وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وعلاقته بإدارة شئون الأسرة.

أ.م.د/ زينب صلاح محمود يوسف
أستاذ إدارة المنزل والمؤسسات المساعد كلية التربية النوعية– جامعه المنوفية

أ.م.د / دعاء فكرى عبد الله
أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوى كلية التربية النوعية– جامعة المنوفية

د/ إنجى سعيد عبد الحميد الطوخى
مدرس إدارة المنزل والمؤسسات كلية التربية النوعية –جامعة المنوفية

الباحثة: آلاء سعيد قمصان
ماجستير في الاقتصاد المنزلي تخصص إدارة المنزل والمؤسسات.

ملخص البحث

يهدف البحث بصفة رئيسية إلى دراسة العلاقة بين وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي بمحاوره(المعارف والمعلومات،الاتجاهات،الممارسات) وإدارة شئون الأسرة بمحاورها (الغذاء، الملبس، المسكن، العلاقات الأسرية). واشتملت أدوات البحث على استمارة البيانات الأولية لربات الأسر واستبيان وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي واستبيان إدارة شئون الأسرة، وتم تطبيقها على عينة مكونة من ٢٩٠ من ربات الأسر المستخدمات لوسائل التواصل الاجتماعي من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة وتم الاختيار بطريقة عمدية غرضية، واتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي وتم تفريغ البيانات وتصنيفها وتبويبها واستخدام البرنامج الإحصائيSpss مع أختيار المعاملات الاحصائية المناسبة، وأشارت أهم نتائج البحث أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل ربات الأسر عينة البحث الهاتف بنسبة ٦٦.٦%، وكان من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً الفيس بوك بنسبة ٣٧.١% يليها الواتس آب بنسبة ٣٧%، وكان أكثر الصفحات التي تتابعها ربات الأسر عينة البحث هيLady's Shiben Elkom يليها شارع الأستاذ شبين الكوم بنسبة٣٣.٢%، كما كان عدد الساعات التي تقضيها ربات الأسر عينة البحث أمام وسائل التواصل الاجتماعي في اليوم من ٢ إلي أقل من ٤ ساعات في اليوم بنسبة ٧١% يليها من ٤إلي أقل من ٦ ساعات في اليوم بنسبة ١٧.٢%،وكان التوقيت المناسب لإستخدام ربات الأسر عينة البحث لوسائل التواصل الاجتماعي في أوقات السفر بنسبة ٣٤.٦% ثم يليها في المساء قبل النوم بنسبة ١٩.٣%، وكان أهم الموضوعات التي تبحث عنها ربات الأسر عينة البحث عبر وسائل التواصل الاجتماعي هي المعلومات الدينية بنسبة ٤٢.٢% يليها موضوعات في تربية الأبناء بنسبة ٤٠.٣%، وكان الهدف من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى ربات الأسر عينة البحث هو آداء بعض المهام الوظيفية يليها قرآءة الصحف بنسبة ٢٧.٢%، ووجود علاقة ارتباطية

موجبة دالة إحصائياً بين وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي بمحاوره (معارف ومعلومات – اتجاهات – ممارسات) وبين كل من إدارة الغذاء – الملبس– المسكن والعلاقات الأسرية والدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة عند مستوي دلالة ٠.٠١، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كلاً من وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى بمحاوره (المعارف والمعلومات– الاتجاهات– الممارسات) و في إدارة شئون الأسرة بمحاورها(إدارة الغذاء – الملبس –المسكن–العلاقات الأسرية) تبعاً لمتغيرات البحث(السن،المهنة، مدة الزواج، المستوي التعليمي، حجم الأسرة، الدخل الشهري، عمل الزوجة)،لصالح السن الأكبر والمهنة (موظف حكومي)،مدة الزواج الأطول(٢٠ فأكثر)،المستوي التعليمي المرتفع، وحجم الأسرة الأكبر من٦–٨ أفراد، والدخل الشهرى المرتفع عند مستوي دلالة ٠.٠٥، وكان من أهم **توصيات** البحث ضرورة إعداد برامج ارشادية للتوعية بإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة لربات الأسر من خلال وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة.

The Heads of Households are Aware of the Means of Social Communication and their Relation to the Management of Family Affairs

Dr/ Zeinab Salah yosuif
Assistant Professor of Home Management And Institutions
Faculty of Specific Education
Menoufia University

Prof. Dr. Duaa Fekr Abdullah
Assistant Professor of Journalism,
Department of Educational Media-
Faculty of Specific Education,
Menoufia University

Dr. Engy Said AbdEl-hamed El-Toukhy
Lectuer, Department Of HomeEconomics Faculty of Specific Education - Menoufia University

The researcher: Alaa Said Komsan
Master in Home Economics specializing in home management .and institutions

Abstract

The research aims mainly to study the relationship between female heads of household awareness of social media with its themes (knowledge, information, trends, practices) and family affairs management with its themes (food, clothing, housing, family relations). The research tools included the primary data form for female heads of household, the household heads awareness survey on social media and the Family Affairs Department questionnaire, and it was applied to a sample of 290 female heads of household using social media from different social and economic levels The choice was made intentionally, and the research followed the descriptive analytical approach, the data was emptied, classified, tabulated and used the statistical

program Spss with the selection of appropriate statistical transactions, and the most important research results indicated that the most used social media by heads of households is the phone search sample with a rate of 66.6%, and it was one of the most communication sites Social use of Facebook by 37.1%, followed by WhatsApp with 37%, and most of the pages that were followed by female heads of household in the research sample were Lady's Shiben Elkom, followed by the Street Stadium Shebin Al-Koum with 33.2% The number of hours spent by female heads of household in the research sample in front of social media per day was from 2 to less than 4 hours per day at 71%, followed by 4 to less than 6 hours per day by 17.2%, and the appropriate time for female heads of household to use the research sample was for means Social communication in travel times increased by 34.6%, followed by evening at bedtime by 19.3%, and the most important topics for female heads of household were the research sample on social media is religious information at 42.2% Followed by topics in raising children by 40.3%, and the goal of using social media among housewives was the research sample, to perform some job tasks, followed by reading newspapers by 27.2%, and the presence of a positive, statistically significant correlation between the awareness of housewives with social media with its axes (knowledge and Information - directions - practices) between the Food Administration - clothing - housing, family relations, and the overall score for the Department of Family Affairs at the significance level of 0.01 There are statistically significant differences in each of the heads of household awareness of the means of social communication with its axes (knowledge and information - directions - practices) and in the administration of family affairs with its axes (food management - clothing - housing - family relations) according to research variables (age, profession, duration Marriage, educational level, family size, monthly income, wife's work), in favor of the older age and profession (government employee), longer marriage period (20 and more), high educational level, and family size greater than 6-8 individuals, and high monthly income at the level of significance 0.05،

One of the most important recommendations of the research was the necessity of preparing guidance programs to raise awareness of the use of social media, especially for female heads of household through the print and audio media

مقدمه ومشكلة البحث:-

إن إدارة شئون الأسرة هي نشاط مخطط لإنجاز الأهداف المنشودة لأفراد الأسرة كما أنها الوسيلة الأساسية التي تعين الأسرة على الاستغلال الأمثل لكافة مواردها المتاحة سواء كانت موارد مادية أو بشرية من أجل تحقيق أهدافها وإشباع احتياجاتها المتعددة والمتنوعة (زينب حقى،٢٠٠٦).

فالإدارة هي أساس نجاح الأسرة في تحقيق أهدافها الفردية أو الجماعية وخاصة الأهداف التي يؤدى تحقيقها إلى رفع المستوي الاقتصادي للأسرة والمجتمع (فاتن لطفى، سهير نور ،٢٠٠٣).

حيث أن إدارة الأسرة من أهم الأعمال الواجب التعامل معها بكفاءة وفاعلية ، حيث يعتبر مؤشر أساسياً لقياس مدى فاعلية الفرد في تنظيمه للوقت واستثماره وتوظيفه وتوزيعه بفاعلية على الأعمال المطلوبة لتحقيق أهدافه (أيمن يوسف ، ٢٠٠٦).

فالإدارة الجيدة لمجالات السلوك الإداري من غذاء ومسكن وملبس وعلاقات أسرية يجعل ربة الأسرة تقضى على الارتجالية والإسراف واشباع جميع الاحتياجات لأفراد أسرتها لتنشئة جيل سليم قادراً على مواجهة التحديات والصعوبات (نجوي عبد الجواد،٢٠٠٧).

حيث أن إدارة موارد الأسرة من العمليات الاجتماعية التي يجب أن تقوم بها الأسرة والتي يشترك أفرادها في تحقيق أهدافها وإشباع حاجاتها في ضوء إمكاناتها المادية والبشرية وفقاً للأنماط السلوكية والاستهلاكية السائدة فيها (فاطمة حلمي و ربيع نوفل، ٢٠٠٠).

فربات الأسر تستطيع القضاء على الإسراف بجانب إشباع جميع الاحتياجات لأفراد أسرتها لتنشئة جيل جديد سليم قوى جسمانياً وعقلياً ونفسياً قادراً على مواجهة التحديات والصعوبات بالإضافة إلى مسئولياتها في تطبيق الممارسات الإدارية من تخطيط وتنظيم وتنفيذ وتقييم وإقامة علاقات أسرية جيدة لتحقيق الاستقرار الأسرى وسلامة العلاقات بين أفراد الأسرة بعضهم البعض وبين الأفراد المحيطين بهم (نجوى عبد الجواد،٢٠٠٧).

فالزوجة هي مفتاح العلاقات الأسرية الناجحة وتحقيق الاستقرار الأسرى وسعادة أفرادها (أميرة القفاش،٢٠١٦).

كما أشارت دراسة إيمان عز العرب(٢٠٠٣) إلى أن الثورة التكنولوجية قد أثرت على القيم والأفكار وأظهرت أنماط جديدة من السلوك كالقيم النفعية والأنانية والميول إلى العزلة والانحرافات الاجتماعية وضعف الروابط الأسرية .

وتحتل وسائل التواصل الاجتماعي مكانة مهمة في كل مكان سواء القرى أو المدن من خلال تدفق مستمر للإعلام والحوار بين الحكومة والجماهير في قضايا يمكنهم الاطلاع عليها في الشئون العامة على الساحة (محى الدين عبد الحليم، ٢٠٠٦).

وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من منتجات الثورة التقنية التي يشهدها العالم اليوم والتي أضافت الكثير من النضج على تعاملات وتصرفات مستخدميها، فكان استخدام تلك المواقع في البداية للدردشة وإقامة الصداقات، وبعد مرور الوقت تطورت العلاقة بين المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي في تبادل وجهات النظر، كما نجحت في نقل الأحداث لحظة بلحظة وتبادل المعلومات ومشاركتها مع دائرة معارف داخل وسائل التواصل الاجتماعي، وكل ذلك يندرج تحت الاستخدام الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنه قد يتخذ منحنى آخر غير ذلك إذا أسئ استخدام هذه المواقع أو استخدامها بأسلوب سلبى مبالغ فيه ولغير الأغراض التي أنشئت من أجلها فهنا يتحول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى سلوك مرضي وتكون بصدد ظاهرة سلبية خطيرة على حياة الإنسان واتزانه وصحته النفسية (بسمة يونس،٢٠١٦).

تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بمعالم جديدة في البناء والاستخدام مثل الاشتراك المجاني في هذه الخدمات وسهولة المشاركة في هذه الوسائل واستخدامها وسهولة تشكيل الجماعات الافتراضية وتحقيق المشاركة وتبادل الخدمة أو الرأي أو الفكر أو الثقافة بين الأعضاء وسهولة الروابط واستخدام وسائل النشر الفوري على الجماعات وانعكاس قواعد حرية النشر والتعبير وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان والمفاهيم السياسية والاجتماعية التي انتشرت وتكونت حولها التشكيلات والجماعات التي استفادت من سهولة استخدامها والنشر والمشاركة في المواقع الاصلية (رامي الشرافي،٢٠١٢).

حيث أن من أهم مميزات وخصائص وسائل التواصل الاجتماعي التي تتمثل في مشاركة المصادر والموارد العلمية وتوفير التواصل بين المجموعات المختلفة وتمكين التواصل بين أطياف الشعب وإنشاء المجموعات وتقديم معرفة جديدة وتقدم دعماً للمحادثات التفاعلية بين الأفراد والمجموعات وإزالة القيود المفروضة في العالم الحقيقي (محمد خلف الله،٢٠١٥).

وتعد وسائل التواصل الاجتماعي هي سلاح ذو حدين من ناحية يؤدى كلفتها المنخفضة وسهولة الوصول إليها ونشرها السريع للمعلومات مما يتيح الانتشار الواسع للأخبار المزيفة والمقصود بها الأخبار الخادعة والمضللة والكاذبة عن قصد في عدة موضوعات من بينها الدعم الزائد لجهة أو شخص أو موضوعات عنصرية (Jennifer, G,2018).

وهذا الانتشار الواسع للأخبار المزيفة قد يكون له تأثير سلبى للغاية على الأفراد والمجتمع ومسألة الكشف المزيف للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي هي مسألة صعبة للغاية وخاصةً لأنها تستقطب اهتماماً هائلاً فى الوقت الحالي (Kai Shu,A ,2017).

فمن أهم سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي إدمان الجلوس عليها مما يعطل الكثير من الأعمال، نشرة لأفكاره الضالة مثل ترويج العنف والمشاركة فيه، التعرض للجرائم الإلكترونية حيث رصد موقع كاسبرسكسى أكثر من ٤٣ ألف ملف خبيث عام ٢٠٠٨ وتم نشرها عبر الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك، فتور الحس الأخلاقي نتيجة للكمية الهائلة من المعلومات المليئة بالدمار والعنف والتي من شأنها أن تعود الناس على مشاهدة الألم والعذاب عند البشر مما يجعله أمراً مألوف، ظهور لغة جديدة بين الشباب تسمى لغة الشات سرقة الهوية والاحتيال باعتبارها من المخاوف المزعجة التي تسببها مواقع الشبكات الاجتماعية والكثير من المعلومات الشخصية واستخدامها كأدوات وأنشطة غير مشروعة (عادل الصادق،٢٠١٢).

وتعد وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة من أهم متطلبات العصر فهي بمثابة تقدم الدول (خالد العك ، ٢٠٠٣)، حيث أنه لم تلقى أي وسيلة من وسائل نقل ونشر المعلومات في تاريخ البشرية ما نالته شبكة الانترنت من سرعة في الانتشار والقبول بمختلف لغاتهم وجنسياتهم وتوجهاتهم وأعمارهم على مستوى العالم ويرجع السبب الرئيسي في ذلك إلى ضخامة وتنوع وخطورة حجم المعلومات التي يتحها الإنترنت ويمكن الوصول إليها بدون أي عقبات مكانية أو زمانية أو مادية (إبراهيم عبد الكريم،٢٠٠٦).

فتعد الشبكات الاجتماعية من أكثر الوسائل التي يستخدمها الإنسان في الآونة الأخيرة لما لها من مميزات وانتشار وتفاعل، وتستخدم للتعبير الحر عن ما يراه الإنسان وتشجيعه على رصد أفكاره بصفة مستمرة واشتراكه مع الآخرين في نفس الأفكار (منال مجاهد ، ٢٠١٠).

ومع دخول شبكات الإنترنت أصبحت أساساً في حياة الشعوب علمياً وفكرياً واجتماعياً كما أن الإنترنت ليس فقط تطور علمياً للتكنولوجيا الهائلة في العلم والمعرفة فقط بل تطور أيضاً في العلاقات الاجتماعية وفى مجال الاتصالات والمسئول الأول عن القفزة الفردية على إنشاء بعض العلاقات عن طريق الدردشة ولقد ساعد على ذلك اللغات والمكان والزمان فساعدت على انتشار الثقافات المختلفة في جميع المجالات في كل ما هو جديد وهذا من أهم إيجابيات الإنترنت (خالد نبيل ، سعيد ناصف،٢٠٠٥).

