابياً                                       | تعقدن أن تأثير الفيس بوك على حياتك كان تأثيراً                                           | 11 |
| 19.7  | 61  | سلبياً                                         |                                                                                          |    |
| 42.9  | 133 | لا رأي                                         |                                                                                          |    |
| 100.0 | 310 | المجموع                                        |                                                                                          |    |
| 10.4  | 32  | نعم                                            | تشعرين بالضيق والانعراج إذا تم وضع قيود على استخدامك لموقع فيس بوك                       | 12 |
| 56.1  | 174 | أحياناً                                        |                                                                                          |    |
| 33.5  | 104 | لا                                             |                                                                                          |    |
| 100.0 | 310 | المجموع                                        |                                                                                          |    |
| 28.7  | 89  | نعم                                            | تجدين معارضة من قبل الزوج/الأهل عند استخدامك للفيس بوك لفترات طويلة                      | 13 |
| 54.5  | 169 | أحياناً                                        |                                                                                          |    |

|       |     |              |                                                                              |    |
|-------|-----|--------------|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 16.8  | 52  | لا           |                                                                              |    |
| 100.0 | 310 | المجموع      |                                                                              |    |
| 12.9  | 40  | بدرجة عالية  | تعتقدين أن هناك زيادة مطردة في حجم مشاركة المرأة الفلسطينية عبر موقع فيس بوك | 14 |
| 36.8  | 114 | بدرجة متوسطة |                                                                              |    |
| 50.3  | 156 | بدرجة منخفضة |                                                                              |    |
| 100.0 | 310 | المجموع      |                                                                              |    |
| 31.0  | 96  | بدرجة عالية  | تعتقدين أن المرأة الفلسطينية تستخدم موقع فيس بوك في دعم قضاياها وتمكينها     | 15 |
| 36.4  | 113 | بدرجة متوسطة |                                                                              |    |
| 32.6  | 101 | بدرجة منخفضة |                                                                              |    |
| 100.0 | 310 | المجموع      |                                                                              |    |

وتشير النتائج في الجدول (6) السابق إلى واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، وهي كالآتي:

- بينت نتيجة السؤال الأول إن متوسط استخدام المرأة الفلسطينية العاملة في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس لموقع فيس بوك يتراوح ما بين أقل من ساعة إلى ثلاث ساعات، حيث بلغت نسبة النساء التي تستخدم الموقع بمعدل ساعة إلى ثلاثة ساعات يومياً (37.1%)، وبدرجة أقل قليلاً بلغت نسبة النساء اللواتي يستخدمونه أقل من ساعة يومياً (36.1%)، ولعل هذا مؤشر على أن غالبية النساء الفلسطينيات العاملات يستخدمن الفيس بوك لفترة لا تتجاوز الثلاث ساعات يومياً، وأن لدى العاملات تفاوت في مدة الاستخدام، فالمرأة صاحبة التجمع النشط مثلاً والتي لديها عدد كبير من الأصدقاء، من الطبيعي أن تستخدمه أكثر من المرأة التي لا تتعدى كونها متصفحاً للموقع فقط.

- بينت نتيجة السؤال الثاني أن هناك تبايناً في عدد الأصدقاء في الصفحة الواحدة للمشاركات في موقع فيس بوك، حيث ذكر ما نسبته (25.8%) من عينة الدراسة أن لديهم أقل من (50) صديق، فيما بين ما نسبته (25.2%) من العينة أن لديهم (250) صديق فأكثر، وجاءت باقي الخيارات الأخرى متقاربة، حيث ذكر ما نسبته (14.8%) منهم أن لديهم من (99-50) صديقاً، وبدرجة أقل قليلاً ذكر ما نسبته (13.9%) منهم أن لديهم من (100-149) صديقاً، وقد يكون هذا مؤشراً على التباين في أغراض الاستخدام، فمن الطبيعي أن

يكون لدى المستخدم النشط عدد كبير من الأصدقاء، بينما من يستخدم الموقع للتصفح والاطلاع فقط فقد يكون عدد أصدقائه قليلاً.

- بينت نتيجة السؤال الثالث المتعلق بالطريقة المفضلة لهن لاستخدام موقع فيس بوك أنها من خلال الهاتف المحمول، بنسبة مئوية بلغت (56.1%)، أما من يستخدمه من خلال الكمبيوتر الشخصي/اللابتوب فقط، فجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية لم تتجاوز (13.2%)، ولعل هذا مؤشرٌ على أن العاملات يفضلن استخدام الموقع من خلال الهواتف الذكية التي تتيح إمكانية استخدام الموقع دون تقييد بوقت معين أو مكان محدد.

- كشفت نتيجة السؤال الرابع عن وجود تقارب في النتائج المتعلقة بإمكانية استخدام العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس لموقع فيس بوك أثناء العمل، حيث بين ما نسبته (37.1%) منهن أن الموقع غير متاح إطلاقاً للاستخدام أثناء العمل، وذكر (33.9%) منهن أن الموقع متاح أثناء العمل ولكن بشكل مقيد، فيما ذكر (29%) منهن أن الموقع متاح بشكل دائم أثناء العمل. ولعل هذا مؤشرٌ على أن بعض المؤسسات والجهات العامة والخاصة تتيح إمكانية الاستخدام للموقع بحرية، وأن بعضها يقيد أو يمنع.

- أشارت نتيجة السؤال الخامس المتعلق بوقت الاستخدام المفضل للفيس بوك أن ما نسبته (35.5%) من النساء العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس أنه لا يوجد وقت محدد لهن لاستخدام موقع فيس بوك، فيما ذكر (33.8%) منهن أنهن يفضلن استخدامه في المساء، وأما من يستخدمه في الصباح الباكر فلم تتجاوز نسبتهن (8.4%). وهذه نتيجة منطقية ذلك أن المرأة العاملة ليس لديها ما يكفي من الوقت لاستخدام الموقع في الصباح الباكر، كما أن بعض المؤسسات العامة والخاصة تتيح استخدامه أثناء العمل، وربما أن هناك بعض المؤسسات التي تمارس جزءاً من أعمالها عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك مثلاً.

- كشفت نتائج السؤال السادس أن غالبية العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس لا يستخدمن اسماً مستعاراً على حساب الفيس بوك الخاص بهن، حيث ذكر ذلك (71%) منهن، وأما من يستخدمن اسماً مستعاراً بشكل دائم فلم تتجاوز نسبتهن حاجز

(8.7%)، ولعل هذا مؤشرٌ على أن غالبية العاملات يستخدمن الموقع لتحقيق أغراض ملموسة، كالتواصل مع زملاء العمل مثلاً، أو أنهن يستخدمن الموقع لبناء علاقات حقيقية، أو لتحقيق غايات معينة، كممارسة الأنشطة المجتمعية أو ما شابه، كونهن لا يتوارين بأسماء مستعارة، بل يعبرن عن أنفسهن بأسمائهن الحقيقية من خلال الموقع.

- بينت نتائج السؤال السابع أن الغالبية العظمى من العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس لا يستخدمن أكثر من حساب على موقع فيس بوك، بنسبة مئوية بلغت (88.1%)، وربما يكون هذا مؤشراً على إيجابية الاستخدام والوضوح في العلاقات القائمة على الفيس بوك، ذلك أن من يستخدم أكثر من حساب ربما يكون له أغراض يسعى للتواري من خلالها، أو ربما يستخدم أسماء مستعارة غير حقيقية للولوج إلى الموقع.

- كشفت نتائج السؤال الثامن المتعلق بطبيعة استخدام العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس لموقع فيس بوك أن استخدامهن للموقع يتركز في التصفح والتعليق، حيث بين ما نسبته (42.9%) منهن أنهن صاحبات صفحات فقط وغير مشاركات في التعليقات، فيما ذكر (29%) منهن أنهن مجرد قارئات للمنشورات على الموقع ومعلقات نشطات، وذكر أيضاً ما نسبته (18.1%) منهن أنهن مشاركات نشطات من حيث التعليقات ومواضيع النقاش، فيما لم تتجاوز نسبة صاحبات الصفحات والتجمعات النشطة على موقع فيس بوك حاجز (10%) من عينة الدراسة. ولعل هذا مؤشر على سلبية توظيف العاملات في القطاعين العام والخاص للموقع في دعم قضايا المرأة وتمكينها.

- بينت نتيجة السؤال التاسع وجود تقارب فيما يتعلق بإمكانية الاشتراك في البرامج أو المجموعات المتخصصة التي يوفرها موقع فيس بوك، حيث ذكر ما نسبته (51.9%) من العاملات أنهن لا يشتركن في مثل هذه المجموعات، فيما بين (48.1%) منهن أنهن يشتركن في مجموعات متخصصة على موقع فيس بوك. ولعل هذه النتيجة تشير إلى أن ما يقرب من نصف عينة الدراسة من العاملات تقريباً لا تدرك أو تقدر أهمية ومغزى المجموعات المتخصصة (Groups) على شبكة الفيس بوك، وهذا مؤشر على سلبية الاستخدام، فالمجموعات المتخصصة تتيح إمكانية تكوين العلاقات بحرية تامة وخصوصية آمنة مع



كثرة المتابعين، كما أنها قد تجمع أشخاصاً بناءً على تخصص أو توجه معين، وهي تشكل فرصة لتوسيع دائرة العلاقات التي قد يحتاجها الشخص في مجال عمله أو وظيفته، وتوفر سرعة الاستجابة والتجاوب وتبادل الخبرات والتجارب الناجحة بين أفراد المجموعة الواحدة. وبالتالي تشكل المجموعات المتخصصة للنساء فرصة للتمكين إن استطاعت أن توظفها بالشكل الصحيح.

- كشفت نتيجة السؤال العاشر المتعلق بثقة العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس في المعلومات التي يتم تبادلها عبر موقع فيس بوك أن الغالبية منهن تثق في هذه المعلومات بدرجة متوسطة بنسبة مئوية بلغت (59.7%)، فيما بين ما نسبته (9.4%) أن درجة تثقن بالمعلومات المتبادلة عبر الموقع مرتفعة، وذكر ما نسبته (31%) منهن أن درجة تثقن بالمعلومات المتبادلة منخفضة. وتعد هذه النتيجة مؤشراً على ضعف استغلال وتوظيف موقع فيس بوك من قبل العاملات في القطاعين العام والخاص في المدينة، فلو كانت النساء تشتركن في مجموعات متخصصة لتحقيق هدف معين، أو إيصال رسالة ما لجمهور المتابعين لكانت درجة الثقة في المعلومات المتبادلة أعلى من ذلك.

- بينت نتيجة السؤال الحادي عشر المتعلق بمدى تأثير موقع فيس بوك على حياة العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس أن تأثيره كان إيجابياً بنسبة بلغت (37.4%)، فيما ذكر (19.7%) منهن أن تأثيره كان سلبياً، وأشارت الغالبية من عينة الدراسة من العاملات أنهن يتخذن موقف الحياد في ذلك بنسبة بلغت (42.9%). وبشكل عام تعد هذه النتيجة مؤشراً إيجابياً إلى حد ما، كون نسبة تفوق الثلث من عينة الدراسة أشارت إلى التأثير الإيجابي للموقع على حياتها، وهذا يشكل مدعاة للرياديات من النساء والفاعلات في المجتمع من النساء على ضرورة تعميم تجاربهن وخبراتهم وتوظيفها عبر هذا الموقع لزيادة هذه النسبة والتقليل من نسبة المحاذيات.

- أشارت نتيجة السؤال الثاني عشر المتعلق بمدى شعور العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس بالضيق والإنزعاج إذا تم وضع قيود على استخدامهن للموقع أن (10.4%) منهن فقط يشعرن بالضيق إذا تم تقييد استخدامهن للموقع، وبين (56.1%) منهن

أنهن أحياناً ما يشعرن بالضيق والإنزعاج إذا تم تقييد الاستخدام، فيما أشار ما نسبته (33.5%) منهن أنهن لا يشعرن بالضيق والإنزعاج عند تقييد الاستخدام. وتشير هذه النتيجة إلى أن العاملات مدركات بأن بيئة العمل للعمل وليست لاستخدام الموقع، وخصوصاً إذا كانت طبيعة العمل لا تتطلب استخدام الموقع، وقد تفسر نتيجة ارتفاع نسبة من يشعرن بالضيق أحياناً عند تقييد الاستخدام للموقع، بأن موقع فيس بوك أضحى موقعاً يمس العديد من جوانب حياة الفرد الشخصية والاجتماعية والثقافية وحتى الاقتصادية أيضاً وغيرها، وبالتالي قد تضطر النساء لاستخدام الموقع أثناء العمل.

- أشارت نتيجة السؤال الثالث عشر المتعلق بمدى وجود معارضة من الزوج أو الأهل عند استخدام المرأة لموقع فيس بوك لفترات طويلة، أن (28.7%) منهن يشعرن بالضيق والإنزعاج من هذا الأمر، واختلف معهن في هذا الأمر ما نسبته (16.8%) منهن بالقول بأنهن لا يجدن معارضة من قبل الزوج أو الأهل عند استخدام الموقع لفترات طويلة، فيما بينت النسبة الأكبر من عينة الدراسة بأنهن أحياناً ما يجدن معارضة من قبل الزوج أو الأهل عند استخدامهن للموقع لفترات طويلة بنسبة بلغت (54.5%)، ولعل هذه النتيجة تعد مؤشراً على أن درجة تدخل الزوج أو الأهل باستخدام المرأة لموقع فيس بوك مرتفعة نوعاً ما، وهذا مؤشر سلبي على استقلالية المرأة، مع الإقرار بأن على المرأة أن تراعي في استخدامها للموقع واجباتها تجاه زوجها وأهلها وبيتها.

- أشارت نتيجة السؤال الرابع عشر المتعلق بمدى الاعتقاد بوجود زيادة مطردة في حجم مشاركة المرأة الفلسطينية عبر موقع فيس بوك أن النسبة الأكبر من العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس يعتقدن بأن درجة هذه الزيادة منخفضة بنسبة بلغت (50.1%)، فيما بين (36.8%) منهن أن حجم الزيادة متوسطة، وذكر ما نسبته (12.9%) منهن أن حجم الزيادة في مشاركة المرأة الفلسطينية في موقع فيس بوك عالية. وتعتقد الباحثة أن هذه النتيجة سلبية، إذ كشفت الدراسات والإحصاءات العالمية عن استخدام النساء الفلسطينيات لموقع فيس بوك أن هناك زيادة مطردة في حجم الاستخدام تفوق هذه النسبة.

- أشارت نتيجة السؤال الخامس عشر المتعلق بمدى الاعتقاد بأن المرأة الفلسطينية تستخدم موقع فيس بوك في دعم قضاياها وتمكينها إلى وجود تقارب في آراء عينة الدراسة، حيث عبّر ما نسبته (31%) منهن عن ذلك بدرجة عالية، فيما أيد (36.4%) منهن ذلك بدرجة متوسطة، ورأى (32.6%) من عينة الدراسة أن استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك في دعم قضاياها وتمكينها ما زال منخفضاً. وتشير هذه النتيجة إلى ضرورة أن تحرص المرأة الفلسطينية على توظيف واستثمار الإمكانيات التي يوفرها موقع فيس بوك في دعم قضاياها وتمكينها سواء عبر المجموعات المتخصصة، أو عبر تفعيل المشاركة الإيجابية والهادفة، أو من خلال الوعي والإيمان بما يوفره الموقع من إمكانيات وتوظيفها في هذا الشأن.

**الجدول رقم (7): التكرارات والنسب المئوية لفقرات تصورات الرجال عن واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك**

| الرقم | الفقرة                                                       | الفئات                        | العدد      | %            |
|-------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------|--------------|
| 1     | تستخدم النساء موقع فيس بوك بشكل أكبر خلال                    | الصباح الباكر                 | 6          | 5.5          |
|       |                                                              | النهار                        | 5          | 4.5          |
|       |                                                              | المساء                        | 28         | 25.5         |
|       |                                                              | وقت متأخر من الليل            | 18         | 16.4         |
|       |                                                              | لا يوجد وقت محدد              | 53         | 48.2         |
|       |                                                              | <b>المجموع</b>                | <b>110</b> | <b>100.0</b> |
| 2     | تستخدم المرأة الفلسطينية اسماً مستعاراً لها على موقع فيس بوك | دائماً                        | 14         | 12.7         |
|       |                                                              | غالباً                        | 50         | 45.5         |
|       |                                                              | أحياناً                       | 40         | 36.4         |
|       |                                                              | مطلقاً                        | 6          | 5.4          |
|       |                                                              | <b>المجموع</b>                | <b>110</b> | <b>100.0</b> |
| 3     | ترى أن الطريقة المفضلة لاستخدام المرأة للفيس بوك             | من جهاز الكمبيوتر الشخصي      | 7          | 6.4          |
|       |                                                              | من الهاتف المحمول             | 64         | 58.2         |
|       |                                                              | كلاهما وتفضل الكمبيوتر الشخصي | 6          | 5.4          |
|       |                                                              | كلاهما وتفضل الهاتف المحمول   | 33         | 30.0         |

|       |     |                   |                                                                  |   |
|-------|-----|-------------------|------------------------------------------------------------------|---|
| 100.0 | 110 | المجموع           |                                                                  |   |
| 41.8  | 46  | متاحة             | إمكانية استخدام المرأة لموقع فيس بوك أثناء العمل                 | 4 |
| 40.9  | 45  | مقيدة             |                                                                  |   |
| 17.3  | 19  | غير متاحة إطلاقاً |                                                                  |   |
| 100.0 | 110 | المجموع           |                                                                  |   |
| 30.9  | 34  | دائماً            | جلوس المرأة/الزوجة على موقع فيس بوك لفترات طويلة يسبب لي إزعاجاً | 5 |
| 31.8  | 35  | غالباً            |                                                                  |   |
| 31.8  | 35  | أحياناً           |                                                                  |   |
| 5.5   | 6   | مطلقاً            |                                                                  |   |
| 100.0 | 110 | المجموع           |                                                                  |   |

وتشير النتائج في الجدول (7) السابق إلى تصورات الرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس عن طبيعة استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك، حيث يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وقت الاستخدام: يعتقد غالبية الرجال بأنه لا يوجد وقت محدد للمرأة الفلسطينية لاستخدامها لموقع فيس بوك بنسبة بلغت (48.2%)، فيما يرى (25.5%) من الرجال في عينة الدراسة أن النساء يفضلن استخدام الموقع في المساء، ويرى ما نسبته (16.4%) منهم أن النساء الفلسطينيات يفضلن استخدام الموقع في وقت متأخر من الليل.
- استخدام الاسم المستعار على الموقع: يعتقد غالبية الرجال في عينة الدراسة أن المرأة الفلسطينية تميل إلى استخدام اسم مستعار على موقع فيس بوك، حيث أكد (12.7%) منهم أن ذلك يحصل دائماً، فيما ذكر ما نسبته (45.5%) منهم أن ذلك يحصل غالباً، واعتقد (36.4%) منهم أن ذلك يحصل أحياناً، فيما كانت نسبة الرجال الذين يعتقدون بأن المرأة الفلسطينية لا تستخدم اسماً مستعاراً على موقع فيس بوك متدنية جداً، ولم تتجاوز ما نسبته (5.4%).
- طريقة الاستخدام المفضلة: يعتقد غالبية الرجال في عينة الدراسة أن المرأة الفلسطينية تفضل استخدام الموقع من خلال الهاتف المحمول، فقد بلغت نسبة المؤيدين لاستخدامها للموقع من

خلال الهاتف المحمول (58.2%)، وبلغت نسبة المؤيدين لاستخدامها للموقع من الكمبيوتر الشخصي والهاتف المحمول معاً مع تفضيل الهاتف المحمول ما نسبته (30%).

- استخدام الموقع أثناء العمل: كشفت النتائج وجود تفاوت في الإجابة على هذا السؤال، فقد ذكر ما نسبته (41.8%) من الرجال في عينة الدراسة أن الموقع متاح أثناء العمل، وبين ما نسبته (40.9%) أن الموقع متاح ولكنه مقيد الاستخدام، فيما رأى (17.3%) من عينة الدراسة من الرجال أن الموقع غير متاح إطلاقاً.

- الجلوس على موقع فيس بوك لفترات طويلة: كشفت نتائج الجدول السابق أن الرجال يعتقدون بشكل عام أن جلوس المرأة الفلسطينية على موقع فيس بوك لفترات طويلة يسبب لهم إزعاجاً، فقد ذكر ما نسبته (30.9%) منهم أن ذلك يزعجهم وبشكل دائم، وبين (31.8%) من الرجال أن الجلوس لفترات طويلة على الفيس بوك غالباً ما يزعجهم، فيما ذكر (31.8%) أيضاً أن هذا الأمر أحياناً ما يزعجهم، في حين بلغت نسبة الرجال الذين لا يسبب لهم جلوس المرأة على الفيس بوك لفترات طويلة أي إزعاج درجة متدنية، ولم تتجاوز ما نسبته (5.5%).

#### 2.1.4 عرض نتيجة السؤال التمهيدي الثاني ونصه: ما أسباب استخدام المرأة الفلسطينية

لفيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

وللإجابة على هذا السؤال، قامت الباحثة باستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لل فقرات المتعلقة بأسباب استخدام المرأة الفلسطينية لفيس بوك في أداتي الدراسة الموجهة للنساء والرجال، وترتيب هذه الأسباب وفقاً لدرجة أهميتها.

واستخدمت الباحثة المقياس التالي في تقدير هذه الأسباب، والذي تم تصميمه وفق

المعادلة التالية:

$$\text{المدى} = (\text{أكبر درجة} - \text{أدنى درجة}) / (\text{أعلى درجة} - \text{أدنى درجة}) = 5 / (1 - 5) = 0.8$$

وبالتالي، جاء مدى تقدير أسباب الاستخدام كالتالي:

- متوسط حسابي (4.2 فأكثر ويعادل 84.0% فأعلى) مرتفعة جداً.
- متوسط حسابي (3.4 - 3.19 ويعادل 68- أقل من 84.0%) مرتفعة.
- متوسط حسابي (2.6 - 3.39 ويعادل 52.0- أقل من 68.0%) متوسطة.
- متوسط حسابي (1.8 - 2.59 ويعادل 36.0- أقل من 68.0%) منخفضة.
- متوسط حسابي (أقل من 1.8 ويعادل أقل من 36.0%) منخفضة جداً.

والنتائج في الجدولين (8) و(9) الآتيين توضح ذلك:

**الجدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لأسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر المرأة**

| الرقم | الفقرة                                                                             | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | الترتيب | درجة الموافقة |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|---------------|
| 1     | للتواصل مع الأهل والأصدقاء.                                                        | 4.24            | 0.58              | 84.84          | 1       | مرتفعة جداً   |
| 2     | لتكوين صداقات وعلاقات جديدة.                                                       | 3.70            | 0.87              | 73.94          | 9       | مرتفعة        |
| 3     | للتواصل مع زملاء العمل.                                                            | 3.96            | 0.70              | 79.16          | 5       | مرتفعة        |
| 4     | للبحث عن الصداقات والمعارف القديمة والتواصل معهم.                                  | 3.98            | 0.70              | 79.68          | 4       | مرتفعة        |
| 5     | للتعبير بحرية.                                                                     | 3.62            | 0.90              | 72.32          | 12      | مرتفعة        |
| 6     | لتبادل الأفكار والثقافات مع الآخرين.                                               | 3.90            | 0.65              | 78.06          | 6       | مرتفعة        |
| 7     | للتثقيف ومتابعة كل جديد من أخبار ومعلومات، ومعرفة ما يحدث حولي.                    | 4.10            | 0.61              | 82.06          | 2       | مرتفعة        |
| 8     | حُباً في الظهور وإبداء الأصدقاء إعجابهم بمشاركاتي ومنشوراتي.                       | 3.33            | 1.07              | 66.58          | 14      | متوسطة        |
| 9     | لتمكين المرأة ومساعدتها على إبراز قضاياها وهمومها.                                 | 3.68            | 0.85              | 73.55          | 11      | مرتفعة        |
| 10    | لأن موقع فيس بوك يشكل فضاءً مفتوحاً للتمرد والثورة على القيود المفروضة على المرأة. | 3.45            | 0.95              | 68.90          | 13      | مرتفعة        |
| 11    | للهروب من الواقع وإنشاء عالم افتراضي خاص.                                          | 2.56            | 1.01              | 51.29          | 17      | منخفضة        |
| 12    | للترفيه والتسلية.                                                                  | 3.98            | 0.64              | 79.68          | 3       | مرتفعة        |

|    |                                                |      |      |       |    |        |
|----|------------------------------------------------|------|------|-------|----|--------|
| 13 | لإنشاء مشاريع خاصة والترويج لها عبر الفيس بوك. | 3.29 | 0.88 | 65.87 | 15 | متوسطة |
| 14 | للبحث عن وظائف.                                | 3.69 | 0.85 | 73.87 | 10 | مرتفعة |
| 15 | لممارسة الأنشطة المجتمعية.                     | 3.83 | 0.73 | 76.52 | 7  | مرتفعة |
| 16 | لممارسة الأنشطة النسوية.                       | 3.72 | 0.82 | 74.39 | 8  | مرتفعة |
| 17 | لممارسة الأنشطة السياسية.                      | 2.73 | 1.08 | 54.65 | 16 | متوسطة |

وتشير النتائج في الجدول (8) السابق إلى أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، حيث يلاحظ بأن فقرة واحدة فقط حصلت على درجة مرتفعة جداً وهي في مجال التواصل الاجتماعي، ونصت على "التواصل مع الأهل والأصدقاء" بمتوسط حسابي (4.24) وانحراف معياري (0.58)، فيما حصلت معظم أسباب وحاجات الاستخدام على درجة موافقة مرتفعة، وهي على الترتيب الفقرات (7، 12، 4، 3، 6، 15، 16، 2، 14، 9، 5، 10) حسب أهميتها، وتراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.45-4.10)، وحصلت (3) أسباب للاستخدام على درجات موافقة متوسطة، وهي على الترتيب الفقرات (8، 13، 17) حسب الأهمية، بمتوسطات حسابية تراوحت بين (2.73-3.33)، وحصلت فقرة واحدة على درجة موافقة منخفضة هي الفقرة التي تحمل الرقم (11) والتي نصت على "الهروب من الواقع وإنشاء عالم افتراضي"، وحصلت على متوسط حسابي بلغ (2.56) بانحراف معياري (1.01).

والملاحظ على هذه النتائج أن الفقرات المتعلقة بالجوانب الاجتماعية والمعرفية قد حصلت على درجات موافقة مرتفعة جداً ومرتفعة، أما الفقرات التي حصلت على درجات موافقة متوسطة، فمنها ما يتعلق بالجوانب الشخصية أو الوجدانية كالفقرة (8)، ومنها ما يتعلق بالجوانب الاقتصادية كالفقرة (13)، أو الجوانب السياسية كالفقرة (17)، أما الفقرة التي حصلت على أدنى درجات الموافقة، فكانت متعلقة بالجوانب الشخصية والوجدانية، وهي الفقرة (11).

الجدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لأسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر الرجال

| الرقم | الفقرة                                                                             | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | الترتيب | درجة الموافقة |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|---------------|
| 1     | للتواصل مع الأهل والأصدقاء.                                                        | 4.06            | 0.94              | 81.20          | 2       | مرتفعة        |
| 2     | لتكوين صداقات وعلاقات جديدة.                                                       | 3.46            | 1.06              | 69.20          | 13      | مرتفعة        |
| 3     | للتواصل مع زملاء العمل.                                                            | 3.58            | 0.93              | 71.60          | 6       | مرتفعة        |
| 4     | للبحث عن الصداقات والمعارف القديمة والتواصل معهم.                                  | 3.65            | 0.93              | 73.00          | 4       | مرتفعة        |
| 5     | للتعبير بحرية.                                                                     | 3.59            | 0.91              | 71.80          | 5       | مرتفعة        |
| 6     | لتبادل الأفكار والثقافات مع الآخرين.                                               | 3.53            | 1.00              | 70.60          | 8       | مرتفعة        |
| 7     | للتثقيف ومتابعة كل جديد من أخبار ومعلومات، ومعرفة ما يحدث حولي.                    | 3.36            | 1.16              | 67.20          | 16      | متوسطة        |
| 8     | حباً في الظهور وإبداء الأصدقاء إعجابهم بمشاركة منشوراتها.                          | 3.77            | 1.01              | 75.40          | 3       | مرتفعة        |
| 9     | لتمكين المرأة ومساعدتها على إبراز قضاياها وهمومها.                                 | 3.48            | 1.07              | 69.60          | 11      | مرتفعة        |
| 10    | لأن موقع فيس بوك يشكل فضاءً مفتوحاً للتمرد والثورة على القيود المفروضة على المرأة. | 3.52            | 1.14              | 70.40          | 9       | مرتفعة        |
| 11    | للهروب من الواقع وإنشاء عالم افتراضي خاص.                                          | 3.49            | 1.03              | 69.80          | 10      | مرتفعة        |
| 12    | للترفيه والتسلية.                                                                  | 4.08            | 0.76              | 81.60          | 1       | مرتفعة        |
| 13    | لإنشاء مشاريع خاصة والترويج لها عبر الفيس بوك.                                     | 3.36            | 1.05              | 67.20          | 15      | متوسطة        |
| 14    | للبحث عن وظائف.                                                                    | 3.39            | 1.10              | 67.80          | 14      | متوسطة        |
| 15    | لممارسة الأنشطة المجتمعية.                                                         | 3.55            | 1.09              | 71.00          | 7       | مرتفعة        |
| 16    | لممارسة الأنشطة النسوية.                                                           | 3.47            | 1.08              | 69.40          | 12      | مرتفعة        |
| 17    | لممارسة الأنشطة السياسية.                                                          | 3.10            | 1.21              | 62.00          | 17      | متوسطة        |

وتشير النتائج في الجدول (9) السابق إلى أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر الرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، حيث يلاحظ بأن كافة الفقرات قد حصلت على درجات موافقة مرتفعة ومتوسطة، إذ حصلت الفقرات (12، 1،



8، 4، 5، 3، 15، 6، 10، 11، 9، 16، 2) على الترتيب حسب أهميتها على درجات موافقة مرتفعة من وجهة نظر العاملين، بمتوسطات حسابية تراوحت بين (3.46-4.08)، وكان أبرزها "للترفيه والتسلية"، ثم "للتواصل مع الأهل والأصدقاء"، ثم "حبا في الظهور وإبداء الأصدقاء إعجابهم بمشاركاتها ومنشوراتها". وحصلت باقي الفقرات على درجات موافقة متوسطة من وجهة نظر الرجال، وهي الفقرات التي تحمل الأرقام (14، 13، 7، 17) على الترتيب حسب أهميتها، بمتوسطات حسابية تراوحت بين (3.10-3.39)، وتمحورت حول البحث عن الوظائف، وإنشاء المشاريع الخاصة والترويج لها، وللتثقيف ومتابعة كل جديد من الأخبار والمعلومات، ولممارسة الأنشطة السياسية.

والملاحظ على النتائج الواردة في الجدولين (8) و(9) أن هناك تبايناً في أسباب استخدام المرأة الفلسطينية لفيس بوك بين النساء والرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، ولمعرفة هذا التباين، سوف يتم التطرق إلى ذلك في الفرضية الأولى من فرضيات الدراسة.

**3.1.4 عرض نتيجة السؤال التمهيدي الثالث، ونصه: ما أبرز الأسباب التي قد تحد من مشاركة المرأة الفلسطينية في موقع فيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟**

وللإجابة على هذا السؤال، قامت الباحثة باستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للفقرات المتعلقة بالأسباب التي قد تحد من مشاركة المرأة الفلسطينية في موقع فيس بوك في أداتي الدراسة الموجهة للنساء والرجال، وترتيب هذه الأسباب وفقاً لدرجة أهميتها.

واستخدمت الباحثة ذات المقياس المستخدم في الإجابة على السؤال السابق لتقدير درجة أهمية هذه الأسباب، والنتائج في الجدولين (10) و(11) الآتيين توضح ذلك:

الجدول رقم (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للأسباب التي قد تحد من استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك من وجهة نظرها

| الرقم | الفقرة                                             | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | الترتيب | درجة الموافقة |
|-------|----------------------------------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|---------------|
| 1     | عدم الرغبة في إقامة علاقات اجتماعية.               | 2.76            | 1.10              | 55.20          | 8       | متوسطة        |
| 2     | الانشغال في أمور المنزل وأمور أخرى.                | 4.02            | 0.68              | 80.40          | 2       | مرتفعة        |
| 3     | ضيق الوقت.                                         | 4.08            | 0.88              | 81.60          | 1       | مرتفعة        |
| 4     | توافر وسائل أخرى بديلة.                            | 3.48            | 1.03              | 69.60          | 3       | مرتفعة        |
| 5     | الاعتقاد بأن هذا الموقع مراقب.                     | 3.45            | 0.94              | 69.00          | 4       | مرتفعة        |
| 6     | ضعف المعرفة الفنية والتقنية في كيفية استخدامه.     | 2.61            | 1.11              | 52.20          | 10      | متوسطة        |
| 7     | عدم الرغبة في مشاركة آرائي مع الآخرين.             | 3.25            | 1.03              | 65.00          | 6       | متوسطة        |
| 8     | عدم توفر الخصوصية.                                 | 3.39            | 1.02              | 67.80          | 5       | متوسطة        |
| 9     | الاعتقاد بأن الموقع عديم الفائدة وفيه مضیعة للوقت. | 2.98            | 0.89              | 59.60          | 7       | متوسطة        |
| 10    | عدم توفر محتوى موجه للمرأة على موقع فييس بوك.      | 2.71            | 0.99              | 54.20          | 9       | متوسطة        |

وتشير النتائج في الجدول (10) السابق إلى أبرز الأسباب التي قد تحد من مشاركة المرأة الفلسطينية في موقع فييس بوك من وجهة نظر العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، حيث يلاحظ بأن (4) فقرات قد حصلت على درجات موافقة مرتفعة، وهي الفقرات (3، 2، 4، 5) على الترتيب حسب أهميتها، بمتوسطات حسابية تراوحت بين (3.45-4.08)، وجاء أبرز هذه الأسباب "ضيق الوقت" بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.88)، تلاه "الانشغال في أمور المنزل وأمور أخرى" بمتوسط حسابي (4.02) وانحراف معياري (0.68)، ثم "توافر وسائل أخرى بديلة" بمتوسط حسابي (3.48) وانحراف معياري (1.03)، وأخيراً "الاعتقاد بأن هذا الموقع مراقب" بمتوسط حسابي (3.45) وانحراف معياري (0.94). فيما حصلت باقي الأسباب على درجات موافقة متوسطة، وتراوحت متوسطاتها الحسابية بين (2.61-3.39)، وهي الفقرات (8، 7، 9، 1، 10، 6) على الترتيب حسب أهميتها.