حيث أوضحت إحصائية تم نقلها عن طريق العربية نت فى ٢٦ يوليو ٢٠١٣م أن مارك زوكربيرج أعلن أنه تخطى المليار مستخدم فقد وصل إلى ١.١٥ مليار مستخدم نشط شهرياً أن

موقع الفيسبوك حاز على المركز الأول من بين الشباب من حيث الأهمية وذلك بنسبة ٩٤.٨% يليه موقع جوجل بلس ٤٣.٥% أما موقع لينكد إن فقد احتل المركز الثالث من حيث الأهمية وذلك بنسبة ٣.٣% حسب دراسة (أفنان طلعت،٢٠١٥).

وقد وصل عدد مستخدمى تويتر لأكثر من ٤١ مليون فى يوليو ٢٠٠٩م مع نمو هذة النسبة بسرعة يتغرد مستخدمو تويتر فى أى موضوع فى حدود ١٤٠ حرفاً ويتابعون الآخرين لتلقى تغريداتهم (Haewoon,w ,2010).

ويعد الفيس بوك من مواقع التواصل الاجتماعي الذى يتيح لمستخدميه الاعتماد عليه للحصول على المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية بالإضافة إلى التواصل مع الغير من خلال نشر التعليقات أو الإشارات أو الإعجاب أو الحديث أو الدردشة (أسامة حسانين،٢٠١٤)، ويتميز الفيس بوك بأنه موقع يساعد على تكوين صداقات بين المستخدمين ويمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات وأصبح الفيس بوك من أشهر المواقع على الشبكة العالمية ورائد التواصل الاجتماعي ومنبراً افتراضياً للتعبير (صالح العلى،٢٠١٥).

وبذلك فإن موقع الفيس بوك يعد أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ عدد الاشتراكات فيه أكثر من ١٥٠ ألف مستخدم جديد في اليوم الواحد ويتشاركون من خلاله وكأنه يبدو مجتمع آخر مقابل للمجتمع الحقيقي (ليلى جرار،٢٠١٢)، وهو الموقع الأكثر شعبية من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى كما ورد في استطلاع سبتمبر ٢٠١٤م والذى أجراه مركز أبحاث بيو (Maeve, D ,2015).

وفى ظل الانتشار الهائل لوسائل الاتصال المرئية ولشبكة الاتصالات الدولية "الإنترنت"، أصبح هناك العديد من المعلومات والخدمات التى يمكن توافرها للأسرة بصفة عامة والمرأة بصفة خاصة، فقد أصبح متاح لربة الأسرة العديد من المعلومات من خلال الإنترنت مثل خدمات التخفيضات بالأسواق ودليل المطاعم وأخبار الرياضة والأخبار السياسية وأحوال الطقس ومعلومات عن الوجبات اليومية والعناية بالأطفال .... إلخ (طه نجم،٢٠٠٤).

ويتطلب ذلك من ربة الأسرة الوعى بوسائل التواصل الاجتماعي لأنه ضرورة من ضروريات الحياة في الوقت المعاصر فكل ربة أسرة عليها دور كبير في الإلمام بأساسيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لما له من أهمية بالغة في إدارتها لشئون أسرتها بشكل صحيح مما يعود عليها وعلى أسرتها بالنفع ومواجهة المشكلات المتعلقة بأسرتها في الحاضر والمستقبل فالمرأة ثروة بشرية للأسرة والمجتمع فهي تقوم بدور فعال في إدارة شئون الأسرة فهي

المسئولة الأولى عن الاهتمام بالحفاظ على الصحة الجسمية والنفسية والتنشئة الاجتماعية لأفراد أسرتها والذى يعد من أهم الأهداف التي تسعى الأسرة لتحقيقها من خلال سلوكها الإداري (الباحثة).

وأظهرت دراسة حنان مرعى (٢٠٠٨) على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين معلومات ومهارات استخدام الإنترنت والاستغلال الأمثل للوقت عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ووجود علاقة إيجابية ذات دلالة احصائية بين درجة الوعى باستخدام الإنترنت وتخطيط الوقت عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

كما أكدت دراسة أنور إبراهيم (٢٠٠٦): علي أن الشباب يفضلون التعامل مع الانترنت أكثر من الجلوس مع أفراد أسرتهم ومن أهم الأسباب التي تدفعهم لذلك هي الدردشة مع الأصدقاء.

وأشارت دراسة شعاع اليوسف(٢٠٠٦): إلي أن استخدام الانترنت بصورة كبيرة يؤدي إلي فقدان السيطرة علي النفس وإهمال وضعف العلاقات وفقدان التواصل الاجتماعي.

كما أكدت دراسة صالحة الدماري(٢٠١٣): علي أن الفيس بوك شبكة اجتماعية تتيح فرصة التواصل بين الزملاء بشكل كبير حتي في أوقات السفر والعطلات كما أنه يستخدم في إكتساب المعارف ويسمح بالتعمق أكثر في العالم والتواصل مع أناس ذوي اهتمامات مشتركة.

ومن هنا نبعت فكرة البحث الحالي وجاء الإحساس بالمشكلة التي تتلخص في السؤال التالي:-

-ما العلاقة بين وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي بمحاوره (معارف ومعلومات – الاتجاهات- ممارسات) وإدارة شئون الأسرة بمحاورها (الغذاء-الملبس- المسكن- والعلاقات الأسرية)؟

ويندرج تحت هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي تشمل :-

١- ما مستوى وعى ربات الأسر عينة البحث بوسائل التواصل الاجتماعي بمحاوره(معارف ومعلومات- الاتجاهات- ممارسات) وإدارة شئون الأسرة بمحاورها(الغذاء والملبس والمسكن والعلاقات الأسرية)؟

٢- ما أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً، وأكثر الصفحات التي تتابع عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعدد الساعات التي تقضينها

أمام وسائل التواصل الاجتماعي في اليوم، والتوقيت المناسب لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والهدف من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

٣- ما العلاقة بين وعى ربات الأسر عينة البحث بوسائل التواصل الاجتماعي وإدارة شئون الأسرة بمحاورها ؟

٤- ما الفروق بين ربات الأسر عينة البحث في كل من الوعى بوسائل التواصل الاجتماعي و إدارة شئون الأسرة بمحاورها تبعاً لمتغيرات البحث (السن، مدة الزواج، عمل ربة الأسرة، المستوى التعليمي لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة ، مستوى الدخل)؟

أهداف البحث :

يهدف البحث بشكل رئيسي إلي دراسة وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي بمحاوره (معارف ومعلومات،الاتجاهات، الممارسات) وعلاقته بإدارة شئون الأسرة بمحاورها بمحاورها (الغذاء-الملبس-المسكن- العلاقات الأسرية) وذلك من خلال مجموعة من الأهداف الفرعية :

١- تحديد مستويات ربات الأسر عينة البحث في كل من الوعى بوسائل التواصل الاجتماعي بمحاوره(معارف ومعلومات- الاتجاهات- ممارسات) وإدارة شئون الأسرة بمحاورها(الغذاء والملبس و المسكن والعلاقات الأسرية).

٢- تحديد أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً وأكثر الصفحات التي تتابع عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعدد الساعات التي تقضينها أمام وسائل التواصل الاجتماعي في اليوم، والتوقيت المناسب لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والهدف من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

٣- دراسة العلاقة بين وعى ربات الأسر عينة البحث بوسائل التواصل الاجتماعي بمحاوره وإدارة شئون الأسرة بمحاورها.

٤- الكشف عن الفروق بين ربات الأسر عينة البحث في كل من الوعى بوسائل التواصل الاجتماعي وإدارة شئون الأسرة تبعاً لمتغيرات الدراسة (السن، مدة الزواج، عمل ربة الأسرة، المستوى التعليمي لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، مستوى الدخل).

أهمية البحث

أولاً: الأهمية النظرية

– إلقاء الضوء على واحدة من أهم مستحدثات هذا العصر وهى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على كافة نواحي الحياة بصفة عامة وإدارة شئون الأسرة بصفة خاصة.

ثانياً :الأهمية التطبيقية

١- الاستفادة من نتائج هذا البحث في إعداد برامج إرشادية عن وسائل التواصل الاجتماعي والطرق الصحيحة للتعامل معها.

٢-قد يستفاد من نتائج هذا البحث في إعداد كتيبات ارشادية لإدارة شئون الأسرة وكيفية الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية القدرات الإدارية لإدارة شئون الأسرة .

فروض البحث:

١- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعى بمحاوره (معارف ومعلومات- الاتجاهات- ممارسات) وإدارة شئون الأسرة بمحاورها (الغذاء-الملبس-المسكن- العلاقات الأسرية) لدى ربات الأسر عينة البحث.

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى بمحاوره (معارف ومعلومات- الاتجاهات- ممارسات) وإدارة شئون الأسرة بمحاورها(الغذاء- الملبس - المسكن- العلاقات الأسرية) تبعاً لمتغيرات البحث (السن، مدة الزواج، عمل ربة الأسرة، المستوي التعليمي لربة الأسرة ،عدد أفراد الأسرة ،الدخل الشهري).

الأسلوب البحثي

أولاً :المصطلحات العلمية والمفاهيم الإجرائية للبحث

- **الوعي:** هو إدراك الفرد لنفسه والبيئة المحيطة به *(رشيده أبو النصر،٢٠٠٣)*.
- **الوعي:** يعنى الفهم وسلامة الادراك .
- **وسائل التواصل الاجتماعي:** هي مواقع التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت وتتيح للمستخدمين إنشاء مواقع خاصة به وربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين تجمعهم نفس الاهتمامات كما يطلق عليها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب والذى يتيح التواصل بين الأفراد فى بيئة مجتمع افتراضي عن طريق خدمات التواصل المباشرة من إرسال أو

الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي هي مطروحة للعرض *(ليلى جرار،٢٠١٢)*.

- وسائل التواصل الاجتماعي :هي مواقع إلكترونية تستخدمها ربات الأسر عينة البحث في التواصل من خلالها بشبكات التواصل الاجتماعي سواء بهدف الترفيه أو شغل وقت الفراغ أو الاستفادة في إدارة شئون الأسرة من خلال المواقع الإلكترونية عبر غرف الدردشة كالفيس بوك، والواتساب، الانستجرام فلكر.

- **المعارف والمعلومات:** هي إحدى فئات المدخلات التي نعمل بها عندما نفكر وهى تأتى من المعتقدات والتأويلات والأوامر والنصائح والأسئلة والآراء والنظريات والتنبؤات وأي نتائج للخيال المبدع وهى لا تكون إلا حول شيء أو حدث أو فكرة وهى في جوهرها نتائج للملاحظة والإدراك وتكون ناتجة عن مشاهدة حدث أو لمس شيء أو سماع صوت فهي مدخل ينتقل إلينا أو عن طريقنا إلى غيرنا بواسطة رموز تتمثل في الكلمات والأشكال التوضيحية التي نقوم بتأويلها إلى معلومات مقصودة *(مايكل هيكل،٢٠٠٤)*.

- المعارف والمعلومات: هي المعلومات والبيانات المتوفرة لدى ربة الأسرة عن وسائل التواصل الاجتماعي ومعرفة ايجابياتها وسلبياتها.

- **الاتجاهات:** هو الجانب الوجداني من السلوك الإنساني والذى يساعد الأشخاص على فهم البيئة التي تحيط بهم وكذلك الأشخاص والظواهر *(أحمد زيد،٢٠١٧)*.

- الاتجاهات: هي ميول ربة الأسرة نحو وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها سواء بالإيجاب أو بالسلب.

- **إدارة شئون الأسرة:** تعرف إدارة شئون الأسرة على أنها نشاط مخطط لإنجاز الأهداف المنشودة لأفراد الأسرة كما أنها الوسيلة الأساسية التي تعين الأسرة على الاستغلال الأمثل لكافة مواردها المتاحة سواء كانت موارد مادية أو بشرية من أجل تحقيق أهدافها وإشباع احتياجاتها المتعددة والمتنوعة *(زينب حقى،٢٠٠٦)*.

- **إدارة شئون الأسرة:** يقصد بها تحقيق أهداف الأسرة من خلال تنفيذ جميع مراحل العملية الإدارية من تخطيط وتنفيذ وتقييم من اجل تحقيق الأهداف المرجوة في حدود الموارد والإمكانات المتاحة وذلك لكل من المأكل والملبس والمسكن والعلاقات الأسرية.

إدارة الغذاء: هو السلوك الإداري الذى تتبعه ربة الأسرة بمراحله المتعددة (تخطيط–تنظيم–تنفيذ–تقييم) بغرض الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة ومدى إلمامها بالمعارف والمعلومات

الغذائية الصحيحة في مواقف الشراء والإعداد والتقديم والحفظ والتصنيع والتخزين(*نعمة رقبان،٢٠٠٨*).

- إدارة الغذاء: يقصد بها السلوك الإداري الذى تتبعه ربة الأسرة لاستخدام الموارد المتاحة بكفاءة عالية من خلال التخطيط والتنفيذ والتقييم في الشراء والإعداد والطهى والتقديم والحفظ والتصنيع بغرض التخزين مما يحقق الرضا لجميع أفراد الأسرة في ضوء الوعي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند شراء وإعداد وطهي وتقديم الطعام لأفراد الأسرة.
- إدارة الملبس: هي السلوك الإداري الذى تتبعه ربة المنزل بمراحله المختلفة من تخطيط – تنظيم–تنفيذ– تقييم بغرض الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة لديها ومدى إلمامها بالمعلومات الصحيحة الإيجابية الخاصة بالملابس من اختيار وشراء واستخدام وعناية وتخزين(*نعمة رقبان، ٢٠٠٨*).

ويقصد بها السلوك الإداري الذى تتبعه ربة الأسرة لاستخدام الموارد المتاحة بكفاءة عالية من خلال إتباع جميع مراحل العملية الإدارية من تخطيط وتنفيذ وتقييم ما تحتاج إلية الأسرة من ملبس في ضوء ما يتوافر لديها من معلومات ومعارف خاصة بالملابس في مواقف الاختيار والشراء والاستخدام والعناية والتخزين مما يحقق الرضا لجميع أفراد الأسرة في ضوء الوعي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند الشراء والاستخدام والعناية والتخزين لأفراد الأسرة .

- إدارة المسكن: هو التخطيط لإدارة الملبس يكون عن طريق عمل جرد دوري للملابس في بداية كل موسم مما يساعد على اتخاذ قرار رشيد عند شراء الملابس الجديدة (*نعمة رقبان،٢٠٠٨*).

ويقصد بها السلوك الإداري الذى تتبعه ربة الأسرة لاستخدام الموارد المتاحة بكفاءة عالية من خلال إتباع جميع مراحل العملية الإدارية من تخطيط وتنفيذ وتقييم ما تحتاج إلية الأسرة في تأثيث المسكن في ضوء ما يتوافر لديها من معلومات ومعارف خاصة بتأثيث المسكن وملحقاته من أثاث ومفروشات وأجهزة وأدوات في مواقف الاختيار والشراء والاستخدام والصيانة والعناية مما يحقق الرضا لجميع أفراد الأسرة في ضوء الوعي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند الاختيار والشراء والاستخدام والصيانة والعناية لأفراد الأسرة.

- إدارة العلاقات الأسرية: الأساس الذى تقوم عليه الأسرة في أي مجتمع أن تكون وحدة متماسكة في البناء الاجتماعي المتكامل والمتناسق مع العادات والتقاليد المستمدة من

الشريعة الإسلامية في العمل على الحفاظ على جودة العلاقات الأسرية عن طريق تقريب الاتجاهات بين الأفراد للأسرة الواحدة بما يتماشى مع العقيدة السمحة والسائدة في المجتمع *(محمد التويجرى،٢٠٠١)*.