**الجدول رقم (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للأسباب التي قد تحد من استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك من وجهة نظر الرجال**

| الرقم | الفقرة                                            | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | الترتيب | درجة الموافقة |
|-------|---------------------------------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|---------------|
| 1     | عدم الرغبة في إقامة علاقات اجتماعية.              | 2.69            | 1.10              | 53.80          | 10      | متوسطة        |
| 2     | الانشغال في أمور المنزل وأمر أخرى.                | 3.49            | 1.14              | 69.80          | 2       | مرتفعة        |
| 3     | ضيق الوقت.                                        | 3.64            | 0.90              | 72.80          | 1       | مرتفعة        |
| 4     | توافر وسائل أخرى بديلة.                           | 3.32            | 0.94              | 66.40          | 4       | متوسطة        |
| 5     | الاعتقاد بأن هذا الموقع مراقب.                    | 3.05            | 1.10              | 61.00          | 8       | متوسطة        |
| 6     | ضعف المعرفة الفنية والتقنية في كيفية استخدامه.    | 3.31            | 1.04              | 66.20          | 5       | متوسطة        |
| 7     | عدم الرغبة في مشاركة آرائها مع الآخرين.           | 2.95            | 1.05              | 59.00          | 9       | متوسطة        |
| 8     | عدم توفر الخصوصية.                                | 3.34            | 1.23              | 66.80          | 3       | متوسطة        |
| 9     | الاعتقاد بأن الموقع عديم الفائدة وفيه مضيق للوقت. | 3.09            | 1.20              | 61.80          | 7       | متوسطة        |
| 10    | عدم توفر محتوى موجه للمرأة على موقع فييس بوك.     | 3.30            | 0.98              | 66.00          | 6       | متوسطة        |

وتشير النتائج في الجدول (11) السابق إلى أبرز الأسباب التي قد تحد من مشاركة المرأة الفلسطينية في موقع فييس بوك من وجهة نظر الرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في محافظة نابلس، ويلاحظ بأن فقرتين فقط قد حصلتا على درجات موافقة مرتفعة، حيث تمثل السبب الأبرز في "ضيق الوقت" بمتوسط حسابي (3.64) وانحراف معياري (0.90)، ثم "الانشغال في أمور المنزل وأمر أخرى" بمتوسط حسابي (3.49) وانحراف معياري (1.14). فيما حصلت باقي الأسباب على درجات موافقة متوسطة، وتراوح متوسطاتها الحسابية بين (2.69-3.34)، وهي الفقرات (8، 4، 6، 10، 9، 5، 7، 1) على الترتيب حسب أهميتها.

وتلاحظ الباحثة من خلال النتائج الواردة في الجدولين (10) و(11) السابقين أن هناك اتفاقاً بين النساء والرجال حول أبرز الأسباب التي قد تحد من مشاركة المرأة الفلسطينية في

موقع فيس بوك من وجهة نظرهم، حيث مثل ضيق الوقت والانشغال في أمور المنزل وأمر أخرى أبرز هذه الأسباب من وجهة نظر النوعين.

## 2.4 عرض نتائج الأسئلة الرئيسة للدراسة

بحث السؤال الرئيس للدراسة في آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، وللتعرف إلى هذه الآثار تم استخدام أداتين للدراسة، إحداهما تقيس الآثار من وجهة نظر النساء، والأخرى تقيس تصورات الرجال عن هذه الآثار، وذلك بناء على توصيات المختصين في علم النفس الذين أشاروا إلى أن الثقة بالنفس سمة شخصية لا يعبر عنها إلا صاحبها، وللإجابة على السؤال الرئيس للدراسة، تم تقسيمه إلى فرعين، الأول يقيس آثار الاستخدام من وجهة نظر العاملات أنفسهن، والثاني يقيس تصورات الرجال عن هذه الآثار، وفيما يلي عرض لنتائج ذلك:

### 1.2.4 عرض نتيجة السؤال الرئيس الأول، ونصه: ما آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس

بوك على ثقتها بنفسها من وجهة نظر العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

وللإجابة على هذا السؤال الرئيس قامت الباحثة بالإجابة على الأسئلة الفرعية الآتية:

#### 1.1.2.4 ما أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها على البعد

الشخصي من وجهة نظر العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

وللإجابة على هذا السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على الفقرات التي تقيس أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها على البعد الشخصي، واستخدمت الباحثة المقياس الآتي في تقدير درجة الأثر:

- متوسط حسابي (4.2 فأكثر ويعادل 84.0% فأعلى) مرتفعة جداً.
- متوسط حسابي (3.4 - 3.19 ويعادل 68- أقل من 84.0%) مرتفعة.
- متوسط حسابي (2.6 - 3.39 ويعادل 52.0- أقل من 68.0%) متوسطة.
- متوسط حسابي (1.8 - 2.59 ويعادل 36.0- أقل من 68.0%) منخفضة.

- متوسط حسابي (أقل من 1.8 ويعادل أقل من 36.0%) منخفضة جداً.

والنتائج في الجدول (12) الآتي توضح ذلك:

الجدول رقم (12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على فقرات أثر استخدام الفيس بوك على ثقة المرأة بنفسها على البعد الشخصي

| الرقم | الفقرة                                                                                           | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | الترتيب | درجة الأثر    |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|---------------|
| 1     | ممكنني استخدام الفيس بوك من التخلص من الخجل.                                                     | 3.26            | 1.15              | 65.20          | 7       | متوسطة        |
| 2     | ممكنني استخدام الفيس بوك من التعبير عن آرائي بحرية.                                              | 3.47            | 0.95              | 69.40          | 4       | مرتفعة        |
| 3     | ساعدني استخدام الفيس بوك على إيصال أفكارتي ومعتقداتي للآخرين.                                    | 3.68            | 0.88              | 73.60          | 2       | مرتفعة        |
| 4     | زاد استخدامي للفيس بوك من ثقتي بنفسي.                                                            | 3.34            | 1.04              | 66.80          | 6       | متوسطة        |
| 5     | زاد استخدامي للفيس بوك من تقديري لذاتي كوني أتعامل مع أشخاص عديدين ومختلفين.                     | 3.42            | 1.00              | 68.40          | 5       | مرتفعة        |
| 6     | ساهم استخدامي للفيس بوك في زيادة قدراتي على التعامل مع الرجال أكثر مما كنت عليه قبل استخدامي له. | 2.98            | 1.21              | 59.60          | 9       | متوسطة        |
| 7     | استطيع التعبير عما في داخلي من خلال موقع فيس بوك.                                                | 3.26            | 1.93              | 65.20          | 7       | متوسطة        |
| 8     | لا أتردد في التعليق على العبارات التي تخالفني في الرأي على موقع فيس بوك.                         | 3.58            | 0.81              | 71.60          | 3       | مرتفعة        |
| 9     | لا أتنازل عن حقوقي، بل أدافع عنها.                                                               | 3.90            | 0.66              | 78.00          | 1       | مرتفعة        |
|       | <b>الدرجة الكلية للبعد الشخصي</b>                                                                | <b>3.43</b>     | <b>0.59</b>       | <b>68.60</b>   |         | <b>مرتفعة</b> |

ويتضح من الجدول (12) السابق أن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها على البعد الشخصي من وجهة نظرها قد جاءت مرتفعة، إذ حصلت الدرجة الكلية لهذا البعد على متوسط حسابي (3.43) بانحراف معياري (0.59)، وهذه النتيجة تشير إلى أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك قد عزز ثققتها بنفسها على البعد الشخصي.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى حصول (5) فقرات من هذا البعد على درجات مرتفعة في أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها، وهذه الفقرات تحمل الأرقام (9، 3، 8، 2، 5) حسب أهميتها، وتمحورت حول "لا أتنازل عن حقوقي بل أدافع عنها" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.90)، تلاها "ساعدني استخدامي للفيس بوك على إيصال أفكاري ومعتقداتي للآخرين" بمتوسط حسابي (3.68)، ثم "لا أتردد في التعليق على العبارات التي تخالفني في الرأي على فيس بوك" بمتوسط حسابي (3.58). فيما حصلت باقي فقرات هذا البعد على درجات موافقة متوسطة، وكان أقلها تأثيراً الفقرة (6) التي تنص على "ساهم استخدامي للفيس بوك في زيادة قدراتي على التعامل مع الرجال أكثر مما كنت عليه قبل استخدامي له"، إذ حصلت على متوسط حسابي (2.98) بانحراف معياري (1.21).

#### 2.1.2.4 ما أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها على البعد الوجداني من وجهة نظر العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

وللإجابة على هذا السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على الفقرات التي تقيس أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها على البعد الوجداني، والنتائج في الجدول (13) الآتي توضح ذلك:

الجدول رقم (13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على فقرات أثر استخدام الفيس بوك على ثقة المرأة بنفسها على البعد الوجداني

| الرقم | الفقرة                                                                      | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | الترتيب | درجة الأثر |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|------------|
| 1     | أشعر أن حياتي مميزة عن حياة الآخرين بعد استخدامي لموقع فيس بوك.             | 2.52            | 0.95              | 50.40          | 8       | منخفضة     |
| 2     | أشعر بالغيرة من الآخرين عند اطلاعي على صفحاتهم ومنشوراتهم عبر موقع فيس بوك. | 3.65            | 1.08              | 73.00          | 4       | مرتفعة     |
| 3     | أشعر بالإنزعاج عندما لا يتفاعل الآخرون مع                                   | 3.71            | 0.97              | 74.20          | 3       | مرتفعة     |

|        |   |              |             |             |                                                                                         |   |
|--------|---|--------------|-------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---|
|        |   |              |             |             | منشوراتي وتعليقاتي.                                                                     |   |
| مرتفعة | 6 | 71.00        | 1.00        | 3.55        | أتعامل بحساسية مع ما يُعلقه الآخرون على منشوراتي وصفحتي عبر موقع فيس بوك.               | 4 |
| مرتفعة | 2 | 75.40        | 0.90        | 3.77        | ينتابني إحساس بالندم على ما أقوم بنشره أو التعليق عليه عبر موقع فيس بوك.                | 5 |
| مرتفعة | 1 | 76.80        | 0.97        | 3.84        | أتضايق من كون صفحات الآخرين أفضل من صفحتي.                                              | 6 |
| مرتفعة | 5 | 72.40        | 0.98        | 3.62        | أشعر أنني أهتم بشكل مبالغ فيه في إعداد الصور والمنشورات التي أرغب برفعها على الفيس بوك. | 7 |
| مرتفعة | 7 | 69.60        | 1.08        | 3.48        | أشعر أنني لا أتردد في نشر صوري على موقع فيس بوك (بعيداً عن المعتقدات الدينية).          | 8 |
| مرتفعة |   | <b>70.40</b> | <b>0.66</b> | <b>3.52</b> | الدرجة الكلية للبعد الوجداني                                                            |   |

ويتضح من الجدول (13) السابق أن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها على البعد الوجداني من وجهة نظرها قد جاءت مرتفعة، إذ حصلت الدرجة الكلية لهذا البعد على متوسط حسابي (3.52) بانحراف معياري (0.66)، وهذه النتيجة تشير إلى أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك قد عزز ثققتها بنفسها على البعد الوجداني.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى حصول كافة فقرات هذا البعد على درجات موافقة مرتفعة، باستثناء فقرة واحدة حصلت على درجة موافقة منخفضة، وتراوحت المتوسطات الحسابية لهذه الفقرات بين (3.48-3.84)، وكان أبرز هذه الفقرات الفقرة رقم (6) والتي تشير إلى أن المرأة الفلسطينية لا تتضايق من كون صفحات الآخرين أفضل من صفحتها بمتوسط حسابي (3.84)، تلتها الفقرة (2) التي تشير إلى أنه لا ينتاب المرأة الفلسطينية إحساس بالندم على ما تقوم بنشره أو التعليق عليه عبر موقع فيس بوك بمتوسط حسابي (3.77)، ثم الفقرة (3) التي تشير إلى أنها لا تشعر بالإنزعاج عندما لا يتفاعل الآخرون مع منشوراتها وتعليقاته بمتوسط حسابي (3.71). أما الفقرة التي حصلت على أدنى درجات الموافقة في هذا البعد، فهي الفقرة (1) التي تشير إلى "أشعر أن حياتي مميزة عن حياة الآخرين بعد استخدامي لموقع فيس بوك"، وحصلت على متوسط حسابي (2.52) بانحراف معياري (0.95).

### 3.1.2.4 ما أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها على البعد الاجتماعي من وجهة نظر العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

وللإجابة على هذا السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على الفقرات التي تقيس أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها على البعد الاجتماعي، والنتائج في الجدول (14) الآتي توضح ذلك:

الجدول رقم (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على فقرات أثر استخدام الفييس بوك على ثقة المرأة بنفسها على البعد الاجتماعي

| الرقم | الفقرة                                                                       | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | الترتيب | درجة الأثر |
|-------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|------------|
| 1     | زادت رغبتني في التواصل مع الآخرين بعد استخدامي لموقع فيس بوك.                | 3.45            | 1.01              | 69.00          | 5       | مرتفعة     |
| 2     | زاد استخدامي للفييس بوك من عزلتي الاجتماعية.                                 | 2.35            | 0.92              | 47.00          | 7       | منخفضة     |
| 3     | أثر استخدامي للفييس بوك إيجاباً على علاقتني وتفاعلي مع الآخرين.              | 3.50            | 1.01              | 70.00          | 3       | مرتفعة     |
| 4     | ساعدني استخدامي لموقع فيس بوك على الاندماج بشكل أكبر في المجتمع.             | 3.46            | 0.99              | 69.20          | 4       | مرتفعة     |
| 5     | زادت رغبتني في المشاركة في الأنشطة الاجتماعية بعد استخدامي لموقع فيس بوك.    | 3.41            | 0.95              | 68.20          | 6       | مرتفعة     |
| 6     | مكنني استخدامي للفييس بوك من التعرف على أشخاص جدد.                           | 3.70            | 0.87              | 74.00          | 2       | مرتفعة     |
| 7     | مكنني استخدامي للفييس بوك من استعادة علاقتني الاجتماعية القديمة التي انقطعت. | 3.98            | 0.70              | 79.60          | 1       | مرتفعة     |
|       | الدرجة الكلية للبعد الاجتماعي                                                | 3.41            | 0.59              | 68.20          |         | مرتفعة     |



ويتضح من الجدول (14) السابق أن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها على البعد الاجتماعي من وجهة نظرها قد جاءت مرتفعة، إذ حصلت الدرجة الكلية لهذا البعد على متوسط حسابي (3.41) بانحراف معياري (0.59)، وهذه النتيجة تشير إلى أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك قد عزز ثقتها بنفسها على البعد الاجتماعي.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى حصول كافة فقرات هذا البعد على درجات موافقة مرتفعة، باستثناء فقرة واحدة حصلت على درجة موافقة منخفضة، وتراوح المتوسطات الحسابية لهذه الفقرات بين (3.41-3.98)، وكان أبرز هذه الفقرات الفقرة رقم (7) والتي تشير إلى أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك مكنها من استعادة علاقاتها الاجتماعية القديمة التي انقطعت بمتوسط حسابي (3.98)، تلتها الفقرة (6) التي تشير إلى أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك مكنها من التعرف على أشخاص جدد بمتوسط حسابي (3.70)، ثم الفقرة (3) التي تشير إلى أن استخدامها للفيس بوك أثر إيجاباً على علاقاتها وتفاعلها مع الآخرين بمتوسط حسابي (3.50). أما الفقرة التي حصلت على أدنى درجات الموافقة في هذا البعد، فهي الفقرة التي تشير إلى "زاد استخدامي للفيس بوك من عزلي الاجتماعية"، وحصلت على متوسط حسابي (2.35) بانحراف معياري (0.92).

#### 4.1.2.4 ما أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها على البعد المعرفي من وجهة نظر العاملين العام والخاص في مدينة نابلس؟

وللإجابة على هذا السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملين العام والخاص في مدينة نابلس على الفقرات التي تقيس أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها على البعد المعرفي، والنتائج في الجدول (15) الآتي توضح ذلك:

الجدول رقم (15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على فقرات أثر استخدام الفيس بوك على ثقة المرأة بنفسها على البعد المعرفي

| الرقم                       | الفقرة                                                                               | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | الترتيب | درجة الأثر |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|------------|
| 1                           | أكسبني تعاملي مع الفيس بوك كفايات وقدرات جديدة.                                      | 3.50            | 0.92              | 70.00          | 7       | مرتفعة     |
| 2                           | زودني استخدامي للفيس بوك بخبرات حياتية حول طبائع الناس وصفاتهم.                      | 3.79            | 0.77              | 75.80          | 2       | مرتفعة     |
| 3                           | زاد استخدامي للفيس بوك من خبرتي في كيفية التعامل مع المشكلات التي تواجهني.           | 3.58            | 0.90              | 71.60          | 5       | مرتفعة     |
| 4                           | زاد استخدامي للفيس بوك من وعيي وإدراكي لما يحدث حولي.                                | 3.73            | 0.69              | 74.60          | 4       | مرتفعة     |
| 5                           | مكنني استخدامي للفيس بوك من اكتساب الخبرات في التعامل مع وسائل اتصال اجتماعية حديثة. | 3.77            | 0.79              | 75.40          | 3       | مرتفعة     |
| 6                           | ساهم استخدامي للفيس بوك في تعميق معرفتي بالأمور الاجتماعية الخاصة والعامة.           | 3.45            | 0.94              | 69.00          | 8       | مرتفعة     |
| 7                           | مكنني استخدامي للفيس بوك من التعرف على أشياء ومعالج جديدة.                           | 4.02            | 0.68              | 80.40          | 1       | مرتفعة     |
| 8                           | أشعر أنني لا امتلك الكفاءة والمعرفة التي يمتلكها الآخرون في التعامل مع الفيس بوك.    | 3.57            | 0.97              | 71.40          | 6       | مرتفعة     |
| الدرجة الكلية للبعد المعرفي |                                                                                      | 3.68            | 0.47              | 73.60          |         | مرتفعة     |

ويتضح من الجدول (15) السابق أن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها على البعد المعرفي من وجهة نظرها قد جاءت مرتفعة، إذ حصلت الدرجة الكلية لهذا البعد على متوسط حسابي (3.68) بانحراف معياري (0.47)، وهذه النتيجة تشير إلى أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك قد عزز ثققتها بنفسها على البعد المعرفي.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى حصول كافة فقرات هذا البعد على درجات موافقة مرتفعة، وتراوح المتوسطات الحسابية لهذه الفقرات بين (3.45-4.02)، وكان أبرز هذه

الفقرات الفقرة رقم (7) والتي تشير إلى أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك مكنها من التعرف على أشياء ومعالم جديدة بمتوسط حسابي (4.02)، تلتها الفقرة (2) التي تشير إلى أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك زودها بخبرات حياتية حول طبائع الناس وصفاتهم بمتوسط حسابي (3.79)، ثم الفقرة (3) التي تشير إلى أن استخدامها للفيس بوك مكنها من اكتساب الخبرات في التعامل مع وسائل اتصال اجتماعية حديثة بمتوسط حسابي (3.77).

#### 5.1.2.4 ما أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها على بعد الإيجابية والتفاؤل من وجهة نظر العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

وللإجابة على هذا السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على الفقرات التي تقيس أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها على بعد الإيجابية والتفاؤل، والنتائج في الجدول (16) الآتي توضح ذلك:

الجدول رقم (16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على فقرات أثر استخدام الفيس بوك على ثقة المرأة بنفسها على بعد الإيجابية والتفاؤل

| الرقم | الفقرة                                                          | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | الترتيب | درجة الأثر |
|-------|-----------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|------------|
| 1     | أثق بمن أتعامل معهم في موقع فيس بوك.                            | 3.43            | 1.01              | 68.60          | 8       | مرتفعة     |
| 2     | استخدامي للفيس جعلني أخرج من قيودي المجتمعية.                   | 3.25            | 1.10              | 65.00          | 9       | متوسطة     |
| 3     | استخدامي للفيس بوك جعلني أشعر بحالة من الارتياح والسعادة.       | 3.69            | 0.75              | 73.80          | 2       | مرتفعة     |
| 4     | كونت علاقات عبر الفيس بوك عادت عليّ بالفائدة والنفع.            | 3.56            | 0.89              | 71.20          | 5       | مرتفعة     |
| 5     | أستطيع التفاعل مع الآخرين عبر موقع فيس بوك بفاعلية ووضوح.       | 3.63            | 0.84              | 72.60          | 3       | مرتفعة     |
| 6     | استخدامي للفيس بوك جعلني أفكر وأصيغ عبارات تعكس آرائي وتوجهاتي. | 3.55            | 0.93              | 71.00          | 6       | مرتفعة     |

|        |   |              |             |             |                                                                  |   |
|--------|---|--------------|-------------|-------------|------------------------------------------------------------------|---|
| مرتفعة | 7 | 70.60        | 0.91        | 3.53        | أثق في قدرتي على التأثير بالآخرين من خلال موقع فيس بوك.          | 7 |
| مرتفعة | 1 | 75.40        | 0.70        | 3.77        | أقبل نقد الآخرين لمنشوراتي وتعليقاتي دون حساسية أو غضب.          | 8 |
| مرتفعة | 4 | 71.40        | 0.83        | 3.57        | أنال التقدير من الآخرين على إنجازاتي ومنشوراتي على موقع فيس بوك. | 9 |
| مرتفعة |   | <b>71.00</b> | <b>0.63</b> | <b>3.55</b> | <b>الدرجة الكلية لبعد الإيجابية والتفاؤل</b>                     |   |

ويتضح من الجدول (16) السابق أن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها على بعد الإيجابية والتفاؤل من وجهة نظرها قد جاءت مرتفعة، إذ حصلت الدرجة الكلية لهذا البعد على متوسط حسابي (3.55) بانحراف معياري (0.63)، وهذه النتيجة تشير إلى أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك قد عزز ثقتها بنفسها على بعد الإيجابية والتفاؤل.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى حصول كافة فقرات هذا البعد على درجات موافقة مرتفعة، باستثناء فقرة واحدة حصلت على درجة موافقة متوسطة، وتراوحت المتوسطات الحسابية لهذه الفقرات بين (3.43-3.77)، وكان أبرز هذه الفقرات الفقرة رقم (8) والتي تشير إلى أن المرأة الفلسطينية تتقبل نقد الآخرين لمنشوراتها وتعليقاتها دون حساسية أو غضب بمتوسط حسابي (3.77)، تلتها الفقرة (3) التي تشير إلى أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك جعلها تشعر بحالة من الارتياح والسعادة بمتوسط حسابي (3.69)، ثم الفقرة (5) التي تشير إلى أن المرأة الفلسطينية تستطيع التفاعل مع الآخرين عبر موقع فيس بوك بفاعلية ووضوح بمتوسط حسابي (3.63). أما الفقرة التي حصلت على أدنى درجات الموافقة في هذا البعد، فهي الفقرة (2) التي تشير إلى "استخدامي للفيس بوك جعلني أخرج من قيودي المجتمعية"، وحصلت على متوسط حسابي (3.25) بانحراف معياري (1.10).

ومن خلال الإجابة على الأسئلة الفرعية السابقة، يمكن الإجابة على السؤال الرئيس للدراسة، من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجات الموافقة على الدرجة الكلية للأبعاد مجتمعة، والنتائج في الجدول (17) الآتي توضح ذلك:

الجدول رقم (17) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العاملات على أبعاد أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها

| الرقم                 | البعد                   | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | الترتيب | درجة الأثر |
|-----------------------|-------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|------------|
| 1                     | البعد الشخصي.           | 3.43            | 0.59              | 68.60          | 4       | مرتفعة     |
| 2                     | البعد الوجداني.         | 3.52            | 0.66              | 70.40          | 3       | مرتفعة     |
| 3                     | البعد الاجتماعي.        | 3.41            | 0.59              | 68.20          | 5       | مرتفعة     |
| 4                     | البعد المعرفي.          | 3.68            | 0.47              | 73.60          | 1       | مرتفعة     |
| 5                     | بعد الإيجابية والتفاؤل. | 3.55            | 0.63              | 71.00          | 2       | مرتفعة     |
| الدرجة الكلية للأبعاد |                         | 3.51            | 0.36              | 70.20          |         | مرتفعة     |

ويتضح من الجدول (17) أن الدرجة الكلية لأبعاد آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها قد أتت بمتوسط حسابي (3.51) وانحراف معياري (0.36)، وهذا يدل على أن درجة تأثير استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها جاءت مرتفعة. كما كشفت نتائج الجدول السابق أن كافة أبعاد الثقة بالنفس حصلت على متوسطات حسابية تراوحت بين (3.41 - 3.68)، وهذا يدل على أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك قد أثر على ثققتها بنفسها بدرجة مرتفعة على كافة الأبعاد. وأما فيما يتعلق بترتيب الأبعاد، فقد كشفت نتائج الجدول السابق أن تأثير استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها على البعد المعرفي قد احتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.68)، تلاه ثققتها بنفسها على بعد الإيجابية والتفاؤل بمتوسط حسابي (3.55)، ثم ثققتها بنفسها على البعد الوجداني بمتوسط حسابي (3.52)، فتقتها بنفسها على البعد الشخصي بمتوسط حسابي (3.43)، وأخيراً وفي المرتبة الخامسة ثققتها بنفسها على البعد الاجتماعي بمتوسط حسابي (3.41).

وقد قامت الباحثة باختبار سؤال الدراسة الرئيس باستخدام اختبار (ت) لعينة واحدة (One Sample T- test)، حيث اختارت المعيار (3.4) للتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية للاستجابات ومعيار أداة الدراسة، والجدول (18) يوضح هذه النتائج :

الجدول (18) نتائج اختبار (ت) لعينة واحدة لفحص دلالة الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو تأثير استخدام الفيس بوك على ثقتهن بأنفسهن (المعيار = 3.4)

| البعد                  | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة (ت) | مستوى الدلالة |
|------------------------|-----------------|-------------------|----------|---------------|
| البعد الشخصي           | 3.43            | 0.59              | 0.954    | 0.341         |
| البعد الوجداني         | 3.52            | 0.66              | 3.129    | *0.002        |
| البعد الاجتماعي        | 3.41            | 0.59              | 0.191    | 0.848         |
| البعد المعرفي          | 3.68            | 0.47              | 10.262   | *0.000        |
| بعد الإيجابية والتفاؤل | 3.55            | 0.63              | 4.248    | *0.000        |
| الدرجة الكلية          | 3.51            | 0.36              | 5.140    | *0.000        |

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) ودرجات حرية (309).

ويتضح من الجدول (18) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيسبوك على ثقتهن بأنفسهن من وجهات نظرهن مقارنة مع المعيار المرتفع للاستجابة، على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها باستثناء البعدين الشخصي والاجتماعي، وهذا يدل على أن متوسطات استجابات العاملات على الدرجة الكلية للأداة وعلى البعد الوجداني والبعد المعرفي وبعد الإيجابية والتفاؤل أكبر من معيار (3.4)، وهذا مؤشر عام على أن متوسطات الاستجابات على هذه الأبعاد مرتفعة.

**2.2.4 عرض نتيجة السؤال الرئيس الثاني، ونصه: ما تصورات الرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتهن بأنفسهن؟**

وللإجابة على هذا السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات الرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على الفقرات التي تقيس تصورات الرجال عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس

البوك على ثقتها بنفسها، واستخدمت الباحثة المقياس التالي في تقدير الآثار، والذي تم تصميمه وفق المعادلة التالية:

$$\text{المدى} = (\text{أكبر درجة} - \text{أدنى درجة}) / (\text{أعلى درجة} - \text{أدنى درجة}) = 3 / (1 - 3) = 0.67$$

- متوسط حسابي أعلى من (2.34) ويعادل أعلى من (78%)، تصورات إيجابية.
- متوسط حسابي (2.34-1.67) ويعادل (55.67-78%) تصورات محايدة.
- متوسط حسابي أقل من (1.67) ويعادل أقل من (55.67%) تصورات سلبية.

والنتائج في الجدول (19) الآتي توضح ذلك:

**جدول رقم (19) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب لاستجابات الرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على تصوراتهم نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها**

| الرقم | الفقرة                                                                                   | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | الترتيب | درجة الأثر |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|------------|
| 1     | اعتقد أن استخدام المرأة للفيس بوك منحها مزيداً من الحرية والقدرة على التعبير.            | 2.45            | 0.71              | 81.67          | 1       | إيجابية    |
| 2     | اعتقد أن استخدام المرأة للفيس بوك يساعد في تمكينها وتقوية شخصيتها.                       | 2.14            | 0.74              | 71.33          | 7       | محايدة     |
| 3     | أعطاهما الجرة للحديث مع الناس.                                                           | 2.30            | 0.76              | 76.67          | 5       | محايدة     |
| 4     | منحها الجرة للتعرف على أشخاص جدد.                                                        | 2.31            | 0.73              | 77.00          | 4       | محايدة     |
| 5     | اعتقد أن استخدام المرأة لموقع فيس بوك منحها مزيداً من الثقة بالنفس.                      | 2.26            | 0.75              | 75.33          | 6       | محايدة     |
| 6     | اعتقد أن استخدام المرأة للفيس بوك يجعلها أكثر سعادة.                                     | 2.32            | 0.72              | 77.33          | 3       | محايدة     |
| 7     | استخدام المرأة للفيس بوك يمكنها من قضاء الكثير من احتياجاتها وشؤونها الخاصة واهتماماتها. | 2.09            | 0.74              | 69.67          | 8       | محايدة     |

|                     |                                                                            |      |      |       |   |         |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------|------|------|-------|---|---------|
| 8                   | أثر استخدام الفيس بوك إيجاباً على ثقافة المرأة.                            | 2.06 | 0.75 | 68.67 | 9 | محايدة  |
| 9                   | استخدام المرأة للفيس بوك مكنها من الحديث والتحاور والنقاش معي ومع الآخرين. | 2.36 | 0.66 | 78.67 | 2 | إيجابية |
| الدرجة الكلية للأثر |                                                                            | 2.26 | 0.53 | 75.33 |   | محايدة  |

وتشير النتائج في الجدول (19) إلى أن الدرجة الكلية لتصورات الرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها قد جاءت محايدة، إذ حصلت الدرجة الكلية لاستجابات العاملين على متوسط حسابي (2.26) بانحراف معياري (0.53) ونسبة مئوية بلغت (75.33%).

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى أن كافة فقرات تصورات الرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها قد جاءت بصورة محايدة، باستثناء فقرتين جاءتتا بصورة إيجابية، وهما الفقرة (1) التي تنص على "اعتقد أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك منحها مزيداً من الحرية والقدرة على التعبير"، وحصلت على متوسط حسابي (2.45) بانحراف معياري (0.71)، والفقرة (9) التي تنص على "استخدام المرأة للفيس بوك مكنها من الحديث والتحاور والنقاش معي ومع الآخرين"، بمتوسط حسابي (2.36) وانحراف معياري (0.66).

### 3.4 عرض نتائج فرضيات الدراسة:

#### 1.3.4 نتيجة الفرضية الرئيسة الأولى:

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي.

ولفحص الفرضية، استخدمت الباحثة اختبار "ت" لمجموعتين مستقلتين (Independent T-test) ونتائج الجدول (20) تبين ذلك.



الجدول رقم (20) نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لفحص دلالة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي.

| الرقم | الفقرة                                                                             | النوع الاجتماعي<br>إمرأة (ن=310) |          | النوع الاجتماعي<br>رجل (ن=110) |          | قيمة<br>ت | مستوى<br>الدلالة |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------|--------------------------------|----------|-----------|------------------|
|       |                                                                                    | المتوسط                          | الانحراف | المتوسط                        | الانحراف |           |                  |
| 1     | للتواصل مع الأهل والأصدقاء.                                                        | 4.24                             | 0.58     | 4.06                           | 0.94     | 2.31      | 0.021            |
| 2     | لتكوين صداقات وعلاقات جديدة.                                                       | 3.70                             | 0.87     | 3.46                           | 1.06     | 2.27      | 0.023            |
| 3     | للتواصل مع زملاء العمل.                                                            | 3.96                             | 0.70     | 3.58                           | 0.93     | 4.43      | 0.000            |
| 4     | للبحث عن الصداقات والمعارف القديمة والتواصل معهم.                                  | 3.98                             | 0.70     | 3.65                           | 0.93     | 3.96      | 0.000            |
| 5     | للتعبير بحرية.                                                                     | 3.62                             | 0.90     | 3.59                           | 0.91     | 0.25      | 0.801            |
| 6     | لتبادل الأفكار والثقافات مع الآخرين.                                               | 3.90                             | 0.65     | 3.53                           | 1.00     | 4.48      | 0.000            |
| 7     | للتثقيف ومتابعة كل جديد من أخبار ومعلومات، ومعرفة ما يحدث حولي.                    | 4.10                             | 0.61     | 3.39                           | 1.10     | 8.32      | 0.000            |
| 8     | حباً في الظهور وإبداء الأصدقاء إعجابهم بمشاركاتها ومنشوراتها.                      | 3.33                             | 1.07     | 3.77                           | 1.01     | -3.79     | 0.000            |
| 9     | لتمكين المرأة ومساعدتها على إبراز قضاياها وهمومها.                                 | 3.68                             | 0.85     | 3.48                           | 1.07     | 1.93      | 0.054            |
| 10    | لأن موقع فيس بوك يشكل فضاءً مفتوحاً للتمرد والثورة على القيود المفروضة على المرأة. | 3.45                             | 0.95     | 3.52                           | 1.14     | -0.66     | 0.512            |
| 11    | للهروب من الواقع وإنشاء عالم افتراضي خاص.                                          | 2.56                             | 1.01     | 3.49                           | 1.03     | -8.25     | 0.000            |
| 12    | للترفيه والتسلية.                                                                  | 3.98                             | 0.64     | 4.08                           | 0.76     | -1.32     | 0.188            |

|    |                                                |      |      |      |      |       |       |
|----|------------------------------------------------|------|------|------|------|-------|-------|
| 13 | لإنشاء مشاريع خاصة والترويج لها عبر الفيس بوك. | 3.29 | 0.88 | 3.36 | 1.05 | -0.68 | 0.495 |
| 14 | للبحث عن وظائف.                                | 3.69 | 0.85 | 3.39 | 1.10 | 2.95  | 0.003 |
| 15 | لممارسة الأنشطة المجتمعية.                     | 3.83 | 0.73 | 3.55 | 1.09 | 2.92  | 0.004 |
| 16 | لممارسة الأنشطة النسوية.                       | 3.72 | 0.82 | 3.47 | 1.08 | 2.49  | 0.013 |
| 17 | لممارسة الأنشطة السياسية.                      | 2.73 | 1.08 | 3.10 | 1.21 | -2.97 | 0.003 |

\*دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )، ودرجة حرية (418).

ويتضح من الجدول (20) السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العاملات والعاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظرهم، حيث يلاحظ من خلال النظر إلى قيم مستوى الدلالة ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي على الفقرات (1، 2، 3، 4، 6، 7، 14، 15، 16)، وبالتالي فإننا لا نقبل الفرضية على هذه الفقرات، ونقول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على هذه الفقرات تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، وكانت هذه الفروق لصالح المرأة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي على الفقرات (8، 11، 17)، وبالتالي فإننا لا نقبل الفرضية على هذه الفقرات، ونقول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على هذه الفقرات تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، وكانت هذه الفروق لصالح الرجل.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي على الفقرات (5، 9، 10، 12، 13)، وبالتالي فإننا نقبل الفرضية على هذه الفقرات، ونقول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على هذه الفقرات تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي.

#### 2.3.4 نتيجة الفرضية الرئيسة الثانية والفرضيات المنبثقة عنها:

##### أولاً: نتيجة الفرضية الأولى

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تعزى لمتغير الفئة العمرية.

ولفحص هذه الفرضية، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدلالة الفروق في آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الفئة العمرية، والنتائج في الجدولين (21) و (22) تبين ذلك.