ويقصد بها استخدام ربة الأسرة الموارد المتاحة بكفاءة عالية من خلال إتباع جميع مراحل العملية الإدارية من تخطيط وتنفيذ وتقييم ما تحتاج إلية الأسرة من علاقات أسرية ناجحة من خلال ما يتوافر لديها من معلومات ومعارف خاصة بإقامة علاقات أسرية طيبة مع أفراد أسرتها والمحيطين والطرق الصحيحة لتربية أبنائها بما يحقق الرضا لجميع أفراد الأسرة في ضوء الوعي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتوافر المعلومات والمعارف الخاصة بإقامة علاقات أسرية طيبة مع أفراد الأسرة .

ثانياً :"منهج البحث

يتبع البحث الحالي المنهج الوصفي التحليلي *(دلال القاضي ، محمود البياتى،٢٠٠٨)*

ثالثاً: حدود البحث:

<u>الحدود البشرية</u>: تضمنت عينة البحث ٢٩٠ ربة أسرة من المستخدمات لوسائل التواصل الاجتماعي من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة وتم الاختيار للعينة بطريقة عمدية غرضية.

<u>الحدود الزمنية</u>: تم تطبيق أدوات البحث في الفترة الزمنية الممتدة من بداية شهر اغسطس وحتى نهاية شهر سبتمبر ٢٠١٩.

<u>الحدود الجغرافية</u>: تم تطبيق البحث على ربات الأسر من محافظة المنوفية من خلال المقابلة الشخصية في (إدارة الجامعة، المدارس، الوحدات الصحية، الإدارة التعليمية، المديرية التعليمية، مجمع المصالح، أولياء أمور للطلبة ببعض المدارس بمحافظة المنوفية).

رابعاً: تصميم وبناء وتقنين أدوات البحث: اشتملت أدوات البحث على :

أولاً:- استمارة البيانات الأولية لربات الأسر:

تم إعداد هذه الاستمارة بهدف الحصول على المعلومات الأولية التي تحدد مواصفات عينة البحث وتحدد المتغيرات المستقلة للبحث وقد اشتملت تلك الاستمارة على:-

السن وتم تقسيمه إلى (أقل من ٢٥ سنة – ٢٥ إلى أقل من ٣٥ سنة- ٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة -٤٥ سنة فأكثر)، مدة الزواج وتم تقسيمها إلي (أقل من ٥ سنوات، من ٥-أقل من ١٠ سنوات-من ١٠- أقل من١٥ سنوات- من ١٥- أقل من ٢٠ سنوات- ٢٠ فأكثر)، عمل ربة الأسرة (تعمل- لاتعمل)، عدد أفراد الأسرة الأب والأم والأبناء المقيمين(من ٢-٤ أفراد،

من٥-٦أفراد ،٦ فأكثر) المستوى التعليمي لربة الأسرة وتم تقسيمها إلى ثلاث مستويات (منخفض يشتمل علي أمي لا يقرأ ولا يكتب- يقرأ ويكتب- حاصل على الابتدائية) (متوسط يشتمل علي حاصل على الإعدادية – حاصل على الثانوية العامة أو الدبلوم- حاصل على معهد متوسط) (مستوي مرتفع يشتمل علي مؤهل جامعي- حاصل على الماجستير- حاصل على الدكتوراه)، مستوي الدخل الشهري للأسرة تم تقسيمها إلي ثلاث مستويات (المستوي المنخفض ويشتمل علي فئات الدخل الشهري (أقل من ١٥٠٠ جنية- من ١٥٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠- من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٢٥٠٠)، المستوي المتوسط (من ٢٥٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠- من٣٠٠٠ إلى أقل من ٣٥٠٠- من ٣٥٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠ – من ٤٠٠٠ إلى أقل من ٤٥٠٠ من ٤٥٠٠)، المستوي المرتفع (يشمل فئة ٥٠٠٠ فأكثر)، بالإضافة إلي عدد من الأسئلة الوصفية التي تصف أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً (الهاتف،التابليت، اللاب توب، إكس بوكس، البلاي ستيشن، الكمبيوتر المكتبي)، أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً (الفيس بوك، التويتر، اليوتيوب، لينكد إن، جوجل بلس، تمبلر، انستجرام، بينتريست، واتسآب)، أكثر الصفحات التي تتابع عبر مواقع التواصل الاجتماعي (صحبة خير المنوفية، أم عمر، Lady's Shiben Elkom، شارع الأستاد شبين الكوم)، وعدد الساعات التي تقضينها أمام وسائل التواصل الاجتماعي في اليوم (أقل من ٢ ساعة، من ٢إلي أقل من٤ ساعات،من ٤إلي أقل من ٦ساعات،٦ساعات فأكثر)، والتوقيت المناسب لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي(في الصباح، في المساء قبل النوم، في أي وقت من اليوم، في أوقات السفر،وقت الزيارات العائلية)، أهم الموضوعات التي تبحث عنها ربات الأسر في وسائل التواصل الاجتماعي(الموضة والأزياء، البشرة والشعر والعناية بهم، معلومات دينية، موضوعات في تربية الأبناء، الفن وأخبار النجوم) والهدف من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (التسوق، التسويق، التسلية وشغل وقت الفراغ، قرآءة الصحف،التعليم والحصول علي دورات عن بعد، الثقافة العامة، أداء بعض المهام الوظيفية، تنمية الهوايات) .

ثانياً: استبيان وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي:

تم إعداد الاستبيان بهدف التعرف على مستوى وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي إلى بمحاورها (معارف ومعلومات- الاتجاهات- ممارسات) واستخدام نتائج تطبيق الاستبيان فى التحقق من صحة فروض البحث على العينة، تم وضع عبارات الاستبيان فى صورتها المبدئية وفقاً للتعريف الإجرائى والاطلاع على الدراسات السابقة

والاطلاع على مقاييسها ومنها دراسة ، (شعاع اليوسف،٢٠٠٦)، (إبراهيم عبد الكريم،٢٠٠٦)، (عبير الشبشيرى،٢٠١١)، (نورهان صقر،٢٠١٤).

وقد تم عمل دراسة استطلاع رأى بعرض مجموعة أسئلة على عينة مكونة من ٥٠ ربة أسرة ينطبق عليهم مواصفات العينة وتحليل إجابات ربات الأسر عينة البحث حيث تم الاعتماد على نتائج هذا التحليل في وضع الاستبيان المبدئي.

- ويتضمن استبيان وسائل التواصل الاجتماعى فى صورته الأولية (٥٣)عبارة موزعة على ثلاثة محاور أساسية وهى (المعارف والمعلومات– الاتجاهات – الممارسات).

أ- **المعارف والمعلومات** ويشتمل على ١٦ عبارة

أعلم أن وسائل التواصل الإجتماعى تساعد ربة المنزل فى معرفة أسعار السلع والخدمات
أعرف أن وسائل التواصل الإجتماعى تساعد ربة المنزل فى تكوين صداقات مع أشخاص من ثقافات مختلفة
تعتبر وسائل التواصل الإجتماعى مصدر مهم للمعلومات والمعارف لإدارة شئون الأسرة

تقيس المعلومات والبيانات المتوفرة لدى ربة الأسرة عن وسائل التواصل الاجتماعى ومعرفة ايجابياتها وسلبياتها.

الاتجاهات ويشتمل على ١٦ عبارة

أرى أن وسائل التواصل الإجتماعى توفر جهد ربة المنزل
أفضل التسوق عبر وسائل التواصل الإجتماعى فى شراء بعض السلع
أشعر بالراحة عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعى

تقيس ميول ربة الأسرة نحو وسائل التواصل الاجتماعى واستخدامها سواء بالإيجاب أو بالسلب.

ج- **الممارسات** وتشتمل على ٢١ عبارة

أتحدث مع أصدقاء جدد لتبادل الخبرات فيما بيننا عبر وسائل التواصل الإجتماعى
أجلس عدة ساعات يومياً للترفيه عبر شبكات التواصل الاجتماعى
أستخدم أكثر من موقع للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعى

تقيس قيام ربة الأسرة بالتطبيق الفعلى وإستخدام وسائل التواصل الإجتماعى والممارسات التى تتبعها أثناء الإستخدام .

وللتعرف على **صدق محتوى الاستبيان** تم عرضه في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من الأساتذة المتخصصين عددهم (١١) محكم (وقد أتفق جميع المحكمين على

عبارات الاستبيان بنسب تراوحت بين ٩٢.٣%، ١٠٠%، كما جاءت نسبة الاتفاق علي محاور الاستبيان(معارف ومعلومات،اتجاهات،ممارسات) مابين ٩٠%،١٠٠% كما جاءت نسبة اتفاق المحكمين علي الاستبيان ككل بنسبة ٩٩.٢% وقد تم إجراء التعديلات في ضوء ملاحظات وأراء السادة المحكمين وبذلك يكون الاستبيان قد خضع لصدق المحتوى ، كما تم حساب صدق الاتساق الداخلي عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان والجدول التالي يوضح ذلك٠

جدول (١) معاملات ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية للمحور مع الدرجة الكلية لاستبيان وعي ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي .

م	المحور	عدد العبارات	معامل الارتباط مع الاستبيان
١	معارف و معلومات	١٦	**٠.٧٩٤
٢	اتجاهات	١٦	**٠.٨٢٤
٣	ممارسات	٢١	**٠.٦٣٤

** دالة عند مستوى الدلالة ٠.٠١

يظهر من الجدول (١) أن معاملات الارتباط تراوحت ما بين ٠,٦٣٤، ٠,٨٢٤ وهى قيم دالة عند مستوى دلالة٠,٠١ مما يدل على تجانس المحاور مع الدرجة الكلية وصدق الاستبيان وقدرته علي قياس ما وضع لقياسه، كما تم حساب ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية لجتمان وسبيرمان وبراون والتي جاءت ٠.٦١٥ ، ٠.٨٩٨ ، ٠.٨٥٥علي الترتيب وهي قيم مرتفعة وتشير إلى تمتع الاستبيان بدرجة ثبات عالية، وبذلك يكون الاستبيان في صورته النهائية يتكون من (٥٣) عبارة ، تتحدد الاستجابة على هذه العبارات وفقاً لثلاثة اختيارات(دائما–أحيانا–نادرا) وكانت العبارات منها (٣٨) عبارة موجبة و(١٥) عبارة سالبة الاتجاه، على مقياس متصل(٣–٢–١) للعبارات الموجبة، (١–٢–٣) للعبارات السالبة، هذا وقد تم تقسيم عينة البحث علي استبيان وعي ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي إلي ثلاثة مستويات كالتالي :

حساب المدى الفعلي للدرجة الكلية لاستبيان وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى لربات الأسر عينة البحث.

- المدى الفعلي=(أعلي درجة مشاهدة–أقل درجة مشاهدة)
- المدى الفعلي =١٤١–٦٢=٧٩
- طول الفئة=(المدى الفعلي /عدد المستويات)

- طول الفئة=٣/٧٩=٢٦.٣=٢٦
- المستوى المنخفض=أقل درجة مشاهدة+ طول الفئة -١
- المستوى المنخفض=(٦٢ :٨٧) درجة
- المستوى المتوسط=(٨٨ :١١٣) درجة

المستوى المرتفع =(١١٤ : ١٤١) درجة ، وكذلك بالنسبة لكل محور من محاور الاستبيان

جدول (٢) يوضح توزيع عينة البحث وفقاً لأعلي وأقل درجة مشاهدة علي استبيان الوعي بوسائل التواصل الاجتماعي والمستويات المقابلة لها وفي الدرجة الكلية.

المتغيرات	عدد العبارات	أعلي مشاهدة	أقل مشاهدة	المستوي المنخفض	المستوي المتوسط	المستوي المرتفع
المعلومات والمعارف	١٦	٤٨	٢١	(٢١-٢٩) درجة	(٣٠-٣٨) درجة	(٣٩-٤٨) درجة
الاتجاهات	١٦	٤٤	١٨	(١٨-٢٥) درجة	(٢٦-٣٣) درجة	(٣٤-٤٤) درجة
الممارسات	٢١	٤٩	٢٣	(٢٣-٣١) درجة	(٣٢-٤٠) درجة	(٤١-٤٩) درجة
الدرجة الكلية للاستبيان	٥٣	١٤١	٦٢	(٦٢-٨٧) درجة	(٨٨-١١٣) درجة	(١١٤-١٤١) درجة

ثالثاً: استبيان ادارة شئون الأسرة.

تم وضع عبارات الاستبيان فى صورتها المبدئية وفقاً للمفهوم الإجرائى لإدارة شئون الأسرة، وبعد الاطلاع على البحوث والدراسات السابقة والاطلاع على مقاييسها ومنها دراسة نعمة رقبان، ربيع نوفل (٢٠٠١)، عبير علي(٢٠٠٨)، دراسة زينب صلاح (٢٠٠٩)، عبير الشبشيري(٢٠١١) وقد تم اعداد الاستبيان فى صورتة الأولية يشتمل علي(٦٢)عبارة تفيد اجاباتها فى معرفة مدى جودة ادارة شئون الأسرة لدى ربات الأسر العاملات ويحتوى على أربعة محاور وهى كالتالى:

المحور الأول :إدارة شئون الغذاء ويتضمن هذا المحور ١٥ عبارة

أحرص على شراء طعام مجهز أو نصف مجهز من خلال وسائل التواصل الإجتماعى
يصعب على التعرف على أسعار المواد الغذائية من خلال وسائل التواصل الإجتماعى
أتعرف على أصناف غذائية جديدة من خلال وسائل التواصل الإجتماعى

تقيس مدى إدارة شئون الغذاء بما يتلائم مع الدخل الشهرى وادارة السلوك الإدارى الذى تستخدمة ربة المنزل بمراحلة المختلفة من (تخطيط – تنفيذ– تقييم) لمواجهة وحل المشكلات التى ترتبط بتغذية الأسرة وإمداد الأسرة بالطعام الذى يضمن النمو البدنى والعقلى للأفراد بها فى حدود الموارد المتاحة.

المحور الثانى: إدارة شئون الملبس ويتضمن هذا المحور ١٧ عبارة

أختار بعض الملابس من خلال التسوق عبر وسائل التواصل الإجتماعى
أحرص على تحديد الإحتياجات الفعلية قبل عملية شراء الملابس خلال فترة الأوكازيون عبر وسائل التواصل الإجتماعى
أحدد فى قائمة احتياجات كل فرد فى الأسرة من الملابس قبل بداية كل موسم

تقيس السلوك الإدارى الذى تستخدمة ربة المنزل بمراحله المختلفة من (تخطيط– تنفيذ– تقييم) عند اختيار وشراء واستخدام الملابس والعناية بها.

المحور الثالث: إدارة شئون المسكن ويتضمن هذا المحور ١٥ عبارة

أفضل شراء تحف وأنتيكات من جروبات عبر وسائل التواصل الإجتماعى
أحرص على تجديد ستائر المنزل على الموضة كل فترة بالإستعانة بوسائل التواصل الإجتماعى
أطيل فى الجلوس عبر وسائل التواصل الإجتماعى لتنفيذ أنتيكات لتجديد المسكن وأثاثة

تقيس السلوك الإدارى الذى تتبعه الأسرة بمراحله المختلفة (تخطيط– تنفيذ– تقييم) بغرض الاستخدام الأمثل لموارد الأسرة المتاحة عند تأثيث المسكن وملحقاتة من أثاث ومفروشات وأجهزة وأدوات واستخدامها والعناية بها.