الجدول رقم (21) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الفئة العمرية (ن=310)

| الفئة العمرية      | أقل من 25 سنة<br>(ن = 66) |          | 25 إلى أقل من 35 سنة<br>(ن = 105) |          | 35 إلى أقل من 45 سنة<br>(ن = 78) |          | 45 إلى أقل من 55 سنة<br>(ن = 47) |          | 55 سنة فأكثر<br>(ن = 14) |          |
|--------------------|---------------------------|----------|-----------------------------------|----------|----------------------------------|----------|----------------------------------|----------|--------------------------|----------|
|                    | المتوسط                   | الانحراف | المتوسط                           | الانحراف | المتوسط                          | الانحراف | المتوسط                          | الانحراف | المتوسط                  | الانحراف |
| الشخصي             | 3.38                      | 0.59     | 3.44                              | 0.59     | 3.54                             | 0.52     | 3.46                             | 0.74     | 3.32                     | 0.56     |
| الوجداني           | 3.56                      | 0.57     | 3.71                              | 0.17     | 3.58                             | 0.63     | 3.65                             | 0.48     | 3.35                     | 0.81     |
| الاجتماعي          | 3.37                      | 0.59     | 3.71                              | 0.27     | 3.47                             | 0.56     | 3.31                             | 0.72     | 3.36                     | 0.58     |
| المعرفي            | 3.62                      | 0.47     | 3.92                              | 0.23     | 3.78                             | 0.43     | 3.58                             | 0.52     | 3.59                     | 0.51     |
| الإيجابية والتفاؤل | 3.55                      | 0.54     | 3.78                              | 0.32     | 3.64                             | 0.66     | 3.35                             | 0.84     | 3.52                     | 0.53     |
| الدرجة الكلية      | 3.50                      | 0.38     | 3.71                              | 0.27     | 3.52                             | 0.33     | 3.47                             | 0.44     | 3.43                     | 0.35     |

الجدول (22): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات العائلات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الفئة العمرية (ن = 310)

| البعد              | مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة (ف) المحسوبة | مستوى الدلالة |
|--------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|-------------------|---------------|
| الشخصي             | بين المجموعات  | 2.324          | 4            | 0.581          | 1.693             | 0.151         |
|                    | داخل المجموعات | 104.676        | 305          | 0.343          |                   |               |
|                    | المجموع        | 107.001        | 309          |                |                   |               |
| الوجداني           | بين المجموعات  | 4.725          | 4            | 1.181          | 2.772             | 0.027*        |
|                    | داخل المجموعات | 129.978        | 305          | 0.426          |                   |               |
|                    | المجموع        | 134.704        | 309          |                |                   |               |
| الاجتماعي          | بين المجموعات  | 2.499          | 4            | 0.625          | 1.791             | 0.130         |
|                    | داخل المجموعات | 106.410        | 305          | 0.349          |                   |               |
|                    | المجموع        | 108.910        | 309          |                |                   |               |
| المعرفي            | بين المجموعات  | 3.125          | 4            | 0.781          | 3.596             | 0.007*        |
|                    | داخل المجموعات | 66.265         | 305          | 0.217          |                   |               |
|                    | المجموع        | 69.390         | 309          |                |                   |               |
| الإيجابية والتفاؤل | بين المجموعات  | 3.470          | 4            | 0.868          | 2.211             | 0.068         |
|                    | داخل المجموعات | 119.699        | 305          | 0.392          |                   |               |
|                    | المجموع        | 123.170        | 309          |                |                   |               |
| الدرجة الكلية      | بين المجموعات  | 0.781          | 4            | 0.195          | 1.497             | 0.203         |
|                    | داخل المجموعات | 39.777         | 305          | 0.130          |                   |               |
|                    | المجموع        | 40.558         | 309          |                |                   |               |

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ).

ويتضح من الجدول رقم (22) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات العائلات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الفئة العمرية على الدرجة الكلية لها وعلى أبعادها الشخصي والاجتماعي والإيجابية والتفاؤل، كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات العائلات على البعدين الوجداني والمعرفي. ولمعرفة مصدر الفروق، تم استخدام اختبار (LSD) للمقارنات البعدية، والنتائج في الجدول (23) الآتي توضح ذلك:

الجدول رقم (23) نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين متوسطات البعدين الوجداني والمعرفي وفقاً لمتغير الفئة العمرية

| البعد    | المستوى              | أقل من 25 سنة | 25 إلى أقل من 35 سنة | 35 إلى أقل من 45 سنة | 45 إلى أقل من 55 سنة | 55 سنة فأكثر |
|----------|----------------------|---------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------------|
| الوجداني | أقل من 25 سنة        |               | -0.1461              | -0.0119              | -0.0834              | 0.2158*      |
|          | 25 إلى أقل من 35 سنة |               |                      | 0.1341               | -0.0626              | 0.3619*      |
|          | 35 إلى أقل من 45 سنة |               |                      |                      | -0.0714              | 0.2277*      |
|          | 45 إلى أقل من 55 سنة |               |                      |                      |                      | 0.2992*      |
|          | 55 سنة فأكثر         |               |                      |                      |                      |              |
| المعرفي  | أقل من 25 سنة        |               | -0.2965*             | -0.1578*             | 0.0433               | 0.0285       |
|          | 25 إلى أقل من 35 سنة |               |                      | 0.1864*              | 0.3250*              | 0.3398*      |
|          | 35 إلى أقل من 45 سنة |               |                      |                      | 0.2011*              | 0.1386       |
|          | 45 إلى أقل من 55 سنة |               |                      |                      |                      | -0.0147      |
|          | 55 سنة فأكثر         |               |                      |                      |                      |              |

وبلاحظ من الجدول (23) السابق ما يلي:

أولاً: على البعد الوجداني

- وجود فروق دالة إحصائية على هذا البعد بين الفئات العمرية (أقل من 25 سنة، 25 إلى أقل من 35 سنة، 35 إلى أقل من 45 سنة، 45 إلى أقل من 55 سنة) من جهة، وبين الفئة العمرية الكبيرة (55 سنة فأكثر) ولصالح الفئات العمرية الأقل سناً كل على حدة.

ثانياً: على البعد المعرفي

- وجود فروق دالة إحصائية على هذا البعد بين الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) من جهة، والفئتان العمريتان (25 إلى أقل من 35 سنة، 35 إلى أقل من 45 سنة) من جهة أخرى، ولصالح الفئتان العمريتان (25 إلى أقل من 35 سنة، 35 إلى أقل من 45 سنة) كل على حدة.
- وجود فروق دالة إحصائية على هذا البعد بين الفئة العمرية (25 إلى أقل من 35 سنة) من جهة، والفئات العمرية (35 إلى أقل من 45 سنة، 45 إلى أقل من 55 سنة، 55 سنة فأكثر) من جهة أخرى، وكانت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية (25 إلى أقل من 35 سنة).

- وجود فروق دالة إحصائية على هذا البعد بين الفئة العمرية (35 إلى أقل من 45 سنة)، والفئة العمرية (45 إلى أقل من 55 سنة)، ولصالح الفئة العمرية (35 إلى أقل من 45 سنة).

#### ثانياً: نتيجة الفرضية الثانية

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تعزى لمتغير المؤهل العلمي. ولفحص هذه الفرضية، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدلالة الفروق في آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير المؤهل العلمي، والنتائج في الجدولين (24) و (25) تبين ذلك.

الجدول (24) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير المؤهل العلمي (ن=310)

| المؤهل العلمي          |  | ثانوية عامة فأقل<br>(ن = 10) |          | دبلوم<br>(ن = 82) |          | بكالوريوس<br>(ن = 189) |          | دراسات عليا<br>(ن = 29) |          |
|------------------------|--|------------------------------|----------|-------------------|----------|------------------------|----------|-------------------------|----------|
| الأبعاد                |  | المتوسط                      | الانحراف | المتوسط           | الانحراف | المتوسط                | الانحراف | المتوسط                 | الانحراف |
| البعد الشخصي           |  | 3.58                         | 0.38     | 3.48              | 0.55     | 3.42                   | 0.61     | 3.34                    | 0.60     |
| البعد الوجداني         |  | 3.39                         | 0.66     | 3.48              | 0.69     | 3.50                   | 0.66     | 3.80                    | 0.52     |
| البعد الاجتماعي        |  | 3.31                         | 0.50     | 3.43              | 0.63     | 3.41                   | 0.59     | 3.37                    | 0.57     |
| البعد المعرفي          |  | 3.31                         | 0.33     | 3.64              | 0.51     | 3.68                   | 0.46     | 3.69                    | 0.53     |
| بعد الإيجابية والتفاؤل |  | 3.61                         | 0.52     | 3.56              | 0.63     | 3.55                   | 0.63     | 3.51                    | 0.73     |
| الدرجة الكلية للأبعاد  |  | 3.53                         | 0.37     | 3.50              | 0.38     | 3.50                   | 0.36     | 3.56                    | 0.36     |

الجدول (25): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات العائلات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير المؤهل العلمي (ن = 310)

| البعد              | مصدر التباين    | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة (ف) المحسوبة | مستوى الدلالة |
|--------------------|-----------------|----------------|--------------|----------------|-------------------|---------------|
| الشخصي             | بين المجموعات   | 0.591          | 3            | 0.197          | 0.567             | 0.637         |
|                    | داخل المجموعات  | 106.409        | 306          | 0.348          |                   |               |
|                    | المجموع (الكلي) | 107.001        | 309          |                |                   |               |
| الوجداني           | بين المجموعات   | 2.625          | 3            | 0.875          | 2.027             | 0.110         |
|                    | داخل المجموعات  | 132.079        | 306          | 0.432          |                   |               |
|                    | المجموع (الكلي) | 134.704        | 309          |                |                   |               |
| الاجتماعي          | بين المجموعات   | 0.144          | 3            | 0.048          | 0.135             | 0.939         |
|                    | داخل المجموعات  | 108.766        | 306          | 0.355          |                   |               |
|                    | المجموع (الكلي) | 108.910        | 309          |                |                   |               |
| المعرفي            | بين المجموعات   | 0.412          | 3            | 0.137          | 0.609             | 0.610         |
|                    | داخل المجموعات  | 68.979         | 306          | 0.225          |                   |               |
|                    | المجموع (الكلي) | 69.390         | 309          |                |                   |               |
| الإيجابية والتفاؤل | بين المجموعات   | 0.080          | 3            | 0.027          | 0.066             | 0.978         |
|                    | داخل المجموعات  | 123.090        | 306          | 0.402          |                   |               |
|                    | المجموع (الكلي) | 123.170        | 309          |                |                   |               |
| الدرجة الكلية      | بين المجموعات   | 0.122          | 3            | 0.041          | 0.307             | 0.820         |
|                    | داخل المجموعات  | 40.436         | 306          | 0.132          |                   |               |
|                    | المجموع (الكلي) | 40.558         | 309          |                |                   |               |

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ).

ويتضح من الجدول رقم (25) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات العائلات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير المؤهل العلمي على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها.

### ثالثاً: نتيجة الفرضية الثالثة

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية. ولفحص هذه الفرضية، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدلالة الفروق في آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية، والنتائج في الجدولين (26) و (27) تبين ذلك.

الجدول (26) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية (ن=310)

| المؤهل العلمي          | عزباء<br>(ن = 83) |          | متزوجة<br>(ن = 214) |          | مطلقة<br>(ن = 6) |          | أرملة<br>(ن = 7) |          |
|------------------------|-------------------|----------|---------------------|----------|------------------|----------|------------------|----------|
|                        | المتوسط           | الانحراف | المتوسط             | الانحراف | المتوسط          | الانحراف | المتوسط          | الانحراف |
| البعد الشخصي           | 3.32              | 0.63     | 3.47                | 0.58     | 3.46             | 0.35     | 3.57             | 0.19     |
| البعد الوجداني         | 3.56              | 0.65     | 3.53                | 0.63     | 3.23             | 0.72     | 2.68             | 1.15     |
| البعد الاجتماعي        | 3.26              | 0.63     | 3.45                | 0.58     | 3.67             | 0.07     | 3.53             | 0.52     |
| البعد المعرفي          | 3.60              | 0.50     | 3.71                | 0.47     | 3.77             | 0.22     | 3.37             | 0.35     |
| بعد الإيجابية والتفاؤل | 3.45              | 0.65     | 3.58                | 0.63     | 4.02             | 0.28     | 3.63             | 0.40     |
| الدرجة الكلية للأبعاد  | 3.44              | 0.37     | 3.54                | 0.36     | 3.57             | 0.13     | 3.28             | 0.28     |

الجدول (27): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية (ن = 310)

| البعد    | مصدر التباين    | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة (ف) المحسوبة | مستوى الدلالة |
|----------|-----------------|----------------|--------------|----------------|-------------------|---------------|
| الشخصي   | بين المجموعات   | 1.525          | 3            | 0.508          | 1.474             | 0.222         |
|          | داخل المجموعات  | 105.476        | 306          | 0.345          |                   |               |
|          | المجموع (الكلي) | 107.001        | 309          |                |                   |               |
| الوجداني | بين المجموعات   | 5.672          | 3            | 1.891          | 4.484             | 0.004*        |
|          | داخل المجموعات  | 129.031        | 306          | 0.422          |                   |               |
|          | المجموع (الكلي) | 134.704        | 309          |                |                   |               |



|       |       |       |     |         |                 |                    |
|-------|-------|-------|-----|---------|-----------------|--------------------|
| 0.054 | 2.578 | 0.895 | 3   | 2.685   | بين المجموعات   | الاجتماعي          |
|       |       | 0.347 | 306 | 106.224 | داخل المجموعات  |                    |
|       |       |       | 309 | 108.910 | المجموع (الكلي) |                    |
| 0.082 | 2.254 | 0.500 | 3   | 1.500   | بين المجموعات   | المعرفي            |
|       |       | 0.222 | 306 | 67.890  | داخل المجموعات  |                    |
|       |       |       | 309 | 69.390  | المجموع (الكلي) |                    |
| 0.110 | 2.031 | 0.802 | 3   | 2.405   | بين المجموعات   | الإيجابية والتفاؤل |
|       |       | 0.395 | 306 | 120.765 | داخل المجموعات  |                    |
|       |       |       | 309 | 123.170 | المجموع (الكلي) |                    |
| 0.082 | 2.258 | 0.293 | 3   | 0.878   | بين المجموعات   | الدرجة الكلية      |
|       |       | 0.130 | 306 | 39.679  | داخل المجموعات  |                    |
|       |       |       | 309 | 40.558  | المجموع (الكلي) |                    |

\* دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ).

ويتضح من الجدول رقم (27) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقافتها بنفسها تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها باستثناء البعد الوجداني. ولمعرفة مصدر الفروق على البعد الوجداني تم استخدام اختبار (LSD) للمقارنات البعدية، والنتائج في الجدول (28) الآتي توضح ذلك:

الجدول (28) نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على البعد الوجداني وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

| البعد    | المستوى | عزباء | متزوجة | مطلقة  | أرملة   |
|----------|---------|-------|--------|--------|---------|
| الوجداني | عزباء   |       | 0.0303 | 0.3355 | 0.8861* |
|          | متزوجة  |       |        | 0.3053 | 0.8558* |
|          | مطلقة   |       |        |        | 0.5506  |
|          | أرملة   |       |        |        |         |

\* مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ).

وبلاحظ من الجدول (28) السابق وجود فروق دالة إحصائية على البعد الوجداني بين الحالة الاجتماعية (عزباء)، والحالة الاجتماعية (أرملة) ولصالح العزباء، ووجود فروق دالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية (متزوجة) والحالة الاجتماعية (أرملة)، ولصالح المتزوجة.

#### رابعاً: نتيجة الفرضية الرابعة

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تعزى لمتغير الدخل الشهري. ولفحص هذه الفرضية، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدلالة الفروق في آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الدخل الشهري، والنتائج في الجدولين (29) و(30) تبين ذلك.

الجدول (29) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الدخل الشهري (ن=310)

| الأبعاد            | أقل من 1500 شيقل<br>(ن = 39) |          | 1500 - أقل من 3000 شيقل<br>(ن = 106) |          | 3000 - أقل من 4500 شيقل<br>(ن = 94) |          | 4500 - أقل من 6000 شيقل<br>(ن = 44) |          | 6000 شيقل فأكثر<br>(ن = 27) |          |
|--------------------|------------------------------|----------|--------------------------------------|----------|-------------------------------------|----------|-------------------------------------|----------|-----------------------------|----------|
|                    | المتوسط                      | الانحراف | المتوسط                              | الانحراف | المتوسط                             | الانحراف | المتوسط                             | الانحراف | المتوسط                     | الانحراف |
| الشخصي             | 3.52                         | 0.58     | 3.36                                 | 0.58     | 3.36                                | 0.62     | 3.58                                | 0.56     | 3.60                        | 0.49     |
| الوجداني           | 3.60                         | 0.53     | 3.48                                 | 0.75     | 3.57                                | 0.63     | 3.36                                | 0.69     | 3.65                        | 0.47     |
| الاجتماعي          | 3.55                         | 0.55     | 3.31                                 | 0.60     | 3.29                                | 0.66     | 3.62                                | 0.42     | 3.65                        | 0.41     |
| المعرفي            | 3.79                         | 0.47     | 3.65                                 | 0.47     | 3.58                                | 0.50     | 3.74                                | 0.44     | 3.86                        | 0.37     |
| الإيجابية والتفاؤل | 3.57                         | 0.60     | 3.51                                 | 0.65     | 3.45                                | 0.72     | 3.67                                | 0.50     | 3.82                        | 0.35     |
| الدرجة الكلية      | 3.60                         | 0.37     | 3.45                                 | 0.36     | 3.45                                | 0.37     | 3.56                                | 0.32     | 3.70                        | 0.28     |

الجدول (30): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الدخل الشهري (ن = 310)

| البعد              | مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة (ف) المحسوبة | مستوى الدلالة |
|--------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|-------------------|---------------|
| الشخصي             | بين المجموعات  | 3.161          | 4            | 0.790          | 2.321             | 0.057         |
|                    | داخل المجموعات | 103.840        | 305          | 0.340          |                   |               |
|                    | المجموع        | 107.001        | 309          |                |                   |               |
| الوجداني           | بين المجموعات  | 2.218          | 4            | 0.554          | 1.276             | 0.279         |
|                    | داخل المجموعات | 132.486        | 305          | 0.434          |                   |               |
|                    | المجموع        | 134.704        | 309          |                |                   |               |
| الاجتماعي          | بين المجموعات  | 6.837          | 4            | 1.709          | 5.107             | 0.001*        |
|                    | داخل المجموعات | 102.073        | 305          | 0.335          |                   |               |
|                    | المجموع        | 108.910        | 309          |                |                   |               |
| المعرفي            | بين المجموعات  | 2.571          | 4            | 0.643          | 2.934             | 0.021*        |
|                    | داخل المجموعات | 66.819         | 305          | 0.219          |                   |               |
|                    | المجموع        | 69.390         | 309          |                |                   |               |
| الإيجابية والتفاؤل | بين المجموعات  | 3.657          | 4            | 0.914          | 2.333             | 0.056         |
|                    | داخل المجموعات | 119.513        | 305          | 0.392          |                   |               |
|                    | المجموع        | 123.170        | 309          |                |                   |               |
| الدرجة الكلية      | بين المجموعات  | 2.230          | 4            | 0.558          | 4.437             | 0.002*        |
|                    | داخل المجموعات | 38.327         | 305          | 0.126          |                   |               |
|                    | المجموع        | 40.558         | 309          |                |                   |               |

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ).

ويتضح من الجدول رقم (30) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الدخل الشهري على الدرجة الكلية لها وعلى البعدين الاجتماعي والمعرفي. ولمعرفة مصدر هذه الفروق تم استخدام اختبار (LSD) للمقارنات البعدية، والنتائج في الجدول (31) الآتي توضح ذلك:

الجدول (31) نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين متوسطات استجابات العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على الدرجة الكلية لها وعلى البعدين الاجتماعي والمعرفي وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

| البعد           | المستوى                 | أقل من 1500 شيقل | 1500 - أقل من 3000 شيقل | 3000 - أقل من 4500 شيقل | 4500 - أقل من 6000 شيقل | 6000 شيقل فأكثر |
|-----------------|-------------------------|------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------|
| البعد الاجتماعي | أقل من 1500 شيقل        |                  | 0.2444*                 | 0.2674*                 | -0.0702                 | -0.0923         |
|                 | 1500 - أقل من 3000 شيقل |                  |                         | 0.0229                  | -0.3147*                | -0.3368*        |
|                 | 3000 - أقل من 4500 شيقل |                  |                         |                         | -0.3376*                | -0.3597*        |
|                 | 4500 - أقل من 6000 شيقل |                  |                         |                         |                         | -0.0221         |
|                 | 6000 شيقل فأكثر         |                  |                         |                         |                         |                 |
| البعد المعرفي   | أقل من 1500 شيقل        |                  | 0.1422                  | 0.2086*                 | 0.0469                  | -0.0726         |
|                 | 1500 - أقل من 3000 شيقل |                  |                         | 0.0664                  | -0.0952                 | -0.2148*        |
|                 | 3000 - أقل من 4500 شيقل |                  |                         |                         | -0.1616                 | -0.2813*        |
|                 | 4500 - أقل من 6000 شيقل |                  |                         |                         |                         | -0.1196         |
|                 | 6000 شيقل فأكثر         |                  |                         |                         |                         |                 |
| الدرجة الكلية   | أقل من 1500 شيقل        |                  | 0.1536*                 | 0.1575*                 | 0.0420                  | -0.0998         |
|                 | 1500 - أقل من 3000 شيقل |                  |                         | -0.0038                 | -0.1116                 | -0.2534*        |
|                 | 3000 - أقل من 4500 شيقل |                  |                         |                         | -0.1155                 | -0.2573*        |
|                 | 4500 - أقل من 6000 شيقل |                  |                         |                         |                         | 0.1418          |
|                 | 6000 شيقل فأكثر         |                  |                         |                         |                         |                 |

\* مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ).

ويلاحظ من الجدول (31) السابق وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الدخل الشهري كالآتي:

- على البعد الاجتماعي: يلاحظ وجود فروق بين مستوى فئة الدخل (أقل من 1500 شيقل) من جهة، ومستوى فئتي الدخل (1500 إلى أقل من 3000، و3000 إلى أقل من 4500)، وكانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل المنخفض (أقل من 1500 شيقل). كما يلاحظ على البعد الاجتماعي أيضاً وجود فروق بين مستوى فئتي الدخل (1500 إلى أقل من 3000، و3000 إلى أقل من 4500) وبين مستوى فئتي الدخل (4500 إلى أقل من 6000 شيقل، و6000 شيقل فأكثر)، وكانت هذه الفروق في كل الحالات لصالح فئتي الدخل المرتفع (4500 إلى أقل من 6000 شيقل، و6000 شيقل فأكثر).

- على البعد المعرفي: يلاحظ وجود فروق بين مستوى فئة الدخل (أقل من 1500 شيقل)، ومستوى فئة الدخل (3000 إلى أقل من 4500)، و لصالح فئة الدخل المنخفض (أقل من 1500 شيقل). كما يلاحظ على البعد المعرفي أيضاً وجود فروق بين مستوى فئتي الدخل (1500 إلى أقل من 3000) من جهة، وبين مستوى فئتي الدخل (4500 إلى أقل من 6000، وفئة 6000 شيقل فأكثر) من جهة أخرى، وكانت هذه الفروق لصالح فئات الدخل المرتفع (4500 إلى أقل من 6000، وفئة 6000 شيقل فأكثر). وتشير النتائج على البعد المعرفي أيضاً إلى وجود فروق بين مستوى فئة الدخل (3000 إلى أقل من 4500 شيقل) من جهة، وبين مستوى فئة الدخل (6000 شيقل فأكثر)، ولصالح فئة الدخل المرتفع أيضاً (6000 شيقل فأكثر).

- على الدرجة الكلية: يلاحظ وجود فروق بين مستوى فئة الدخل (أقل من 1500 شيقل) من جهة، ومستوى فئتي الدخل (1500 إلى أقل من 3000، و3000 إلى أقل من 4500)، وكانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل المنخفض (أقل من 1500 شيقل). كما يلاحظ على الدرجة الكلية أيضاً وجود فروق بين مستوى فئتي الدخل (1500 إلى أقل من 3000،

و3000 إلى أقل من 4500) من جهة، وبين مستوى فئة الدخل (6000 شيقل فأكثر) من جهة أخرى، وكانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل المرتفع (6000 شيقل فأكثر) في كلتا الحالتين.

#### خامساً: نتيجة الفرضية الخامسة

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقّتها بنفسها تعزى لمتغير مكان الإقامة. ولفحص هذه الفرضية، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدلالة الفروق في آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقّتها بنفسها تبعاً لمتغير مكان الإقامة، والنتائج في الجدولين (32) و(33) تبين ذلك.

الجدول (32) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقّتها بنفسها تبعاً لمتغير مكان الإقامة (ن=310)

| مكان الإقامة          |  | مدينة<br>(ن = 188) |          | قرية<br>(ن = 81) |          | مخيم<br>(ن = 41) |          |
|-----------------------|--|--------------------|----------|------------------|----------|------------------|----------|
| الأبعاد               |  | المتوسط            | الانحراف | المتوسط          | الانحراف | المتوسط          | الانحراف |
| الشخصي                |  | 3.36               | 0.61     | 3.47             | 0.58     | 3.68             | 0.46     |
| الوجداني              |  | 3.55               | 0.70     | 3.40             | 0.65     | 3.62             | 0.39     |
| الاجتماعي             |  | 3.32               | 0.64     | 3.46             | 0.56     | 3.72             | 0.23     |
| المعرفي               |  | 3.63               | 0.50     | 3.69             | 0.48     | 3.87             | 0.28     |
| الإيجابية والتفاؤل    |  | 3.48               | 0.69     | 3.58             | 0.58     | 3.85             | 0.28     |
| الدرجة الكلية للأبعاد |  | 3.46               | 0.36     | 3.50             | 0.37     | 3.72             | 0.25     |

الجدول (33): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات العائلات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير مكان السكن (ن = 310)

| البعد              | مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة (ف) المحسوبة | مستوى الدلالة |
|--------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|-------------------|---------------|
| الشخصي             | بين المجموعات  | 3.545          | 2            | 1.772          | 5.259             | 0.006*        |
|                    | داخل المجموعات | 103.456        | 307          | 0.337          |                   |               |
|                    | المجموع        | 107.001        | 309          |                |                   |               |
| الوجداني           | بين المجموعات  | 1.790          | 2            | 0.895          | 2.067             | 0.128         |
|                    | داخل المجموعات | 132.914        | 307          | 0.433          |                   |               |
|                    | المجموع        | 134.704        | 309          |                |                   |               |
| الاجتماعي          | بين المجموعات  | 5.879          | 2            | 2.940          | 8.759             | 0.000*        |
|                    | داخل المجموعات | 103.030        | 307          | 0.336          |                   |               |
|                    | المجموع        | 108.910        | 309          |                |                   |               |
| المعرفي            | بين المجموعات  | 1.879          | 2            | 0.940          | 4.273             | 0.015*        |
|                    | داخل المجموعات | 67.511         | 307          | 0.220          |                   |               |
|                    | المجموع        | 69.390         | 309          |                |                   |               |
| الإيجابية والتفاؤل | بين المجموعات  | 4.755          | 2            | 2.378          | 6.164             | 0.002*        |
|                    | داخل المجموعات | 118.414        | 307          | 0.386          |                   |               |
|                    | المجموع        | 123.170        | 309          |                |                   |               |
| الدرجة الكلية      | بين المجموعات  | 2.321          | 2            | 1.161          | 9.318             | 0.000*        |
|                    | داخل المجموعات | 38.236         | 307          | 0.125          |                   |               |
|                    | المجموع        | 40.558         | 309          |                |                   |               |

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ).

ويتضح من الجدول رقم (33) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \geq 0.05$  بين متوسطات استجابات العائلات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير مكان السكن على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها باستثناء البعد الوجداني. ولمعرفة مصدر هذه الفروق تم استخدام اختبار (LSD) للمقارنات البعدية، والنتائج في الجدول (34) الآتي توضح ذلك:

الجدول (34) نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين متوسطات استجابات العوامل في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها باستثناء البعد الوجداني وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

| البعد              | المستوى | مدينة | قرية    | مخيم     |
|--------------------|---------|-------|---------|----------|
| الشخصي             | مدينة   |       | -0.1107 | -0.3164* |
|                    | قرية    |       |         | -0.2056  |
|                    | مخيم    |       |         |          |
| الاجتماعي          | مدينة   |       | -0.1389 | -0.4086* |
|                    | قرية    |       |         | -0.2697* |
|                    | مخيم    |       |         |          |
| المعرفي            | مدينة   |       | -0.0564 | -0.2355* |
|                    | قرية    |       |         | -0.1791* |
|                    | مخيم    |       |         |          |
| الإيجابية والتفاؤل | مدينة   |       | -0.104  | -0.372*  |
|                    | قرية    |       |         | -0.267*  |
|                    | مخيم    |       |         |          |
| الدرجة الكلية      | مدينة   |       | -0.0369 | -0.2622* |
|                    | قرية    |       |         | -0.2253* |
|                    | مخيم    |       |         |          |

\* مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ).

وبلاحظ من الجدول (34) السابق وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات استجابات العوامل في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقافتها بنفسها تبعاً لمتغير مكان السكن كالآتي:

- على البعد الشخصي: يلاحظ وجود فروق بين مستوى مكان السكن (مدينة)، ومستوى مكان السكن (مخيم)، ولصالح مستوى مكان السكن (مخيم).
- على البعد الاجتماعي: يلاحظ وجود فروق بين مستوى مكان السكن (مدينة، وقرية) من جهة، ومستوى مكان السكن (مخيم) من جهة أخرى، ولصالح مكان السكن مخيم.
- على البعد المعرفي: يلاحظ وجود فروق بين مستوى مكان السكن (مدينة، وقرية) من جهة، ومستوى مكان السكن (مخيم) من جهة أخرى، ولصالح مكان السكن مخيم.



- على بعد الإيجابية والتفاؤل: يلاحظ وجود فروق بين مستوى مكان السكن (مدينة، وقرية) من جهة، ومستوى مكان السكن (مخيم) من جهة أخرى، ولصالح مكان السكن مخيم.
- على الدرجة الكلية: يلاحظ وجود فروق بين مستوى مكان السكن (مدينة، وقرية) من جهة، ومستوى مكان السكن (مخيم) من جهة أخرى، ولصالح مكان السكن مخيم.

#### سادساً: نتيجة الفرضية السادسة

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تعزى لمتغير قطاع العمل. ولفحص هذه الفرضية، تم استخدام اختبار (ت) لعينتين مستقلتين، والنتائج في الجدول (35) الآتي توضح ذلك:

الجدول (35): نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لفحص دلالة الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير قطاع العمل

| أبعاد الثقة بالنفس     | قطاع العمل | العدد | المتوسط | الانحراف | قيمة (ت) | مستوى الدلالة * |
|------------------------|------------|-------|---------|----------|----------|-----------------|
| البعد الشخصي           | خاص        | 157   | 3.47    | 0.57     | 1.282    | 0.201           |
|                        | عام        | 153   | 3.39    | 0.60     |          |                 |
| البعد الوجداني         | خاص        | 157   | 3.40    | 0.74     | -3.271   | *0.001          |
|                        | عام        | 153   | 3.64    | 0.55     |          |                 |
| البعد الاجتماعي        | خاص        | 157   | 3.42    | 0.56     | 0.281    | 0.779           |
|                        | عام        | 153   | 3.40    | 0.62     |          |                 |
| البعد المعرفي          | خاص        | 157   | 3.67    | 0.47     | -0.309   | 0.758           |
|                        | عام        | 153   | 3.68    | 0.48     |          |                 |
| بعد الإيجابية والتفاؤل | خاص        | 157   | 3.58    | 0.62     | 0.650    | 0.516           |
|                        | عام        | 153   | 3.53    | 0.65     |          |                 |
| الدرجة الكلية          | خاص        | 157   | 3.49    | 0.34     | -0.943   | 0.346           |
|                        | عام        | 153   | 3.53    | 0.39     |          |                 |

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ).

وتشير نتائج الجدول (35) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقّتها بنفسها تبعاً لمتغير قطاع العمل على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها باستثناء البعد الوجداني، حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ت) على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها أكبر من (0.05)، باستثناء البعد الوجداني الذي وجدت عليه فروق، والذي كان مستوى الدلالة لقيمة (ت) عليه (0.001) وهي قيمة أقل من القيمة المحددة في الفرضية، وبالتالي فإننا نرفض الفرضية على الدرجة الكلية وعلى كافة الأبعاد باستثناء البعد الوجداني، ويتضح من المتوسطات الحسابية أن الفروق على البعد الوجداني كانت لصالح العاملات في القطاع العام.

## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج والتوصيات

1.5 مناقشة النتائج المتعلقة بالأسئلة التمهيدية للدراسة

2.5 مناقشة النتائج المتعلقة بالأسئلة الرئيسة للدراسة

3.5 مناقشة النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة

4.5 ملخص نتائج الدراسة

5.5 التوصيات

## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج والتوصيات

يتضمن هذا الفصل مناقشة للنتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة، بعد إجراء التحليل الإحصائي لأسئلتها وفرضياتها، إضافة إلى التوصيات التي تم التوصل إليها في ضوء هذه النتائج، وفيما يلي بيان ذلك.

#### 1.5 مناقشة النتائج المتعلقة بالأسئلة التمهيدية للدراسة

##### 1.1.5 مناقشة نتائج السؤال التمهيدي الأول، ونصه: ما واقع استخدام المرأة الفلسطينية

للفيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

أعطت نتائج الجدول (6) وصفاً لواقع استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك من وجهة نظرها. فبينت النتائج أن النسبة الأعلى لمعدل الاستخدام اليومي للمرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك تتراوح ما بين (أكثر من ساعة إلى 3 ساعات) بنسبة بلغت (37.1%)، ثم ساعة واحدة فأقل بنسبة بلغت (36.1%). وأن عدد المشتركين (الأصدقاء في الصفحة الواحدة) يتباين ما بين (أقل من 50 صديق) بنسبة (28.8%)، وما بين (أكثر من 250 صديق) بنسبة قريبة من سابقتها بلغت (25.2%). وبينت النتائج أيضاً أن الطريقة التي تفضلها المرأة الفلسطينية في استخدام موقع فيس بوك هي الهاتف المحمول بنسبة بلغت (56.1%). وأن إمكانية استخدام الموقع خلال العمل غير متاحة مطلقاً بنسبة بلغت (37.1%)، وأن المرأة الفلسطينية تفضل استخدام الموقع دون تحديد لوقت محدد للاستخدام بنسبة بلغت (35.5%)، مع أن (33.8%) منهن أشرن أنهن يفضلن استخدامه خلال ساعات المساء. كما بين ما نسبته (71%) من عينة الدراسة من العاملات أن المرأة الفلسطينية لا تستخدم اسماً مستعاراً في حسابها الرسمي على موقع فيس بوك، وأكد ما نسبته (88.1%) منهن أن المرأة الفلسطينية لا تستخدم أكثر من حساب على موقع فيس بوك. وتبين أيضاً أن مشاركة المرأة الفلسطينية على موقع فيس بوك تنحصر في كونها صاحبة صفحة وغير مشاركة في التعليقات بنسبة بلغت (42.9%)، فيما لم

تتجاوز نسبة النساء صاحبات التجمعات النشطة على الموقع (10%) منهن من وجهات نظرهن. كما بينت النتائج وجود تقارب في نسبة النساء الفلسطينيات اللواتي يشتركن في برامج أو مجموعات اجتماعية متخصصة على الموقع، إذ ذكر ما نسبته (51.9%) منهن أنهن لا يشتركن في هذه المجموعات، فيما عبر (48.1%) منهن أنهن يشتركن في مجموعات متخصصة عبر الموقع. وبينت النتائج أيضاً أن درجة ثقة المرأة الفلسطينية في المعلومات التي يتم تبادلها عبر الموقع متوسطة بنسبة بلغت (59.7%) منهن، فيما لم تتجاوز نسبة الذين يثقون في هذه المعلومات بدرجة كبيرة (9.4%) منهن. وفيما يتعلق بتأثير الفيسبوك على حياة المرأة الفلسطينية فقد اختارت عينة الدراسة الحياد بنسبة بلغت (42.9%)، مع التأكيد على أن نسبة من يرون أن أثره كان إيجابياً عليهن بلغت (37.4%)، وبلغت نسبة من اعتقدن بتأثيره السلبي على حياتهن (19.7%). كما بين ما نسبته (56.1%) من عينة الدراسة أنهن أحياناً يشعرن بالضيق والإنزعاج إذا تم وضع قيود على استخدامهن للموقع. وذكر (54.5%) من عينة الدراسة من النساء أن المرأة الفلسطينية قد تجد أحياناً معارضة من قبل الزوج أو الأهل عند استخدام الفيس بوك لفترات طويلة. وعبر ما نسبته (50.3%) من النساء العاملات في القطاعين العام والخاص أنهن لا يعتقدن بوجود زيادة مطردة في حجم مشاركة المرأة الفلسطينية على موقع فيسبوك، وأن اللواتي يعتقدن عكس ذلك بشكل مؤكد لم تتجاوز نسبتهن (12.9%). وفيما يتعلق باعتقاد المرأة الفلسطينية حول مدى إمكانية استخدام الموقع في دعم قضاياها وتمكينها، فقد عبر ما نسبته (31%) منهن أنهن يعتقدن ذلك بدرجة كبيرة، فيما أكد ذلك بدرجة متوسطة ما نسبته (36.4%)، ورأى ما نسبته (32.6%) منهن أن المرأة الفلسطينية لم تُفَعّل الموقع في دعم قضاياها وتمكينها.

ولعل هذه النتائج تشير إلى وجود تباين في طبيعة استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظرهما. وربما يعود هذا التباين لاختلاف الأدوار التي تضطلع بها النساء في هذا الموقع، فالمرأة التي تمتلك صفحة نشطة، يختلف استخدامها عن المرأة المتصفح فقط وغير المشاركة، كما أن المرأة القائدة والتي تعتبر نفسها قدوة للآخرين يختلف استخدامها للموقع عن

باقي النساء، هذا ناهيك عن أن ظروف وإمكانات وقدرات النساء مختلفة، ولذلك فهن يتباين في طبيعة الاستخدام.

وتضيف الباحثة أن هذا التباين في الاستخدام بين النساء الفلسطينيات ربما يعود إلى اختلاف أهداف الاستخدام، فمما لا شك فيه أن المرأة التي تضع لنفسها هدفاً ورسالة تسعى من خلال الموقع إلى إيصالها والعمل عليها وتفعيلها، ستكون طبيعة استخدامها مختلفة عن المرأة التي تستخدمه بلا هدف أو لأغراض التسلية أو التواصل الاجتماعي أو ما شابه.

وفيما يلي مناقشة كل سؤال على حدة:

- فيما يتعلق بمتوسط الاستخدام اليومي للمرأة لموقع فيس بوك: بينت النتائج أن النسبة الأعلى لمعدل استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك تتراوح ما بين (ساعة إلى 3 ساعات) بنسبة بلغت (37.1%)، تلاها معدل الاستخدام (ساعة فأقل) بنسبة بلغت (36.1%)، فيما انخفضت نسبة النساء اللواتي يستخدمونه لمدة تزيد عن ثلاث ساعات يومياً، وترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية فالمرأة الفلسطينية العاملة ربما لا تجد متسعاً من الوقت لقضاء وقت طويل على هذا الموقع لانشغالها بأمر عملها وشؤون منزلها، وتعزو الباحثة تقارب نسب من يستخدمونه لمدة تقل عن ساعة والمدة ثلاث ساعات لاختلاف نشاطهن على الموقع، فصاحبة التجمع النشط تحتاج وقتاً أطول لقضائه على الموقع من تلك المتصفح فقط أو غير المشاركة، كما أن الوضع الاجتماعي للمرأة يلعب دوراً في ذلك، فربما تمتلك العزابات وقتاً أطول لقضائه على الموقع من النساء المتزوجات، كما تفسر الباحثة تباين النتائج المتعلقة بمدة الاستخدام اليومي لطبيعة الاستخدام، فربما تستثمره بعض النساء وتوظفه في تحقيق أهداف أو أغراض معينة، وبالتالي تحتاج إلى وقت أطول، وربما تتجاهله أخريات. وقد يُفسر تباين مدة الاستخدام لاختلاف مدى إدراك وفهم المرأة الفلسطينية لطبيعة وإمكانات الموقع. وتتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه منصور (2014) والذي بين أن الشباب الأردني يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي يومياً لمدة تتراوح بين الساعة والساعتين بنسبة بلغت (38.1%)، كما تتوافق مع نتائج دراسة عبد الرحيم (2013) الذي بين أن (50%) من

الطالبة الجامعيين يستخدمون موقع فيس بوك يومياً لمدة تزيد عن ساعتين. وتتوافق أيضاً مع ما أشار إليه سوليفان وباراديس (Sullivan & Paradise, 2012) بأن معدل الاستخدام اليومي للشباب الجامعي الأمريكي لموقع فيس بوك يبلغ (35.06) دقيقة.

- فيما يتعلق بعدد أصدقاء المشتركين: تبين أن هناك تقارباً بين من لديهم أقل من (50) صديق بنسبة بلغت (25.8%)، وبين من لديهم (250 صديق فأكثر) بنسبة بلغت (25.2%)، وربما يكون هذا مؤشراً على تباين طبيعة نشاط المرأة الفلسطينية على الموقع، ومدى إدراكها وتوظيفها للخدمات التي يقدمها الموقع في خدمة قضاياها، وقد يعزى ذلك لاختلاف الصفات والقدرات الشخصية التي تمتلكها النساء. وتتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه سوليفان وباراديس (Sullivan & Paradise, 2012) الذي بين أن غالبية الشباب في الجامعات الأمريكية لديهم عدد من الأصدقاء على موقع فيس بوك بمعدل (37.44) شخصاً.
- طريقة الاستخدام المفضلة: كشفت النتائج أن الطريقة المفضلة لاستخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك من وجهة نظر العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس أنها من خلال الهاتف المحمول بنسبة بلغت (56.1%)، وترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية جداً، وذلك لما توفره الهواتف الذكية الحديثة من إمكانيات وقدرات للغوص في كافة أطراف الشبكات الاجتماعية، مع توفير حرية الحركة وعدم التقيد بوقت أو مكان، وتعتقد الباحثة أن هذه النتيجة قد تعد مؤشراً على طبيعة الاستخدام غير الهادف أو المنظم، ذلك أن الكمبيوتر أو المحمول (اللابتوب) قد يوفر إمكانيات ومزايا أكثر من الهاتف المحمول، وخصوصاً عندما يتعلق الأمر بالتجمعات النشطة وتحرير المشاركات ورفعها.
- إمكانية استخدام الهاتف أثناء العمل: تبين أن هناك تقارباً في ذلك، حيث بين ما نسبته (37.1%) أن الموقع غير متاح إطلاقاً أثناء العمل، وذكر ما نسبته (33.9%) أن الموقع متاح ولكن بشكل مقيد، وذكر (29%) من عينة الدراسة من العاملات أن الموقع متاح دائماً، وربما تعد هذه النتيجة مؤشراً على أن بعض الشركات أو المؤسسات في القطاعين العام والخاص توظف موقع فيس بوك في إجراءاتها ولذلك فهو متاح، وربما يكون التقيد لحث العاملين على الاستخدام الهادف فقط، وعدم إضاعة وقت العمل.

- الوقت المفضل للاستخدام: أشارت النتائج الواردة في الجدول (1) أن المرأة الفلسطينية تفضل استخدام الموقع دون تحديد لوقت محدد بنسبة بلغت (35%)، وترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية، فعدم تحديد وقت محدد يعد مؤشراً على توافر إمكانية الولوج إلى الموقع في كافة الأوقات حتى أثناء العمل، وربما يكون استخدام الموقع في صلب العمل نفسه، ذلك أن العديد من الشركات والمؤسسات وتحديداً الخاصة منها تقدم خدماتها من خلال الموقع وتحديداً فيما يتعلق بالتسويق والإعلانات وحملات الترويج والبيع والشراء من خلال الموقع. كما ذكر ما نسبته (33.8%) من عينة الدراسة أنهم يفضلون استخدام الموقع في ساعات المساء، ذلك أن المرأة الفلسطينية العاملة يكون وقتها الصباحي مشغول في تحضير التزاماتها تجاه أسرته وتحضير نفسها لعملها، وأن الوقت المناسب لها هو في ساعات المساء. كما كشفت نتائج الجدول (2) في الفقرة المتعلقة بتصورات الرجال عن الوقت الذي تفضله النساء لاستخدام الموقع أن هناك توافقاً بينهم، إذ بين ما نسبته (48.2%) من عينة الدراسة من الرجال أن النساء لا يوجد لديهن وقت محدد لاستخدام الموقع، وبين ما نسبته (25.5%) منهم أنهم يفضلون استخدامه في ساعات المساء. وتتوافق هذه النتيجة مع ما أشار إليه منصور (2014) والذي بين في دراسته أن (86.4%) من الشباب الجامعي في جامعة اليرموك يفضل استخدام الموقع من المنزل، وعادة ما يكون هذا الوقت في المساء.

- استخدام الاسم المستعار في الحساب الرسمي على الموقع: تباينت إجابات النساء والرجال حول هذا السؤال، فقد كشفت نتائج الجدول (1) أن (71%) من النساء العاملات لا يستخدمن اسماً مستعاراً في الحساب الرسمي على موقع فيس بوك بشكل مطلق، ولعل هذا مؤشراً على أن غالبية العاملات يستخدمن الموقع لتحقيق أغراض ملموسة، كالتواصل مع زملاء العمل مثلاً، أو أنهن يستخدمن الموقع لبناء علاقات حقيقية، أو لتحقيق غايات معينة، كممارسة الأنشطة المجتمعية أو ما شابه، كونهن لا يتوارين بأسماء مستعارة، بل يعبرن عن أنفسهن بأسمائهن الحقيقية من خلال الموقع. كما كشفت نتائج الجدول (2) المتعلق بتصورات الرجال عن هذه السؤال، أن (5.4%) فقط من الرجال يرون أن المرأة الفلسطينية لا تستخدم اسماً مستعاراً لها على الموقع، حيث أكد ما نسبته (58.2%) من الرجال في عينة الدراسة



أن المرأة الفلسطينية دائماً وغالباً ما تستخدم اسماً مستعاراً في حسابها الرسمي على الموقع. ولعل هذه النتيجة تكشف مدى التباين في تصورات الرجال عن سلوكيات واتجاهات المرأة نحو استخدام الموقع، فالحقيقة أن استخدام الاسم الحقيقي يشير غالباً إلى الاستخدام الهادف، أما استخدام أسماء مستعارة فربما يعبر عن مآرب أخرى لدى المستخدم قد تكون إيجابية وقد تكون سلبية، وربما يكون ذلك مؤشراً على انعدام حرية التعبير أو أن الموقع مراقب، ولذلك يلجأ البعض إلى استخدام الأسماء المستعارة للتواري بها. وتتوافق النتيجة التي أشارت إليها النساء مع ما توصلت إليه الدرمللي (2013) والتي بينت أن (57.5%) من الفلسطينيات يستخدمن أسماءهن الحقيقية على الموقع، وكذلك مع نتيجة دراسة خضر (2009) والتي بينت أن (82.4%) من الشباب المصري يستخدم اسمه الحقيقي على الموقع.

أما فيما يتعلق بسبب التباين في نتيجة هذا السؤال بين الرجال والنساء، فتعتقد الباحثة أن ذلك قد يكون بسبب الصورة الذهنية السائدة عن المرأة في المجتمع والتي تقيد المرأة وتحد من حريتها حتى في التعبير عن نفسها عبر الموقع، وأن الرجال ما زالوا يفكرون بهذه الطريقة، وربما يعزى ذلك لاعتقاد الرجال بأن موقع فيس بوك مراقب، وأن على المرأة أن تحافظ على نفسها من خلال استخدام اسم مستعار لها على الموقع، وخصوصاً إذا ما كانت من النوع الذي يطرح قضايا تحررية أو قضايا تنادي إلى أمور تخرج عن عاداتنا وتقاليدنا والتي ربما يكون بعضها صحيحاً ويجب أن يطرق. وربما يُفسر هذا التباين أيضاً بأن النساء الفلسطينيات يعتقدن أكثر من الرجال بأن موقع فيس بوك أضحى منصة إعلامية كبيرة، وأنه ينبغي أن يعبر الشخص عما يدور في خله أو عن أفكاره باسمه الحقيقي وليس باستخدام اسم مستعار، وأن هذا ما تقوم به النساء الفلسطينيات.

- بينت نتائج السؤال السابع أن الغالبية العظمى من العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس لا يستخدمن أكثر من حساب على موقع فيس بوك، بنسبة مئوية بلغت (88.1%)، وربما يكون هذا مؤشراً على إيجابية الاستخدام والوضوح في العلاقات القائمة على الفيس بوك، ذلك أن من يستخدم أكثر من حساب على نفس الموقع ربما يكون له أغراضاً يسعى للتواري من خلالها، وربما تفسر هذه النتيجة بأن النساء الفلسطينيات يعرفن

بمعايير استخدام الموقع، ذلك أن معايير مجتمع الفيس بوك تمنع أن يكون لمستخدم واحد أكثر من حساب شخصي على الموقع. وتختلف هذه النتيجة مع ما أشارت إليه السيد (2014) التي بينت في دراستها أن نسبة من يمتلك حساب واحد على مواقع التواصل الاجتماعي بلغت (0%).

- كشفت نتائج السؤال الثامن المتعلق بطبيعة استخدام العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس لموقع فيس بوك أن استخدامهن للموقع يتركز في التصفح والتعليق، حيث بين ما نسبته (42.9%) منهن أنهن صاحبات صفحات فقط وغير مشاركات في التعليقات، فيما ذكر (29%) منهن أنهن مجرد قارئات للمنشورات على الموقع ومعلقات نشطات، وذكر أيضاً ما نسبته (18.1%) منهن أنهن مشاركات نشطات من حيث التعليقات ومواضيع النقاش، فيما لم تتجاوز نسبة صاحبات الصفحات والتجمعات النشطة على موقع فيس بوك حاجز (10%) من عينة الدراسة. ولعل هذا يعد مؤشراً على سلبية توظيف العاملات في القطاعين العام والخاص للموقع في دعم قضايا المرأة وتمكينها، ويعد أيضاً دليلاً على سلبية الاستخدام، أو أن النساء الفلسطينيات لا يدركن جيداً الإمكانيات والفرص الإعلامية الكبيرة التي يوفرها هذا الموقع لمخاطبة الآخرين، وتشكيل رأي عام، بل ومحاولة التغيير والتمكين.
- بينت نتيجة السؤال التاسع وجود تقارب فيما يتعلق بإمكانية الاشتراك في البرامج أو المجموعات المتخصصة التي يوفرها موقع فيس بوك، حيث ذكر ما نسبته (51.9%) من العاملات أنهن لا يشتركن في مثل هذه المجموعات، فيما بين (48.1%) منهن أنهن يشتركن في مجموعات متخصصة على موقع فيس بوك. ولعل هذه النتيجة تشير إلى أن ما يقرب من نصف عينة الدراسة من العاملات تقريباً لا تدرك أو تقدر أهمية ومغزى المجموعات المتخصصة (Groups) على شبكة الفيس بوك، وهذا مؤشر على سلبية الاستخدام، فالمجموعات المتخصصة تتيح إمكانية تكوين العلاقات بحرية تامة، وخصوصية آمنة مع كثرة المتابعين، كما أنها قد تجمع أشخاصاً بناء على تخصص أو توجه معين، وهي تشكل فرصة لتوسيع دائرة العلاقات التي قد يحتاجها الشخص في مجال عمله أو وظيفته، وتوفر سرعة الاستجابة والتجاوب وتبادل الخبرات والتجارب الناجحة بين أفراد المجموعة الواحدة.

وبالتالي تشكل المجموعات المتخصصة للنساء فرصة للتمكين إن استطاعت أن توظفها بالشكل الصحيح. وتختلف هذه النتيجة إلى حد ما مع ما أشارت إليه دراسة السقاف (Al-Saqqaf, 2011) والتي بينت أن الفتيات السعوديات غالباً ما يلجأن إلى المجموعات المتخصصة للتعبير عن آرائهن بحرية.

- كشفت نتيجة السؤال العاشر المتعلق بثقة العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس في المعلومات التي يتم تبادلها عبر موقع فيس بوك أن الغالبية منهن تثق في هذه المعلومات بدرجة متوسطة بنسبة مئوية بلغت (59.7%)، فيما بين ما نسبته (9.4%) أن درجة ثقتهم بالمعلومات المتبادلة عبر الموقع مرتفعة، وذكر ما نسبته (31%) منهن أن درجة ثقتهم بالمعلومات المتبادلة منخفضة. وتعد هذه النتيجة مؤشراً على ضعف استغلال وتوظيف موقع فيس بوك من قبل العاملات في القطاعين العام والخاص في المدينة، فلو اشتركت النساء في مجموعات متخصصة لتحقيق هدف معين، أو إيصال رسالة ما لجمهور المتابعين لكانت درجة الثقة في المعلومات المتبادلة أعلى من ذلك. وتتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه أبو صلاح (2013) والذي بين أن مستوى ثقة الطالبات الجامعيات بموقع فيس بوك جاء بدرجة متوسطة.

- بينت نتيجة السؤال الحادي عشر المتعلق بمدى تأثير موقع فيس بوك على حياة العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس أن تأثيره كان إيجابياً بنسبة بلغت (37.4%)، فيما ذكر (19.7%) منهن أن تأثيره كان سلبياً، وأشارت الغالبية من عينة الدراسة من العاملات أنهن يتخذن موقف الحياد في ذلك بنسبة بلغت (42.9%). وبشكل عام تعد هذه النتيجة مؤشراً إيجابياً إلى حد ما، كون نسبة تفوق الثلث من عينة الدراسة أشارت إلى التأثير الإيجابي للموقع على حياتها، وهذا يشكل مدعاة للرياديات من النساء والفاعلات في المجتمع من النساء على ضرورة تعميم تجاربهن وخبراتهم وتوظيفها عبر هذا الموقع لزيادة هذه النسبة والتقليل من نسبة المحايادات. وتتوافق هذه النتيجة مع ما أشار إليه السيد (2014) والذي بين وجود تفاوت في المنفعة التي يحصل عليها الأفراد جرّاء استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي، حتى وإن كان لديهم نفس الطموح والدوافع، وأن الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي قد يؤثر سلباً على مهارات التواصل الاجتماعي للأفراد.

- أشارت نتيجة السؤال الثاني عشر المتعلق بمدى شعور العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس بالضيق والإنزعاج إذا تم وضع قيود على استخدامهن للموقع أن (10.4%) منهن فقط يشعرن بالضيق إذا تم تقييد استخدامهن للموقع، وبين (56.1%) منهن أنهن أحياناً ما يشعرن بالضيق والإنزعاج إذا تم تقييد الاستخدام، فيما أشار ما نسبته (33.5%) منهن أنهن لا يشعرن بالضيق والإنزعاج عند تقييد الاستخدام. وتشير هذه النتيجة إلى أن العاملات مدركات بأن بيئة العمل للعمل وليست لاستخدام الموقع، وخصوصاً إذا كانت طبيعة العمل لا تتطلب استخدام الموقع، وقد تفسر نتيجة ارتفاع نسبة من يشعرن بالضيق أحياناً عند تقييد الاستخدام للموقع، بأن موقع فيس بوك أضحى موقعاً يمس العديد من الجوانب حياة الفرد الشخصية والاجتماعية والثقافية وحتى الاقتصادية أيضاً وغيرها، وبالتالي قد تضطر النساء لاستخدام الموقع أثناء العمل. وتتوافق هذه النتيجة إلى حد ما مع ما أشار إليه أبو صلاح (2013) والذي دعا إلى ضرورة تقنين عملية الاستخدام للموقع.

- أشارت نتيجة السؤال الثالث عشر المتعلق بمدى وجود معارضة من الزوج أو الأهل عند استخدام المرأة لموقع فيس بوك لفترات طويلة، أن (28.7%) منهن يشعرن بالضيق والإنزعاج من هذا الأمر، واختلف معهن في هذا الأمر ما نسبته (16.8%) منهن بالقول بأنهن لا يجدن معارضة من قبل الزوج أو الأهل عند استخدام الموقع لفترات طويلة، فيما بينت النسبة الأكبر من عينة الدراسة بأنهن أحياناً ما يجدن معارضة من قبل الزوج أو الأهل عند استخدامهن للموقع لفترات طويلة بنسبة بلغت (54.5%)، ولعل هذه النتيجة تعد مؤشراً على أن درجة تدخل الزوج أو الأهل باستخدام المرأة لموقع فيس بوك مرتفعة نوعاً ما، وهذا مؤشر سلبي على استقلالية المرأة، مع الإقرار بأن على المرأة أن تراعي في استخدامها للموقع واجباتها تجاه زوجها وأهلها وبيتها.

- أشارت نتيجة السؤال الرابع عشر المتعلق بمدى الاعتقاد بوجود زيادة مطردة في حجم مشاركة المرأة الفلسطينية عبر موقع فيس بوك أن النسبة الأكبر من العاملات في القطاعين

العام والخاص في مدينة نابلس يعتقدون بأن درجة هذه الزيادة منخفضة بنسبة بلغت (50.1%)، فيما بين (36.8%) منهم أن حجم الزيادة متوسطة، وذكر ما نسبته (12.9%) منهم أن حجم الزيادة في مشاركة المرأة الفلسطينية في موقع فيس بوك عالية. وتعتقد الباحثة أن هذه النتيجة سلبية، إذ كشفت الدراسات والإحصاءات العالمية عن استخدام النساء الفلسطينيات لموقع فيس بوك أن هناك زيادة مطردة في حجم الاستخدام تفوق هذه النسبة، ولعل هذا مؤشرٌ على عدم متابعة النساء الفلسطينيات لإحصاءات استخدام الفيس بوك العالمية أو الإقليمية، رغم أن ذلك يعد مهماً للوقوف على حجم مشاركة المرأة عبر الموقع، وربما يشكل ذلك فرصة للاطلاع على تجارب نساء أخريات في أماكن مختلفة من العالم حول كيفية إدارة الحساب على موقع فيس بوك بفعالية، وبطرق تعمل على تمكين المرأة، وتعزز من جوانب ثقّتها بنفسها.

- أشارت نتيجة السؤال الخامس عشر المتعلق بمدى الاعتقاد بأن المرأة الفلسطينية تستخدم موقع فيس بوك في دعم قضاياها وتمكينها إلى وجود تقارب في آراء عينة الدراسة، حيث عبّر ما نسبته (31%) منهم عن ذلك بدرجة عالية، فيما أيد (36.4%) منهم ذلك بدرجة متوسطة، ورأى (32.6%) من عينة الدراسة أن استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك في دعم قضاياها وتمكينها ما زال منخفضاً. وتشير هذه النتيجة إلى ضرورة أن تحرص المرأة الفلسطينية على توظيف واستثمار الإمكانيات التي يوفرها موقع فيس بوك في دعم قضاياها وتمكينها سواء عبر المجموعات المتخصصة، أو عبر تفعيل المشاركة الإيجابية والهادفة، أو من خلال الوعي والإيمان بما يوفره الموقع من إمكانيات وتوظيفها في هذا الشأن.

كما كشفت النتائج في الجدول (7) المتعلقة بتصورات الرجال عن واقع استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك ما يلي:

- فيما يتعلق بوقت الاستخدام: يعتقد الرجال أنه لا يوجد وقت محدد لاستخدام المرأة لموقع فيس بوك بنسبة بلغت (48.2%)، ورأى ما نسبته (25.5%) منهم أن المرأة الفلسطينية

تفضل استخدام الموقع في ساعات المساء. وقد اتفقت النساء والرجال على ذلك مع تباين النسب، فاستخدام النساء للموقع دون تحديد للوقت بلغت نسبته (35.5%)، وفي ساعات المساء بلغت نسبته (33.8%) كما يظهر في الجدول (6). وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن الموقع متاح للمرأة في كافة الأوقات في بيتها وفي عملها، ولذلك ارتفعت نسبة الاستخدام دون تحديد الوقت، وقد تفسر أيضاً بأن النساء والرجال يقرون بأن المرأة تفضل استخدام الموقع من خلال الهاتف الذكي، والذي يرافق المرأة طوال اليوم على عكس الحاسوب الشخصي أو المحمول. أما فيما يتعلق بنشاطها على الموقع في ساعات المساء، فتعتقد الباحثة أن هذه نتيجة منطقية، ذلك أن المرأة العاملة لا تجد متسعاً من الوقت في ساعات الصباح لانشغالها بأمر بيتها وأسررتها وتجهيز نفسها للعمل، ولا حتى في أوقات متأخرة من الليل لأنها سوف تخرج للعمل في صباح اليوم التالي، ولذلك فإن النساء والرجال على حد سواء، يعتقدون أن ساعات المساء هي الوقت المناسب لاستخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك.

- فيما يتعلق باستخدام المرأة الفلسطينية لاسم مستعار على موقع فيس بوك: اختلفت آراء النساء عن الرجال في ذلك، فقد بينت نتائج الجدول (6) أن (71%) من النساء في عينة الدراسة لا يستخدمن اسماً مستعاراً في موقع فيس بوك بشكل مطلق، فيما كانت هذه النسبة عند الرجال (5.4%) فقط كما يظهر في الجدول (7)، حيث ذكر الرجال أن المرأة الفلسطينية تستخدم اسماً مستعاراً على الفيس بوك دائماً بنسبة بلغت (12.7%)، وغالباً بنسبة بلغت (45.5%)، وأحياناً بنسبة بلغت (36.4%)، وتعتقد الباحثة أن هذا التباين الكبير يعود إلى عدم إدراك الرجال لطبيعة وأغراض المرأة الفلسطينية من استخدام الموقع، فمن المؤكد أن الذي يستخدم الموقع لتحقيق رسالة أو هدف محدد لا بد أن يستخدم اسمه الحقيقي، حتى يسهل التواصل معه من خلال الموقع أو حتى على أرض الواقع. وقد تعبر هذه النتيجة أيضاً عن الظلم الاجتماعي اللاحق بالمرأة في المجتمع الفلسطيني، فالرجال ما زالوا يعتقدون أنه لا يجوز للمرأة أن تعبر عن نفسها باسمها الحقيقي على هذه المنصة الاجتماعية، لأن هذا عيب أو يخالف عاداتنا وتقاليدنا.

- فيما يتعلق بطريقة الاستخدام المفضلة للموقع: توافقت إجابات النساء والرجال في الإجابة على هذه الفقرة، فالنساء يفضلن استخدام الهاتف المحمول بنسبة بلغت (56.1%)، واعتقد الرجال بأن المرأة الفلسطينية تفضل استخدام الموقع من خلال الهاتف المحمول بنسبة بلغت (58.2%)، وتعتقد الباحثة أن هذه النتيجة منطقية جداً، ذلك أن الهاتف المحمول متاح طوال اليوم، كما أنه لا يقيد المرأة لا بوقت ولا بمكان، ولذلك تعتقد النساء والرجال على حد سواء أن الهاتف المحمول الذكي بالإمكانات والتقنيات المتوفرة فيه يعد الطريقة المفضلة لاستخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك.

- فيما يتعلق باستخدام المرأة لموقع فيس بوك أثناء العمل: كشفت نتائج الجدول (6) أن الموقع غير متاح بشكل مطلق أثناء العمل بنسبة بلغت (37.1%)، فيما رأى (33.9%) منهم أن الموقع متاح ولكن بشكل مقيد، وذكر (29%) منهم أن الموقع متاح دائماً. فيما بينت نتائج الجدول (7) المتعلقة بتصورات الرجال عن إمكانية الاستخدام أثناء العمل أن (41.8%) منهم يرون أن الموقع متاح أثناء العمل، وبدرجة أقل قليلاً عبّر (40.9%) منهم أن الموقع متاح بشكل مقيد، فيما ذكر (17.3%) منهم أن الموقع غير متاح إطلاقاً. وتعتقد الباحثة أن هذا الاختلاف في النسب يعود إلى طبيعة القوانين والأنظمة في مؤسسات القطاعين العام والخاص، وقد يعود أيضاً لاختلاف الأنشطة في هذه القطاعات، فبعض القطاعات تقدم خدماتها من خلال الموقع فهو متاح دائماً، وهو مقيد أيضاً لأن بعض العاملين قد يضيع جزءاً من وقت عمله في الاستخدام للموقع في غير موطن تخصصه، وهذا يشكل مشكلة في إنجاز العمل. أما فيما يتعلق بارتفاع نسبة النساء اللواتي أشرن إلى أن الموقع غير متاح بشكل مطلق أثناء العمل، فربما يعود ذلك لطبيعة الإدارة في المؤسسة، أو ملاحظة المسؤولين للاستخدام غير الهادف من قبل العاملات، وربما يعود أيضاً لعدم توفر خدمة الإنترنت في المؤسسة من الأصل. وبشكل عام تعتقد الباحثة أنه في ظل الثورة الرقمية والتكنولوجية في مجال الاتصالات والإعلام الاجتماعي، وقيام العديد من المؤسسات العامة والخاصة بتقديم خدماتها من خلال شبكة الإنترنت، أن إمكانية استخدام الموقع أثناء العمل ستصبح متاحة بشكل أكبر، ولكن مع تقييد طبيعة وطريقة الاستخدام.

- فيما يتعلق بالجلوس على الموقع لفترات طويلة: كشفت نتائج الجدولين (6) و(7) عن وجود اتفاق بين النساء والرجال في هذا الأمر، فقد عبر ما نسبته (54.5%) من عينة الدراسة من النساء أنهن أحياناً ما يجدن معارضة من قبل الزوج أو الأهل عند استخدامهن للموقع لفترات طويلة، وأكدت (28.7%) منهن أنهن بالتأكيد يجدن معارضة عند استخدام الموقع لفترات طويلة، فيما نفى ذلك ما نسبته (16.8%) فقط. وأما فيما يتعلق بتصورات الرجال عن ذلك، فقد أشار (5.5%) منهم فقط أن جلوس المرأة على الموقع لفترات طويلة لا يسبب لهم إزعاجاً، فيما نفى ذلك الباقون، حيث ذكر (30.9%) من الرجال أن جلوس المرأة على الموقع لفترات طويلة دائماً ما يسبب لهم إزعاجاً، وذكر ما نسبته (31.8%) من الرجال أن هذا غالباً ما يسبب لهم إزعاجاً، وبنفس النسبة السابقة ذكر الرجال أن هذا أحياناً ما يسبب لهم الإزعاج. وتعتقد الباحثة أن المرأة الفلسطينية يجب عليها أن تكون على درجة من الوعي والإدراك، حتى تستطيع الموازنة في عملية الاستخدام للموقع، فكما أن لها حقوقاً فإن عليها واجبات، وكما هي عاملة فإن عليها أدواراً تجاه بيتها وأسرته وزوجها، وبالتالي على المرأة الفلسطينية أن توازن في هذا الأمر بين حقوقها وواجباتها حتى لا تعكر جو أسرتها. وتعتقد الباحثة أن التباين في النسب بين الرجال ربما يعود إلى طبيعة عمل الرجل الذي قد يكون خارج بيته لجزء كبير من اليوم، وربما يُفسّر ذلك لاختلاف طبائع الرجال، أو اختلاف ثقافتهم.

#### 2.1.5 مناقشة نتيجة السؤال التمهيدي الثاني ونصه: ما أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

أشارت نتائج الجدول (8) إلى أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظرها، حيث جاء التواصل مع الأهل والأصدقاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (84.84%)، ثم للتثقيف ومتابعة كل جديد من أخبار ومعلومات بنسبة بلغت (82.06%)، ثم للترفيه والتسلية بنسبة بلغت (79.68%)، ثم للبحث عن الصداقات والمعارف القديمة والتواصل معهم بنسبة (79.68%)، والتواصل مع زملاء العمل بنسبة (79.16%). والملاحظ أن الأسباب الاجتماعية



قد طغت على هذه الاستخدامات، ثم جاءت الأسباب المعرفية والثقافية في المرتبة الثانية، تلاها الأسباب الشخصية. وهذه النتائج تتناغم مع الأداة المستخدمة في الدراسة لفحص أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها والتي تضمنت الأبعاد الاجتماعية والمعرفية والشخصية وغيرها من الأبعاد. كما تلاحظ الباحثة من خلال نتائج الجدول (6) أن أولويات المرأة الفلسطينية في استخدامها لموقع فيس بوك تنشط في الجوانب السابقة على حساب جوانب أخرى، فمثلاً نجد أن استخدامها للموقع في المجال السياسي أو الاقتصادي أو توظيفه في خدمة قضاياها وتمكينها قد جاء في مراتب متأخرة.

وتعتقد الباحثة أن هذه النتائج تشير إلى انحصار استخدامات المرأة الفلسطينية للفيس بوك في مجالاته التقليدية المتمثلة في التواصل الاجتماعي والبحث عن المعلومات والمعرفة والترفيه عن النفس والتسلية، وأن إدراك المرأة الفلسطينية للإمكانيات الهائلة التي يوفرها الموقع في مجال تمكينها، واستغلالها لهذه الإمكانيات ما زال دون المستوى المطلوب، وربما يعود ذلك للاستخدام العشوائي للموقع، وعدم الإطلاع والخبرة في الإمكانيات والأدوات المتوفرة على الموقع، وكذلك ضعف دور مؤسسات المجتمع المدني عموماً والمؤسسات التي تُعنى بشؤون المرأة بشكل خاص في توجيه النساء نحو الاستخدام الأمثل للموقع.

وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع ما أشارت إليه السيد (2014) في دراستها عن استخدام المرأة الإماراتية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بينت أن أسباب استخدام المرأة الإماراتية لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في استقاء المعلومات، ثم التسلية، وأخيراً التواصل الاجتماعي.

كما تتفق أيضاً مع ما أشار إليه أبو صلاح (2013)، والذي بين أن الدوافع الأبرز لاستخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في التواصل الاجتماعي، ثم الحصول على المعلومات واكتساب الخبرات، ثم التسلية وقضاء أوقات الفراغ.

وتتوافق هذه النتيجة إلى حد ما مع ما أشار إليه منصور (2014) والذي بين أن استخدام الشباب الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي حقق لهم العديد من الإشباعات، والتي هي على الترتيب: المعرفية، ثم الوجدانية، فالشخصية، ثم الاجتماعية.

كما تتفق أيضاً هذه النتيجة مع ما أشار إليه أبو صلاح (2013) والذي بين أن الإشباعات الاجتماعية جاءت على رأس أولويات الاستخدام للموقع، يليها الإشباعات المعرفية، ثم إشباعات الترفيه والتسلية.

فيما تختلف هذه النتيجة نوعاً ما مع ما أشارت إليه الدرمللي (2013) والشهري (2011)، حيث أشارتا إلى أن الرغبة في التعبير عن وجهات النظر بحرية تأتي على أوليات أسباب الاستخدام، ثم للتواصل الاجتماعي.

كما أشارت نتائج الجدول (9) المتعلقة بتصورات الرجال عن أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك إلى أن كافة الاستخدامات قد حصلت على درجات موافقة مرتفعة ومتوسطة، وأن الترفيه والتسلية قد احتل المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (81.60%)، تلاه التواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة (81.20%)، ثم الحب في الظهور وإبداء الأصدقاء إعجابهم بمشاركاتها ومنشوراتها بنسبة (75.40%)، ثم للبحث عن الصداقات والمعارف القديمة بنسبة بلغت (73.0%)، ثم للتعبير بحرية بنسبة بلغت (71.80%). وترى الباحثة أن تصورات الرجال نحو استخدامات المرأة الفلسطينية للفيس بوك قد تقاطعت مع وجهة نظر النساء أنفسهن في أمور وتباينت في أمور أخرى، فالرجال يرون أن السبب الأول للاستخدام يتعلق بالدوافع النفسية والشخصية والمتعلقة بالترفيه والتسلية، وحب الظهور، والتعبير بحرية، يليها الأسباب الاجتماعية، أما الأسباب المعرفية والثقافية فقد جاءت في مراتب متأخرة، كما يلاحظ بأن النساء والرجال قد أجمعوا على ضعف استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك في المجالات الاقتصادية والسياسية.