المحور الرابع:

إدارة العلاقات الأسرية وتربية الأبناء ويتضمن هذا المحور ١٥عبارة

أطيل فى الجلوس أمام وسائل التواصل الإجتماعى للبحث عن موضوعات معينة
أجلس بمفردى أمام وسائل التواصل الإجتماعى حتى فى وجود زيارات عائلية
أحرص على عمل يوم للنزهه مع أفراد عائلتى من خلال الإستعانة بوسائل التواصل الإجتماعى لمعرفة أفضل الأماكن للتنزة

تقيس السلوك الإدارى الذى تتبعه ربة المنزل بمراحله المختلفة (تخطيط– تنفيذ– تقييم) بغرض الإستخدام الأمثل لمواردها وإلمامها ووعيها بالمعلومات والمعارف الخاصة بإقامة علاقات أسرية طيبة مع أفراد أسرتها والمحيطين والطرق الصحيحة لتربية أبنائها وحل المشكلات التى تواجههم، وللتعرف علي صدق الاستبيان تم عرضة علي مجموعة من المحكمين عددهم (١١) محكم من الاساتذة المتخصصين في إدارة المنزل من كليات الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية وجامعة حلوان وكليات التربية النوعية ، وقد أتفق المحكمين على

عبارات الاستبيان بنسبة ٩٢,٣%، ١٠٠%، كما جاءت نسبة الأتفاق علي محاور الاستبيان مابين ٩٠%،١٠٠% ، كما جاءت نسبة الاتفاق علي الاستبيان ككل ٩٩,٩% وقد تم إجراء التعديلات في ضوء ملاحظات وأراء السادة المحكمين وبذلك يكون الاستبيان قد خضع لصدق المحتوى، كما تم حساب صدق الاتساق الداخلي عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان والجدول التالي يوضح ذلك٠

جدول (٣) معاملات ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية للمحور مع الدرجة الكلية لاستبيان إدارة شئون الأسرة .

م	المحور	عدد العبارات	معامل الارتباط مع الاستبيان
١	إدارة شئون الغذاء	١٥	٠.٦٧٤**
٢	إدارة شئون المسكن	١٧	٠.٩٢٤**
٣	إدارة شئون الملابس	١٥	٠.٧٥٩**
٤	إدارة شئون العلاقات الأسرية	١٥	٠.٦٤٩**

** دالة عند مستوى الدلالة ٠.٠١ فأقل

يظهر من الجدول (٣) أن معاملات الارتباط تراوحت ما بين ٠.٦٧٤،٠,٦٤٩، ٠,٩٢٤ وهى قيم دالة عند مستوى دلالة٠,٠١ مما يدل على تجانس المحاور مع الدرجة الكلية وصدق الاستبيان وقدرته علي قياس ما وضع لقياسه، كما تم حساب ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية لجتمان وسبيرمان والتي جاءت ٠.٧٣٤ ، ٠.٨٩٤،٠.٧٧٩ علي الترتيب وهي قيم مرتفعة وتشير إلى تمتع الاستبيان بدرجة ثبات عالية، وبذلك يكون الاستبيان قد أصبح في صورته النهائية يشتمل على (٦٢) عبارة وتتحدد لاستجابة على هذه العبارات وفقاً لثلاثة اختيارات (دائما–أحيانا–نادرا) وكانت العبارات بعضها يأخذ الاتجاه الايجابي على مقياس متصل (٣–٢–١) للعبارات الموجبة، (١–٢–٣) للعبارات السالبة، هذا وقد تم تقسيم عينة البحث في إدارة شئون الأسرة إلي ثلاث مستويات وفقاً لطريقة المدي الفعلي كالتالي:

- المدى الفعلي= (أعلي درجة مشاهدة–أقل درجه مشاهدة)
- المدى الفعلي =١٦١–١١١=٥٠
- طول الفئة= (المدى الفعلي /عدد المستويات)
- طول الفئة=٣/٦٣=١٦.٦=١٧
- المستوى المنخفض=أقل درجة مشاهدة+ طول الفئة –١
- المستوى المنخفض=(١١١ :١٢٧) درجة

- المستوى المتوسط=(١٢٨ :١٤٤) درجة
- المستوى المرتفع =(١٤٥ : ١٦١) درجة

وكذلك تم حساب مستويات عينة البحث علي محاور الاستبيان والجدول التالي يوضح ذلك

يوضح جدول(٤) توزيع عينة البحث وفقاً لأعلي وأقل درجة مشاهدة علي استبيان إدارة شئون الأسرة والمستويات المقابلة لها وفي الدرجة الكلية

المتغيرات	عدد العبارات	أعلي مشاهدة	أقل مشاهدة	المستوي المنخفض	المستوي المتوسط	المستوي المرتفع
إدارة الغذاء	١٥	٣٧	٢٦	(٢٦-٢٩) درجة	(٣٠-٣٣) درجة	(٣٤-٣٧) درجة
إدارة المسكن	١٧	٤٨	٢٤	(٢٤-٣١) درجة	(٣٢-٣٩) درجة	(٤٠-٤٨) درجة
إدارة الملبس	١٥	٣٩	٢٧	(٢٧-٣٠) درجة	(٣١-٣٤) درجة	(٣٥-٣٩) درجة
إدارة العلاقات الأسرية	١٥	٣٧	٢٣	(٢٣-٢٧) درجة	(٢٨-٣٢) درجة	(٣٣-٣٧) درجة
الدرجة الكلية للاستبيان	٦٢	١٦١	١١١	(١١١-١٢٧) درجة	(١٢٨-١٤٤) درجة	(١٤٥-١٦١) درجة

خامساً: الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

حساب معامل ارتباط بيرسون بين المحاور وإجمالى الاستبيان لكل من استبيان وسائل التواصل الاجتماعى وإدارة شئون الأسرة لحساب صدق الاستبيان.

معامل ارتباط ألفا كرونباخ ومعامل التجزئة النصفية لجتمان وسبيرمان براون لحساب الثبات للأدوات، معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient،اختبار"ت" T.Test، تحليل التباين ذى الاتجاه الواحد One Way Analysis Of Variance ANOVA، الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة معامل L.S.D .

نتائج البحث:-

أولاً: التوزيع النسبي لعينة البحث وفقا لخصائص عينة البحث

جدول (٥) التوزيع النسبي لعينة البحث وفقا للخصائص الاجتماعية والاقتصادية ن=٢٩٠

السن	العدد	%	عدد أفراد الأسرة	العدد	%	مدة الزواج	العدد	%
أقل من ٢٥ سنه	٤٥	١٥.٥	من ٢-٤ أفراد	١٢٦	٤٣.٤	اقل من ٥ سنوات	٨٩	٣٠.٦
من ٢٥ حتى أقل من ٣٥ سنة	٧٧	٢٦.٥	من٥-٦ أفراد	١٣٤	٤٦.٢	من ٥- أقل من ١٠ سنوات	٨٠	٢٧.٦
من ٣٥ حتى أقل من ٤٥ سنة	٨٨	٣٠.٣	٦فأكثر	٣٠	١٠.٣	من ١٠-أقل من ١٥ سنوات	٨٧	٣٠.٠
٤٥ سنة فأكثر	٨٠	٢٧.٧				من ١٥-أقل من٢٠ سنوات	١٠	٣.٤
						٢٠ سنة فاكثر	٢٤	٨.٤
المستوى التعليمي لربة الأسرة	العدد	%	مستوي الدخل	العدد	%	عمل ربة الأسرة	العدد	%
منخفض من(أمي لا يقرأ ولا يكتب- يقرأ ويكتب- حاصل على الابتدائية)	٩٠	٣١	منخفض (أقل من ١٥٠٠جنية- أقل من ٢٥٠٠)	١٥٨	٥٤.٥	تعمل	٢٣٩	٨٢.٤
متوسط(علي حاصل على الإعدادية - حاصل على الثانوية العامة أو الدبلوم- حاصل على معهد متوسط)	٨٦	٢٩.٦	متوسط (من ٢٥٠٠ إلى أقل من أقل من ٤٥٠٠)	١٢٧	٤٣.٨	لاتعمل	٥١	١٧.٦
مرتفع (مؤهل جامعي- حاصل على الماجستير- حاصل على الدكتوراه)	١١٤	٣٩.٤	مرتفع(٥٠٠٠ فأكثر(	٥	١.٧			

يتضح من نتائج الجدول (٥) أن_التوزيع النسبي لعينة البحث وفقاً **لسن** ربة الأسرة وزعت عينة البحث إلى٣٠.٣% لمن تراوحت أعمارهن من٣٥ إلي أقل من ٤٥سنة،٢٦.٥% لمن تراوحت أعمارهم من٢٥:أقل من٣٥ سنة،٢٧.٧% لمن تراوحت أعمارهم من٤٥سنة فأكثر، نسبة ١٥.٥% لمن قل سنهم عن ٢٥سنة، كما تبين من الجدول أن التوزيع النسبي لعينة البحث وفقاً **لعدد أفراد الأسرة** حيث وزعت عينة البحث إلى نسبة٤٦.٢% لعدد أفراد الأسرة من ٥-٦ أفراد و٤٣.٤ % لعدد أفراد الأسرة من ٢-٤ أفراد و١٠.٣ % لعدد أفراد الأسرة ٦ أفراد فأكثر،

مدة الزواج حيث كانت أعلي نسبة من عينة البحث لمدة الزواج أقل من ٥ سنوات بنسبة ٣٠.٦ %، في حين كانت أقل نسبة لمدة الزواج ٢٠ فأكثر بنسبة ٨.٤ % ، **التعليمى لربة الأسرة** حيث وزعت عينة البحث إلى نسبة (١٥.٨-٣١) % منخفض و (٤٩.٦-٢٩.٦) % متوسط و(٣٤.٦-٣٩.٤) % مرتفع للزوج و الزوجة علي الترتيب، **مستوي الدخل المالي للأسرة** حيث وزعت عينة البحث إلى نسبة٥٤,٥ % لمستوى الدخل المنخفض و ٤٣,٨% للمتوسط و١.٧% للمرتفع، **عمل ربة الأسرة** حيث وزعت عينة البحث إلي ٨٢.٤% تعمل و١٧.٦% من ربات الأسر عينة البحث لا تعمل.

ثانياً : نتائج وصف عينة البحث علي الأسئلة الوصفية للبحث.

أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً	تكرار	%	التوقيت المناسب لاستخدام وسائل التواصل	تكرار	%
الهاتف	٢٦٠	٨٩.٦٦	فى الصباح	٧٤	٢٥.٥١
اللاب توب	٩٠	١٣.٠٣	فى المساء قبل النوم	٨٦	٢٩.٦٦
الكمبيوتر المكتبى	٣٠	١٠.٣٤	فى أى وقت من اليوم	٤٨	١٦.٥٥
أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً	**تكرار**	**%**	فى أوقات السفر	١٥٤	٥٣.١٠
الفيس بوك	٢٥٧	٨٨.٦٢	وقت الزيارات العائلية	٣٤	١١.٧٢
التويتر	٢٤	٨.٢٧	أخرى تذكر	٤٨	١٠.٨
اليوتيوب	٧٦	٢٦.٢١	**مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فى اليوم**	**تكرار**	**%**
لينكد إن	٥	١.٧٢	أقل من ٢ ساعة	٢٢	٧.٥
جوجل بلس	٤	١.٣٨	من ٢ إلى أقل من ٤ساعات	٢٠٦	٧١
تمبلر	٧	٢.٤١	من ٤ إلى أقل من ٦ساعات	٥٠	١٧.٢
إنستجرام فلكر	٨٠	٢٧.٥٩	٦ ساعات فأكثر	١٢	٤.٣
واتس آب	٢٣٨	٨٢.٠٧	**أهم المواضيع للبحث عنها في وسائل التواصل**	**تكرار**	**%**
			الموضة والأزياء	٢٤	٨.٢٨
أكثر الصفحات متابعة علي مواقع التواصل الاجتماعي	**تكرار**	**%**	البشرة والشعر والعناية بهم	٣٤	١١.٧٢
صحبة خير المنوفية	٣٠	١٠.٣٤	معلومات دينية	١٩٥	٦٧.٢٤
أم عمر	٤٢	١٤.٤٨	موضوعات فى تربية الأبناء	١٨٦	٥.١٧

Lady's Shiben Elkom	١٧٠	٥٨.٦٢	الفن واخبار النجوم	١٥	٢.٤١
شارع الأستاذ شبين الكوم	١٤٩	٥١.٣٨			
أخرى تذكر	٥٧	١٩.٦٦			
الهدف من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	**تكرار**	**%**			
التسوق	٢٠	٦.٨٩			
التسلية وشغل وقت الفراغ	٧٤	٢٥.٥١			
قرآءة الصحف	١٩٤	٦٦.٧٩			
التعليم والحصول على دورات عن بعد	٤٠	١٣.٧٩			
الحصول على الثقافة العامة	٧٥	٢٥.٨٦			
آداء بعض المهام الوظيفية	٢١٥	٧٤.١٣			
تنمية الهوايات	٩٤	٣٢.٤١			

يوضح جدول(٦): وأشارت النتائج إلي أن **أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً** من قبل عينة البحث كانت الهاتف واللاب توب والكمبيوتر المكتبي بنسبة ٨٩.٦٦%،٣١.٠٣%،١٠.٣٤% علي الترتيب، **وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً** جاءت في الفيس بوك والواتس آب والانستجرام بنسبة ٨٨.٦٢%،٨٢.٥٩%،٢٧.٥٩% علي التوالي وهذا يتفق مع أفنان طلعت (٢٠١٥) في أن موقع الفيس بوك حاز علي المركز الأول من حيث الأهمية ، بينما كانت **أكثر الصفحات متابعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي** هي صفحة Lady's Shiben Elkom وشارع الأستاذ شبين الكوم بنسبة ٥٨.٦٢%،٥١.٣٨% علي التوالي، **وكانت عدد الساعات التي تقضينها أمام وسائل التواصل الاجتماعي في اليوم** من ٢إلي أقل من ٤ساعات ثم من ٤إلي أقل من ٦ساعات بنسبة ٧١%،١٧.٢% علي التوالي، وهذا ما أشارت إليه دراسة إبراهيم(٢٠٠٧): أن الغالبية العظمي من الأفراد يفضلون الجلوس علي شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الجلوس مع أفراد أسرتهم، وعن **التوقيت المناسب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي** في أوقات السفر وفي المساء قبل النوم بنسبة ٥٣.١٠%،٢٩.٦٦% علي التوالي، كما أكدت دراسة صالحة الدماري(٢٠١٣): علي أن الفيس

بوك شبكة اجتماعية تتيح فرصة التواصل بين الزملاء بشكل كبير حتي في أوقات السفر والعطلات كما أنه يستخدم في إكتساب المعارف ويسمح بالتعمق أكثر في العالم والتواصل مع أناس ذوي اهتمامات مشتركة وكانت أهم **الموضوعات التي التي تبحث عنها ربات الأسر** عينة البحث هي المعلومات الدينية وموضوعات في تربية الأبناء بنسبة ٦٧.٢٤%،٦٤.١٤% علي التوالي، **وكان الهدف من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي** في آداء بعض المهام الوظيفية وقرآءة الصحف بنسبة ٧٤.١٣%،٦٦.٨٩% كما أشارت رانيا سعيد(٢٠٠١)علي فوائد الانترنت والحصول منه على المعلومات وخدمات الترجمه الفورية وتقديم دعم للباحثين ومعلومات في أي وقت ومن أي مكان.

ثالثاً : نتائج وصف استجابات عينة البحث على أدوات البحث.

توزيع مستويات عينة البحث في الوعي بوسائل التواصل الاجتماعي بمحاورها

جدول(٧)التوزيع النسبي لمستويات عينة البحث وفقاً للوعى بوسائل التواصل الاجتماعى بمحاوره ن=٢٩٠

المستويات / المحاور	المنخفض		المتوسط		المرتفع	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
المعارف والمعلومات	٥٦	١٩.٣	١٥٤	٥٣.١	٨٠	٢٧.٦
الاتجاهات	٤٠	١٣.٧	١٨٣	٦٣.١	٦٧	٢٣.١
الممارسات	٩٤	٣٢.٤	١٣٤	٤٦.٢	٦٢	٢١.٤
الدرجة الكلية للاستبيان	٨٣	٢٨.٦	١٧٥	٦٠.٣	٣٢	١١.١

يتضح من جدول(٧) أن مستويات عينة البحث في الوعي بوسائل التواصل الاجتماعي كانت متوسطة بنسبة ٦٠.٣% يليها عينة البحث ذات المستوى منخفض بنسبة ٢٨.٦% ثم يليها عينة البحث ذات المستوى مرتفع بنسبة ١١.١%، بما يشير إلي أن هناك انخفاض في وعي ربات الأسر عينة البحث بصفة عامة بوسائل التواصل الاجتماعي ، وبذلك فإن هناك حاجة لرفع مستوي وعي ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي وكيفية التعامل معها من خلال وسائل الإعلام وإعداد البرامج الإرشادية للتوعية بذلك.

توزيع مستويات عينة البحث علي استبيان إدارة شئون الأسرة بمحاورة

جدول(٨) التوزيع النسبي لمستويات عينة البحث وفقاً إدارة شئون الأسرة بمحاورها

المستويات / المحاور	المنخفض		المتوسط		المرتفع	
	ك	%	ك	%	ك	%
إدارة الغذاء	٧٢	٢٤.٨	١٣٤	٤٦.٢	٨٤	٢٩
إدارة الملبس	٤٨	١٦.٥	١٥٤	٥٣.١	٨٨	٣٠.٤
إدارة المسكن	٦٨	٢٣.٤	١٧٥	٦٠.٣	٤٧	١٦.٢
إدارة العلاقات الأسرية	٧١	٢٤.٤	١٦٨	٥٧.٩	٥١	١٧.٧
الدرجة الكلية إدارة شئون الأسرة	٧٠	٢٤.١	١٦٤	٥٦.٥	٥٦	١٩.٤

يتضح من جدول(٨) أن النسبة الأعلى لاستجابات عينة البحث في إدارة شئون الأسرة والغالبة كانت متوسطة بنسبة ٥٦.٥% يليها عينة البحث ذات المستوى منخفض بنسبة ٢٤.١% ثم يليها عينة البحث ذات المستوى مرتفع بنسبة ١٩.٤%، بما يشير إلي أن ربات الأسر عينة البحث مازالت في حاجة لرفع الوعي بإدارة شئون الأسرة بطريقة صحيحة.

رابعاً :النتائج في ضوء فروض البحث

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى بمحاوره (معارف ومعلومات–الاتجاهات– ممارسات) وإدارة شئون الأسرة بمحاورها (إدارة شئون الغذاء– إدارة شئون الملبس–إدارة شئون المسكن– إدارة العلاقات الأسرية)، ولتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعى وإدارة شئون الأسرة بمحاورها.

جدول (٩) معامل ارتباط بيرسون بين وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة بمحاورها لدى ربات الأسر فى الدرجة الكلية والمحاور الفرعية

وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى / إدارة شئون الأسرة	إدارة شئون الغذاء	إدارة شئون الملبس	إدارة شئون المسكن	إدارة شئون العلاقات الأسرية	الدرجه الكليه لإدارة شئون الأسرة
المعارف والمعلومات	**٠.٢٤٧	**٠.٢٧٠	**٠.٣٨٣	**٠.٣١٦	**٠.٣٣٧
الاتجاهات	**٠.٣٠٥	**٠.٢٩٦	**٠.٣٨٩	**٠.٣٨٢	**٠.٣٨٢
الممارسات	**٠.٢٠٣	**٠.٢٥١	**٠.٢٧١	**٠.١٤٦	**٠.٢٤٤
الدرجة الكلية لوعي ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي	**٠.٢٨٣	**٠.٣٠٦	**٠.٣٩٦	**٠.٣٢٥	**٠.٣٦٦

** دالة عند مستوي معنوية ٠.٠١

يشير جدول (٩) إلي وجود علاقة ارتباطية موجبه دالة إحصائياً بين إجمالي وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وبين كل من إدارة الغذاء وإدارة الملبس وإدارة المسكن وإدارة العلاقات الأسرية والدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة حيث كانت قيم معاملات الارتباط ٠.٢٨٣ ، ٠.٣٠٦، ٠.٣٩٦ ، ٠.٣٢٥ ، ٠.٣٦٦على الترتيب وجميعها قيم دالة عند مستوى ٠.٠١ ، أي أنه كلما زاد وعي ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى كلما كانت إدارة شئون أسرتها أكثر جودة وبطريقة صحيحة ، أي أنه كلما زاد وعي ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي سواء في المعلومات والمعارف والاتجاهات أو الممارسات كلما كانت إدارة شئون أسرتها سواء إدارة الغذاء، الملبس، المسكن، العلاقات الأسرية يتم بطريقة صحيحة، وكلما زادت معلومات ومعارف ربات الأسر عن وسائل التواصل الاجتماعي وكان لديها اتجاهات ايجابية نحو هذه الوسائل وممارسات صحيحة عند التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي كانت قدرتها علي إدارة الغذاء والملبس والمسكن والعلاقات الأسرية أفضل وقد يرجع ذلك إلي ما تكتسبة ربة الأسرة من خلال استخدامها لوسائل التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف وإتجاهات وممارسات تساعدها علي إدارة شئون الأسرة بطريقة أفضل، فوسائل التواصل الاجتماعي تتيح لمستخدميها خدمة التواصل في أي وقت ومن أي مكان فهي تفرز العلاقات بين أبناء المجتمع الانساني وأبرز تلك المواقع الفيس بوك وتويتر واليوتيوب (ممدوح شتلة ، حنان مرعي ،٢٠١٥)، وفي ظل الانتشار الهائل لوسائل التواصل أصبح هناك العديد من الخدمات التي يمكن توافرها لربة الأسرة من خلال الإنترنت مثل التخفيضات بالأسواق ودليل المطاعم والوجبات اليومية وتربية الأبناء والعناية بهم، **وبذلك يكون الفرض الأول تحقق كلياً.**

الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كلاً من وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى بمحاوره (معارف ومعلومات–الاتجاهات– ممارسات) وإدارة شئون الأسرة بمحاورها (إدارة شئون الغذاء– إدارة شئون الملبس–إدارة شئون المسكن– إدارة العلاقات الأسرية) تبعاً لمتغيرات البحث(السن، مدة الزواج، المستوي التعليمى للزوجة، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري، عمل ربة الأسرة).

ولتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار T.Test لمعرفة الفروق فى وعي ربات الأسر بوسائل التواصل وإدارة شئون الأسرة تبعاً للمتغيرات ثنائية الفئة (عمل ربة الأسرة) و(F.Test (one way Anova، للمتغيرات ذات الثلاث فئات فأكثر (السن، المستوي التعليمي لربة الأسرة، مدة الزواج، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري) ويتفرع من هذا الفرض الفروض الفرعية التالية

٢–١ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كلاً من الوعي بوسائل التواصل الاجتماعي بمحاورها وإدارة شئون الأسرة بمحاورها تبعاً لمتغير السن.

جدول(١٠) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة للدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً للسن

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
معارف ومعلومات	بين المجموعات	٢٧٤٨.١٨٤	٣	٣٢٣.٦١٠	٥.١٥٧	دالة**
	داخل المجموعات	١٦٩٥٣.٩٠٢	٢٨٦	٦٢.٧٥٨		
	المجموع	١٩٧٠٢.٠٨٦	٢٨٩			
الاتجاهات	بين المجموعات	١٨٢٧.٦٥٠	٣	١٢٨.٦٨٦	٢.٩٢٨	دالة**
	داخل المجموعات	١١٣٨.٣٥٠	٢٨٦	٤٣.٩٤٣		
	المجموع	١٣٢٠٨.٠٠٠	٢٨٩			
ممارسات	بين المجموعات	٨٦٤.٣٩٣	٣	٤٤٣.٥٤٧	١٨.٦٧٩	دالة **
	داخل المجموعات	٨٥١٦.٨١٠	٢٨٦	٢٣.٧٤٥		
	المجموع	٩٣٨١.٢٠٣	٢٨٩			
الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر	بين المجموعات	١٤٨٠٥.٩٦٨	٣	٢٣٥٩.٦٣٩	٧.٨٦١	دالة**
	داخل المجموعات	٨٤٢٩٥.٣٥٦	٢٨٦	٣٠٠.١٥٤		
	المجموع	٩٩١٠١.٣٢٤	٢٨٩			
إدارة الغذاء	بين المجموعات	٤٦٧٣.٣٨٨	٣	١١٦٨.٣٤٧	٢٠.٨٣١	دالة**
	داخل المجموعات	١٥٩٨٤.٩٨٨	٢٨٦	٥٦.٠٨٨		
	المجموع	٢٠٦٥٨.٣٧٦	٢٨٩			
إدارة الملبس	بين المجموعات	١٨٥٥.٠٥٣	٣	٤٦٣.٧٦٣	١٩.٤٢٠	دالة**
	داخل المجموعات	٦٨٠٥.٩٦٧	٢٨٦	٢٣.٨٨١		
	المجموع	٨٦٦١.٠٢١	٢٨٩			
إدارة المسكن	بين المجموعات	٣٠٧٨.٨٩٢	٣	٧٦٩.٧٢٣	٤٤.١٣٨	دالة **
	داخل المجموعات	٤٩٧٠.٠٧٧	٢٨٦	١٧.٤٣٩		
	المجموع	٨٠٤٨.٩٦٩	٢٨٩			
إدارة العلاقات الاسرية	بين المجموعات	٩١٣.٩٣٣	٣	٢٢٨.٤٨٣	٧.٤٧٤	دالة**
	داخل المجموعات	٨٧١٢.١٩١	٢٨٦	٣٠.٥٦٩		
	المجموع	٩٦٢٦.١٢٤	٢٨٩			
الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة	بين المجموعات	٣٧٠٢٢.٦٠٠	٣	٩٢٥٥.٦٥٠	٢٥.٨٢٩	دالة **
	داخل المجموعات	١٠٢١٢٨.٤٢١	٢٨٦	٣٥٨.٣٤٥		
	المجموع	١٣٩١٥١.٠٢١	٢٨٩			

**دالة عند مستوي دلالة ٠.٠١

تشير نتائج جدول(١٠)إلي ما يلي: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات وعي ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي بجميع محاورها وفي الدرجة الكلية تبعاً للسن حيث بلغت قيمة (ف) ٥.١٥٧،٢.٩٢٨، ١٨.٦٧٩،٧.٨٦١ علي الترتيب وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠١، توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث في المحاور الفرعية وفي الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة تبعاً للسن حيث بلغت قيم (ف) ٢٠.٨٣١، ١٩.٤٢٠، ٤٤.١٣٨، ٧.٤٧٤، ٢٥.٨٢٩ على الترتيب وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوي ٠.٠١

ولمعرفة أقل فروق معنوية بين المتوسطات الحسابية لمجموعات ربات الأسرفي كل من الوعي بوسائل التواصل الاجتماعي وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً للسن تم استخدام اختبار LSD ٠

جدول (١١) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية لمجموعات عينة البحث في الوعي بوسائل التواصل الاجتماعي وإدارة شئون الأسرة للدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً للسن

المتغيرات	المجموعات	المتوسط الحسابي	أقل من ٢٥	من٢٥: أقل من ٣٥	من ٣٥: أقل من ٤٥	من ٤٥ فأكثر
معارف ومعلومات	أقل من ٢٥	١٨.٥٩	–	–	–	–
	من٢٥: أقل من ٣٥	١٨.٩٥	٠.٣٦	–	–	–
	من ٣٥: أقل من ٤٥	١٩.٨٩	١.٣	٠.٩٤	–	–
	من ٤٥ فأكثر	٢١.٥٣	*٢.٩٤	*٢.٥٨	*١.٦٤	–
الاتجاهات	أقل من ٢٥	٢١.٠٤	–	–	–	–
	من٢٥: أقل من ٣٥	٢١.١٩	٠.١٥	–	–	–
	من ٣٥: أقل من ٤٥	٢١.٧٧	٠.٧٣	٠.٥٨	–	–
	من ٤٥ فأكثر	٢٢.٧١	*١.٦٧	*١.٥٢	٠.٩٤	–
ممارسات	أقل من ٢٥	٢٩.٥١	–	–	–	–
	من٢٥: أقل من ٣٥	٢٩.٩٢	٠.٤١	–	–	–
	من ٣٥: أقل من ٤٥	٣٠.٢٢	٠.٧١	٠.٣	–	–
	من ٤٥ فأكثر	٣١.٨٦	*٢.٣٥	*١.٩٤	*١.٦٤	–
الدرجه الكلية لوعى ربات الأسر	أقل من ٢٥	١٣٩.٦٦	–	–	–	–
	من٢٥: أقل من ٣٥	١٣٩.٧٤	٠.٠٨	–	–	–
	من ٣٥: أقل من ٤٥	١٤١.٠٣	١.٣٧	*١.٢٩	–	–
	من ٤٥ فأكثر	١٤٢.٦	*٢.٩٤	*٢.٨٦	*١.٥٧	–
إدارة الغذاء	أقل من ٢٥	٢١.١٧	–	–	–	–
	من٢٥: أقل من ٣٥	٢١.٨٣	٠.٦٦	–	–	–

المتغيرات	المجموعات	المتوسط الحسابي	أقل من ٢٥	من٢٥: أقل من ٣٥	من ٣٥: أقل من ٤٥	من ٤٥ فأكثر
	من ٣٥: أقل من ٤٥	٢٢.١٧	١	٠.٣٤	–	–
	من ٤٥ فأكثر	٢٣.٥١	٢.٣٤*	١.٦٨*	١.٣٤*	–
إدارة الملبس	أقل من ٢٥	٢٩.٤١	–	–	–	–
	من٢٥: أقل من ٣٥	٢٩.٦٥	٠.٢٤	–	–	–
	من ٣٥: أقل من ٤٥	٣٠.٤٩	١.٠٨	٠.٨٤	–	–
	من ٤٥ فأكثر	٣١.٢٤	١.٨٣*	١.٥٩*	٠.٧٥	–
إدارة المسكن	أقل من ٢٥	٣٩.٧٧	–	–	–	–
	من٢٥: أقل من ٣٥	٣٩.٩١	٠.١٤	–	–	–
	من ٣٥: أقل من ٤٥	٤٠.٤٨	٠.٧١	٠.٥٧	–	–
	من ٤٥ فأكثر	٤٢.١٥	٢.٣٨*	٢.٢٤*	١.٦٧*	–
إدارة العلاقات الاسرية	أقل من ٢٥	٥٥.٢١	–	–	–	–
	من٢٥: أقل من ٣٥	٥٥.٤٧	٠.٢٦	–	–	–
	من ٣٥: أقل من ٤٥	٥٥.٩	٠.٦٩	٠.٤٣	–	–
	من ٤٥ فأكثر	٥٧.١٥	١.٩٤*	١.٦٨*	١.٢٥*	–
الدرجه الكلية لإدارة شئون الأسرة	أقل من ٢٥	١٧١.٥	–	–	–	–
	من٢٥: أقل من ٣٥	١٧١.٦٧	٠.١٧	–	–	–
	من ٣٥: أقل من ٤٥	١٧٣.٣٤	١.٨٤	١.٦٧	–	–
	من ٤٥ فأكثر	١٧٤.٣٤	٢.٨٤*	٢.٦٧*	١.٠٠*	–

* دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥

- تشير نتائج جدول(١١) : لنتائج الاختبارات البعدية بطريقه أقل فرق معنوي LSD وجد أن هناك اختلاف بين ربات الأسر المتزوجات فئة من (٤٥ سنة فأكثر) قد حصلو علي مستوي حسابي أكبر بالمقارنة بالفئات الأخري وفئة من(٢٥: أقل من ٣٥) في الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي بفارق بين المتوسطين الحسابين بلغ ٢.٨٦ الفئة الأكبر سننا وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥
- كما تظهر أن هناك اختلاف بين ربات الأسر المتزوجات فئة من (٤٥ سنة فأكثر) وفئة من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة) في الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر بفارق بين المتوسطين الحسابين بلغ ١.٥٧ الفئة الأكبر سننا وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥
- أن هناك اختلاف بين ربات الأسر المتزوجات فئة من (٤٥ سنة فأكثر) وفئة من(٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة) في الدرجه الكلية لإدارة شئون الأسرة بفارق بين المتوسطين الحسابين

بلغ ٢.٦٧ الفئة الأكبر سننا وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥،كما تظهر أن هناك اختلاف بين ربات الأسر المتزوجات فئة من (٤٥ سنة فأكثر) وفئة من(٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة) في الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة بفارق بين المتوسطين الحسابين بلغ ١.٠٠ الفئة الأكبر سننا وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥، وهذا يعني أنه كلما زاد السن في الفئة العمرية الأكبر سناً لدي ربات الأسر عينة البحث كلما كانت أكثر قدرة علي إدارة شئون أسرتها بطريقة صحيحة، حيث تختلف دراسة رشيدة أبو النصر،شيرين محفوظ (٢٠٠٥) في عدم وجود علاقة معنوية بين عمر الزوجة وبين تعرض أسرتها للمشكلات المتعلقة بإدارة الأسرة، كما أشارت دراسة سارة الخشمي(٢٠١٠): إلي عدم وجود علاقة ارتباطية بين المعارف والمعلومات بشأن الإنترنت وبين سن ربة الأسرة.