وتعزو الباحثة هذا التباين في أسباب الاستخدام لموقع فيس بوك ربما لعدم اطلاع الرجال على طبيعة النشاطات التي تمارسها المرأة الفلسطينية على موقع فيس بوك، وربما لحصر الرجال إجاباتهم حول تجاربهم الشخصية التي يلمسونها في طبيعة استخدام من يخصصهم من النساء، وربما يعود ذلك إلى أن المرأة الفلسطينية نفسها ما زالت غير قادرة على توظيف الإمكانيات والمزايا التي يقدمها موقع فيس بوك على الوجه الأمثل، وخصوصاً فيما يتعلق بالجوانب الاقتصادية والسياسية. وربما تكون هذه النتيجة مؤشراً على ضعف التواصل بين الرجال والنساء عبر هذا الموقع، وبالتالي لا يرى الرجال طبيعة النشاطات التي تقوم بها النساء على موقع فيس بوك، ولذلك تباينت إجاباتهم حول أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للموقع.

وتختلف هذه النتيجة من وجهة نظر النساء مع ما أشارت إليه السيد (2014) حيث لم يكن حب الظهور سبباً من أسباب استخدام المرأة الإماراتية لمواقع التواصل الاجتماعي، فيما تتفق مع تصورات الرجال، والذين أشاروا إلى أن حب الظهور يعد سبباً من أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للموقع بدرجة مرتفعة.

### **3.1.5 مناقشة نتيجة السؤال التمهيدي الثالث، ونصه: ما أبرز الأسباب التي قد تحد من مشاركة المرأة الفلسطينية في موقع فيس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟**

تقاطعت إجابات النساء والرجال حول أبرز الأسباب التي قد تحد من مشاركة المرأة الفلسطينية على موقع فيس بوك، وانحصرت في ضيق الوقت، والانشغال في أمور المنزل وأمور أخرى، وتعتقد الباحثة بأن هذه النتيجة قد تكون منطقية وخصوصاً إذا ما علمنا أن المرأة العاملة ربما لا تجد متسعاً من الوقت لاستخدام الموقع أو النشاط في استخدامه، وذلك لانشغالها في أمور عملها وشؤون بيتها وأسررتها وتدريس أبنائها، وربما تكون الفتاة العزباء أو المرأة غير العاملة أكثر نشاطاً في استخدام الموقع لامتلاكها حيزاً أكبر من الوقت في الاستخدام.

كما يلاحظ من النتائج الواردة في الجدولين (10) و(11) أن توافر وسائل أخرى بديلة قد يحد من الاستخدام، وهذا مؤشر على أن المرأة الفلسطينية تنشط في العديد من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أثبتت العديد من التقارير المتخصصة في مسوحات مواقع التواصل الاجتماعي أن موقع الواتس آب أصبح ينافس موقع فيس بوك في العالم العربي من حيث الاستخدام، حيث احتل الفيس بوك في هذه التقارير المرتبة الأولى بنسبة بلغت (87%)، تلاه الواتس آب بنسبة (84%).

إضافة لذلك بينت نتائج الجدولين (10) و(11) أن استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك قد يتأثر بالأسباب المتعلقة بالخصوصية، فالاعتقاد بأن الموقع مراقب، أو عدم توفر الخصوصية قد يحد من استخدام المرأة لموقع فيس بوك. وتعتقد الباحثة أن وجود مثل هذه المعوقات يرتبط بمدى امتلاك المرأة الفلسطينية للمعرفة الفنية والتقنية في استخدام الموقع، ذلك أن إدارة الموقع توفر من الوسائل والأساليب ما يمكن من إدارة الخصوصية بالدرجة التي يرغبها المستخدم.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه السقاف (Al-Saqqaf, 2011) والتي بينت أن القلق على الخصوصية في موقع فيس بوك قد يؤثر على أسباب استخدامه.

## 2.5 مناقشة نتيجة الأسئلة الرئيسة للدراسة:

### 1.2.5 مناقشة نتائج السؤال الرئيس الأول:

ونصه: ما أثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها من وجهة نظر العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس؟

أشارت نتائج الجدول (17) إلى أن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها من وجهة نظرها قد جاءت مرتفعة، بمتوسط حسابي (3.51) وانحراف معياري (0.36) ونسبة مئوية بلغت (70.20%). كما يلاحظ بأن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقتها بنفسها قد جاءت مرتفعة على كافة أبعاد الثقة بالنفس، وأن البعد المعرفي قد جاء في

المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.68)، تلاه بعد الإيجابية والتفاؤل بمتوسط حسابي (3.55)، ثم البعد الوجداني بمتوسط حسابي (3.52)، تلاه البعد الشخصي بمتوسط حسابي (3.43)، وأخيراً جاء البعد الاجتماعي بمتوسط حسابي (3.41).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة للإمكانيات والمزايا العديدة التي قدمها موقع فيس بوك، وكذلك لزيادة الإقبال على استخدام الموقع من قبل المرأة الفلسطينية، وكثافة هذا الاستخدام، ومما لا شك فيه فإن الموقع يتضمن منصات وصفحات متنوعة يقوم عليها متخصصون في كافة المجالات التي تمس حياة الشخص، وبالتالي يمكن الاعتماد على هذا الموقع في تعزيز المعارف والتثقيف، واستقاء الأخبار، وممارسة النشاطات المجتمعية، وحشد وتعبئة الرأي العام، والترفيه والتسلية، كما يمكن التعبير بحرية من خلال هذا الموقع، والتواصل مع الأصدقاء القدامى والحاليين والجدد، وهذا بلا شك سيعزز من إمكانيات وقدرات المرأة، ويسهم في التأثير على مكنوناتها النفسية والاجتماعية والمعرفية والثقافية وخصوصاً إذا ما أحسنت المرأة توظيف هذه الإمكانيات.

كما وتفسر الباحثة مجيئ البعد المتعلق بالثقة بالنفس على البعد الاجتماعي في المرتبة الأخيرة بين أبعاد الثقة بالنفس رغم أنه حصل على درجة موافقة مرتفعة، ورغم أن الموقع أصلاً وجد للتواصل الاجتماعي، إلى أن المرأة العاملة ربما يكون وقتها محصوراً بين عملها وتدبير شؤون منزلها وأسرتها، وربما يكون استخدامها للموقع قد حدد من علاقاتها الاجتماعية على أرض الواقع، كونها تتواصل مع أصدقائها وأقاربها وزملائها من خلال هذا الموقع.

وتتفق هذه النتيجة بشكل غير مباشر مع توصل إليه منصور (2014) والذي أشار إلى أن استخدام الشباب الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى تحقيق إشباعات معرفية، وحاجات وجدانية، وشخصية/براجماتية، وحاجات اجتماعية، ثم حاجات الهروب من الواقع والتسلية، وترى الباحثة أن تحقيق الإشباع من الاستخدام ربما يؤدي إلى تحسين مستويات الثقة بالنفس، ذلك أن تحقيق الحاجات وإشباعها ربما يعزز من الرضا النفسي ويدفع نحو التفاؤل والإيجابية، وهذه عوامل تساهم في تعزيز ثقة الفرد بنفسه.

كما تتفق هذه النتيجة أيضاً مع ما أشار إليه السقاف (Al-Saqqaf, 2011)، حيث أكد أن استخدام الفتيات السعوديات للفيس بوك جعلهن يشعرن بثقة أكبر، وأنه جعلهن اجتماعيات بشكل أكبر.

وتتوافق هذه النتيجة إلى حد ما مع ما أشارت إليه كالبيدو ورفاقها (Kalpidou, et. al., 2011) والتي بينت أن الاستخدام المكثف للفيس بوك يرتبط سلباً مع التكيف النفسي، في حين فإن الاستخدام المعتدل يرتبط إيجاباً مع التكيف النفسي.

وتتوافق هذه النتيجة أيضاً مع ما أشار إليه سوليفان وباراديس (Sullivan & Paradise, 2012) والذي بين أن الاستخدام المعتدل للموقع يؤدي إلى مستويات جيدة من التوافق النفسي والاجتماعي، في حين فإن الاستخدام المفرط والإدمان يؤدي إلى العزلة الاجتماعية، وهذا ما أكدته أيضاً نتائج دراسة جمعية الاتصالات الدولية (2014).

وتتوافق أيضاً مع ما أشارت إليه دراسة عوض (2012) والتي بينت وجود درجة كبيرة من تقدير الذات لدى مستخدمي موقع فيس بوك.

فيما تختلف هذه النتائج مع ما أشار إليه أبو صعيلىك والزبون (2013) والذي بين أن أثر شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن قد جاء متوسطاً على الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية، فيما تتوافق نتائج هذه الدراسة معه على الأبعاد الاجتماعية، وأنها تسهم في إزالة الحواجز النفسية والاجتماعية بين النوعين.

## 2.2.5 مناقشة نتائج السؤال الرئيس الثاني:

ونصه: ما تصورات الرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها؟

أشارت نتائج الجدول (19) إلى أن تصورات الرجال عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها قد جاءت محايدة، بمتوسط حسابي (2.26) وانحراف معياري (0.53) ونسبة مئوية (75.33%).

وأن هذه التصورات جاءت إيجابية على فترتين فقط، وهما: أن استخدام المرأة للفيس بوك مكنها من الحديث والتحاور والنقاش معي ومع الآخرين، وأن استخدام المرأة للفيس بوك منحها مزيداً من الحرية والقدرة على التعبير، فيما جاءت باقي تصورات الرجال عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقنها بنفسها بدرجة محايدة.

وترى الباحثة أن هذه النتائج تشير أن الرجال لم يلمسوا بعد الأثر الفعال الذي تقوم به المرأة الفلسطينية عبر موقع فيس بوك، وربما يعود ذلك لضعف المشاركة النسائية في إيصال صوتها عبر الموقع، أو لعدم تواصل بين الرجال والنساء من خلال الموقع، وبالتالي لا يطلع الرجال على ما تقوم به النساء من خلاله، وربما أيضاً يعد ذلك مؤشراً على أن النساء الفلسطينيات لم يوظفن الموقع بعد بشكل ينعكس إيجاباً عليهن وعلى تمكينهن وزيادة ثقتهن بأنفسهن.

وتعتقد الباحثة أن النتائج في الجدول (19) تشير إلى أن الرجال يقرون بأن استخدام موقع فيس بوك قد منح المرأة الفلسطينية مزيداً من الحرية والقدرة على التعبير، كما زاد من إمكاناتها وقدراتها على الحوار والمناقشة مع الآخرين، وأنه جعلها أكثر سعادة، ومكنها من التعرف على أشخاص جدد، وأعطاهم مزيداً من الجرأة في الحديث مع الناس، وهذا كله من شأنه أن يعزز من ثقة المرء بنفسه، ذلك أن الواصلات بنفسه عادة ما يتميز بأنه مبادر وقادر على الحوار والمناقشة مع الآخرين، وأنه عادة ما يكون مبتسماً وتظهر على وجهه البشاشة، ويكون قادراً على التعبير عما يدور في داخله دون خوف أو توجس، وأنه غالباً ما ينظر للأمور نظرة إيجابية متفائلة. وتتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه (الفقي، 2007)، وآنولد (2010).

وتتفق هذه النتيجة مع وجهة نظر الباحثة التي تعتقد بأن المرأة الفلسطينية ربما تكون قد أخذت المبادرة وأستطاعت التعبير عن مشاعرها وأحاسيسها وهمومها من خلال الموقع، وأن نضالها ضد الظلم الاجتماعي الذي لازمها طويلاً ربما يكون قد بدأ من وجهة نظر الرجال، وبالرغم من ذلك تعتقد الباحثة أن التوظيف الأمثل للموقع لم تصل له المرأة الفلسطينية بعد، وحتى نقر بذلك، يجب أن تكون التجارب النسائية الفلسطينية الناجحة في توظيف الموقع في

خدمة المرأة وقضاياها متعددة وكثيرة، وأن تتمكن النساء من تداولها على أكبر نطاق ممكن، حتى تعم فوائدها، لا أن نكتفي ببعض التجارب النسائية الناجحة في هذا المجال، حتى نقول أن ذلك أصبح ظاهرة لدى النساء في المجتمع الفلسطيني.

### 3.5 مناقشة نتائج فرضيات الدراسة:

#### 1.3.5 مناقشة نتيجة الفرضية الأولى:

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي.

أشارت نتائج الجدول (20) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي على الفقرات (1، 2، 3، 4، 6، 7، 14، 15، 16)، وبالتالي فإننا لا نقبل الفرضية على هذه الفقرات، ونقول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على هذه الفقرات تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، وكانت هذه الفروق لصالح المرأة.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن موقع فييس بوك عندما تم إيجاده، إنما وجد للمحافظة على العلاقات الاجتماعية والتواصل مع الأصدقاء حتى بعد التخرج، ثم اتسع وأصبح منبراً للتواصل بين الناس في جميع أنحاء العالم، وهنا تؤكد الباحثة على أن الفروق التي ظهرت على هذه الفقرات كلها تتمحور حول الأدوار الاجتماعية (الفقرات: 1، 2، 3، 4) والمعرفية (الفقرات: 6، 7) للمرأة، وهدف الاستخدام (الفقرات: 14، 15، 16)، وبالتالي فإن المرأة أكثر قدرة وإدراكاً لمغزى استخدامها لموقع فييس بوك من الرجل، وبالتالي ظهرت الفروق على هذه الفقرات لصالح المرأة، وهذه النتيجة تؤكد على أن موقع فييس بوك قد شكل للمرأة الفلسطينية قاعدة للتواصل من خلالها مع الآخرين، وأن تواصلها مع أصدقائها قد ازداد بعد استخدامها للموقع، كما أنه فتح لها باباً للإطلاع على ما يجري حولها في العالم، ومكنها من الحصول على معلومات وثقافات مختلفة.



أما فيما يتعلق بظهور الفروق على الفقرات (14، 15، 16) والمتعلقة بأهداف الاستخدام، فتعتقد الباحثة أن ذلك يعود لما يوفره موقع فيس بوك من إمكانيات، ولازدياد نشاط الشركات والمؤسسات في إدارة شؤون أعمالها من خلال الموقع، فالمرأة الفلسطينية تدرك ذلك، وأصبح بإمكانها أن تقوم من خلال هذا الموقع بالبحث عن الوظائف، أو ممارسة الأنشطة النسوية أو المجتمعية، وربما يعود ذلك إلى كون بعض مؤسسات المجتمع المدني التي تعنى بشؤون المرأة قد فتحت لها صفحات ومنصات على هذا الموقع، وبالتالي فإن المرأة الفلسطينية تسعى إلى استغلال واستثمار هذه المنصات والصفحات لتعزيز دورها، ومحاولة تغيير الصورة النمطية السائدة عنها في المجتمع.

وأشارت نتائج الجدول (20) أيضاً إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي على الفقرات (8، 11، 17)، وبالتالي فإننا لا نقبل الفرضية على هذه الفقرات، ونقول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على هذه الفقرات تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، وكانت هذه الفروق لصالح الرجل. وتعتقد الباحثة أن هذه النتيجة تعبر عن الوضع السائد الذي تعاني منه المرأة الفلسطينية في المجتمع الفلسطيني، والصورة النمطية السائدة عنها، فهذه الفقرات تشير إلى أن مغزى استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك يتمثل في حب الظهور وتلقي الإعجابات والإشادات من الآخرين، وكذلك للهروب من الواقع وإنشاء عالم افتراضي خاص بها، ولذلك ظهرت فروق على هذه الفقرات لصالح الرجل.

كما كشفت نتائج الجدول (20) عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي على الفقرات (5، 9، 10، 12، 13)، وبالتالي فإننا نقبل الفرضية على هذه الفقرات، ونقول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على هذه الفقرات تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي. وترى الباحثة أن هذه الفقرات تشير إلى اتفاق وإدراك النساء والرجال العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس على حد سواء على أن موقع

فيس بوك قد شكل لها فضاءاً للتعبير بحرية، وأنه ساعد المرأة على إبراز قضاياها وهمومها، وساهم في الحد من القيود المفروضة عليها، وشكل لها وسيلة للترفيه عن النفس والتسلية، كما أتاح لها المجال لإنشاء مشاريع خاصة والترويج لها عبر الفيس بوك.

وقد تفسر هذه النتيجة أيضاً بوجوه مختلفة، منها وجود صفحات متخصصة ومدونات على موقع فيس بوك تُعنى بشؤون المرأة وهمومها، وأنه لا توجد قيود على النشر والتعبير عن الرأي عبر الموقع، أو أن مؤسسات المجتمع التي تعنى بشؤون المرأة قد أصبحت تهتم بتوعية المرأة وتعريفها بحقوقها وواجباتها من خلال موقع فيس بوك، وهذا ما تلمسه النساء والرجال على حد سواء.

وتتوافق نتائج هذه الفرضية في فقراتها التي تحمل الأرقام (1، 2، 3، 4، 6، 7، 14، 15، 16) مع نتيجة دراسة عوض (2012) والتي أشارت إلى وجود فروق في درجة تقدير الذات لدى مستخدمي الفيس بوك تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، وأن هذه الفروق لصالح الإناث، وتؤكد الباحثة على ذلك بالإشارة إلى أن تقدير الذات يعد مظهراً من مظاهر الثقة بالنفس.

كما تتفق نتيجة هذه الفرضية على الفقرات التي تم الإشارة إليها في الفقرة السابقة مع ما أشار إليه كل من شن وخليفة (Shen & Khalifa, 2010) والذين بينا أن لمواقع التواصل الاجتماعي عموماً وموقع فيس بوك على وجه الخصوص تأثير واضح على مفهوم الذات لدى النساء، ولا سيما أولئك النساء اللواتي يرحبن بالصدقات والأفكار الجديدة، لأن ذلك من شأنه أن يساهم في ردم الهوية الاجتماعية القائمة بين كلا النوعين.

### 2.3.5 مناقشة نتيجة الفرضية الثانية والفرضيات المنبثقة عنها:

#### أولاً: مناقشة نتيجة الفرضية الأولى:

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقافتها بنفسها تعزى لمتغير الفئة العمرية.

أشارت النتائج الواردة في الجدول (22) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الفئة العمرية على الدرجة الكلية لها وعلى أبعادها الشخصي والاجتماعي والإيجابية والتفاؤل.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن المرأة الفلسطينية بغض النظر عن الفئة العمرية التي تنتمي إليها قد لمست آثار استخدام الفيس بوك على ثققتها بنفسها على الأبعاد الشخصية والاجتماعية والإيجابية والتفاؤل، فالغالبية من النساء المستخدمات لموقع فيس بوك يدركن ويقدرن دور الفيس بوك في تعزيز علاقاتهن الاجتماعية، وأن الفيس بوك ساهم في حرية التعبير، والتخلص من الخجل والإنطواء لأن من لا تستطيع التحدث ومخاطبة الآخرين مباشرة، يمكنها إيصال رسالتها عبر الفيس بوك بالكتابة أو بالتدوين. هذا ناهيك عن أن الفيس بوك ساهم وبشكل كبير في توفير متسع للتسلية وتمضية وقت الفراغ، وكذلك في تكوين العلاقات مع من هم أكثر خبرة وتخصصاً، وهذا انعكس بشكل إيجابي على المستخدمات لهذا الموقع.

كما أشارت نتائج الجدولين (22) و(23) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات العاملات على البعد الوجداني بين الفئات العمرية الأقل سناً والفئة العمرية الكبيرة (أكثر من 55 سنة)، وكانت هذه الفروق لصالح الفئات العمرية الأقل سناً. وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن البعد الوجداني عادة ما يتعلق بالمشاعر والأحاسيس، ففئات العمر الأقل سناً قد تتأثر بهذا الأمر، إلا أن الفئات العمرية الكبيرة يكون لديها من النضج ما يكفي للحد من التأثيرات الوجدانية الناتجة عن الاستخدام لموقع فيس بوك، فساء كانت صفحات الآخرين أفضل من صفحتي أو أن البعض قد انتقدني في منشور أو مشاركة، فإن تأثير هذا الأمر سيكون محدوداً لدى الفئات العمرية الكبيرة على عكس الفئات العمرية الصغيرة التي تتأثر كثيراً بهذا الأمر.

وأشارت أيضاً نتائج الجدولين (22) و(23) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات العاملات على البعد المعرفي تبعاً لمتغير الفئة العمرية، وكانت هذه الفروق بين الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) من جهة، والفئتان العمريتان (25 إلى أقل من 35 سنة،

35 إلى أقل من 45 سنة) من جهة أخرى، ولصالح الفئتان العمريتان (25 إلى أقل من 35 سنة، 35 إلى أقل من 45 سنة) كل على حدة. وكذلك وجود فروق دالة إحصائية على هذا البعد بين الفئة العمرية (25 إلى أقل من 35 سنة) من جهة، والفئات العمرية (35 إلى أقل من 45 سنة، 45 إلى أقل من 55 سنة، 55 سنة فأكثر) من جهة أخرى، وكانت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية (25 إلى أقل من 35 سنة). ووجود فروق دالة إحصائية على هذا البعد بين الفئة العمرية (35 إلى أقل من 45 سنة)، والفئة العمرية (45 إلى أقل من 55 سنة)، ولصالح الفئة العمرية (35 إلى أقل من 45 سنة).

وترى الباحثة أن هذه النتائج تعبر عن وجود فروق على البعد المعرفي للثقة بالنفس لصالح الفئة العمرية (25 إلى أقل من 35 سنة)، وتعتقد الباحثة أن هذه الفروق تعود إلى كون هذه الفئة العمرية تكون في بدايات توظيفها وعملها، وبالتالي فهي تسعى إلى إثبات نفسها وقدراتها من خلال البحث عن كل ما هو جديد من خلال الموقع، والإهتمام بتنمية وثراء الحصيلة المعرفية لديها، ولذلك ظهرت الفروق في الثقة بالنفس على البعد المعرفي لصالح هذه الفئة العمرية.

#### ثانياً: مناقشة نتيجة الفرضية الثانية

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

أشارت نتائج الجدول (25) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير المؤهل العلمي على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بسهولة التعامل مع موقع فييس بوك سواء للهواة أو للمحترفين في هذا الموقع، وبالتالي فهو ليس بحاجة لمؤهل علمي لاستخدامه، إلا أنه ينبغي الإشارة هنا إلى

أنه قد تتفاوت طبيعة الاستخدامات باختلاف المؤهلات العلمية، فمما لا شك فيه أن استخدامات من يحملون المؤهلات العلمية العالية قد تختلف عن استخدامات من لا يملكون أي مؤهل علمي.

وقد تفسر هذه النتيجة أيضاً بأن موقع فيس بوك أضحي ظاهرة كونية، وما يؤكد ذلك أن عدد مستخدميه حول العالم قد تجاوز (1.8) مليار مستخدم، متفوقاً على كافة مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وبالتالي فإن كونية هذا الموقع ومدى انتشاره تحتم على كل من يرغب في متابعة التطورات والمستجدات التكنولوجية الحديثة أن يتعامل مع هذا الموقع بغض النظر عن مؤهله العلمي.

### ثالثاً: مناقشة نتيجة الفرضية الثالثة

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

أشارت النتائج الواردة في الجدول (27) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها باستثناء البعد الوجداني، الذي ظهرت عليه فروق بين الحالة الاجتماعية (عزباء)، والحالة الاجتماعية (أرملة) ولصالح العزباء، وفروق دالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية (متزوجة) والحالة الاجتماعية (أرملة)، ولصالح المتزوجة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن موقع فيس بوك أصبح ظاهرة كونية، وأن كافة الشرائح الاجتماعية العزباء والمتزوجة والمطلقة والأرملة تنظر إلى هذا الموقع على أنه يشكل لها متنفساً للتعبير عما يدور في داخلها، وللترفيه عن نفسها، وللبحث عن المعرفة والمعلومات، وللتواصل مع الآخرين وغيره الكثير.

أما فيما يتعلق بظهور الفروق بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقّتها بنفسها على البعد الوجداني تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية على البعد الوجداني بين الحالتين الاجتماعيتين (عزباء) و(متزوجة) من جهة والحالة الاجتماعية (أرملة) من جهة أخرى ولصالح العزباء والمتزوجة، فتفسر الباحثة ذلك بأن البعد الوجداني عادة ما يتعلق بالمشاعر والأحاسيس الداخلية، وكون المرأة الأرملة ربما تكون في وضع نفسي صعب نتيجة فقدانها لزوجها وما يترتب عليها ذلك من عبءٍ في إدارة شؤون بيتها وأسررتها، فربما تكون حالتها النفسية صعبة جداً، وبالتالي فإن استخدامهما للفييس بوك مهما كانت إمكاناته قد لا ينسيها الهم والعبء الذي حملته، ولذلك ظهرت الفروق على البعد الوجداني لصالح المرأة العزباء والمرأة المتزوجة.

#### رابعاً: نتيجة الفرضية الرابعة

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقّتها بنفسها تعزى لمتغير الدخل الشهري.

أشارت النتائج الواردة في الجدول (30) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقّتها بنفسها تبعاً لمتغير الدخل الشهري على الدرجة الكلية لها وعلى البعدين الاجتماعي والمعرفي.

وترى الباحثة بأن هذه النتيجة ربما تكون منطقية، ذلك أن الدخل الشهري بلا شك يؤثر على طبيعة العلاقات الاجتماعية للفرد، وربما يؤثر على الأبعاد المعرفية لديه. فالأشخاص ذوي الدخل المرتفع ربما يكون لديهم إمكانات لتبادل العلاقات الاجتماعية أكثر من غيرهم لما يتوفر لديهم من إمكانات لذلك، كما أن ذوي الدخل المرتفع ربما يستطيعون أملاك واقتناء أحدث الأجهزة التي تدعم تقنية الفييس بوك، أو التي تتيح إمكانات وخدمات على الموقع لا توفرها الأجهزة الذكية العادية، وبالتالي ظهرت الفروق على الدرجة الكلية وعلى البعدين الاجتماعي

والمعرفي لآثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقافتها بنفسها، كما أن موقع فييس بوك يقدم خدمات مدفوعة الثمن، ومن المؤكد أن ذوي الدخل المرتفع أكثر قدرة على اقتنائها أو التعامل بها من ذوي الدخل الأقل.

كما يلاحظ من خلال نتائج الجدول (31) وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثقافتها بنفسها تبعاً لمتغير الدخل الشهري كالآتي:

- على البعد الاجتماعي: لوحظ وجود فروق بين مستوى فئة الدخل (أقل من 1500 شيقل) من جهة، ومستوى فئتي الدخل (1500 إلى أقل من 3000، و3000 إلى أقل من 4500)، وكانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل المنخفض (أقل من 1500 شيقل). وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن ذوي الدخل المنخفض ربما يكونون من الفئات العمرية الشابة التي تخلو من الهموم والالتزامات الأسرية، والتي أثبتت الإحصاءات العالمية أنها الفئة الأكثر استخداماً لموقع فييس بوك، ولذلك تجد هذه الفئة من الشباب تنشط أكثر من غيرها على موقع فييس بوك وخصوصاً فيما يتعلق بتكوين علاقات وصدقات جديدة، ولذلك ظهرت فروق على البعد الاجتماعي للثقة بالنفس لصالح هذه الفئة من ذوي الدخل المنخفض.

- كما لوحظ على البعد الاجتماعي أيضاً وجود فروق بين مستوى فئتي الدخل (1500 إلى أقل من 3000، و3000 إلى أقل من 4500) من جهة، وبين مستوى فئتي الدخل (4500 إلى أقل من 6000 شيقل، و6000 شيقل فأكثر)، وكانت هذه الفروق لصالح فئتي الدخل المرتفع (4500 إلى أقل من 6000 شيقل، و6000 شيقل فأكثر)، وتفسر الباحثة هذه النتيجة كما أشارت سابقاً إلى أن ذوي الدخل المرتفع ربما يكون لديهم من الإمكانيات والقدرات المادية ما يمكنهم من أن ينشطوا اجتماعياً أكثر من غيرهم.

- على البعد المعرفي: لوحظ وجود فروق بين مستوى فئة الدخل (أقل من 1500 شيقل)، ومستوى فئة الدخل (3000 إلى أقل من 4500)، و لصالح فئة الدخل المنخفض (أقل من 1500 شيقل)، وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن ذوي الدخل المنخفض ربما يكونون من الفئات العمرية الأقل سناً والتي هي في بدايات تعيينها ورواتبها أقل، وليس لديها التزامات أسرية أو عائلية، وبالتالي فهي تركز جزءاً كبيراً من اهتماماتها في موقع فييس بوك في صقل معارفها

وزيادة حصيلتها العلمية والمعرفية، سعياً نحو الارتقاء بمستواها المعرفي، وبالتالي الارتقاء في درجتها الوظيفية.

- كما لوحظ على البعد المعرفي أيضاً وجود فروق بين مستوى فئتي الدخل (1500 إلى أقل من 3000) من جهة، وبين مستوى فئتي الدخل (4500 إلى أقل من 6000، وفئة 6000 شيقل فأكثر) من جهة أخرى، وكانت هذه الفروق لصالح فئات الدخل المرتفع (4500 إلى أقل من 6000، وفئة 6000 شيقل فأكثر). وتشير النتائج على البعد المعرفي أيضاً إلى وجود فروق بين مستوى فئة الدخل (3000 إلى أقل من 4500 شيقل) من جهة، وبين مستوى فئة الدخل (6000 شيقل فأكثر)، ولصالح فئة الدخل المرتفع أيضاً (6000 شيقل فأكثر)، وتفسر الباحثة هذه النتائج للأسباب التي أشارت إليها سابقاً والمتعلقة بإمكانات وقدرات ذوي الدخل المرتفع على اقتناء الأجهزة التي ربما توفر خدمات وتطبيقات لموقع فيس بوك لا توفرها الأجهزة الذكية التقليدية التي يفتتها ذوي الدخل المنخفض، وربما تتيح هذه الأجهزة إمكانات وقدرات للتزود بالمعرفة والمعلومات أكثر من غيرها من الأجهزة الأخرى.

#### خامساً: مناقشة نتيجة الفرضية الخامسة

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تعزى لمتغير مكان الإقامة.

أشارت النتائج الواردة في الجدول (33) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير مكان السكن على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها باستثناء البعد الوجداني.

كما كشفت نتائج الجدول (34) أن الفروق على متغير مكان السكن والتي جاءت على الأبعاد الاجتماعية وبعد الإيجابية والتفاؤل والبعد المعرفي والدرجة الكلية، كلها كانت بين مستوى مكان السكن (مدينة) و(قرية) من جهة، ومستوى مكان السكن (مخيم) من جهة أخرى،



وكانت كافة هذه الفروق لصالح مستوى مكان السكن (مخيم). أما الفروق على البعد الشخصي، فكانت بين مستوى مكان السكن (مدينة)، ومستوى مكان السكن (مخيم)، ولصالح مستوى مكان السكن (مخيم). وتفسر الباحثة كافة هذه النتائج لطبيعة الظروف التي يعيشها سكان المخيمات، والتي لا يتوفر فيها أدنى مقومات الرفاهية، أو المراكز العلمية والتدريبية، ولذلك جاء إدراك سكان المخيمات لآثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها على الدرجة الكلية وعلى الأبعاد الشخصية والاجتماعية والمعرفية وبعد الإيجابية والتفاؤل أكثر من غيرهم من سكان المدن والقرى. كما تفسر هذه النتيجة أيضاً بأنه ربما يكون سكان المدن أكثر تعلقاً وشغفاً باستخدام موقع فييس بوك من غيرهم من سكان المدن والقرى.

#### سادساً: مناقشة نتيجة الفرضية السادسة

ونصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تعزى لمتغير قطاع العمل.

أشارت نتائج الجدول (35) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات العاملات في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس نحو آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها تبعاً لمتغير قطاع العمل على الدرجة الكلية لها وعلى كافة أبعادها باستثناء البعد الوجداني، الذي ظهرت عليه فروق ولصالح العاملات في القطاع العام.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن المرأة الفلسطينية العاملة في القطاع العام أو في القطاع الخاص على حد سواء، كلهن يدركن الدور الذي يسهم به الفييس بوك، والأفق الذي أتاحه للمرأة وغيرها للتواصل مع العالم الخارجي، القريب والبعيد في زمن قصير، وبمختلف طرق التواصل الكتابية والشفهية والصورية وحتى أفلام الفيديو. كما قد تفسر أيضاً بأن الموقع ربما يكون متاحاً لكافة النساء في مكان العمل، سواء أكنَّ يعملن في القطاع العام أو الخاص، وأن درجة استخدام الموقع لا تختلف باختلاف قطاع العمل، فالكل يدرك أهمية ودور الموقع في نقل المرأة من

الحيز الضيق الذي تتواجد به سواء في بيتها أو في مكان عملها، إلى الفضاء الكوني الواسع على مستوى العالم أجمع.

أما فيما يتعلق بظهور الفروق على البعد الوجداني ولصالحعاملات في القطاع العام، فتفسر الباحثة ذلك بأنه ربما تكون طبيعة العلاقات في مؤسسات القطاع الخاص أكثر انفتاحاً منها في القطاع العام، كذلك ربما تكون طبيعة بيئة العمل في القطاع الخاص أكثر حيوية ومرحاً من بيئة العمل في القطاع العام، ولذلك فإن ما وفره الفيس بوك للنساء العاملات في القطاع العام من إتاحة فرصة للانفتاح على العالم الخارجي والتعرف على أشخاص جدد، والتعامل بأريحية وبسهولة مع العالم الخارجي، جاء إدراك العاملات في القطاع العام لأثره عليهن أكثر من إدراك العاملات في القطاع الخاص.

## 4.5 ملخص نتائج الدراسة

أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

### - ملخص النتائج المتعلقة بالأسئلة التمهيدية للدراسة:

أظهرت نتائج السؤال الأول المتعلق بواقع استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك من وجهة نظرها ما يلي:

- متوسط استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك يتراوح بين ساعة واحدة فأقل، وساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة مئوية بلغت (73.2%)، مع أفضلية لفئة ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات.

- عدد الأصدقاء في الصفحة التي تخص المرأة الفلسطينية متباين، فإما أن يكون أقل من (50) صديقاً بنسبة (25.8%)، وإما أن يزيد عن (250) صديقاً بنسبة بلغت (25.2%).

- طريقة الاستخدام التي تفضلها المرأة الفلسطينية للفيس بوك هي من الهاتف المحمول بنسبة بلغت (56.1%).

- إمكانية استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك خلال العمل من وجهة نظرها غير متاحة بنسبة بلغت (37.1%)، فيما بينت ما نسبته (33.9%) من النساء الفلسطينيات أن الموقع متاح ولكن بشكل مقيد.

- الوقت الذي تفضله المرأة الفلسطينية لاستخدام موقع فيس بوك كان غير محدد بنسبة بلغت (35.5%)، فيما بينت (33.8%) من النساء أنهن يفضلن ساعات المساء.

- بينت غالبية النساء الفلسطينيات أنهن لا يستخدمن اسماً مستعاراً على موقع فيس بوك بشكل مطلق بنسبة بلغت (71%)، وأكد (88.1%) منهن أنهن يمتلكن حساباً واحداً فقط على موقع فيس بوك.