٢-٢توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى بمحاوره تبعا لمتغيرات الدراسة عمل ربة الأسرة.

جدول(١٢) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بيت متوسطات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وادارة شئون الأسرة للدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً لعمل لربة الأسرة.

المتغيرات	المجموع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	الفروق بين المتوسطات	قيمه ت	الدلالة
معارف ومعلومات	تعمل	٢٣٩	٣٤.٨٢	٣.٤٣	-٠.٦	-٠.٤٨	غير دالة
	لا تعمل	٥١	٣٥.٤٢	٣.٨٤			
الاتجاهات	تعمل	٢٣٩	٤٢.١٥	٢.٦٤	-٠.٦٣	-٠.٦٧	غير دالة
	لا تعمل	٥١	٤٢.٧٨	٢.١٥			
ممارسات	تعمل	٢٣٩	٣٣.٧٤	٢.٦٧	-١.٠٧	-١.٨٤	غير دالة
	لا تعمل	٥١	٣٤.٦٧	١.٩٥			
الدرجه الكلية لوعى ربات الأسر	تعمل	٢٣٩	١٣٤.٢٥	١٣.٢٥	-١.٤٢	-٢.٢٤	غير دالة
	لا تعمل	٥١	١٣٥.٦٧	١٢.٧٤			
إدارة الغذاء	تعمل	٢٣٩	٢٣.١٥	٤.٧٦	-٠.٩٥	-٠.٨٤	غير دالة
	لا تعمل	٥١	٢٤.١	٣.٩٥			
إدارة الملبس	تعمل	٢٣٩	٣١.٦٤	٢.٩٧	-٠.٥٣	-١.٢١	غير دالة
	لا تعمل	٥١	٣٢.١٧	٢.٢٤			
إدارة المسكن	تعمل	٢٣٩	٤٦.٧٣	٢.٩٤	-٠.٢١	-٠.٤٦	غير دالة
	لا تعمل	٥١	٤٦.٥٢	٢.٧٥			
إدارة العلاقات الاسرية	تعمل	٢٣٩	٣١.٦٤	٤.٦١	-٠.١٢	-٠.٨٢	غير دالة
	لا تعمل	٥١	٣١.٥٢	٤.٩٢			
الدرجه الكلية لإدارة شئون الأسرة	تعمل	٢٣٩	١٤٢.٦١	١٠.٨٤	-٠.٤٠	-١.٧١	غير دالة
	لا تعمل	٥١	١٤٢.٢١	١١.٢٤			

تتبين نتائج الجدول (١٢): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى بمحاوره (معارف ومعلومات–الاتجاهات– ممارسات– الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر) تبعا لمتغير عمل ربة الأسرة (يعمل–لا تعمل) حيث بلغت قيمة (ت)(–٠.٤٨،–٠.٦٧،–١.٨٤،–٢.٢٤) علي التوالي و هي قيم غير دالة إحصائيا، لاتوجد فروق ذات دلاله إحصائية بين متوسطات درجات إدارة شئون الأسرة بمحاورها (الغذاء – الملبس – المسكن– العلاقات الأسرية– الدرجة الكيلة لإدارة شئون الأسرة) تبعاً لمتغير عمل ربة الأسرة (يعمل–لا تعمل) حيث بلغت قيمه (ت)(–٠.٨٤،–١.٢١،–٠.٤٦،–٠.٨٢،–١.٧١) علي التوالي وهي قيم غير دالة إحصائي، وهذا يعني أن عمل ربة الأسرة سواء تعمل أو لاتعمل لا يؤثر علي وعيها بوسائل التواصل الاجتماعي وإدارتها لشئون أسرتها بطريقة صحيحة، كما أكدت دراسة هبة الله شعيب(٢٠٠٨) على وجود أعلى نسبة لمستوى أداء السيدات العاملات بإدارة الموارد كما كانت أعلى نسبة فيما يخص الغذاء لصالح السيدات العاملات، كما أشارت دراسة رشيدة أبو النصر، شيرين محفوظ(٢٠٠٩): إلي وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الزوجات العاملات والغير العاملات في جميع أبعاد إدارة العلاقات الأسرية لصالح الزوجات العاملات.

٢–٣ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وعي ربات الأسر عينة البحث بين متوسطات درجات كلاً من وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى بمحاوره وإدارة شئون الأسرة بمحاورها تبعاً لمتغير (مدة الزواج) كما يلي:

جدول(١٣) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث في كلاً من وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً لمدة الزواج

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
معارف ومعلومات	بين المجموعات	١٣٥٥.٦٦٧	٣	٢٧١.١٣٣	٤.١٩٧	دالة**
	داخل المجموعات	١٨٣٤٦.٤١٩	٢٣٤	٦٤.٦٠٠		
	المجموع	١٩٧٠٢.٠٨٦	٢٣٨			
الاتجاهات	بين المجموعات	١٢١٤.٠٣٣	٣	٢٤٢.٨٠٧	٥.٧٤٩	دالة**
	داخل المجموعات	١١٩٩٣.٩٦٧	٢٣٤	٤٢.٢٣٢		
	المجموع	١٣٢٠٨.٠٠٠	٢٣٨			
ممارسات	بين المجموعات	٨٤٣.٤٢٥	٣	١٦٨.٦٨٥	٥.٦١١	دالة **
	داخل المجموعات	٨٥٣٧.٧٧٨	٢٣٤	٣٠.٠٦٣		
	المجموع	٩٣٨١.٢٠٣	٢٣٨			

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
الدرجه الكلية لوعى ربات الأسر	بين المجموعات	٧٩٤٥.٨٢٢	٣	١٥٨٩.١٦٤	٤.٩٥١	دالة**
	داخل المجموعات	٩١١٥٥.٥٠٢	٢٣٤	٣٢٠.٩٧٠		
	المجموع	٩٩١٠١.٣٢٤	٢٣٨			
الغذاء	بين المجموعات	١٧٨٢.٦٧٢	٤	٣٥٦.٥٣٤	٥.٣٦٤	دالة**
	داخل المجموعات	١٨٨٧٥.٧٠٤	٢٨٥	٦٦.٤٦٤		
	المجموع	٢٠٦٥٨.٣٧٦	٢٨٩			
الملبس	بين المجموعات	٨٣٤.٦٣٦	٤	١٦٦.٩٢٧	٦.٠٥٧	دالة**
	داخل المجموعات	٧٨٢٦.٣٨٥	٢٨٥	٢٧.٥٥٨		
	المجموع	٨٦٦١.٠٢١	٢٨٩			
المسكن	بين المجموعات	١٣٦٨.٠٥٤	٤	٢٧٣.٦١١	١١.٦٣	دالة ***
	داخل المجموعات	٦٦٨٠.٩١٥	٢٨٥	٢٣.٥٢٤		
	المجموع	٨٠٤٨.٩٦٩	٢٨٩			
العلاقات الأسرية	بين المجموعات	١٤٣.٠٩١	٤	٢٨.٦١٨	١٤.٨٦	دالة**
	داخل المجموعات	٩٤٨٣.٠٣٣	٢٨٥	٣٣.٣٩١		
	المجموع	٩٦٢٦.١٢٤	٢٨٩			
الدرجه الكلية لإدارة شئون الأسرة	بين المجموعات	١٢٧٥٤.٨٦٦	٤	٢٥٥٠.٩٧٣	٥.٧٣٢	دالة **
	داخل المجموعات	١٢٦٣٩٦.١٥٥	٢٨٥	٤٤٥.٠٥٧		
	المجموع	١٣٩١٥١.٠٢١	٢٨٩			

** دالة عند مستوي دلالة ٠.٠١ *** دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٠١

– تبين نتائج جدول (١٣): وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات درجات عينة البحث في الوعي بوسائل التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير مدة الزواج حيث بلغت قيمة ف ٤.١٩٧–٥.٧٤٩–٥.٦١١–٤.٩٥١علي التوالي وهي قيم دالة احصائياً عند ٠.٠٥ .

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث في المحاور الفرعية لإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة تبعاً مدة الزواج حيث بلغت قيم ف (٥.٣٦٤–٦.٠٥٧–١١.٦٣١– ١٤.٨٥٧– ٥.٧٣٢) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة٠.٠٠١

ولمعرفة أقل فروق بين معنوية المتوسطات الحسابية لمجموعات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً لمدة الزواج تم استخدام اختبار LSD ٠

جدول (١٤) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية لمجموعات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً مدة الزواج

المتغيرات	المجموعات	المتوسط الحسابي	اقل من ٥ سنوات	من ٥- ١٠ سنوات	من ١٠- ١٥ سنوات	من ١٥- ٢٠ سنوات	٢٠ فاكثر
معارف ومعلومات	اقل من ٥ سنوات	١٥.٠١	–	–	–	–	–
	من ٥-١٠ سنوات	١٥.٢	٠.١٩	–	–	–	–
	من ١٠-١٥ سنوات	١٥.٥١	٠.٥٠	٠.٣١	–	–	–
	من ١٥-٢٠ سنوات	١٥.٦٧	٠.٦٦	٠.٤٧	٠.١٦	–	–
	٢٠ فاكثر	*١٧.٦٥	*٢.٦٤	*٢.٤٥	*٢.١٤	*١.٩٨	–
الاتجاهات	اقل من ٥ سنوات	٢٢.٢٣	–	–	–	–	–
	من ٥-١٠ سنوات	٢٢.٤٦	٠.٢٣	–	–	–	–
	من ١٠-١٥ سنوات	٢٢.٦٤	٠.٤١	٠.١٨	–	–	–
	من ١٥-٢٠ سنوات	٢٣	٠.٧٧	٠.٥٤	٠.٣٦	–	–
	٢٠ فاكثر	٢٤.٥٨	*٢.٣٥	*٢.١٢	*١.٩٤	*١.٥٨	–
ممارسات	اقل من ٥ سنوات	٣٢.٦	–	–	–	–	–
	من ٥-١٠ سنوات	٣٢.٧٦	٠.١٦	–	–	–	–
	من ١٠-١٥ سنوات	٣٣.١٧	١.٥٧	٠.٤١	–	–	–
	من ١٥-٢٠ سنوات	٣٣.٣٨	٠.٧٨	٠.٦٢	٠.٢١	–	–
	٢٠ فاكثر	٣٤.٧١	*٢.١١	*١.٩٥	*١.٥٤	*١.٣٣	–
الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر	اقل من ٥ سنوات	١٢١.٢٥	–	–	–	–	–
	من ٥-١٠ سنوات	١٢١.٧٧	٠.٥٢	–	–	–	–
	من ١٠-١٥ سنوات	١٢٣.٢٦	٢.٠١	١.٤٩	–	–	–
	من ١٥-٢٠ سنوات	١٢٣.٧٤	٢.٤٩	١.٩٧	٠.٤٨	–	–
	٢٠ فاكثر	١٢٥.٤١	*٤.١٦	*٣.٦٤	*٢.١٥	*١.٦٧	–
إدارة الغذاء	اقل من ٥ سنوات	١٨.٤٩	–	–	–	–	–
	من ٥-١٠ سنوات	١٨.٩٩	٠.٥٠	–	–	–	–
	من ١٠-١٥ سنوات	١٩.٥٨	١.٠٩	٠.٥٩	–	–	–
	من ١٥-٢٠ سنوات	١٩.٩٧	١.٤٨	٠.٩٨	٠.٣٩	–	–
	٢٠ فاكثر	٢١.٤٧	*٢.٩٨	*٢.٤٨	١.٨٩*	*١.٥	–
إدارة الملبس	اقل من ٥ سنوات	٢٣.٧٩	–	–	–	–	–

المتغيرات	المجموعات	المتوسط الحسابي	اقل من ٥ سنوات	من ٥- ١٠ سنوات	من ١٠- ١٥ سنوات	من ١٥- ٢٠ سنوات	٢٠ فاكثر
	من ٥-١٠ سنوات	٢٣.٩٢	٠.٢٠	–	–	–	–
	من ١٠-١٥ سنوات	٢٤.٣	٠.٥١	٠.٣٨	–	–	–
	من ١٥-٢٠ سنوات	٢٥.٥٤	١.٧٥	١.٦٢	١.٢٤	–	–
	٢٠ فاكثر	٢٧.٩٤	*٤.١٥	*٤.٠٢	*٣.٦٤	*٢.٤	–
إدارة المسكن	اقل من ٥ سنوات	٢٧.٥٣	–	–	–	–	–
	من ٥-١٠ سنوات	٢٨.٥	٠.٩٧	–	–	–	–
	من ١٠-١٥ سنوات	٢٩.٥	١.٩٧	١	–	–	–
	من ١٥-٢٠ سنوات	٣٠.٦٦	٣.١٣	٢.١٦	١.١٦	–	–
	٢٠ فاكثر	٣٢.١٤	*٤.٦١	*٣.٦٤	*٢.٦٤	*١.٤٨	–
إدارة العلاقات الاسرية	اقل من ٥ سنوات	٣٠.٣٥	–	–	–	–	–
	من ٥-١٠ سنوات	٣٠.٩	٠.٥٥	–	–	–	–
	من ١٠-١٥ سنوات	٣١.٦٢	١.٢٧	٠.٧٢	–	–	–
	من ١٥-٢٠ سنوات	٣١.٩٢	١.٥٧	١.٠٢	٠.٣	–	–
	٢٠ فاكثر	٣٣.٧٤	*٣.٣٩	*٢.٨٤	*٢.١٢	*١.٨٢	–
الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة	اقل من ٥ سنوات	١٣٧.٤٩	–	–	–	–	–
	من ٥-١٠ سنوات	١٣٨.٠٣	٠.٥٤	–	–	–	–
	من ١٠-١٥ سنوات	١٣٨.٧	١.٢١	٠.٦٧	–	–	–
	من ١٥-٢٠ سنوات	١٣٩.٩	٢.٤١	١.٨٧	١.٢	–	–
	٢٠ فاكثر	١٤٢.٦٤	*٥.١٥	*٤.٦١	*٣.٩٤	*٢.٧٤	–

*دالة عند مستوي ٠.٠٥

– تشير نتائج جدول(١٤): أن هناك اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث فئة من (٢٠ فأكثر) وفئة (أقل من ٥ سنوات) في الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي بفارق بين المتوسطين الحسابين بلغ ٣.٦٤،٤.١٦ ، ٢.١٥ ،١.٦٧

الفئة الاطول في مدة الزواج وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥، كما تظهر أن هناك اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث فئة من (٢٠ فأكثر) وفئة من(من ٥-١٠ سنوات) في الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي بفارق بين المتوسطين الحسابين بلغ ٣.٦٤ الفئة الاطول في مدة الزواج وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥، كما تظهر أن هناك اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث فئة من (٢٠ فأكثر) وفئة (من ١٠-١٥ سنوات) في الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي بفارق بين المتوسطين الحسابين بلغ ٢.١٥ الفئة الاطول في مدة الزواج وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥، كما تظهر أن هناك اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث فئة من (٢٠ فأكثر) وفئة (من ١٥-٢٠ سنوات) الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي بفارق بين المتوسطين الحسابين بلغ ١.٦٧ الفئة الاطول في مدة الزواج وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥، كما تظهر أن هناك اختلاف بين ربات الأسر المتزوجات فئة من (٢٠ فأكثر) وفئة من(من ٥-١٠ سنوات) في الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة بفارق بين المتوسطين الحسابين بلغ ٤.٦١ الفئة الاطول في مدة الزواج وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥،كما تظهر أن هناك اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث فئة من (٢٠ فأكثر) وفئة (من١٠-١٥ سنوات) في الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة بين المتوسطين الحسابين بلغ ٣.٩٤ الفئة الأطول في مدة الزواج وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥، كما تظهر أن هناك اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث فئة من (٢٠ فأكثر) وفئة (من ١٥-٢٠ سنوات) في الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة بفارق بين المتوسطين الحسابين بلغ ٢.٧٤ الفئة الاطول في مدة الزواج وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥، أي أنه كلما طالت فئة مدة الزواج كلما زاد الوعي بوسائل التواصل الاجتماعي وإدارة شئون الأسرة .

٢-٤ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث في كلاً من وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى بمحاوره وإدارة شئون الأسرة بمحاورها تبعاً لمتغير (المستوي التعليمي لربة الأسرة).

جدول(١٥) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً المستوي التعليمي للزوجة

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
معارف و معلومات	بين المجموعات	٢٢٣٥.٨٣٩	٢	٤٤٧.١٦٨	٧.٢٧١	دالة**
	داخل المجموعات	١٧٤٦٦.٢٤٨	٢٨٧	٦١.٥٠١		
	المجموع	١٩٧٠٢.٠٨٦	٢٨٩			
الاتجاهات	بين المجموعات	١٤٤١.٦٥٢	٢	٢٨٨.٣٣٠	٦.٩٥٩	دالة**
	داخل المجموعات	١١٧٦٦.٣٤٨	٢٨٧	٤١.٤٣١		
	المجموع	١٣٢٠٨.٠٠٠	٢٨٩			
ممارسات	بين المجموعات	١٧٧٠.٧٥٩	٢	٣٥٤.١٥٢	١٣.٢١٦	دالة **
	داخل المجموعات	٧٦١٠.٤٤٤	٢٨٧	٢٦.٧٩٧		
	المجموع	٩٣٨١.٢٠٣	٢٨٩			
الدرجه الكلية لوعى ربات الأسر	بين المجموعات	١٤٣٧٩.٦٣٢	٢	٢٨٧٥.٩٢٦	٩.٦٤١	دالة**
	داخل المجموعات	٨٤٧٢١.٦٩٢	٢٨٧	٢٩٨.٣١٦		
	المجموع	٩٩١٠١.٣٢٤	٢٨٩			
إدارة الغذاء	بين المجموعات	٥١٧٥.٩٧٢	٢	١٠٣٥.١٩٤	١٨.٩٨٩	دالة**
	داخل المجموعات	١٥٤٨٢.٤٠٣	٢٨٧	٥٤.٥١٦		
	المجموع	٢٠٦٥٨.٣٧٦	٢٨٩			
إدارة الملبس	بين المجموعات	٢١٧٢.١٧٩	٢	٤٣٤.٤٣٦	١٩.٠١٤	دالة**
	داخل المجموعات	٦٤٨٨.٨٤١	٢٨٧	٢٢.٨٤٨		
	المجموع	٨٦٦١.٠٢١	٢٨٩			
إدارة المسكن	بين المجموعات	٣٠٣٠.٦٥٤	٢	٦٠٦.١٣١	٣٤.٣٠٣	دالة **
	داخل المجموعات	٥٠١٨.٣١٥	٢٨٧	١٧.٦٧٠		
	المجموع	٨٠٤٨.٩٦٩	٢٨٩			
إدارة العلاقات الاسرية	بين المجموعات	٧٥٠.٦٨٨	٢	١٥٠.١٣٨	٤.٨٠٤	دالة**
	داخل المجموعات	٨٨٧٥.٤٣٦	٢٨٧	٣١.٢٥٢		
	المجموع	٩٦٢٦.١٢٤	٢٨٩			
الدرجه الكلية لادارة شئون الأسرة	بين المجموعات	٣٨٨٢٢.٠٤٤	٢	٧٧٦٤.٤٠٩	٢١.٩٧٩	دالة **
	داخل المجموعات	١٠٠٣٢٨.٩٧٧	٢٨٧	٣٥٣.٢٧١		
	المجموع	١٣٩١٥١.٠٢١	٢٨٩			

**دالة عند مستوي دلالة ٠.٠١

– تشير نتائج جدول(١٥) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى عن الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر تبعاً المستوي التعليمي لربة الأسرة حيث بلغت قيم (ف) (٧.٢٧١- ٦.٩٥٩- ١٣.٢١٦-٩.٦٤١) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة٠.٠٠١

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات إدارة شئون الأسرة بمحاورها في الدرجة الكلية إدارة شئون الأسرة تبعاً المستوي التعليمي حيث بلغت قيم (ف) (١٨.٩٨٩- ١٩.٠١٤-٣٤.٣٠٣-٤.٨٠٤- ٢١.٩٧٩) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة٠.٠١،

–لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات إدارة شئون الأسرة عن الدرجة الكلية إدارة شئون الأسرة تبعاً المستوي التعليمي حيث بلغت قيمة(ف) ٢١.٩٧٩ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة٠.٠١ ، وقد يرجع ذلك إلي أنه كلما أرتفع المستوي التعليمي للزوجة كلما زاد وعيها بوسائل التواصل الاجتماعي .

ولمعرفة أقل فروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً للمستوي التعليمي للزوجة تم استخدام اختبار LSD ٠

جدول (١٦) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية لمجموعات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً المستوي التعليمي لربة الأسرة.

المتغيرات	المجموعات	المتوسط الحسابي	منخفض	متوسط	مرتفع
معارف ومعلومات	منخفض	٢٢.٨٥	-	-	-
	متوسط	٢٣.٠٧	٠.٢٢	-	-
	مرتفع	٢٤.٦١	*١.٧٦	*١.٥٤	-
الاتجاهات	منخفض	٣٩.٩١	-	-	-
	متوسط	٤٠.٢٧	٠.٣٦	-	-
	مرتفع	٤١.٨٥	*١.٩٤	*١.٥٨	-
ممارسات	منخفض	٢٩.٣٩	-	-	-

المتغيرات	المجموعات	المتوسط الحسابي	منخفض	متوسط	مرتفع
	متوسط	٢٩.٤٧	٠.٠٨	-	-
	مرتفع	٣١.٢١	*١.٨٢	*١.٧٤	-
الدرجه الكلية لوعى ربات الأسر	منخفض	١٠٩.٧	-	-	-
	متوسط	١١٠.١٦	٠.٤٦	-	-
	مرتفع	١١٢.٣٤	*٢.٦٤	*٢.١٨	-
إدارة الغذاء	منخفض	٢٢.٢١	-	-	-
	متوسط	٢٢.٨	٠.٥٩	-	-
	مرتفع	٢٤.١٨	*١.٩٧	*١.٣٥	-
إدارة الملبس	منخفض	٢٤.٣	-	-	-
	متوسط	٢٥.٧٩	١.٤٩	-	-
	مرتفع	٢٧.٩٤	*٣.٦٤	*٢.١٥	-
إدارة المسكن	منخفض	١٩.٨٩	-	-	-
	متوسط	٢٠.١٨	٠.٢٩	-	-
	مرتفع	٢١.٧٥	١.٨٦*	*١.٥٧	-
إدارة العلاقات الأسرية	منخفض	٢٨.٩٣	-	-	-
	متوسط	٣٠.١٧	١.٢٤	-	-
	مرتفع	٣١.٥٧	٢.٦٤*	*١.٤	-
الدرجه الكلية لإدارة شئون الأسرة	منخفض	١٣٢.٣٦	-	-	-
	متوسط	١٣٢.٥٧	٠.٢١	-	-
	مرتفع	١٣٤.٥١	*٢.١٥	*١.٩٤	-

*دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥

– تشير نتائج جدول(١٦) : أن هناك اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث في الدرجة الكلية لوعي ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي بمحاوره بفارق بين المتوسطات

الحسابية بين فئتي المستوي التعليمي المرتفع والمتوسط بلغ (١.٥٤*-١.٥٨*-١.٧٤*-٢.١٨*) علي التوالي وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥

– كما يوجد اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث في الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة بمحاورها بفارق بين المتوسطات الحسابية بين فئتي المستوي التعليمي المرتفع والمتوسط بلغ (١.٣٥*- ٢.١٥*- ١.٥٧*-١.٤*- ١.٩٤*) علي التوالي وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥، أي أن الوعي لصالح المستوي التعليمي المرتفع وكذلك إدارة شئون الأسرة فكلما أرتفع المستوي التعليمي لربة الأسرة كلما زاد وعيها بوسائل التواصل الاجتماعي وكانت أكثر قدرة علي إدارة شئون أسرتها بطريقة صحيحة وقد يرجع ذلك إلي طبيعة عينة الدراسة حيث أن ٣٩.٤% من ذوات المستوي التعليمي المرتفع، وأتفقت دراسة سارة الخشمي(٢٠١٠): في وجود علاقة ارتباطية بين مستوي التعليم للأم فكلما زاد وعي الأم ومستوي تعليمها كلما زاد أسلوب الاستخدام الصحيح للأنترنت.

٢-٥ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كلاً من وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى بمحاوره وإدارة شئون الأسرة بمحاورها تبعاً لمتغير (عدد أفراد الأسرة)

جدول(١٧) تحليل التباين أحادي الاتجاه في كلاً من وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة للدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً لعدد أفراد الأسرة

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
معارف و معلومات	بين المجموعات	١٥٣١.٤٦٥	٢	٣٨٢.٨٦٦	٦.٠٠٥	دالة**
	داخل المجموعات	١٨١٧٠.٦٢١	٢٨٧	٦٣.٧٥٧		
	المجموع	١٩٧٠٢.٠٨٦	٢٨٩			
الاتجاهات	بين المجموعات	٨١٧.٠٧٢	٢	٢٠٤.٢٦٨	٤.٦٩٨	دالة**
	داخل المجموعات	١٢٣٩٠.٩٢٨	٢٨٧	٤٣.٤٧٧		
	المجموع	١٣٢٠٨.٠٠٠	٢٨٩			
ممارسات	بين المجموعات	٧٠٤.٤٥٩	٢	١٧٦.١١٥	٥.٧٨٥	دالة **
	داخل المجموعات	٨٦٧٦.٧٤٤	٢٨٧	٣٠.٤٤٥		
	المجموع	٩٣٨١.٢٠٣	٢٨٩			
الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	٧٥٣٠.٥٩٦	٢	١٨٨٢.٦٤٩	٥.٨٥٩	دالة**
	داخل المجموعات	٩١٥٧٠.٧٢٨	٢٨٧	٣٢١.٣٠١		
	المجموع	٩٩١٠١.٣٢٤	٢٨٩			
إدارة الغذاء	بين المجموعات	٤٠٥٧.٨٠١	٢	١٠١٤.٤٥٠	١٧.٤١٦	دالة**

	داخل المجموعات	١٦٦٠٠.٥٧٥	٢٨٧	٥٨.٢٤٨		
	المجموع	٢٠٦٥٨.٣٧٦	٢٨٩			
إدارة الملبس	بين المجموعات	١٧٢١.٨٥٢	٢	٤٣٠.٤٦٣	١٧.٦٨٠	دالة**
	داخل المجموعات	٦٩٣٩.١٦٩	٢٨٧	٢٤.٣٤٨		
	المجموع	٨٦٦١.٠٢١	٢٨٩			
إدارة المسكن	بين المجموعات	٢٦٠٦.٩٩١	٢	٦٥١.٧٤٨	٣٤.١٣٢	دالة **
	داخل المجموعات	٥٤٤١.٩٧٨	٢٨٧	١٩.٠٩٥		
	المجموع	٨٠٤٨.٩٦٩	٢٨٩			
إدارة العلاقات الأسرية	بين المجموعات	٩٥٠.١٠٢	٢	٢٣٧.٥٢٥	٧.٨٠٣	دالة**
	داخل المجموعات	٨٦٧٦.٠٢٢	٢٨٧	٣٠.٤٤٢		
	المجموع	٩٦٢٦.١٢٤	٢٨٩			
الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة	بين المجموعات	٣٤١٩٧.٤٩٨	٢	٨٥٤٩.٣٧٥	٢٣.٢١٦	دالة **
	داخل المجموعات	١٠٤٩٥٣.٥٢٢	٢٨٧	٣٦٨.٢٥٨		
	المجموع	١٣٩١٥١.٠٢١	٢٨٩			

**دالة عند مستوي دلالة ٠.٠١

- تشير نتائج جدول (١٧): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات وعي ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي عن الدرجة الكلية لوعي ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي تبعاً لعدد أفراد الأسرة حيث بلغت قيم(ف) (٥.٨٥٩ -٥.٧٨٥ -٤.٦٩٨ -٦.٠٠٥) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة٠.٠٠١

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات إدارة شئون الأسرة عن الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة بمحاورها تبعا لعدد أفراد الأسرة حيث بلغت قيم(ف) (٢٣.٢١٦ -٧.٨٠٣ -٣٤.١٣٢ -١٧.٦٨٠ -١٧.٤١٦) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥

ولمعرفة أقل فروق معنوية بين المتوسطات الحسابية لمجموعات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً لعدد أفراد الأسرة تم استخدام اختبار LSD ٠

جدول (١٨) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية لمجموعات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً لعدد أفراد الأسرة.