- لا توجد فاعلية ملحوظة في مشاركة المرأة الفلسطينية عبر موقع فيس بوك، واستغلالها للموقع في خدمة قضاياها، فقد بين ما نسبته (42.9%) من النساء الفلسطينيات أنهن صاحبات صفحات فقط وغير مشاركات في التعليقات، وأكد (29%) منهن أنهن مشاركات نشطات في التعليقات، وذكر (18.1%) منهن أنهن مشاركات نشطات في التعليقات والمناقشات أيضاً، فيما كانت نسبة صاحبات التجمع النشط على هذا الموقع متدنية، ولم تتجاوز ما نسبته (10%) منهن.
- تشترك النساء الفلسطينيات في مجموعات اجتماعية متخصصة عبر موقع فيس بوك بدرجة متوسطة، فقد أكد (48.1%) منهن أنهن يقمن بذلك، فيما ذكر (51.9%) منهن أنهن لا يشتركن في مثل هذه المجموعات.
- تثق المرأة الفلسطينية في المعلومات المتبادلة عبر موقع فيس بوك بدرجة متوسطة بنسبة بلغت (59.7%).
- تعتقد النساء الفلسطينيات أن تأثير الفيس بوك على حياتهن كان إيجابياً بنسبة بلغت (37.4%)، فيما ذكر (19.7%) منهن أن تأثيره كان سلبياً.
- عبرت الغالبية من النساء الفلسطينيات أنهن يجدن في بعض الأحيان معارضة من قبل الأهل أو الزوج عند استخدامهن للموقع لفترات طويلة بنسبة بلغت (54.5%).
- تعتقد غالبية النساء الفلسطينيات بعدم وجود زيادة مطردة في حجم مشاركة النساء الفلسطينيات على الموقع بنسبة بلغت (50.3%).
- أشار ما نسبته (67.4%) من النساء الفلسطينيات أن المرأة الفلسطينية تستخدم الموقع في دعم قضاياها وتمكينها بدرجة عالية إلى متوسطة.

وأظهرت النتائج المتعلقة بتصورات الرجال عن واقع استخدام المرأة الفلسطينية لفيس بوك ما يلي:

- يعتقد ما نسبته (48.2%) من الرجال أن النساء الفلسطينيات لا يوجد لديهن وقت محدد لاستخدام موقع فيس بوك، فيما أكد (25.5%) منهم أن النساء تفضل استخدام الموقع في المساء، وتتشابه إجابات النساء والرجال في هذا السؤال مع تفاوت النسب.

- يعتقد ما نسبته (58.2%) من الرجال أن المرأة الفلسطينية تستخدم اسماً مستعاراً لها على موقع فيس بوك بالدرجة (دائماً، وغالباً). وهذه النتيجة تختلف كلياً عما أشارت إليه النساء الفلسطينيات.

- بين ما نسبته (58.2%) من الرجال أن النساء الفلسطينيات يفضلن استخدام الموقع من خلال الهاتف المحمول، وتتشابه هذه النتيجة مع ما أشارت إليه النساء الفلسطينيات.

- يرى ما نسبته (62.7%) من الرجال أن جلوس المرأة على موقع فيس بوك لفترات طويلة غالباً ما يسبب لهم إزعاجاً. وتختلف هذه النتيجة عن تصورات النساء، اللواتي أشرن بأنهن يجدن في بعض الأحيان معارضة من قبل الأهل/الزوج عند جلوسهن على الموقع لفترات طويلة، بنسبة بلغت (56.1%).

كما أظهرت نتيجة السؤال الثاني المتعلق بأسباب استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك من وجهة نظر العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، وجود تباين بسيط بين وجهات نظر الرجال والنساء، والجدول الآتي يلخص ذلك:

| وجهة نظر الرجال |                            | وجهة نظر النساء |                                           |
|-----------------|----------------------------|-----------------|-------------------------------------------|
| الترتيب         | الفقرة                     | الترتيب         | الفقرة                                    |
| 1               | للترفيه والتسلية           | 1               | للتواصل مع الأهل والأصدقاء                |
| 2               | للتواصل مع الأهل والأصدقاء | 2               | للتتقيف ومتابعة كل جديد من أخبار ومعلومات |

|   |                                                    |   |                                                  |
|---|----------------------------------------------------|---|--------------------------------------------------|
| 3 | حباً في الظهور وإبداء الأصدقاء إعجابهم بمشاركاتها. | 3 | للترفيه والتسلية                                 |
| 4 | للبحث عن الصداقات والمعارف القديمة والتواصل معها   | 4 | للبحث عن الصداقات والمعارف القديمة والتواصل معها |
| 5 | للتعبير بحرية                                      | 5 | للتواصل مع زملاء العمل                           |

وأظهرت نتيجة السؤال الثالث المتعلق بالأسباب التي تحد من استخدام المرأة الفلسطينية لموقع فيس بوك من وجهة نظر العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس، وجود تشابه في وجهات نظرهم في بعض الأسباب، واختلاف في بعض منها، إلا أن أبرز الأسباب قد تقاطع الرجال والنساء عليها، والجدول الآتي يلخص ذلك:

| وجهة نظر الرجال |                                               | وجهة نظر النساء |                                    |
|-----------------|-----------------------------------------------|-----------------|------------------------------------|
| الترتيب         | الفقرة                                        | الترتيب         | الفقرة                             |
| 1               | ضيق الوقت                                     | 1               | ضيق الوقت                          |
| 2               | الانشغال في أمور المنزل وأمور أخرى            | 2               | الانشغال في أمور المنزل وأمور أخرى |
| 3               | عدم توفر الخصوصية                             | 3               | توافر وسائل أخرى بديلة             |
| 4               | توافر وسائل أخرى بديلة                        | 4               | الاعتقاد بأن الموقع مراقب          |
| 5               | ضعف المعرفة الفنية والتقنية في كيفية استخدامه | 5               | للتعبير بحرية                      |

#### - ملخص النتائج المتعلقة بالأسئلة الرئيسة للدراسة:

أظهرت نتيجة السؤال الرئيس الأول والمتعلق بآثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقافتها بنفسها من وجهة نظرها، أن هذه الآثار كانت مرتفعة على كافة الأبعاد، وأن البعد الشخصي جاء في المرتبة الأولى، يليه البعد الوجداني، ثم الاجتماعي، فالمعرفي، وأخيراً بعد الإيجابية والتفاؤل.

وأظهرت نتيجة السؤال الرئيس الثاني، والمتعلق بتصورات الرجال عن آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظرهم، أن استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك قد منحها مزيداً من الحرية والقدرة على التعبير، وزاد من قدرتها على الحوار والمناقشة في جوانب الحياة المختلفة، كما منحها مزيداً من السعادة والجرأة والثقة بالنفس، والنتائج في الجدول الآتي تلخص ذلك:

| الرقم | الفقرة                                      | النسبة المئوية |
|-------|---------------------------------------------|----------------|
| 1     | منحها مزيداً من الحرية والقدرة التعبير      | 81.67%         |
| 2     | مكنها من الحديث والتحاور والنقاش مع الآخرين | 78.67%         |
| 3     | جعلها أكثر سعادة                            | 77.33%         |
| 4     | منحها الجرأة للتعرف على أشخاص جدد           | 77%            |
| 5     | أعطاهما الجرأة للحديث مع الناس              | 76.67%         |
| 6     | منحها مزيداً من الثقة بالنفس                | 75.33%         |

#### - ملخص النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة:

أظهرت نتائج الفرضية الرئيسة الأولى، والمتعلقة بأسباب وحاجات استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك من وجهة نظر الموظفين العاملين في القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي ما يلي:

- وجود فروق على (9) فقرات، وكانت هذه الفروق لصالح المرأة.

- وجود فروق على (3) فقرات، وكانت هذه الفروق لصالح الرجل.

- عدم وجود فروق على (5) فقرات.

كما أظهرت نتائج الفرضية الرئيسة الثانية، والمتعلقة بالفروق في آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظرها تبعاً لمتغيرات الدراسة الديمغرافية عما يلي:

- متغير الفئة العمرية: وجود فروق على البعدين الوجداني والمعرفي.
  - متغير المؤهل العلمي: عدم وجود أية فروق على أي بعد من أبعاد الثقة بالنفس.
  - متغير الحالة الاجتماعية: وجود فروق على البعد الوجداني.
  - متغير الدخل الشهري: وجود فروق على الأبعاد: الاجتماعية، والمعرفية، والدرجة الكلية للأبعاد.
  - متغير مكان الإقامة: وجود فروق على البعد الشخصي، والبعد الاجتماعي، والبعد المعرفي، وبعد الإيجابية والتفاؤل، والدرجة الكلية.
  - متغير قطاع العمل: وجود فروق على البعد الوجداني.
- وكانت كافة هذه الفروق موضحة في ثنايا الفصل الرابع من هذه الدراسة.



## 5.5 التوصيات

1. ضرورة عقد الدورات والندوات التدريبية والتثقيفية لتوعية المرأة الفلسطينية حول الاستخدام الأمثل لموقع فيس بوك، وكيفية استثمار هذه التقنية الحديثة بشكل ينعكس إيجاباً عليها وعلى قيامها بأدوارها المختلفة أسرياً ومجتمعياً بما يعزز من ثقتها بنفسها.
2. ضرورة حرص المرأة الفلسطينية أفراداً وجماعات على توظيف واستثمار الإمكانيات الضخمة التي يوفرها موقع فيس بوك في خدمة قضاياها وتمكينها.
3. ضرورة اهتمام مؤسسات المجتمع المدني النسوية على متابعة الصفحات والمدونات التي تهتم بشؤون المرأة، وإطلاع النساء عليها، لمناصرتها ومؤازرتها من جهة، والإستفادة من تجربتها من جهة أخرى.
4. ضرورة أن يتعاون الرجال في تغيير الصورة النمطية السائدة عن النساء في المجتمع الفلسطيني من خلال اهتمامهم بتربية النشئ على ذلك، والمساهمة في مناصرة قضايا المرأة، ومساعدتها على توظيف الإمكانيات المتاحة لها على موقع فيس بوك.
5. ضرورة أن تعمل النساء على تفعيل أدوارها عبر منصة الفيس بوك من خلال تنويع أنشطتها لتشمل كافة المجالات المجتمعية والثقافية والسياسية والاقتصادية وغيرها بشكل ينعكس على شخصيتها ويسهم في تمكينها وزيادة ثقتها في نفسها.
6. ضرورة أن تحرص النساء على تدريب أنفسهن على التفاوض، والنظر إلى الأمور بإيجابية، والاستخدام السليم لموقع فيس بوك، وأن يحرصن على بناء علاقات مع من هم أكثر خبرة ومعرفة منهن، لأن هذا من شأنه أن يطور من إمكانيات المرأة وينمي ثقتها بنفسها.
7. ضرورة أن تحرص المرأة الفلسطينية على تنظيم وقتها في استخدام موقع فيس بوك، وأن تقنن عملية الاستخدام بما يلبي احتياجاتها، دون الوصول إلى درجة الإدمان الذي أثبتت العديد من الدراسات أنه يرتبط بمستويات مرتفعة من عدم الثقة بالنفس.
8. ضرورة إجراء دراسات أخرى مماثلة تبحث في طبيعة عمل المرأة، والمضامين التي تركز عليها في استخدامها للموقع، للوقوف على دلالات ذلك في فهم شخصية المرأة وتأثيره على ثقتها بنفسها.

## قائمة المراجع

### المراجع العربية:

أبو جامع، ميرفت (2013). تمكين المرأة والفجوة الافتراضية في استخدام الإعلام الاجتماعي، تقرير: المرأة في الإعلام الفلسطيني، مجلة مدى الإعلام، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات العامة "مدى"، غزة، فلسطين، ص 18-21.

أبو صعييليك، ضيف الله؛ والزبون، محمد (2013). أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 28 (7)، ص 323-359.

أبو صلاح، صلاح محمد (2013). استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشبيعات المتحركة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

آرنولد، كارول (2010). قوة الثقة بالنفس، دار الهلال للنشر والتوزيع: القاهرة، جمهورية مصر العربية.

الأقصري، يوسف (2001). الثقة بالنفس كيف تقوي ثقتك بنفسك أمام الآخرين، دار اللطائف للنشر والتوزيع: القاهرة، جمهورية مصر العربية.

البشر، سعود محمود (1997). مقدمة في الاتصال السياسي، ط1، الرياض: مكتبة العبيكان للنشر.

بلبول، صابر (2009). التمكين السياسي للمرأة العربية بين القرارات والتوجهات الدولية والواقع، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (25)، العدد (2).

بورفسكي، غابرييلا؛ والعلوي، سارة شرابي؛ ودوهرتي، ميغان (2010). الثقة بالنفس وتعزيز القدرات وربط العلاقات: دليل المرأة الشابة إلى القيادة، المعهد الوطني الديمقراطي للعلاقات الدولية (NDI)، واشنطن.

تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي. التقرير الأول لعام 2015، إعداد TNS،

دبي، الإمارات العربية المتحدة.

حجاب، محمد منير (2010). **نظريات الاتصال**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

الحربي، قاسم عادل (2012). **مقرر استخدام الانترنت في مراكز مصادر التعلم**. جامعة جازان، المملكة العربية السعودية.

الحسن، إحسان محمد (2008). **علم اجتماع المرأة، دراسة تحليلية عن دور المرأة في المجتمع المعاصر**، ط1. دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

حسنة، عمر عبيد (2007). **فلسفة مهارات الاتصال**، مقال منشور على موقع المكتبة الإسلامية. خضر، نرمين زكريا (2009). **الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على موقع الفيسبوك**، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر كلية الإعلام المنعقد بجامعة القاهرة بعنوان: **الأسرة والإعلام وتحديات العصر**، خلال الفترة 15-17 فبراير 2009.

الدرميلي، سمر (2013). **أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للنساء في فلسطين**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

الدوسري، عبد الرحمن علي (2009). **كيف نزرع الثقة في أنفسنا وفي من حولنا**، دار الحضارة للنشر والتوزيع: الرياض، السعودية.

الراوي، بشرى جميل (2012). **دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير "مدخل نظري"**، **مجلة الباحث الإعلامي**، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد (18)، ص 1-23.

رايان، إم جيه (2005). **الثقة بالنفس**، مكتبة جرير: الرياض، السعودية.

سليم، خالد (2005). **ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية**، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر.

سوشال ستوديو (2015). **إحصائيات استخدام الفيس بوك في فلسطين**، إحصائيات منشورة على الموقع الإلكتروني (socialstudio.com) بتاريخ 9 مارس 2015.

- سوشال ستوديو (2016). إحصائيات استخدام الفيس بوك في فلسطين، إحصائيات منشورة على الموقع الإلكتروني (socialstudio.com) بتاريخ 14 مارس 2016.
- السيد، حنان عبد الله (2014). استخدامات المرأة الإماراتية الشابة (17-24) عاماً لشبكات التواصل الاجتماعي: مدخل للاستخدامات والإشباع، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ويلن جونج الأسترالية، دبي، الإمارات العربية المتحدة.
- شروجر، سيدني (1990). مقياس الثقة بالنفس، ترجمة وتعريب: عادل محمد.
- شفيق، حسين (2006). الإعلام الإلكتروني، ط2، رحمة برس للطباعة والنشر: القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- الشلاش، عبد الرحمن (2007). الوظيفة وتحقيق الذات. مقال منشور في صحيفة الرياض، الرياض، السعودية، تاريخ النشر: 2007/09/04.
- الشهري، حنان (2011). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، السعودية.
- عبد الرحيم، أحمد يوسف (2013). مواقع التواصل الاجتماعي: الاستخدامات والتأثيرات، مجلة الدراسات التربوية والنفسية، مجلد (7)، عدد (4)، ص 549-558.
- عبد الله، انشراح (1993). الخصائص السيكولوجية للمرأة العاملة في المجال الأكاديمي، دراسة مقارنة بين الرجال والنساء، مجلة علم النفس، الهيئة المصرية العامة للكتاب، المجلد (25)، ص 72-100.
- عسكر، علي (2000). ضغوط الحياة وأساليب مواجهتها، دار الكتاب الحديث، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- العشراوي، عطا السيد (2011). سياسات النهوض بالمرأة في دول مجلس التعاون، ط1. مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات.

عطوي، باسمه (2008). المرأة العربية تتحدى "يومياتها" المريرة وتنتصر... خارج يومها العالمي، مقال منشور على [www.ensan.net](http://www.ensan.net)، تاريخ النشر: 8 آذار 2008، تاريخ الزيارة: 2016/8/12.

عوض، حسني (2013). أثر برنامج تدريبي لتنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب باستخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك": تجربة مجلس شباب عرار نموذجاً، *مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية*، المجلد (10)، العدد (2)، ص 1-29.

عوض، حنان (2012). أثر استخدام الفيس بوك على تقدير الذات لدى فئة الشباب في محافظة طولكرم، *جريدة القدس العربي*، العدد (47)، الأحد 6 أيار 2012.

العيسوي، عبد الرحمن محمد (1987). *سيكولوجية التنشئة الاجتماعية*، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.

الفقي، إبراهيم (2007). *الثقة والاعتزاز بالنفس*، شركة دار الحياة للدعاية والإعلان: الرياض، المملكة العربية السعودية.

القوصي، عبد العزيز (1975). *أسس الصحة النفسية*، الطبعة الخامسة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

لونديز، ليلي (2008). *وداعاً للخجل*، ط1، مكتبة جرير: عمان، الأردن.

محمد، عادل عبد الله (د.ت). *ترجمة مقياس الثقة بالنفس لسيدني شروجر*، كلية التربية، جامعة الزقازيق، جمهورية مصر العربية.

معتوق، خالد بن سليمان (2013). *اتجاهات استخدام طلاب قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعية: دراسة تحليلية*، *مجلة إعلم*، جامعة أم القرى، العدد (12)، المملكة العربية السعودية.

مكاوي، حسن عماد؛ والسيد، ليلي حسين (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*، ط2، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، جمهورية مصر العربية.

منصور، تحسين (2014). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الجامعي الأردني*، *مجلة الأردن للعلوم الاجتماعية*، 7 (2)، ص 287-306.

منظمة تبادل الإعلام الاجتماعي (2012). إنشاء صفحات فيس بوك ذات تأثير: دليل لمنظمات المجتمع المدني العربي، منظمة سيميكس العالمية (www.smex.org).

الناطور، فايز (2011). التحفيز ومهارات تطوير الذات، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان، الأردن.

نجات، علي عقلة (2012). استخدامات الأسرة الأردنية للـ (Facebook) والإشباع المتحققة منها "دراسة مسحية على عينة من المتزوجات العاملات في جامعة اليرموك، ورقة بحثية، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد... التحديات النظرية والتطبيقية"، 15-16 أبريل 2012، جامعة الملك سعود، الرياض.

نومار، مريم نريمان (2012). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.

المراجع الأجنبية:

Al-Saggaf, Yeslam. (2011). **Saudi Females on Facebook: An Ethnographic Study. *International Journal of Emerging Technologies & Society*. Vol. 9, No. 1, 2011, Pp. 1-19.**

Boyd, Danah (2008). **Understanding Socio-Technical Phenomena in Web 2.0**, Erea; Microsoft Research New England, Cambridge MA, <http://www.danah.org/papers/talks/MSR-NE-2008.html>

Choi, J., Watt, J., & Dekkers, A. (2004). **Motives of Internet uses: Crosscultural perspectives – the US, the Netherlands, and South Korea**, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA, May 27, 2004. [http://www.allacademic.com/meta/p112833\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p112833_index.html)

Dubrine, A. (1994). **Applying Psychology: Individual and Organizational Effectiveness**, New Jersey, Prentice. Hall, Inc.

Ellison, N., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). **The Benefits of Facebook Friends: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites.** *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 12(4), Pp. 1143-1168.

International Communication Association. (2014, April 10). **Increased time on Facebook could lead women to negative body images.** ScienceDaily. Retrieved March 5, 2017 from [www.sciencedaily.com/releases/2014/04/140410083503.htm](http://www.sciencedaily.com/releases/2014/04/140410083503.htm)

Kalpidou, M., Costin, D. & Morris, J. (2011). **The Relationship between Facebook and the Well-Being of Undergraduate College Students,** *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14(4). Pp. 183-189.

Katz, Blumer & Gurvuch (1974). **Utilization of Mass Communication.** In the: Uses of Mass Communication, *Current Perspective on Grantification Research*, Blumer & Katz (Editors), Sage Publication, Beverly Hills, London.

Kit, Smith (2016). **47 Facebook Statistics for 2016**, Brand Watch Statistics, Brighton, USA, Web Site: <https://www.brandwatch.com/blog/47-facebook-statistics-2016/>

Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). **Internet Paradox Revisited,** *Journal of Social Issues*, Vol. (58), Issue (1): 49-74.

- Madge, C., Meek, J., Wellens, J. & Hooley, T. (2011). **Facebook, Social Integration and Informal Learning at University: Is It More for Socialising and Talking to Friends about Work than for Actually Doing Work**, *Journal of Learning Media and Technology*, Vol 34(2), Pp. 234-259.
- McMorris, R., Nickerson, A., Yan, Z & Lou, L. (2012). **An Examination of the Reciprocal Relationship of Lonliness and Facebook among First –Year College Students**. *J. Educational Computing Research*, 46 (1). Pp. 105-117.
- Mecheel. V. (2010). *Face book and invasion of technological communities*, N.Y. New York.
- Mesbah, H. (1991). **Uses and Gratification of Television Viewing among Egyptian Adults**. MA Thesis. Department of Journalism and Mass Communication. The American University of Cairo, Egypt.
- Negroponte, N. (1996). **Being Digital**, Publisher Vintage, USA, p. 37.
- Orr, E., Sisic, M., Ross, C., Simmering, M., Arseneault, J. and Robert, R. (2009). **The Influence of Shyness on the Use of Facebook in an Undergraduated Sample**, *Cyber Psychology and Behavior*, Vol. (12), Issue (3), Pp 337-340.
- Papacharissi, Z. & Rubin, A. (2000). **Predictors of Internet Use**, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol. (44), Issue (2): 175-196.
- Rosengren, k. & Wndahl, S. (1972). **Mass Media Consumption as a Functional Alternative**, In McQueil Ed., *Sociology of Mass Communications*, Pnguin UK, Pp. 135-165.



- Sangari, E., Limayem, M & Rouis, S. (2011). **Impact of Face book Usage on Students' Academic Achievement: Role of self-regulation and trust.** *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*. Vol. 9 (3). Pp. 961-994.
- Shen, K. & Khalifa, M. (2010). **Facebook Usage Among Arabic College Students,** *International Jouranl of e-Business Management*, Vol. (4), Issue (1), Pp 53-65.
- Stienfield, C., Dimmico, J., Ellison, N., & Lampe, C. (2009). **Bowling Online: Social Network and Social Capital within Organization,** Proc 4<sup>th</sup> Communities and Technology Conference.
- Sullivan, S. & Paradise, A. (2012). **(In)Visible Threats? The Third-Person Effect in Perceptions of the Influence of Facebook,** *Cyberpsychology Behavior and Social Networking* 15(1). Pp. 55-61.
- Valenzuela, S., Park, N. & Kee, K. (2009). **Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust and Participation,** *Journal of Computer-Mediated Communication*, Issue 14, Pp. 875-901.
- Werner, S. & James, A. (1992). **Communication Theory Origion, Methods And Uses in the Media,** N.Y, Hasting House Publishers.

## قائمة الملاحق

- ملحق رقم (1) أداة الدراسة بصورتها الأولية
- ملحق رقم (2) قائمة المحكمين لأداة الدراسة
- ملحق رقم (3) أداة الدراسة بعد التحكيم
- ملحق رقم (4) أداة الدراسة بعد صدق البناء (الأداة بصورتها النهائية)
- ملحق رقم (5) جدول معاملات الارتباط
- ملحق رقم (6) كتاب تسهيل مهمة الباحثة

## ملحق رقم (1)

### أداة الدراسة بصورتها الأولية

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج دراسات المرأة

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان "آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس"، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج دراسات المرأة.

ولتحقيق أهداف الدراسة، أعدت الباحثة استبانة بالاعتماد على ما جاء في الأدبيات والدراسات السابقة، لذا يرجى التكرم بتعبئة الاستبانة المرفقة، علماً بأن البيانات الواردة فيها ستعامل بسرية، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكراً لكم حسن تعاونكم

الباحثة

امنتال طوباسي

أولاً: البيانات الشخصية

يرجى وضع إشارة (x) فيما ينطبق عليك:

- (1) النوع: ☐ رجل ☐ امرأة
- (2) فئة العمر: ☐ أقل من 25 سنة ☐ 25 إلى أقل من 30 سنة ☐ 30 إلى أقل من 35 سنة ☐ من 35 سنة إلى أقل من 40 سنة ☐ من 40 سنة فأكثر
- (3) المؤهل العلمي: ☐ ثانوية عامة فأقل ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ دراسات عليا
- (4) الحالة الاجتماعية: ☐ أعزب / عزباء ☐ متزوج/ة ☐ مطلق/ة ☐ أرمل/ة
- (5) الدخل الشهري: ☐ أقل من 2000 شيقل ☐ من 2000 إلى أقل من 4000 شيقل ☐ من 4000 إلى أقل من 6000 شيقل ☐ 6000 شيقل فأكثر
- (6) مكان الإقامة: ☐ مدينة ☐ قرية ☐ مخيم
- (7) قطاع العمل: ☐ قطاع خاص ☐ قطاع عام

ثانياً: معلومات حول طبيعة الاستخدام لموقع فيس بوك

(8) متوسط استخدامك لشبكة الإنترنت يومياً هو: ☐ ساعة واحدة فأقل ☐ 2 إلى أقل من 3

ساعات ☐ 3 إلى أقل من 4 ساعات ☐ 4 ساعات فأكثر

(9) متوسط استخدامك لموقع فيس بوك يومياً من مجمل الاستخدام اليومي لشبكة الإنترنت

الانترنت هو: ☐ ساعة واحدة فأقل ☐ 2 إلى أقل من 3 ساعات ☐ 3 إلى أقل من 4

ساعات ☐ 4 ساعات فأكثر

(10) الأسباب التي تحد من المشاركة في موقع فيس بوك هي (يمكن اختيار أكثر من خيار)

☐ ضيق الوقت ☐ الاعتقاد بأن الموقع يحتوي على أمور لا أخلاقية

☐ توافر وسائل أخرى بديلة ☐ أسباب تقنية (لا أعرف كيفية التعامل معه)

☐ أسباب أخرى، حدد .....

(11) عدد المشتركين (الأصدقاء) في الصفحة الخاصة بك في شبكة فيس بوك:

☐ أقل من 20 ☐ 20-49 ☐ 50-79 ☐ 80-110 ☐ أكثر من 110

(12) هل تشترك في برامج أو مجموعات اجتماعية على شبكة فيس بوك: ☐ نعم ☐ لا

(13) إذا كانت الإجابة على السؤال السابق (نعم)، كم عدد البرامج/المجموعات الاجتماعية

التي أنت عضو فيها؟ ☐ أقل من 10 ☐ 10 - 20 ☐ أكثر من 21

(14) طريقة استخدام الفيس بوك:

☐ من جهاز الكمبيوتر الشخصي / اللابتوب ☐ من الهاتف المحمول

☐ كلاهما، وأفضل الكمبيوتر الشخصي ☐ كلاهما، وأفضل الهاتف المحمول.

(15) تصف مشاركتك في المناقشات على موقع فيس بوك بما يلي:

☐ صاحب صفحة وتجمع نشط عبر شبكة فيس بوك

☐ مشارك نشط من حيث التعليقات ومواضيع المناقشات.

☐ مجرد قارئ للمنشورات ومعلق نشط.

☐ لا أشارك في المناقشات، بل مجرد متصفح في شبكة فيس بوك للحصول على التحديثات.

ثالثاً: اتجاهات المستطلعين نحو استخدام المرأة للفييس بوك

أرجو الإجابة على فقرات هذا القسم بوضع إشارة (x) أمام كل فقرة فيما يأتي بما يتفق مع رأيك.

| الرقم | الفقرة                                                                                         | موافق/ة بشدة | موافق/ة | محايد | غير موافق/ة | غير موافق/ة بشدة |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------|-------|-------------|------------------|
|       | المجال الأول: دوافع وحاجات استخدام الفييس بوك                                                  |              |         |       |             |                  |
| 1     | يعد التواصل مع الأهل والأصدقاء الدافع الرئيسي لاستخدام المرأة الفييس بوك.                      |              |         |       |             |                  |
| 2     | تستطيع المرأة من خلال الفييس بوك التنفيس عن نفسها والتعبير بكل حرية.                           |              |         |       |             |                  |
| 3     | يعد الترفيه والتسلية من دوافع استخدام المرأة الفييس بوك.                                       |              |         |       |             |                  |
| 4     | يساعد الفييس بوك المرأة من خلال تبادل الأفكار والثقافات مع الآخرين على تطوير شخصيتها وتعزيزها. |              |         |       |             |                  |
| 5     | تلجأ المرأة لاستخدام الفييس بوك للهروب من الواقع وإنشاء عالم افتراضي خاص بها.                  |              |         |       |             |                  |
| 6     | تستطيع المرأة من خلال استخدام الفييس بوك التنقيف والحصول على قدر كبير من المعلومات التي تحتاج. |              |         |       |             |                  |
| 7     | تستخدم المرأة الفييس بوك حباً في الظهور وإبداء الأصدقاء إعجابهم بمشاركاتها.                    |              |         |       |             |                  |
|       | المجال الثاني: معوقات استخدام موقع فيسبوك                                                      |              |         |       |             |                  |
| 1     | ألاحظ أن هناك قيوداً دينية على استخدام المرأة لشبكة فيس بوك.                                   |              |         |       |             |                  |
| 2     | ألاحظ أن هناك قيوداً مجتمعية على استخدام المرأة لشبكة فيس بوك.                                 |              |         |       |             |                  |
| 3     | أجد معارضة من قبل الزوج / ولي الأمر عند استخدامي لموقع فيسبوك                                  |              |         |       |             |                  |
| 4     | أجد انزعاجاً من قبل الزوج / ولي الأمر                                                          |              |         |       |             |                  |

|  |  |  |  |  |                                                                                      |   |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------|---|
|  |  |  |  |  | عند مكوثي على الفيس بوك لفترات طويلة.                                                |   |
|  |  |  |  |  | تعدد طلبات الصداقة وكثرتها دون معرفة مسبقة يعيقني عن استخدام الفيس بوك.              | 5 |
|  |  |  |  |  | تعدد الالتزامات المنزلية تجاه الأسرة والزوج والأولاد يعيقني عن استخدام الفيس بوك.    | 6 |
|  |  |  |  |  | كثرة مظاهر النفاق الاجتماعي يعتبر من عوائق استخدام الفيس بوك.                        | 7 |
|  |  |  |  |  | <b>المجال الثالث: إيجابيات وفوائد استخدام الفيس بوك</b>                              |   |
|  |  |  |  |  | ساعد الفيس بوك المرأة على إيجاد حلول لمشاكلها الأسرية والاجتماعية.                   | 1 |
|  |  |  |  |  | يعتبر الفيس بوك فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة على الخجل والانطواء لدى المرأة.         | 2 |
|  |  |  |  |  | ساعد الفيس بوك المرأة على إبداء رأيها والتعبير عنه بحرية وثقة مطلقة.                 | 3 |
|  |  |  |  |  | ساعد الفيس بوك المرأة على إنشاء مشاريعها الخاصة وتحسين وضع الأسرة الاقتصادي والمادي. | 4 |
|  |  |  |  |  | اعتبر أن موقع فيسبوك من المواقع الممتعة والمسلية والمفيدة في التعامل مع الآخرين.     | 5 |
|  |  |  |  |  | يساعد موقع فيسبوك على تنويع المعارف وإمكانية التعرف على أفراد من بلاد أخرى.          | 6 |
|  |  |  |  |  | يمكن موقع فيس بوك من الالتقاء بالصدقات والمعارف القديمة.                             | 7 |
|  |  |  |  |  | أجد في موقع فيس بوك من يتفهم همومي ومشاكلي وأحلامي.                                  | 8 |
|  |  |  |  |  | <b>المجال الرابع: سلبيات التعامل مع موقع فيس بوك</b>                                 |   |
|  |  |  |  |  | زيادة استخدام المرأة للفيس بوك يؤدي                                                  | 1 |

|  |  |  |  |  |                                                                                               |    |
|--|--|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|  |  |  |  |  | إلى زيادة شعورها بالعزلة والوحدة.                                                             |    |
|  |  |  |  |  | استخدام المرأة للفيس بوك تؤدي إلى زيادة حالات التحرش وانتهاك الخصوصية.                        | 2  |
|  |  |  |  |  | استخدام المرأة المتزايد للفيس بوك يؤدي لانتشار حالات مرضية ونفسية مثل الإدمان والكآبة والهوس. | 3  |
|  |  |  |  |  | زيادة استخدام الفيس بوك من قبل المرأة والرجل وإهمال الأسرة واحتياجاتها.                       | 4  |
|  |  |  |  |  | يؤثر استخدام الفيس بوك على العلاقات الأسرية بشكل سلبي وزيادة الخيانة الزوجية.                 | 5  |
|  |  |  |  |  | يؤدي الفيس بوك إلى فضح أسرار البيت والشؤون الأسرية الخاصة (انعدام الخصوصية)                   | 6  |
|  |  |  |  |  | يمكن خداع المرأة من خلال الفيس بوك، وإغوائها، والإيقاع بها.                                   | 7  |
|  |  |  |  |  | استخدام المرأة المتزايد للفيس بوك أدى إلى زيادة نسبة الطلاق والخلافات الأسرية.                | 8  |
|  |  |  |  |  | يؤدي الاستخدام المتزايد لموقع فيس بوك إلى ضعف التواصل عبر الواقع الحقيقي.                     | 9  |
|  |  |  |  |  | استخدام الفيس بوك قد يؤدي إلى فضح البيانات الشخصية بشكل خارج عن الإرادة.                      | 10 |
|  |  |  |  |  | أعتبر أن استخدام موقع فيس بوك هو مضيعة للوقت.                                                 | 11 |
|  |  |  |  |  | استخدام موقع فيس بوك يعرضك لمحاولات السرقة والابتزاز.                                         | 12 |
|  |  |  |  |  | اعتقد أن موقع فيس بوك يتضمن محتويات لا أخلاقية وإباحية.                                       | 13 |
|  |  |  |  |  | يتيح الفيس بوك إمكانية نشر الإشاعات والأخبار الكاذبة.                                         | 14 |

رابعاً: أثر استخدام المرأة للفييس بوك على ثقتها بنفسها  
أرجو الإجابة على فقرات هذا القسم بوضع إشارة (x) أمام كل فقرة فيما يأتي بما يتفق مع رأيك.

| الرقم | الفقرة                                                                                                                                | موافق/ة بشدة | موافق/ة | محايد | غير موافق/ة | غير موافق/ة بشدة |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------|-------|-------------|------------------|
| 1     | استخدامي لموقع فيس بوك أثر على مقدار ثقتي في نفسي وجعلني أشعر بأنني ذات شخصية قوية.                                                   |              |         |       |             |                  |
| 2     | المساواة في الأسرة بين الذكر والأنثى يعزز الثقة بالنفس دون دور للفييس بوك في ذلك.                                                     |              |         |       |             |                  |
| 3     | شيوخ ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي عززت الانتقال من ثقافة السيطرة إلى ثقافة التمكين في الأسرة.                                        |              |         |       |             |                  |
| 4     | أثق بمن أتعامل معهم في موقع فيس بوك.                                                                                                  |              |         |       |             |                  |
| 5     | استخدم موقع فيس بوك في أمور مفيدة في حياتي تضمن احترام ذاتي وتشعري دائماً بالإيجابية.                                                 |              |         |       |             |                  |
| 6     | استخدم فيس بوك لتحقيق هدف ورسالة محددة.                                                                                               |              |         |       |             |                  |
| 7     | عند استخدامي لموقع فيس بوك تكون لدي القدرة على التكيف مع كافة المواضيع المطروحة والشخصيات التي أتعامل معها عبر هذه الشبكة الاجتماعية. |              |         |       |             |                  |
| 8     | أستطيع حل كافة المشاكل التي تواجهني أثناء استخدامي لموقع فيس بوك.                                                                     |              |         |       |             |                  |
| 9     | أعبر عن رأيي بحرية على موقع فيس بوك ومن دون تردد.                                                                                     |              |         |       |             |                  |
| 10    | استخدامي لموقع فيس بوك يساعدني في تحقيق أهدافي المستقبلية.                                                                            |              |         |       |             |                  |
| 11    | أشعر بنوع من العزلة الاجتماعية رغم استخدامي لموقع فيس بوك.                                                                            |              |         |       |             |                  |



|  |  |  |  |                                                                                                                                 |    |
|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|  |  |  |  | ينتابني شعور بالحزن والقلق والتوتر رغم استخدامي لموقع فيس بوك.                                                                  | 12 |
|  |  |  |  | استخدامي لموقع فيس بوك أثر سلباً على علاقتي بأسرتي.                                                                             | 13 |
|  |  |  |  | استخدامي لموقع فيس بوك يعيقني عن القيام بواجباتي الأسرية وأدوارى الحياتية الأخرى.                                               | 14 |
|  |  |  |  | إن استخدام موقع الفيس بوك منحني مزيداً من التحرر والقوة.                                                                        | 15 |
|  |  |  |  | مكّن استخدام موقع فيس بوك المرأة من زيادة وتقوية علاقاتها الاجتماعية.                                                           | 16 |
|  |  |  |  | أعتبر موقع فيس بوك مجرد وسيلة لقضاء وقت الفراغ والابتعاد عن الواقع الاجتماعي.                                                   | 17 |
|  |  |  |  | استخدامي لموقع فيس بوك ساعدني على الاندماج بالمجتمع.                                                                            | 18 |
|  |  |  |  | استخدامي لموقع فيس بوك أثر على علاقتي وتفاعلي مع الآخرين على أرض الواقع.                                                        | 19 |
|  |  |  |  | تعتقد أن العلاقات التي تم اكتسابها من خلال الفيس بوك هي علاقات مفيدة قد تعود عليك بالمنافع.                                     | 20 |
|  |  |  |  | استخدامي لموقع الفيس بوك منحني الفرصة للتحرك بحرية بين المجموعات الإخبارية والقوائم والمجموعات البريدية وهذا عزز من ثقتي بنفسي. | 21 |
|  |  |  |  | استطيع التعبير عن آرائي وأفكاري ومناقشتها بحرية وسهولة عبر موقع الفيس بوك.                                                      | 22 |
|  |  |  |  | أثناء استخدامك للفيس بوك قد تتعرضين لمواد أو مواقف ومواضيع تحد من ثقتك بنفسك.                                                   | 23 |
|  |  |  |  | أشعر بالخجل في التعامل مع الآخرين على أرض الواقع.                                                                               | 24 |

|  |  |  |  |  |    |                                                                                                                                                      |
|--|--|--|--|--|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  | 25 | نمط الحياة السائد والتطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات والتواصل يجعلني أشعر بصعوبة العيش بدون استخدام موقع الفيس بوك.                         |
|  |  |  |  |  | 26 | عند استخدامك لموقع الفيس بوك قد تقوم بحذف منشوراتك التي لم يتم التفاعل معها أو التعليق عليها وإبداء الإعجاب لشعورك بعدم الاهتمام بها من قبل الآخرين. |
|  |  |  |  |  | 27 | أشعر بالغيرة من الآخرين عند إطلاعي على صفحاتهم ومنشوراتهم وصورهم في موقع الفيس بوك.                                                                  |
|  |  |  |  |  | 28 | أتعامل بحساسية مفرطة مع التصرفات أو الكلمات والتعليقات التي يكتبها الآخرون على منشوراتي وصفحتي على موقع الفيس بوك.                                   |
|  |  |  |  |  | 29 | أحب الاختلاط والتفاعل مع الآخرين عبر موقع الفيس بوك.                                                                                                 |
|  |  |  |  |  | 30 | أشعر بالضيق من نفسي في بعض الأحيان عما أنشره أو أعلقه على شبكة الفيس بوك.                                                                            |
|  |  |  |  |  | 31 | يؤرقني أن صفحات الآخرين أفضل من صفحتي ويتم التفاعل معها أكثر على موقع فيس بوك.                                                                       |
|  |  |  |  |  | 32 | أنا أكثر سعادة الآن بعد استخدامي لموقع الفيس بوك.                                                                                                    |
|  |  |  |  |  | 33 | أنا راض عن مظهري الجسمي ومسرور منه رغم أنني أرى على الفيس بوك من هم أجمل.                                                                            |
|  |  |  |  |  | 34 | رغم أنني أرغب في معرفة المزيد من الناس إلا أنني أتردد في قبول الصداقات على الفيس بوك حتى من الأشخاص الذين أعرفهم.                                    |
|  |  |  |  |  | 35 | أستطيع من خلال الفيس بوك إظهار كفاءتي وقدراتي وأنال التقدير على                                                                                      |

|  |  |  |  |  |                                                                                                              |    |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|  |  |  |  |  | إنجازاتي من الآخرين.                                                                                         |    |
|  |  |  |  |  | أشعر بالتردد قبل القيام بنشر أي معلومات أو التفاعل مع ما ينشره الآخرون على موقع الفيس بوك.                   | 36 |
|  |  |  |  |  | أشعر في معظم الوقت أنني لا أمتلك الكفاءة والمقدرة التي يمتلكها الآخرون في التعامل مع الفيس بوك.              | 37 |
|  |  |  |  |  | عندما يكون لزاماً عليّ أن أتفاعل مع الآخرين على موقع الفيس بوك أشعر أنني أستطيع القيام بذلك بفاعلية ووضوح.   | 38 |
|  |  |  |  |  | لا أتردد في نشر صوري على موقع الفيس بوك لقلّة جمالي.                                                         | 39 |
|  |  |  |  |  | أشعر أنني أهتم بشكل مبالغ فيه في إعداد الصور والمنشورات التي أرغب في رفعها على الفيس بوك.                    | 40 |
|  |  |  |  |  | افتقر لبعض المهارات والقدرات الهامة اللازمة لتحقيق أكبر قدر من التفاعل على موقع الفيس بوك.                   | 41 |
|  |  |  |  |  | مقابلة أشخاص جدد على الفيس بوك تعتبر بالنسبة لي خبرة ممتعة أتطلع لها دوماً.                                  | 42 |
|  |  |  |  |  | أشعر دائماً بالراحة والسعادة عند تفاعلي مع الآخرين عبر الفيس بوك.                                            | 43 |
|  |  |  |  |  | بشكل عام، حينما تسوء الأمور في علاقاتي عبر الفيس بوك، أكون واثقاً من أنني أستطيع أن أعالجها وأتناولها بنجاح. | 44 |
|  |  |  |  |  | أشعر أنني أكثر قلقاً من الآخرين حول قدراتي على إقامة علاقات ناجحة عبر الفيس بوك.                             | 45 |
|  |  |  |  |  | تزداد ثقتي في نفسي عن كثيرين أعرفهم عبر الفيس بوك.                                                           | 46 |
|  |  |  |  |  | أشعر بأنني أكثر حزمًا وحسمًا للأمور بعد استخدامي لموقع الفيس بوك.                                            | 47 |
|  |  |  |  |  | أشعر بأنني أكثر تفاؤلاً وإيجابية بعد                                                                         | 48 |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                |    |
|--|--|--|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|  |  |  |  |  | استخدامي لموقع الفيس بوك.                                                                                      |    |
|  |  |  |  |  | لو أن ثقتي بنفسي كانت أكبر عند التفاعل مع الآخرين عبر موقع الفيس بوك لكنت حياتي أفضل مما هي عليه الآن.         | 49 |
|  |  |  |  |  | تزداد ثقتي في نفسي عند التعامل مع الجنس الآخر في الوقت الراهن أكثر مما كانت عليه قبل استخدامي لموقع الفيس بوك. | 50 |
|  |  |  |  |  | الفيس بوك جعلني أفكر أكثر، وأصيغ عبارات تعكس أفكاري وتوجهاتي وأكتبها على الفيس بوك.                            | 51 |
|  |  |  |  |  | لا أتردد في التعليق على العبارات التي تخالفني في الرأي على الفيس بوك.                                          | 52 |
|  |  |  |  |  | أشعر أنني ملزمة بتصفح موقع فيسبوك يومياً فور الاستيقاظ من النوم أو عند الذهاب إلى السرير في كل ليلة.           | 53 |
|  |  |  |  |  | استخدم اسمي الحقيقي على الفيس بوك.                                                                             | 54 |

رتبي العوامل الآتية التي ساعدت على بلورة ثقتك بنفسك (حسب الأهمية) من (1-7):

\_\_\_\_\_ الإيمان بالله      \_\_\_\_\_ الأسرة      \_\_\_\_\_ المجتمع المحلي      \_\_\_\_\_ المدرسة

\_\_\_\_\_ الجامعة      \_\_\_\_\_ الأصدقاء والرفقة      \_\_\_\_\_ موقع الفيس بوك.

## ملحق رقم (2)

### قائمة المحكمين

| الرقم | الاسم                    | مكان العمل / التخصص                                                                     |
|-------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | د. سائدة عفونة           | كلية العلوم التربوية ومدير مركز التعليم الالكتروني في<br>جامعة النجاح الوطنية           |
| 2     | د.علياء العسالي          | كلية الآداب - علم اجتماع - جامعة النجاح الوطنية                                         |
| 3     | د. سمر الشنار            | كلية الإعلام - جامعة النجاح الوطنية                                                     |
| 4     | د. رولا أبو دحو          | دراسات المرأة - جامعة بيرزيت                                                            |
| 5     | د. فريد أبو ضهير         | كلية الإعلام - جامعة النجاح الوطنية                                                     |
| 6     | د. عبد الجواد عبد الجواد | كلية الإعلام - جامعة النجاح الوطنية                                                     |
| 7     | د. فايز محاميد           | علم نفس وإرشاد - رئيس قسم الدراسات العليا<br>للدراسات الإنسانية في جامعة النجاح الوطنية |
| 8     | د. فاخر الخليلي          | علم نفس وإرشاد - رئيس قسم علم النفس في جامعة<br>النجاح الوطنية                          |
| 9     | د. بشار صالح             | كلية التربية الرياضية - جامعة النجاح الوطنية                                            |

### ملحق رقم (3)

أداتي الدراسة بعد التحكيم

الاستبانة الموجهة للنساء



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج دراسات المرأة

### استبيان

الأخت المحترمة،،،

تحية طيبة وبعد:

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان "آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقافتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس"، للتعرف إلى واقع وأسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك وأثره على ثقافتها بنفسها وتقديرها لذاتها، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج دراسات المرأة.

ولتحقيق أهداف الدراسة، أعدت الباحثة هذه الاستبانة بالاعتماد على الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة. لذا نرجو التكرم بتعبئة الاستبانة المرفقة، علماً بأن البيانات الواردة فيها ستعامل بسرية، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرة لکن حسن تعاونکن

الباحثة

امتثال طوباسي

أولاً: البيانات الشخصية (يرجى وضع إشارة (x) فيما ينطبق عليك):

- (16) الفئة العمرية: (1) أقل من 25 سنة (2) 25 إلى أقل من 35 سنة  
(3) 35 إلى أقل من 45 سنة (4) 45 إلى أقل من 55 سنة  
(5) 55 سنة فأكثر

- (17) المؤهل العلمي: (1) ثانوية عامة فأقل (2) دبلوم  
(3) بكالوريوس (4) دراسات عليا

- (18) الحالة الاجتماعية: (1) عزباء (2) متزوجة (3) مطلقة (4) أرملة

- (19) الدخل الشهري: (1) أقل من 1500 شيقل  
(2) 1500 إلى أقل من 3000 شيقل.  
(3) 3000 إلى أقل من 4500 شيقل.  
(4) 4500 إلى أقل من 6000 شيقل  
(5) 6000 شيقل فأكثر.

- (20) مكان الإقامة: (1) مدينة (2) قرية (3) مخيم

- (21) قطاع العمل: (1) قطاع خاص (2) قطاع عام

## ثانياً: معلومات حول طبيعة الاستخدام لموقع فيس بوك

- 1) متوسط استخدامك لموقع فيس بوك يومياً هو:  
(1) ساعة واحدة فأقل (2) أكثر من ساعة إلى 3 ساعات (3) أكثر من 3 إلى 6 ساعات  
(4) أكثر من 6 ساعات
- 2) عدد المشتركين (الأصدقاء) في الصفحة الخاصة بك في شبكة فيس بوك:  
(1) أقل من 50 صديق (2) 50-99 صديق (3) 100-149 صديق (4) 150-199 صديق  
(5) 200-249 صديق (6) 250 صديق فأكثر
- 3) طريقة استخدامك المفضلة لموقع فيس بوك:  
(1) من جهاز الكمبيوتر الشخصي / اللابتوب (2) من الهاتف المحمول  
(3) كلاهما، وأفضل الكمبيوتر الشخصي / اللابتوب (4) كلاهما، وأفضل الهاتف المحمول.  
(4) إمكانية استخدام موقع فيس بوك أثناء العمل: (1) متاحة دائماً لك (2) متاحة ولكن بشكل مقيد  
(3) الموقع غير متاح إطلاقاً
- 5) تستخدمين موقع فيس بوك بشكل أكبر خلال: (1) الصباح الباكر (2) النهار (3) المساء  
(4) وقت متأخر من الليل (5) لا يوجد وقت محدد
- 6) تستخدمين اسماً مستعاراً في حسابك الرسمي على الفيسبوك: (1) دائماً (2) غالباً (3) أحياناً  
(4) إطلاقاً
- 7) تستخدمين أكثر من حساب على موقع فيس بوك: (1) نعم (2) لا
- 8) بشكل أساسي، كيف تصفين مشاركتك في المناقشات على موقع فيس بوك (اختاري خياراً واحداً له الأولوية بالنسبة لك):  
(1) صاحبة صفحة فقط، وغير مشاركة في التعليقات، بمعنى متصفحة فقط لتحديثات الأصدقاء.  
(2) مجرد قارئة للمنشورات ومعلقة نشطة.  
(3) مشاركة نشطة من حيث التعليقات ومواضيع المناقشات.  
(4) صاحبة صفحة وتجمع نشط عبر شبكة فيسبوك.  
(5) أخرى، حددي .....
- 9) هل تشتركين في برامج أو مجموعات اجتماعية متخصصة على شبكة فيسبوك؟ (1) نعم (2) لا
- 10) تثقين في المعلومات التي يتم تبادلها عبر موقع فيس بوك بدرجة: (1) كبيرة (2) متوسطة (3) منخفضة
- 11) تعتقدين أن تأثير الفيس بوك على حياتك كان تأثيراً: (1) إيجابياً (2) سلبياً (3) لا رأي
- 12) تشعرين بالضيق والانزعاج إذا تم وضع قيود على استخدامك لموقع فيسبوك: (1) نعم (2) أحياناً (3) لا
- 13) تجدين معارضة من قبل الزوج/الأهل عند استخدامك للفيس بوك لفترات طويلة: (1) نعم (2) أحياناً (3) لا
- 14) تعتقدين أن هناك زيادة مطردة في حجم مشاركة المرأة الفلسطينية عبر موقع فيس بوك:



- (1) بدرجة عالية (2) بدرجة متوسطة (3) بدرجة منخفضة
- 15) تعتقد أن المرأة الفلسطينية تستخدم موقع فيس بوك في دعم قضاياها وتمكينها:
- (1) بدرجة عالية (2) بدرجة متوسطة (3) بدرجة منخفضة

**ثالثاً: أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك ومعوقات استخدامه**

| الرقم | الفقرة                                                                             | موافقة<br>بشدة | موافقة<br>رأي | لا<br>رأي | معارضة<br>بشدة |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|-----------|----------------|
| 1     | للتواصل مع الأهل والأصدقاء.                                                        |                |               |           |                |
| 2     | لتكوين صداقات وعلاقات جديدة.                                                       |                |               |           |                |
| 3     | للتواصل مع زملاء العمل.                                                            |                |               |           |                |
| 4     | للبحث عن الصداقات والمعارف القديمة والتواصل معهم.                                  |                |               |           |                |
| 5     | للتعبير بحرية.                                                                     |                |               |           |                |
| 6     | لتبادل الأفكار والثقافات مع الآخرين.                                               |                |               |           |                |
| 7     | للتتبع ومتابعة كل جديد من أخبار ومعلومات، ومعرفة ما يحدث حولي.                     |                |               |           |                |
| 8     | حبا في الظهور وإبداء الأصدقاء إعجابهم بمشاركاتي ومنشوراتي.                         |                |               |           |                |
| 9     | لتمكين المرأة ومساعدتها على إبراز قضاياها وهمومها.                                 |                |               |           |                |
| 10    | لأن موقع فيس بوك يشكل فضاءً مفتوحاً للتمرد والثورة على القيود المفروضة على المرأة. |                |               |           |                |
| 11    | للهرب من الواقع وإنشاء عالم افتراضي خاص.                                           |                |               |           |                |
| 12    | للترفيه والتسلية.                                                                  |                |               |           |                |
| 13    | لإنشاء مشاريع خاصة والترويج لها عبر الفيس بوك.                                     |                |               |           |                |
| 14    | للبحث عن وظائف.                                                                    |                |               |           |                |
| 15    | لممارسة الأنشطة المجتمعية.                                                         |                |               |           |                |
| 16    | لممارسة الأنشطة النسوية.                                                           |                |               |           |                |
| 17    | لممارسة الأنشطة السياسية.                                                          |                |               |           |                |

**معوقات ضعف مشاركة المرأة الفلسطينية في موقع فيس بوك:**

| الرقم | السبب                                          | موافقة<br>بشدة | موافقة<br>رأي | لا<br>رأي | معارضة<br>بشدة |
|-------|------------------------------------------------|----------------|---------------|-----------|----------------|
| 1     | عدم الرغبة في إقامة علاقات اجتماعية.           |                |               |           |                |
| 2     | الانشغال في أمور المنزل وأمور أخرى.            |                |               |           |                |
| 3     | ضيق الوقت.                                     |                |               |           |                |
| 4     | توافر وسائل أخرى بديلة.                        |                |               |           |                |
| 5     | الاعتقاد بأن هذا الموقع مراقب.                 |                |               |           |                |
| 6     | ضعف المعرفة الفنية والتقنية في كيفية استخدامه. |                |               |           |                |

| الرقم | السبب                                              | موافقة<br>بشدة | موافقة<br>رأي | لا<br>معارضة<br>بشدة | معارضة<br>بشدة |
|-------|----------------------------------------------------|----------------|---------------|----------------------|----------------|
| 7     | عدم الرغبة في مشاركة آرائي مع الآخرين.             |                |               |                      |                |
| 8     | عدم توفر الخصوصية.                                 |                |               |                      |                |
| 9     | الاعتقاد بأن الموقع عديم الفائدة وفيه مضیعة للوقت. |                |               |                      |                |
| 10    | عدم توفر محتوى موجه للمرأة على موقع فيس بوك.       |                |               |                      |                |

رابعاً: آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها (أرجو الإجابة على فقرات هذا القسم بوضع إشارة (x) أمام كل فقرة فيما يأتي بما يتفق مع رأيك)

| الرقم                                                 | الفقرة                                                                                           | موافقة<br>بشدة | موافقة | لا<br>رأي | معارضة<br>بشدة |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------|-----------|----------------|
| <b>المجال الأول: الثقة بالنفس على البعد الشخصي</b>    |                                                                                                  |                |        |           |                |
| 1                                                     | مكنتني استخدام الفيس بوك من التخلص من الخجل.                                                     |                |        |           |                |
| 2                                                     | مكنتني استخدام الفيس بوك من التعبير عن آرائي بحرية.                                              |                |        |           |                |
| 3                                                     | ساعدني استخدام الفيس بوك على إيصال أفكارتي ومعتقداتي للآخرين.                                    |                |        |           |                |
| 4                                                     | زاد استخدامي للفيس بوك من ثقتي بنفسي.                                                            |                |        |           |                |
| 5                                                     | زاد استخدامي للفيس بوك من تقديري لذاتي كوني أتعامل مع أشخاص عديدين ومختلفين.                     |                |        |           |                |
| 6                                                     | ساهم استخدامي للفيس بوك في زيادة قدراتي على التعامل مع الرجال أكثر مما كنت عليه قبل استخدامي له. |                |        |           |                |
| 7                                                     | استطيع التعبير عما في داخلي من خلال موقع فيس بوك.                                                |                |        |           |                |
| 8                                                     | لا أتردد في التعليق على العبارات التي تخالفني في الرأي على موقع فيس بوك.                         |                |        |           |                |
| 9                                                     | لا أنتازل عن حقوقي، بل أدافع عنها.                                                               |                |        |           |                |
| 10                                                    | أوافق أصدقائي على موقع فيس بوك دون تردد وفي كل الأمور.                                           |                |        |           |                |
| 11                                                    | يهتز صوتي عندما أتحديث في مكالمة جماعية عبر موقع فيس بوك.                                        |                |        |           |                |
| <b>المجال الثاني: الثقة بالنفس على البعد الوجداني</b> |                                                                                                  |                |        |           |                |
| 12                                                    | أشعر أن حياتي مميزة عن حياة الآخرين بعد استخدامي لموقع فيس بوك.                                  |                |        |           |                |
| 13                                                    | أشعر بالغيرة من الآخرين عند اطلاعي على صفحاتهم ومنشوراتهم عبر موقع فيس بوك.                      |                |        |           |                |
| 14                                                    | أشعر بالإنزعاج عندما لا يتفاعل الآخرون مع منشوراتي وتعليقاتي.                                    |                |        |           |                |
| 15                                                    | أتعامل بحساسية مع ما يُعلقه الآخرون على منشوراتي                                                 |                |        |           |                |

| الرقم                                                  | الفقرة                                                                                  | موافقة<br>بشدة | موافقة<br>رأي | لا<br>معارضة | معارضة<br>بشدة |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|--------------|----------------|
|                                                        | وصفحتي عبر موقع فيس بوك.                                                                |                |               |              |                |
| 16                                                     | ينتابني إحساس بالندم على ما أقوم بنشره أو التعليق عليه عبر موقع فيس بوك.                |                |               |              |                |
| 17                                                     | أتضايق من كون صفحات الآخرين أفضل من صفحتي.                                              |                |               |              |                |
| 18                                                     | أشعر أنني أهتم بشكل مبالغ فيه في إعداد الصور والمنشورات التي أرغب برفعها على الفيس بوك. |                |               |              |                |
| 19                                                     | أشعر أنني لا أتردد في نشر صوري على موقع فيس بوك (بعيداً عن المعتقدات الدينية).          |                |               |              |                |
| <b>المجال الثالث: الثقة بالنفس على البعد الاجتماعي</b> |                                                                                         |                |               |              |                |
| 20                                                     | زادت رغبتني في التواصل مع الآخرين بعد استخدامي لموقع فيس بوك.                           |                |               |              |                |
| 21                                                     | زاد استخدامي للفيس بوك من عزلتي الاجتماعية.                                             |                |               |              |                |
| 22                                                     | أثر استخدامي للفيس بوك إيجاباً على علاقاتي وتفاعلي مع الآخرين.                          |                |               |              |                |
| 23                                                     | ساعدني استخدامي لموقع فيس بوك على الاندماج بشكل أكبر في المجتمع.                        |                |               |              |                |
| 24                                                     | زادت رغبتني في المشاركة في الأنشطة الاجتماعية بعد استخدامي لموقع فيس بوك.               |                |               |              |                |
| 25                                                     | أفضل الانسحاب من النقاشات التي تجري على موقع فيس بوك.                                   |                |               |              |                |
| 26                                                     | مكنتني استخدامي للفيس بوك من التعرف على أشخاص جدد.                                      |                |               |              |                |
| 27                                                     | مكنتني استخدامي للفيس بوك من استعادة علاقاتي الاجتماعية القديمة التي انقطعت.            |                |               |              |                |
| <b>المجال الرابع: الثقة بالنفس على البعد المعرفي</b>   |                                                                                         |                |               |              |                |
| 28                                                     | أكسبني تعاملي مع الفيس بوك كفايات وقدرات جديدة.                                         |                |               |              |                |
| 29                                                     | زودني استخدامي للفيس بوك بخبرات حياتية حول طبائع الناس وصفاتهم.                         |                |               |              |                |
| 30                                                     | زاد استخدامي للفيس بوك من خبرتي في كيفية التعامل مع المشكلات التي تواجهني.              |                |               |              |                |
| 31                                                     | زاد استخدامي للفيس بوك من وعيي وإدراكي لما يحدث                                         |                |               |              |                |

| الرقم                                                         | الفقرة                                                                                | موافقة<br>بشدة | موافقة<br>رأي | لا<br>معارضة<br>بشدة | معارضة<br>بشدة |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|----------------------|----------------|
|                                                               | حولي.                                                                                 |                |               |                      |                |
| 32                                                            | مكنتني استخدامي للفيس بوك من اكتساب الخبرات في التعامل مع وسائل اتصال اجتماعية حديثة. |                |               |                      |                |
| 33                                                            | ساهم استخدامي للفيس بوك في تعميق معرفتي بالأمر الاجتماعي الخاصة والعامة.              |                |               |                      |                |
| 34                                                            | مكنتني استخدامي للفيس بوك من التعرف على أشياء ومعالج جديدة.                           |                |               |                      |                |
| 35                                                            | أشعر أنني لا امتلك الكفاءة والمعرفة التي يمتلكها الآخرون في التعامل مع الفيس بوك.     |                |               |                      |                |
| المجال الخامس: الثقة بالثقة بالنفس على بعد الإيجابية والتفاؤل |                                                                                       |                |               |                      |                |
| 36                                                            | أثق بمن أتعامل معهم في موقع فيس بوك.                                                  |                |               |                      |                |
| 37                                                            | استخدامي للفيس جعلني أخرج من قيودي المجتمعية.                                         |                |               |                      |                |
| 38                                                            | استخدامي للفيس بوك جعلني أشعر بحالة من الارتياح والسعادة.                             |                |               |                      |                |
| 39                                                            | كونت علاقات عبر الفيس بوك عادت عليّ بالفائدة والنفع.                                  |                |               |                      |                |
| 40                                                            | أستطيع التفاعل مع الآخرين عبر موقع فيس بوك بفاعلية ووضوح.                             |                |               |                      |                |
| 41                                                            | استخدامي للفيس بوك جعلني أفكر وأصيغ عبارات تعكس آرائي وتوجهاتي.                       |                |               |                      |                |
| 42                                                            | أثق في قدرتي على التأثير بالآخرين من خلال موقع فيس بوك.                               |                |               |                      |                |
| 43                                                            | أقبل نقد الآخرين لمنشوراتي وتعليقاتي دون حساسية أو غضب.                               |                |               |                      |                |
| 44                                                            | أنال التقدير من الآخرين على إنجازاتي ومنشوراتي على موقع فيس بوك.                      |                |               |                      |                |

شاكرة لكن حسن تعاونكن

## استبانة الدراسة الموجهة للرجال



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج دراسات المرأة

### استبيان

الأخ المحترم،،،

تحية طيبة وبعد:

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان "آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس"، للتعرف إلى واقع وأسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك وأثره على ثققتها بنفسها وتقديرها لذاتها، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج دراسات المرأة.

ولتحقيق أهداف الدراسة، أعدت الباحثة هذه الاستبانة بالاعتماد على الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة. لذا نرجو منكم التكرم بتعبئة الاستبانة المرفقة، علماً بأن البيانات الواردة فيها ستعامل بسرية، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكراً لكم حسن تعاونكم

الباحثة

امتنال طوباسي

أولاً: البيانات الشخصية (يرجى وضع إشارة (x) فيما ينطبق عليك):

- (1) الفئة العمرية: (1) أقل من 25 سنة  
(2) 25 إلى أقل من 35 سنة  
(3) 35 إلى أقل من 45 سنة  
(4) 45 إلى أقل من 55 سنة  
(5) 55 سنة فأكثر

- (2) المؤهل العلمي: (1) ثانوية عامة فأقل  
(2) دبلوم  
(3) بكالوريوس  
(4) دراسات عليا

- (3) الحالة الاجتماعية: (1) أعزب  
(2) متزوج  
(3) مطلق  
(4) أرمل

- (4) الدخل الشهري: (1) أقل من 1500 شيقل  
(2) 1500 إلى أقل من 3000 شيقل.  
(3) 3000 إلى أقل من 4500 شيقل.  
(4) 4500 إلى أقل من 6000 شيقل  
(5) 6000 شيقل فأكثر.

- (5) مكان الإقامة: (1) مدينة  
(2) قرية  
(3) مخيم

- (6) قطاع العمل: (1) قطاع خاص  
(2) قطاع عام

## ثانياً: معلومات حول طبيعة الاستخدام لموقع فيس بوك

- (1) من واقع تجربتك، تستخدم النساء موقع فيس بوك بشكل أكبر خلال: (1) الصباح الباكر (2) النهار (3) المساء (4) وقت متأخر من الليل (5) لا يوجد وقت محدد
  - (2) تستخدم المرأة الفلسطينية اسماً مستعاراً لها على شبكة فيس بوك: (1) دائماً (2) غالباً (3) أحياناً (4) مطلقاً
  - (3) ترى أن الطريقة المفضلة لاستخدام المرأة للفيس بوك هي: (1) من جهاز الكمبيوتر الشخصي / اللابتوب (2) من الهاتف المحمول (3) كلاهما، وتفضل الكمبيوتر الشخصي / اللابتوب (4) كلاهما، وتفضل الهاتف المحمول.
  - (4) أرى أن إمكانية استخدام المرأة لموقع فيس بوك أثناء العمل: (1) متاحة (2) مقيدة (3) غير متاحة إطلاقاً
  - (5) جلوس المرأة/الزوجة على الفيس بوك لفترات طويلة يسبب لي إزعاجاً. (1) دائماً (2) غالباً (3) أحياناً (4) مطلقاً
- ثالثاً: أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك (أرجو الإجابة على فقرات هذا القسم بوضع إشارة (x) أمام كل فقرة فيما يأتي بما يتفق مع رأيك):

| الرقم | الفقرة                                                                             | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| 1     | للتواصل مع الأهل والأصدقاء.                                                        |            |       |       |           |                |
| 2     | لتكوين صداقات وعلاقات جديدة.                                                       |            |       |       |           |                |
| 3     | للتواصل مع زملاء العمل.                                                            |            |       |       |           |                |
| 4     | للبحث عن الصداقات والمعارف القديمة والتواصل معهم.                                  |            |       |       |           |                |
| 5     | للتعبير بحرية.                                                                     |            |       |       |           |                |
| 6     | لتبادل الأفكار والثقافات مع الآخرين.                                               |            |       |       |           |                |
| 7     | للتتبع ومتابعة كل جديد من أخبار ومعلومات، ومعرفة ما يحدث حولي.                     |            |       |       |           |                |
| 8     | حبا في الظهور وإبداء الأصدقاء إعجابهم بمشاركاتي ومنشوراتي.                         |            |       |       |           |                |
| 9     | لتمكين المرأة ومساعدتها على إبراز قضاياها وهمومها.                                 |            |       |       |           |                |
| 10    | لأن موقع فيس بوك يشكل فضاءً مفتوحاً للتمرد والثورة على القيود المفروضة على المرأة. |            |       |       |           |                |
| 11    | للهروب من الواقع وإنشاء عالم افتراضي خاص بها.                                      |            |       |       |           |                |
| 12    | للترفيه والتسلية.                                                                  |            |       |       |           |                |



| الرقم | الفقرة                                         | موافق<br>بشدة | موافق | محايد | غير<br>موافق | غير موافق<br>بشدة |
|-------|------------------------------------------------|---------------|-------|-------|--------------|-------------------|
| 13    | لإنشاء مشاريع خاصة والترويج لها عبر الفيس بوك. |               |       |       |              |                   |
| 14    | للبحث عن وظائف.                                |               |       |       |              |                   |
| 15    | لممارسة الأنشطة المجتمعية.                     |               |       |       |              |                   |
| 16    | لممارسة الأنشطة النسوية.                       |               |       |       |              |                   |
| 17    | لممارسة الأنشطة السياسية.                      |               |       |       |              |                   |

- اعتقد أن الأسباب التي تحد من مشاركة المرأة في موقع فيس بوك هي: (ضع إشارة x أمام كل فقرة بما يتفق مع رأيك):

| الرقم | الفقرة                                             | موافق<br>بشدة | موافق | غير<br>متأكد | معارض | معارض<br>بشدة |
|-------|----------------------------------------------------|---------------|-------|--------------|-------|---------------|
| 1     | عدم الرغبة في إقامة علاقات اجتماعية.               |               |       |              |       |               |
| 2     | الانشغال في أمور المنزل وأمور أخرى.                |               |       |              |       |               |
| 3     | ضيق الوقت.                                         |               |       |              |       |               |
| 4     | توافر وسائل أخرى بديلة.                            |               |       |              |       |               |
| 5     | الاعتقاد بأن هذا الموقع مراقب.                     |               |       |              |       |               |
| 6     | ضعف المعرفة الفنية والتقنية في كيفية استخدامه.     |               |       |              |       |               |
| 7     | عدم الرغبة في مشاركة آرائي مع الآخرين.             |               |       |              |       |               |
| 8     | عدم توفر الخصوصية.                                 |               |       |              |       |               |
| 9     | الاعتقاد بأن الموقع عديم الفائدة وفيه مضيعة للوقت. |               |       |              |       |               |
| 10    | عدم توفر محتوى موجه للمرأة على موقع فيس بوك.       |               |       |              |       |               |

رابعاً: آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك: (ضع إشارة x أمام كل فقرة بما يتفق مع رأيك):

| الرقم | الفقرة                                                                                    | نعم | أحياناً | لا |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------|----|
| 1     | اعتقد أن استخدام المرأة للفييس بوك منحها مزيداً من الحرية والقدرة على التعبير.            |     |         |    |
| 2     | اعتقد أن استخدام المرأة للفييس بوك يساعد في تمكينها وتقوية شخصيتها.                       |     |         |    |
| 3     | أعطاهما الجرأة للحديث مع الناس.                                                           |     |         |    |
| 4     | منحها الجرأة للتعرف على أشخاص جدد.                                                        |     |         |    |
| 5     | اعتقد أن استخدام المرأة لموقع فييس بوك منحها مزيداً من الثقة بالنفس.                      |     |         |    |
| 6     | اعتقد أن استخدام المرأة للفييس بوك يجعلها أكثر سعادة.                                     |     |         |    |
| 7     | استخدام المرأة للفييس بوك يمكنها من قضاء الكثير من احتياجاتها وشؤونها الخاصة واهتماماتها. |     |         |    |
| 8     | أثر استخدام الفييس بوك إيجاباً على ثقافة المرأة.                                          |     |         |    |
| 9     | استخدام المرأة للفييس بوك مكنها من الحديث والتحاور والنقاش مع الآخرين.                    |     |         |    |

شاكراً لكم حسن تعاونكم

#### ملحق رقم (4)

أداتي الدراسة بعد صدق البناء (الأداة بصورتها النهائية)

الاستبانة الموجهة للنساء



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج دراسات المرأة

#### استبيان

الأخت المحترمة،،،

تحية طيبة وبعد:

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان "آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقافتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس"، للتعرف إلى واقع وأسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك وأثره على ثقافتها بنفسها وتقديرها لذاتها، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج دراسات المرأة.

ولتحقيق أهداف الدراسة، أعدت الباحثة هذه الاستبانة بالاعتماد على الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة. لذا نرجو التكرم بتعبئة الاستبانة المرفقة، علماً بأن البيانات الواردة فيها ستعامل بسرية، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرة لکن حسن تعاونکن

الباحثة

امتثال طوباسي

أولاً: البيانات الشخصية (يرجى وضع إشارة (x) فيما ينطبق عليك):

- (1) الفئة العمرية: (1) أقل من 25 سنة  
(2) 25 إلى أقل من 35 سنة  
(3) 35 إلى أقل من 45 سنة  
(4) 45 إلى أقل من 55 سنة  
(5) 55 سنة فأكثر

- (2) المؤهل العلمي: (1) ثانوية عامة فأقل  
(2) دبلوم  
(3) بكالوريوس  
(4) دراسات عليا

- (3) الحالة الاجتماعية: (1) عزباء  
(2) متزوجة  
(3) مطلقة  
(4) أرملة

- (4) الدخل الشهري: (1) أقل من 1500 شيقل  
(2) 1500 إلى أقل من 3000 شيقل.  
(3) 3000 إلى أقل من 4500 شيقل.  
(4) 4500 إلى أقل من 6000 شيقل  
(5) 6000 شيقل فأكثر.

- (5) مكان الإقامة: (1) مدينة  
(2) قرية  
(3) مخيم

- (6) قطاع العمل: (1) قطاع خاص  
(2) قطاع عام

## ثانياً: معلومات حول طبيعة الاستخدام لموقع فيس بوك

- 1) متوسط استخدامك لموقع فيس بوك يومياً هو:  
(1) ساعة واحدة فأقل (2) أكثر من ساعة إلى 3 ساعات (3) أكثر من 3 إلى 6 ساعات (4) أكثر من 6 ساعات
- 2) عدد المشتركين (الأصدقاء) في الصفحة الخاصة بك في شبكة فيس بوك:  
(1) أقل من 50 صديق (2) 50-99 صديق (3) 100-149 صديق (4) 150-199 صديق (5) 200-249 صديق (6) 250 صديق فأكثر
- 3) طريقة استخدامك المفضلة لموقع فيس بوك:  
(1) من جهاز الكمبيوتر الشخصي / اللابتوب (2) من الهاتف المحمول (3) كلاهما، وأفضل الكمبيوتر الشخصي / اللابتوب (4) كلاهما، وأفضل الهاتف المحمول.
- 4) إمكانية استخدام موقع فيس بوك أثناء العمل: (1) متاحة دائماً لك (2) متاحة ولكن بشكل مقيد (3) الموقع غير متاح إطلاقاً
- 5) تستخدمين موقع فيس بوك بشكل أكبر خلال: (1) الصباح الباكر (2) النهار (3) المساء (4) وقت متأخر من الليل (5) لا يوجد وقت محدد
- 6) تستخدمين اسماً مستعاراً في حسابك الرسمي على الفيسبوك: (1) دائماً (2) غالباً (3) أحياناً (4) إطلاقاً
- 7) تستخدمين أكثر من حساب على موقع فيس بوك: (1) نعم (2) لا
- 8) بشكل أساسي، كيف تصفين مشاركتك في المناقشات على موقع فيس بوك (اختاري خياراً واحداً له الأولوية بالنسبة لك):  
(1) صاحبة صفحة فقط، وغير مشاركة في التعليقات، بمعنى متصفحة فقط لتحديثات الأصدقاء.  
(2) مجرد قارئة للمنشورات ومعلقة نشطة.  
(3) مشاركة نشطة من حيث التعليقات ومواضيع المناقشات.  
(4) صاحبة صفحة وتجمع نشط عبر شبكة فيسبوك.  
(5) أخرى، حددي .....
- 9) هل تشتركين في برامج أو مجموعات اجتماعية متخصصة على شبكة فيسبوك؟ (1) نعم (2) لا
- 10) تثقين في المعلومات التي يتم تبادلها عبر موقع فيس بوك بدرجة: (1) كبيرة (2) متوسطة (3) منخفضة
- 11) تعتقدين أن تأثير الفيس بوك على حياتك كان تأثيراً: (1) إيجابياً (2) سلبياً (3) لا رأي
- 12) تشعرين بالضيق والانزعاج إذا تم وضع قيود على استخدامك لموقع فيسبوك: (1) نعم (2) أحياناً (3) لا
- 13) تجدين معارضة من قبل الزوج/الأهل عند استخدامك للفيس بوك لفترات طويلة: (1) نعم (2) أحياناً (3) لا
- 14) تعتقدين أن هناك زيادة مطردة في حجم مشاركة المرأة الفلسطينية عبر موقع فيس بوك:

- (1) بدرجة عالية (2) بدرجة متوسطة (3) بدرجة منخفضة
- 15) تعتقد أن المرأة الفلسطينية تستخدم موقع فيس بوك في دعم قضاياها وتمكينها:
- (1) بدرجة عالية (2) بدرجة متوسطة (3) بدرجة منخفضة

**ثالثاً: أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك ومعوقات استخدامه**

| الرقم | الفقرة                                                                             | موافقة بشدة | موافقة | لا رأي | معارضة | معارضة بشدة |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------|--------|--------|-------------|
| 1     | للتواصل مع الأهل والأصدقاء.                                                        |             |        |        |        |             |
| 2     | لتكوين صداقات وعلاقات جديدة.                                                       |             |        |        |        |             |
| 3     | للتواصل مع زملاء العمل.                                                            |             |        |        |        |             |
| 4     | للبحث عن الصداقات والمعارف القديمة والتواصل معهم.                                  |             |        |        |        |             |
| 5     | للتعبير بحرية.                                                                     |             |        |        |        |             |
| 6     | لتبادل الأفكار والثقافات مع الآخرين.                                               |             |        |        |        |             |
| 7     | للتتبع ومتابعة كل جديد من أخبار ومعلومات، ومعرفة ما يحدث حولي.                     |             |        |        |        |             |
| 8     | حباً في الظهور وإيداء الأصدقاء إعجابهم بمشاركاتي ومنشوراتي.                        |             |        |        |        |             |
| 9     | لتمكين المرأة ومساعدتها على إبراز قضاياها وهمومها.                                 |             |        |        |        |             |
| 10    | لأن موقع فيس بوك يشكل فضاءً مفتوحاً للتمرد والثورة على القيود المفروضة على المرأة. |             |        |        |        |             |
| 11    | للهرب من الواقع وإنشاء عالم افتراضي خاص.                                           |             |        |        |        |             |
| 12    | للترفيه والتسلية.                                                                  |             |        |        |        |             |
| 13    | لإنشاء مشاريع خاصة والترويج لها عبر الفيس بوك.                                     |             |        |        |        |             |
| 14    | للبحث عن وظائف.                                                                    |             |        |        |        |             |
| 15    | لممارسة الأنشطة المجتمعية.                                                         |             |        |        |        |             |
| 16    | لممارسة الأنشطة النسوية.                                                           |             |        |        |        |             |
| 17    | لممارسة الأنشطة السياسية.                                                          |             |        |        |        |             |

**معوقات ضعف مشاركة المرأة الفلسطينية في موقع فيس بوك:**

| الرقم | السبب                                          | موافقة بشدة | موافقة | لا رأي | معارضة | معارضة بشدة |
|-------|------------------------------------------------|-------------|--------|--------|--------|-------------|
| 1     | عدم الرغبة في إقامة علاقات اجتماعية.           |             |        |        |        |             |
| 2     | الانشغال في أمور المنزل وأمور أخرى.            |             |        |        |        |             |
| 3     | ضيق الوقت.                                     |             |        |        |        |             |
| 4     | توافر وسائل أخرى بديلة.                        |             |        |        |        |             |
| 5     | الاعتقاد بأن هذا الموقع مراقب.                 |             |        |        |        |             |
| 6     | ضعف المعرفة الفنية والتقنية في كيفية استخدامه. |             |        |        |        |             |

| الرقم | السبب                                              | موافقة<br>بشدة | موافقة<br>رأي | لا<br>معارضة<br>بشدة | معارضة<br>بشدة |
|-------|----------------------------------------------------|----------------|---------------|----------------------|----------------|
| 7     | عدم الرغبة في مشاركة آرائي مع الآخرين.             |                |               |                      |                |
| 8     | عدم توفر الخصوصية.                                 |                |               |                      |                |
| 9     | الاعتقاد بأن الموقع عديم الفائدة وفيه مضیعة للوقت. |                |               |                      |                |
| 10    | عدم توفر محتوى موجه للمرأة على موقع فيس بوك.       |                |               |                      |                |

رابعاً: آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها (أرجو الإجابة على فقرات هذا القسم بوضع إشارة (x) أمام كل فقرة فيما يأتي بما يتفق مع رأيك)

| الرقم                                                 | الفقرة                                                                                           | موافقة<br>بشدة | موافقة | لا<br>رأي | معارضة<br>بشدة |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------|-----------|----------------|
| <b>المجال الأول: الثقة بالنفس على البعد الشخصي</b>    |                                                                                                  |                |        |           |                |
| 1                                                     | ممكنني استخدام الفيس بوك من التخلص من الخجل.                                                     |                |        |           |                |
| 2                                                     | ممكنني استخدام الفيس بوك من التعبير عن آرائي بحرية.                                              |                |        |           |                |
| 3                                                     | ساعدني استخدام الفيس بوك على إيصال أفكارتي ومعتقداتي للآخرين.                                    |                |        |           |                |
| 4                                                     | زاد استخدامي للفيس بوك من ثقتي بنفسي.                                                            |                |        |           |                |
| 5                                                     | زاد استخدامي للفيس بوك من تقديري لذاتي كوني أتعامل مع أشخاص عديدين ومختلفين.                     |                |        |           |                |
| 6                                                     | ساهم استخدامي للفيس بوك في زيادة قدراتي على التعامل مع الرجال أكثر مما كنت عليه قبل استخدامي له. |                |        |           |                |
| 7                                                     | استطيع التعبير عما في داخلي من خلال موقع فيس بوك.                                                |                |        |           |                |
| 8                                                     | لا أتردد في التعليق على العبارات التي تخالفني في الرأي على موقع فيس بوك.                         |                |        |           |                |
| 9                                                     | لا أتنازل عن حقوقي، بل أدافع عنها.                                                               |                |        |           |                |
| <b>المجال الثاني: الثقة بالنفس على البعد الوجداني</b> |                                                                                                  |                |        |           |                |
| 10                                                    | أشعر أن حياتي مميزة عن حياة الآخرين بعد استخدامي لموقع فيس بوك.                                  |                |        |           |                |
| 11                                                    | أشعر بالغيرة من الآخرين عند اطلاعي على صفحاتهم ومنشوراتهم عبر موقع فيس بوك.                      |                |        |           |                |
| 12                                                    | أشعر بالإنزعاج عندما لا يتفاعل الآخرون مع منشوراتي وتعليقاتي.                                    |                |        |           |                |
| 13                                                    | أتعامل بحساسية مع ما يُعلقه الآخرون على منشوراتي وصفحتي عبر موقع فيس بوك.                        |                |        |           |                |
| 14                                                    | ينتابني إحساس بالندم على ما أقوم بنشره أو التعليق عليه عبر موقع فيس بوك.                         |                |        |           |                |
| 15                                                    | أضايق من كون صفحات الآخرين أفضل من صفحتي.                                                        |                |        |           |                |



| الرقم                                                  | الفقرة                                                                                  | موافقة<br>بشدة | موافقة<br>رأي | لا<br>معارضة<br>بشدة | معارضة<br>بشدة |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|----------------------|----------------|
| 16                                                     | أشعر أنني أهتم بشكل مبالغ فيه في إعداد الصور والمنشورات التي أرغب برفعها على الفيس بوك. |                |               |                      |                |
| 17                                                     | أشعر أنني لا أتردد في نشر صوري على موقع فيس بوك (بعيداً عن المعتقدات الدينية).          |                |               |                      |                |
| <b>المجال الثالث: الثقة بالنفس على البعد الاجتماعي</b> |                                                                                         |                |               |                      |                |
| 18                                                     | زادت رغبتني في التواصل مع الآخرين بعد استخدامي لموقع فيس بوك.                           |                |               |                      |                |
| 19                                                     | زاد استخدامي للفيس بوك من عزلتي الاجتماعية.                                             |                |               |                      |                |
| 20                                                     | أثر استخدامي للفيس بوك إيجاباً على علاقاتي وتفاعلي مع الآخرين.                          |                |               |                      |                |
| 21                                                     | ساعدني استخدامي لموقع فيس بوك على الاندماج بشكل أكبر في المجتمع.                        |                |               |                      |                |
| 22                                                     | زادت رغبتني في المشاركة في الأنشطة الاجتماعية بعد استخدامي لموقع فيس بوك.               |                |               |                      |                |
| 23                                                     | مكنني استخدامي للفيس بوك من التعرف على أشخاص جدد.                                       |                |               |                      |                |
| 24                                                     | مكنني استخدامي للفيس بوك من استعادة علاقاتي الاجتماعية القديمة التي انقطعت.             |                |               |                      |                |
| <b>المجال الرابع: الثقة بالنفس على البعد المعرفي</b>   |                                                                                         |                |               |                      |                |
| 25                                                     | أكسبني تعاملي مع الفيس بوك كفايات وقدرات جديدة.                                         |                |               |                      |                |
| 26                                                     | زودني استخدامي للفيس بوك بخبرات حياتية حول طبائع الناس وصفاتهم.                         |                |               |                      |                |
| 27                                                     | زاد استخدامي للفيس بوك من خبرتي في كيفية التعامل مع المشكلات التي تواجهني.              |                |               |                      |                |
| 28                                                     | زاد استخدامي للفيس بوك من وعيي وإدراكي لما يحدث حولي.                                   |                |               |                      |                |
| 29                                                     | مكنني استخدامي للفيس بوك من اكتساب الخبرات في التعامل مع وسائل اتصال اجتماعية حديثة.    |                |               |                      |                |
| 30                                                     | ساهم استخدامي للفيس بوك في تعميق معرفتي بالأمر الاجتماعي الخاصة والعامة.                |                |               |                      |                |
| 31                                                     | مكنني استخدامي للفيس بوك من التعرف على أشياء                                            |                |               |                      |                |

| الرقم                                                                | الفقرة                                                                            | موافقة<br>بشدة | موافقة<br>لا<br>رأي | معارضة<br>بشدة | معارضة<br>بشدة |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------------|----------------|----------------|
|                                                                      | ومعالم جديدة.                                                                     |                |                     |                |                |
| 32                                                                   | أشعر أنني لا امتلك الكفاءة والمعرفة التي يمتلكها الآخرون في التعامل مع الفيس بوك. |                |                     |                |                |
| <b>المجال الخامس: الثقة بالثقة بالنفس على بعد الإيجابية والتفاؤل</b> |                                                                                   |                |                     |                |                |
| 33                                                                   | أثق بمن أتعامل معهم في موقع فيس بوك.                                              |                |                     |                |                |
| 34                                                                   | استخدامي للفيس جعلني أخرج من قيودي المجتمعية.                                     |                |                     |                |                |
| 35                                                                   | استخدامي للفيس بوك جعلني أشعر بحالة من الارتياح والسعادة.                         |                |                     |                |                |
| 36                                                                   | كونت علاقات عبر الفيس بوك عادت عليّ بالفائدة والنفع.                              |                |                     |                |                |
| 37                                                                   | أستطيع التفاعل مع الآخرين عبر موقع فيس بوك بفاعلية ووضوح.                         |                |                     |                |                |
| 38                                                                   | استخدامي للفيس بوك جعلني أفكر وأصاغ عبارات تعكس آرائي وتوجهاتي.                   |                |                     |                |                |
| 39                                                                   | أثق في قدرتي على التأثير بالآخرين من خلال موقع فيس بوك.                           |                |                     |                |                |
| 40                                                                   | أقبل نقد الآخرين لمنشوراتي وتعليقاتي دون حساسية أو غضب.                           |                |                     |                |                |
| 41                                                                   | أنال التقدير من الآخرين على إنجازاتي ومنشوراتي على موقع فيس بوك.                  |                |                     |                |                |

شاكراً لكن حسن تعاونكم

## استبانة الدراسة الموجهة للرجال



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج دراسات المرأة

### استبيان

الأخ المحترم،،،

تحية طيبة وبعد:

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان "آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثققتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام والخاص في مدينة نابلس"، للتعرف إلى واقع وأسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك وأثره على ثققتها بنفسها وتقديرها لذاتها، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج دراسات المرأة.

ولتحقيق أهداف الدراسة، أعدت الباحثة هذه الاستبانة بالاعتماد على الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة. لذا نرجو منكم التكرم بتعبئة الاستبانة المرفقة، علماً بأن البيانات الواردة فيها ستعامل بسرية، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكراً لكم حسن تعاونكم

الباحثة

امتنال طوباسي

أولاً: البيانات الشخصية (يرجى وضع إشارة (x) فيما ينطبق عليك):

- (7) الفئة العمرية: (1) أقل من 25 سنة  
(2) 25 إلى أقل من 35 سنة  
(3) 35 إلى أقل من 45 سنة  
(4) 45 إلى أقل من 55 سنة  
(5) 55 سنة فأكثر

- (8) المؤهل العلمي: (1) ثانوية عامة فأقل  
(2) دبلوم  
(3) بكالوريوس  
(4) دراسات عليا

- (9) الحالة الاجتماعية: (1) أعزب  
(2) متزوج  
(3) مطلق  
(4) أرمل

- (10) الدخل الشهري: (1) أقل من 1500 شيقل  
(2) 1500 إلى أقل من 3000 شيقل.  
(3) 3000 إلى أقل من 4500 شيقل.  
(4) 4500 إلى أقل من 6000 شيقل  
(5) 6000 شيقل فأكثر.

- (11) مكان الإقامة: (1) مدينة  
(2) قرية  
(3) مخيم

- (12) قطاع العمل: (1) قطاع خاص  
(2) قطاع عام

## ثانياً: معلومات حول طبيعة الاستخدام لموقع فيس بوك

- 6) من واقع تجربتك، تستخدم النساء موقع فيس بوك بشكل أكبر خلال:
- (1) الصباح الباكر (2) النهار (3) المساء (4) وقت متأخر من الليل (5) لا يوجد وقت محدد
- 7) تستخدم المرأة الفلسطينية اسماً مستعاراً لها على شبكة فيس بوك: (1) دائماً (2) غالباً (3) أحياناً (4) مطلقاً
- 8) ترى أن الطريقة المفضلة لاستخدام المرأة للفيس بوك هي:
- (1) من جهاز الكمبيوتر الشخصي / اللابتوب (2) من الهاتف المحمول (3) كلاهما، وتفضل الكمبيوتر الشخصي / اللابتوب (4) كلاهما، وتفضل الهاتف المحمول.
- 9) أرى أن إمكانية استخدام المرأة لموقع فيس بوك أثناء العمل: (1) متاحة (2) مقيدة (3) غير متاحة إطلاقاً
- 10) جلوس المرأة/الزوجة على الفيس بوك لفترات طويلة يسبب لي إزعاجاً. (1) دائماً (2) غالباً (3) أحياناً (4) مطلقاً
- ثالثاً: أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك (أرجو الإجابة على فقرات هذا القسم بوضع إشارة (x) أمام كل فقرة فيما يأتي بما يتفق مع رأيك):

| الرقم | الفقرة                                                                             | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| 1     | للتواصل مع الأهل والأصدقاء.                                                        |            |       |       |           |                |
| 2     | لتكوين صداقات وعلاقات جديدة.                                                       |            |       |       |           |                |
| 3     | للتواصل مع زملاء العمل.                                                            |            |       |       |           |                |
| 4     | للبحث عن الصداقات والمعارف القديمة والتواصل معهم.                                  |            |       |       |           |                |
| 5     | للتعبير بحرية.                                                                     |            |       |       |           |                |
| 6     | لتبادل الأفكار والثقافات مع الآخرين.                                               |            |       |       |           |                |
| 7     | للتتبع ومتابعة كل جديد من أخبار ومعلومات، ومعرفة ما يحدث حولي.                     |            |       |       |           |                |
| 8     | حباً في الظهور وإبداء الأصدقاء إعجابهم بمشاركاتي ومنشوراتي.                        |            |       |       |           |                |
| 9     | لتمكين المرأة ومساعدتها على إبراز قضاياها وهمومها.                                 |            |       |       |           |                |
| 10    | لأن موقع فيس بوك يشكل فضاءً مفتوحاً للتمرد والثورة على القيود المفروضة على المرأة. |            |       |       |           |                |
| 11    | للهروب من الواقع وإنشاء عالم افتراضي خاص بها.                                      |            |       |       |           |                |
| 12    | للترفيه والتسلية.                                                                  |            |       |       |           |                |

| الرقم | الفقرة                                         | موافق<br>بشدة | موافق | محايد | غير<br>موافق | غير موافق<br>بشدة |
|-------|------------------------------------------------|---------------|-------|-------|--------------|-------------------|
| 13    | لإنشاء مشاريع خاصة والترويج لها عبر الفيس بوك. |               |       |       |              |                   |
| 14    | للبحث عن وظائف.                                |               |       |       |              |                   |
| 15    | لممارسة الأنشطة المجتمعية.                     |               |       |       |              |                   |
| 16    | لممارسة الأنشطة النسوية.                       |               |       |       |              |                   |
| 17    | لممارسة الأنشطة السياسية.                      |               |       |       |              |                   |

- اعتقد أن الأسباب التي تحد من مشاركة المرأة في موقع فيس بوك هي: (ضع إشارة x أمام كل فقرة بما يتفق مع رأيك):

| الرقم | الفقرة                                             | موافق<br>بشدة | موافق | غير<br>متأكد | معارض | معارض<br>بشدة |
|-------|----------------------------------------------------|---------------|-------|--------------|-------|---------------|
| 1     | عدم الرغبة في إقامة علاقات اجتماعية.               |               |       |              |       |               |
| 2     | الانشغال في أمور المنزل وأمر أخرى.                 |               |       |              |       |               |
| 3     | ضيق الوقت.                                         |               |       |              |       |               |
| 4     | توافر وسائل أخرى بديلة.                            |               |       |              |       |               |
| 5     | الاعتقاد بأن هذا الموقع مراقب.                     |               |       |              |       |               |
| 6     | ضعف المعرفة الفنية والتقنية في كيفية استخدامه.     |               |       |              |       |               |
| 7     | عدم الرغبة في مشاركة آرائ مع الآخرين.              |               |       |              |       |               |
| 8     | عدم توفر الخصوصية.                                 |               |       |              |       |               |
| 9     | الاعتقاد بأن الموقع عديم الفائدة وفيه مضيعة للوقت. |               |       |              |       |               |
| 10    | عدم توفر محتوى موجه للمرأة على موقع فيس بوك.       |               |       |              |       |               |

رابعاً: آثار استخدام المرأة الفلسطينية للفييس بوك: (ضع إشارة x أمام كل فقرة بما يتفق مع رأيك):

| الرقم | الفقرة                                                                                    | نعم | أحياناً | لا |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------|----|
| 1     | اعتقد أن استخدام المرأة للفييس بوك منحها مزيداً من الحرية والقدرة على التعبير.            |     |         |    |
| 2     | اعتقد أن استخدام المرأة للفييس بوك يساعد في تمكينها وتقوية شخصيتها.                       |     |         |    |
| 3     | أعطاهما الجرأة للحديث مع الناس.                                                           |     |         |    |
| 4     | منحها الجرأة للتعرف على أشخاص جدد.                                                        |     |         |    |
| 5     | اعتقد أن استخدام المرأة لموقع فييس بوك منحها مزيداً من الثقة بالنفس.                      |     |         |    |
| 6     | اعتقد أن استخدام المرأة للفييس بوك يجعلها أكثر سعادة.                                     |     |         |    |
| 7     | استخدام المرأة للفييس بوك يمكنها من قضاء الكثير من احتياجاتها وشؤونها الخاصة واهتماماتها. |     |         |    |
| 8     | أثر استخدام الفييس بوك إيجاباً على ثقافة المرأة.                                          |     |         |    |
| 9     | استخدام المرأة للفييس بوك مكنها من الحديث والتحاور والنقاش مع الآخرين.                    |     |         |    |

شاكراً لكم حسن تعاونكم

## ملحق رقم (5)

### جدول معاملات الارتباط

| الرقم | الفقرة                                                                                             | معامل الارتباط | مستوى الدلالة |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|
| 1     | مكنتني استخدام الفيس بوك من التخلص من الخجل.                                                       | *0.454         | 0.001         |
| 2     | مكنتني استخدام الفيس بوك من التعبير عن آرائني بحرية.                                               | **0.648        | 0.000         |
| 3     | ساعدني استخدام الفيس بوك على إيصال أفكارني ومعتقداتي للآخرين.                                      | **0.642        | 0.000         |
| 4     | زاد استخدامني للفيس بوك من ثقتي بنفسني.                                                            | **0.691        | 0.000         |
| 5     | زاد استخدامني للفيس بوك من تقديري لذاتي كوني أتعامل مع أشخاص عديدين ومختلفين.                      | **0.709        | 0.000         |
| 6     | ساهم استخدامني للفيس بوك في زيادة قدراتي على التعامل مع الرجال أكثر مما كنت عليه قبل استخدامني له. | **0.609        | 0.000         |
| 7     | استطيع التعبير عما في داخلي من خلال موقع فيس بوك.                                                  | **0.720        | 0.000         |
| 8     | لا أتردد في التعليق على العبارات التي تخالفني في الرأي على موقع فيس بوك.                           | **0.757        | 0.000         |
| 9     | لا أتنازل عن حقوقي، بل أدافع عنها.                                                                 | *0.460         | 0.001         |
| 10    | أوافق أصدقائي على موقع فيس بوك دون تردد وفي كل الأمور.                                             | 0.158          | 0.598         |
| 11    | يهتز صوتي عندما أتحديث في مكالمة جماعية عبر موقع فيس بوك.                                          | 0.181          | 0.155         |
| 12    | أشعر أن حياتني مميزة عن حياة الآخرين بعد استخدامني لموقع فيس بوك.                                  | **0.577        | 0.000         |
| 13    | أشعر بالغيرة من الآخرين عند اطلاعي على صفحاتهم ومنشوراتهم عبر موقع فيس بوك.                        | **0.525        | 0.000         |
| 14    | أشعر بالإنزعاج عندما لا يتفاعل الآخرون مع منشوراتني وتعليقاتني.                                    | **0.747        | 0.000         |
| 15    | أتعامل بحساسية مع ما يُعلقه الآخرون على منشوراتني وصفحتني عبر موقع فيس بوك.                        | *0.411         | 0.001         |
| 16    | ينتابني إحساس بالندم على ما أقوم بنشره أو التعليق عليه عبر موقع فيس بوك.                           | **0.710        | 0.000         |
| 17    | أضايق من كون صفحات الآخرين أفضل من صفحتني.                                                         | *0.460         | 0.001         |
| 18    | أشعر أنني أهتم بشكل مبالغ فيه في إعداد الصور والمنشورات التي أرغب برفعها على الفيس بوك.            | **0.735        | 0.000         |
| 19    | أشعر أنني لا أتردد في نشر صوري على موقع فيس بوك (بعيداً عن المعتقدات الدينية).                     | **0.631        | 0.000         |
| 20    | زادت رغبتي في التواصل مع الآخرين بعد استخدامني لموقع فيس بوك.                                      | **0.596        | 0.000         |



| الرقم | الفقرة                                                                               | معامل الارتباط | مستوى الدلالة |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|
| 21    | زاد استخدامي للفيس بوك من عزلتي الاجتماعية.                                          | *0.395         | 0.021         |
| 22    | أثر استخدامي للفيس بوك إيجاباً على علاقتي وتفاعلي مع الآخرين.                        | *0.450         | 0.002         |
| 23    | ساعدني استخدامي لموقع فيس بوك على الاندماج بشكل أكبر في المجتمع.                     | **0.754        | 0.000         |
| 24    | زادت رغبتني في المشاركة في الأنشطة الاجتماعية بعد استخدامي لموقع فيس بوك.            | *0.433         | 0.004         |
| 25    | أفضل الانسحاب من النقاشات التي تجري على موقع فيس بوك.                                | 0.013          | 0.820         |
| 26    | مكنني استخدامي للفيس بوك من التعرف على أشخاص جدد.                                    | **0.593        | 0.000         |
| 27    | مكنني استخدامي للفيس بوك من استعادة علاقتي الاجتماعية القديمة التي انقطعت.           | *0.488         | 0.001         |
| 28    | أكسبني تعاملي مع الفيس بوك كفايات وقدرات جديدة.                                      | **0.751        | 0.000         |
| 29    | زودني استخدامي للفيس بوك بخبرات حياتية حول طبائع الناس وصفاتهم.                      | **0.696        | 0.000         |
| 30    | زاد استخدامي للفيس بوك من خبرتي في كيفية التعامل مع المشكلات التي تواجهني.           | **0.713        | 0.000         |
| 31    | زاد استخدامي للفيس بوك من وعيي وإدراكي لما يحدث حولي.                                | **0.723        | 0.000         |
| 32    | مكنني استخدامي للفيس بوك من اكتساب الخبرات في التعامل مع وسائل اتصال اجتماعية حديثة. | **0.783        | 0.000         |
| 33    | ساهم استخدامي للفيس بوك في تعميق معرفتي بالأمور الاجتماعية الخاصة والعامة.           | **0.643        | 0.000         |
| 34    | مكنني استخدامي للفيس بوك من التعرف على أشياء ومعالج جديدة.                           | **0.565        | 0.000         |
| 35    | أشعر أنني لا امتلك الكفاءة والمعرفة التي يمتلكها الآخرون في التعامل مع الفيس بوك.    | *0.385         | 0.009         |
| 36    | أثق بمن أتعامل معهم في موقع فيس بوك.                                                 | *0.399         | 0.005         |
| 37    | استخدامي للفيس جعلني أخرج من قيودي المجتمعية.                                        | *0.422         | 0.003         |
| 38    | استخدامي للفيس بوك جعلني أشعر بحالة من الارتياح والسعادة.                            | *0.487         | 0.001         |
| 39    | كونت علاقات عبر الفيس بوك عادت عليّ بالفائدة والنفع.                                 | *0.429         | 0.002         |
| 40    | أستطيع التفاعل مع الآخرين عبر موقع فيس بوك بفاعلية ووضوح.                            | 0.564          | 0.000         |
| 41    | استخدامي للفيس بوك جعلني أفكر وأصيغ عبارات تعكس آرائي وتوجهاتي.                      | 0.578          | 0.000         |
| 42    | أثق في قدرتي على التأثير بالآخرين من خلال موقع فيس بوك.                              | 0.408          | 0.003         |

| الرقم | الفقرة                                                           | معامل الارتباط | مستوى الدلالة |
|-------|------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|
| 43    | أُتقبل نقد الآخرين لمنشوراتي وتعليقاتي دون حساسية أو غضب.        | *0.443         | 0.002         |
| 44    | أنال التقدير من الآخرين على إنجازاتي ومنشوراتي على موقع فيس بوك. | *0.490         | 0.001         |

\*\* دال إحصائيا عند مستوى الدلالة  $(\alpha \geq 0.01)$ .

\* دال إحصائيا عند مستوى الدلالة  $(\alpha \geq 0.05)$ .

## ملحق رقم (6)

### كتاب تسهيل مهمة الباحثة

An-Najah  
National University  
Faculty of Graduate Studies



جامعة  
النجاح الوطنية  
كلية الدراسات العليا

التاريخ: 2016/05/12

حضرة الدكتور نائب الرئيس للشؤون الأكاديمية المحترم  
تحية طيبة وبعد ،،،

الموضوع: تسهيل مهمة الطالبة / أمثال محمد قنري " واصف طوباسي " ، رقم تسجيل 11255860 ،  
ماجستير دراسات المرأة

تسهيل مهمة الطالبة / أمثال محمد قنري " واصف طوباسي " ، رقم تسجيل 11255860 ، ماجستير دراسات  
المرأة، وهي بصدد اعداد الأطروحة الخاصة بها والتي عنوانها:

(اثر استخدام المرأة الفلسطينية للتيسيك على ثقافتها بتفديها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام  
والخاص في مدينة نابلس )

يرجى من حضرتكم تسهيل مهمة الطالبة الذي سبق ذكرها اعلاه من خلال امكانية توزيع الاستبانة في الجامعات  
حتى تستكمل اجراءات الأطروحة .

شاكرين لكم حين تعاونكم.

مع وافر الاحترام ،،،

جامعة النجاح الوطنية  
كلية الدراسات العليا  
رئيس/ قسم الدراسات العليا للعلوم الإنسانية  
د. سامح الخطوط



التاريخ: 2016/05/12

حضرة سادة مديرية التربية والتعليم المحترمين

نابلس

تحية طيبة وبعد ،،،

الموضوع: تسهيل مهمة الطالبة/ امتثال \* محمد قدري \* واصف طوياسي ، رقم تسجيل 11255860،  
ماجستير دراسات المرأة

تسهيل مهمة الطالبة/ امتثال \* محمد قدري \* واصف طوياسي ، رقم تسجيل 11255860، ماجستير دراسات  
المرأة، وهي يصدد اعداد الاطروحة الخاصة بها والتي عنوانها:

(اثر استخدام المرأة الفلسطينية للفيس بوك على ثقافتها بنفسها من وجهة نظر موظفي القطاعين العام  
والخاص في مدينة نابلس )

يرجى من حضرتكم تسهيل مهمة الطالبة الذي سبق ذكرها اعلاه من خلال امكانية توزيع الاستبانة وجمع  
المعلومات من حضرتكم حتى تستكمل اجراءات الاطروحة .

شاكرين لكم حسن تعاونكم.

مع وافر الاحترام ،،،

جامعة النجاح الوطنية  
د. عاصم العطيوط  
كلية الدراسات العليا  
رئيس قسم الدراسات العليا للعلوم الانسانية  
نابلس 7 فاكس 972 92342907

**An –Najah National University**

**Faculty of Graduate Studies**

**The Effects of the Palestinian Women's Use of the  
Facebook on their Self Confidence from the Point of  
View of the Nablus's Private and Public Sector's  
Employees**

**by**

**Imtithal "Mohammed Qadri" Wasef Tobasi**

**Supervised By**

**Dr. Fared Abo Dheer**

*This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Women's Studies, Faculty of Graduate Studies,  
An-Najah National University, Nablus, Palestine.*

**2017**

# **The Effects of the Palestinian Women's Use of the Facebook on their Self Confidence from the Point of View of the Nablus's Private and Public Sector's Employees**

**Prepared by**

**Imtithal "Mohammed Qadri" Wasef Tobasi**

**Supervisors**

**Dr. Fared Abo Dheer**

## **Abstract**

This study aimed to uncovering the effects of Palestinian women's use of Facebook on their self-confidence from the perspective of public and private sector employees in the city of Nablus. In order to achieve this goal, the study was divided into two parts: the first is a preliminary study of the reality of Palestinian women's use of Facebook, the reasons for its use, and the determinants of this use to identify the most important uses and gratifications achieved by Palestinian women. Palestinian Facebook is confident. In order to achieve this, the researcher developed two study tools, one of which was directed at women and consisted of (84) paragraphs measuring the reality of the use, its causes, determinants and effects, and the second is directed at men and measures their perceptions of the reality of Palestinian women's use of Facebook and its determinants and effects, a paragraph. The researcher used the analytical descriptive method in conducting this study. The sample consisted of (420) workers in the public and private sector in Nablus city, distributed among (310) women who were given their tool and (110) men who were given the second tool for their perceptions.

The results of the study revealed that the effects of the Palestinian women's use of Facebook on their self-confidence were high in their overall degree and in all their dimensions of self-confidence. The total degree of self-confidence was (3.51) with a standard deviation of (0.36) and a percentage of (70.20%). Self-confidence on the cognitive dimension (3.68) followed by self-confidence on the positive and optimistic side with an average of (3.55), self-confidence on the emotional dimension with an average of (3.52), self-confidence on the personal dimension with an average (3.43), and finally self-confidence on the social dimension with an average (3.41).

The results of the study also showed that the perceptions of men about the effects of Palestinian women's use of Facebook on their self-confidence were neutral, with an average of (2.26) and a standard deviation of (0.53) and a percentage of (75.33%).

The results also showed that there were no statistically significant differences at the level of ( $\alpha \leq 0.05$ ) on the total score of the tool between the average responses of female workers in the public and private sectors in Nablus city towards the effects of the Palestinian women's use of Facebook on their self confidence according to the variables: age group, The social situation and the labor sector. Differences were found in the overall degree of the tool among the average responses of female workers according to variables: monthly income and place of residence.

Based on these results, the researcher recommended that Palestinian women should use Facebook properly and that civil society organizations that are concerned with women's affairs should exercise their training in order to employ this global phenomenon in the service of themselves first, Second, in a way reflected on strengthening its role in society, increasing its confidence in itself.