المتغيرات	المجموعات	المتوسط الحسابي	من ٢-٤ أفراد	من٥-٦ أفراد	٦-٨ أفراد
معارف ومعلومات	من ٢-٤ أفراد	٢١.٥٥	-	-	-
	من٥-٦ أفراد	٢٢.٠١	٠.٤٦	-	-
	٦-٨ أفراد	٢٤.١٦	٢.٦١*	٢.١٥*	-
الاتجاهات	من ٢-٤ أفراد	٢٣.٧٨	-	-	-
	من٥-٦ أفراد	٢٤.٥٨	١.٤٨	-	-
	٦-٨ أفراد	٢٦.٤٣	٢.٦٥*	١.٨٥*	-
ممارسات	من ٢-٤ أفراد	٢٣.٣٢	-	-	-
	من٥-٦ أفراد	٢٤.٨	١.٤٨	-	-
	٦-٨ أفراد	٢٦.١٤	٢.٨٢*	١.٣٤*	-
الدرجه الكلية لوعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي	من ٢-٤ أفراد	١٠٩.٣٦	-	-	-
	من٥-٦ أفراد	١١٠.٢٩	٠.٩٣	-	-
	٦-٨ أفراد	١١٢.٣٤	٢.٩٨*	٢.٠٥*	-
إدارة الغذاء	من ٢-٤ أفراد	٣٢.٣٣	-	-	-
	من٥-٦ أفراد	٣٣.٠٥	٠.٧٢	-	-
	٦-٨ أفراد	٣٤.٥١	٢.١٨*	١.٤٦*	-
إدارة الملبس	من ٢-٤ أفراد	٢٤.٢٤	-	-	-
	من٥-٦ أفراد	٢٤.٥١	٠.٢٧	-	-
	٦-٨ أفراد	٢٧.٤٩	٣.٢٥*	٢.٩٨*	-
إدارة المسكن	من ٢-٤ أفراد	١٩.٩٧	-	-	-
	من٥-٦ أفراد	٢٠.٣	٠.٣٣	-	-
	٦-٨ أفراد	٢١.٩٤	١.٩٧*	١.٦٤*	-
إدارة العلاقات الأسرية	من ٢-٤ أفراد	١٣.٤٢	-	-	-
	من٥-٦ أفراد	١٤.٢٨	٠.٨٦	-	-
	٦-٨ أفراد	١٥.٧٦	٢.٣٤*	١.٤٨*	-
الدرجه الكلية لإدارة شئون الأسرة	من ٢-٤ أفراد	١١٥.٣٨	-	-	-
	من٥-٦ أفراد	١١٥.٩٩	٠.٦١	-	-
	٦-٨ أفراد	١١٧.٨٤	٢.٤٦*	١.٥٨*	-

*دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥

- تشير نتائج جدول(١٨) : أن هناك اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث في الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي تبعاً لعدد أفراد الأسرة بفارق بين المتوسطات الحسابية بين عدد أفراد الأسرة من ٦أفراد فأكثر حيث بلغت (٢.١٥*- ١.٨٥*- ١.٣٤*- ٢.٠٥*) علي التوالي وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥
- كما تظهر أن هناك اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث في الدرجه الكلية لإدارة شئون الأسرة بمحاورها تبعاً لعدد أفراد الأسرة من ٥:٦ أفرادبفارق بين المتوسطات الحسابية بلغت (١.٤٦*- ٢.٩٨*- ١.٦٤*- ١.٤٨*- ١.٥٨*) علي التوالي لجميع محاور إدارة شئون الأسرة وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥، بما يشير إلي أنه كلما زاد عدد أفراد الأسرة كلما زاد الوعي بوسائل التواصل الاجتماعي وإدارة شئون الأسرة ، كما اتفقت نتائج دراسة رشيدة أبو النصر،شيرين محفوظ (٢٠٠٥) إلى وجود علاقة معنوية ذات دلالة احصاءية عند مستوى ٠.٠٠١ في المشاكل التي تتعلق بالعلاقات الأسرية وعدد أفراد الأسرة.

٢-٦ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كلاً من وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى بمحاوره وإدارة شئون الأسرة بمحاوره تبعا لمتغير مستوى الدخل الشهري .

جدول(١٩) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين كلاً من وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً لمستوى الدخل الشهري

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
معارف ومعلومات	بين المجموعات	١٩٤١.٦٦١	٢	٣٢٣.٦١٠	٥.١٥٧	دالة**
	داخل المجموعات	١٧٧٦٠.٤٢٥	٢٨٧	٦٢.٧٥٨		
	المجموع	١٩٧٠٢.٠٨٦	٢٨٩			
الاتجاهات	بين المجموعات	٧٧٢.١١٤	٢	١٢٨.٦٨٦	٢.٩٢٨	دالة**
	داخل المجموعات	١٢٤٣٥.٨٨٦	٢٨٧	٤٣.٩٤٣		
	المجموع	١٣٢٠٨.٠٠٠	٢٨٩			
ممارسات	بين المجموعات	٢٦٦١.٢٨٠	٢	٤٤٣.٥٤٧	١٨.٦٧٩	دالة **
	داخل المجموعات	٦٧١٩.٩٢٤	٢٨٧	٢٣.٧٤٥		
	المجموع	٩٣٨١.٢٠٣	٢٨٩			
الدرجة	بين المجموعات	١٤١٥٧.٨٣٤	٢	٢٣٥٩.٦٣٩	٧.٨٦١	دالة**

الكلية لوعى ربات الأسر	داخل المجموعات	٨٤٩٤٣.٤٩٠	٢٨٧	٣٠٠.١٥٤		
	المجموع	٩٩١٠١.٣٢٤	٢٨٩			
إدارة الغذاء	بين المجموعات	٤٤٤٤.٢٦٦	٢	٧٤٠.٧١١	١٢.٩٢٨	دالة**
	داخل المجموعات	١٦٢١٤.١١٠	٢٨٧	٥٧.٢٩٤		
	المجموع	٢٠٦٥٨.٣٧٦	٢٨٩			
إدارة الملبس	بين المجموعات	١٤٦٢.٦٤٩	٢	٢٤٣.٧٧٥	٩.٥٨٤	دالة**
	داخل المجموعات	٧١٩٨.٣٧١	٢٨٧	٢٥.٤٣٦		
	المجموع	٨٦٦١.٠٢١	٢٨٩			
إدارة المسكن	بين المجموعات	١٤١٧.٣١٣	٢	٢٣٦.٢١٩	١٠.٠٨٠	دالة **
	داخل المجموعات	٦٦٣١.٦٥٦	٢٨٧	٢٣٦.٢١٩		
	المجموع	٨٠٤٨.٩٦٩	٢٨٩			
إدارة العلاقات الأسرية	بين المجموعات	٤٣٦.٧٧٥	٢	٧٢.٧٩٦	٢.٢٤٢	دالة**
	داخل المجموعات	٩١٨٩.٣٥٠	٢٨٧	٣٢.٤٧١		
	المجموع	٩٦٢٦.١٢٤	٢٨٩			
الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة	بين المجموعات	٢٥١٢٢.١٩١	٢	٤١٨٧.٠٣٢	١٠.٣٩١	دالة **
	داخل المجموعات	١١٤٠٢٨.٨٣٠	٢٨٧	٤٠٢.٩٢٩		
	المجموع	١٣٩١٥١.٠٢١	٢٨٩			

**دالة عند مستوي ٠.٠١

تشير نتائج جدول(١٩) إلي أنة :

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى في الدرجه الكلية لوعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي تبعاً للدخل الشهري حيث بلغت قيم (ف) (٧.٨٦١ -١٨.٦٧٩ -٢.٩٢٨ -٥.١٥٧) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة٠.٠٠١

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات إدارة شئون الأسرة عن الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة تبعاً للدخل الشهري حيث بلغت قيم (ف) (-١٢.٩٢٨ -٩.٥٨٤ -١٠.٠٨٠ -٢.٢٤٢ ١٠.٣٩١) وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوي دلالة٠.٠٠١

٢-٦-١ ولمعرفة أقل فروق معنوية بين المتوسطات الحسابية لمجموعات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً الدخل الشهري تم استخدام اختبار LSD

جدول (٢٠) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية لمجموعات وعى ربات الأسر بوسائل التواصل الإجتماعى وإدارة شئون الأسرة في الدرجة الكلية والمحاور الفرعية تبعاً لمستوي الدخل الشهري

المتغيرات	المجموعات	المتوسط الحسابي	منخفض	متوسط	مرتفع
معارف و معلومات	منخفض	٢٧.١٣	–	–	–
	متوسط	٢٧.٦٨	٠.٥٥	–	–
	مرتفع	٢٩.١	١.٩٧*	١.٤٢*	–
الاتجاهات	منخفض	٢٥.٨	–	–	–
	متوسط	٢٦.٠٩	٠.٢٩	–	–
	مرتفع	٢٧.٩٢	٢.١٢*	١.٨٣*	–
ممارسات	منخفض	٣٤.٦٥	–	–	–
	متوسط	٣٥.٢٦	٠.٦١	–	–
	مرتفع	٣٦.٧٧	٢.١٢*	١.٥١*	–
الدرجة الكلية لوعى ربات الأسر	منخفض	١٠٩.٣٨	–	–	–
	متوسط	١١٠	٠.٦٢	–	–
	مرتفع	١١١.٨٦	٢.٤٨*	١.٨٦*	–
إدارة الغذاء	منخفض	٢٢.٧٩	–	–	–
	متوسط	٢٣.٠٨	٠.٢٩	–	–
	مرتفع	٢٤.٦٥	١.٨٦*	١.٥٧*	–
إدارة الملبس	منخفض	٣٢.٩	–	–	–
	متوسط	٣٣.٦٨	٠.٧٨	–	–
	مرتفع	٣٥.٥٤	٢.٦٤*	١.٨٦*	–
إدارة المسكن	منخفض	٣٩.٤٢	–	–	–
	متوسط	٣٩.٧١	٠.٢٩	–	–
	مرتفع	٤١.٣٤	١.٩٢*	١.٦٣*	–
إدارة العلاقات الأسرية	منخفض	٢٣.٩٢	–	–	–

المتغيرات	المجموعات	المتوسط الحسابي	منخفض	متوسط	مرتفع
الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة	متوسط	٢٥.٠٣	١.١١	–	–
	مرتفع	٢٦.٧٤	*٢.٨٢	*١.٧١	–
	منخفض	١٤٣.٢٧	–	–	–
	متوسط	١٤٣.٧٩	٠.٥٢	–	–
	مرتفع	١٤٥.٦١	*٢.٣٤	*١.٨٢	–

*دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥

- تشير نتائج جدول(٢٠) : أن هناك اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث في الدرجه الكلية لوعى ربات الأسر بوسائل التواصل الاجتماعي تبعاً لمستوي دخل الأسرة بين المتوسطات الحسابية حيث بلغت (١.٤٢*- ١.٨٣*-١.٥١*-١.٨٦*) علي التوالي لمحاور الوعي بوسائل التواصل الاجتماعي وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥
- كما تظهر أن هناك اختلاف بين ربات الأسر عينة البحث في الدرجة الكلية لإدارة شئون الأسرة بين المتوسطات الحسابية حيث بلغت (**١.٥٧*- ١.٨٦*- ١.٦٣*- ١.٧١*- ١.٨٢***) علي التوالي لمحاور إدارة شئون الأسرة وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥ ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أمال سندي(٢٠١١): في أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي ٠,٠٥ في مظاهر الاستهلاك الخاصة بالملبس وعمليات التجميل لدى عينة البحث تبعا لمستوي الدخل الشخصي في اتجاه ذوات الدخل الأعلى، كما توصلت نتائج دراسة رشيدة أبو النصر، شيرين محفوظ(٢٠٠٥)إلى وجود علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى ٠.٠٠١ في المشاكل التي تتعلق بالعلاقات الأسرية ودخل الأسرة، كما أتفقت دراسة رولا الحمصي(٢٠١٠):في عدم وجود علاقة ارتباطية بين مستوي الدخل الشهري للأسرة واستخدام الانترنت.

وبذالك ثبتت صحه الفرض الثاني جزئيا.

التوصيات :

- إعداد برامج ارشادية للتوعية بإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بصفة عامة ولربات الأسر بصفة خاصة من خلال مؤسسات الاستشارات الأسرية ومؤسسات تنمية المجتمع.

– توجيه البرامج التثقيفية لربات الأسر لحسن إستغلال وسائل التواصل الاجتماعي والعمل علي توعيتهم بأهمية الوقت بما له كبير الأثر في أن ينعكس علي حياة الأسرة ومن ثم المجتمع والمساعده علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بإيجابية من قبل ربات الأسر ٠

– إعداد برامج تدريبية لربات الأسر لكيفية إدارة شئون الأسرة بطريقة صحيحة في ضوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة بإيجابية .

– إعداد برامج إرشادية لكيفية إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتعامل معها بشكل صحيح.

– إعداد كتيبات ارشادية للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية القدرات الإدارية لإدارة شئون الأسرة.

المراجع:

١. آمال بنت عمر خليل سندي(٢٠١١): ثقافة الاستهلاك الترفيهي لدي المرأة السعودية وسبل مواجهتها من وجهة نظر التربية الاسلامية ، كلية التربية، جامعة أم القري، دراسة ميدانية، السعودية.

٢. أفنان طلعت عرفة (٢٠١٥): استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

٣. أميرة أحمد محمد القفاش (٢٠١٦): الذكاء الوجداني وعلاقته بإدارة العلاقات الأسرية للمتزوجات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.

٤. أنور إبراهيم محمد إبراهيم(٢٠٠٦): الآثار الاجتماعية للثورة المعلوماتية على الأسرة المصرية، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي شبكة الإنترنت بالقاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

٥. أيمن حمد أحمد يوسف (٢٠٠٦): إدارة الوقت ومُضيعاته لدى مُديري ومُديرات المدارس الأساسية في مُحافظة رام الله والبيرة في فلسطين " . رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة النيلين، السودان.

٦. أحمد سمير عبد الهادي زيد (٢٠١٧): إعلام الشباب والبث الوافد، المكتب العربي للمعارف، ط١.

٧. المجلس القومى للأمومة والطفولة(٢٠١٠): المراهقون الشباب من منظور ديني، مشروع صحة المراهقين، صندوق الأمم المتحدة، المجلس القومي للأمومة والطفولة، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

٨. إبراهيم عبد الكريم(٢٠٠٦):الإنترنت وآثاره الاجتماعية على المراهقين، دراسة ميدانية على عينة من المترددين على مقاهي الإنترنت، جامعة طنطا.

٩. إيمان محمد عز العرب(٢٠٠٣):ملامح التغيير في الأسرة المصرية في ظل مجتمع المعلومات دراسة ميدانية الاتجاهات أرباب الأسر الحضارية نحو دور التقنية الحديثة في التنشئة الاجتماعية للأبناء، أعمال الندوة السنوية التاسعة لقسم اجتماع المصرية وتحديات العولمة، كلية الآداب، جامعة القاهرة، جمهورية مصر العربية.

١٠. إيمان عبد السلام عبد المجيد الجندي(٢٠٠٣):دور برامج المرأة والأسرة بتليفزيون الدلتا في رفع مستوى الوعى بإدارة موارد الأسرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية

١١. بسمة نصيف (٢٠١١): موقع الفيس بوك ودوره فى تطوير مجال النحت والتعلم عبر الإنترنت فى ضوء متطلبات عصر المعرفة، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوى العربى السادس الدولى الثالث لتطوير برامج التعليم العالى فى مصر والوطن العربى فى ضوء متطلبات عصر المعرفة ، كلية التربية النوعية، المنصورة.

١٢. بسمة حسين عيد يونس(٢٠١٦): إدمان شبكات التواصل الاجتماعى وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة فى محافظة غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة.

١٣. خالد إبراهيم نبيل، سعيد أمين ناصف(٢٠٠٥):الإنعكاسات الاجتماعية للثورة الرقمية تأثير وتغيير أسلوب المعيشة على الإسكان الحضرى، المؤتمر المعمارى الدولى السادس، قسم العمارة، كلية الهندسة، جامعة أسيوط، جمهورية مصر العربية.
١٤. خالد عبد الرحمن العك (٢٠٠٣): بناء الأسرة المسلمة فى ضوء القرآن والسنة ، الطبعة الخامسة، دار المعارف.
١٥. رانيا أحمد سعيد (٢٠٠١): لغة العصر، مجلة الأهرام للكمبيوتر الإنترنت والإتصالات العدد٧.
١٦. دلال القاضى، محمود البياتى(٢٠٠٨): منهجية وأساليب البحث العلمى وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الاحصائى Spss، دار الحامد للنشر والتوزيع بالأردن، عمان.
١٧. رشيدة محمد ابو النصر (٢٠٠٣): أثر الصحافة النسائيه فى تنمية الوعى الاستهلاكى لدى ربة الأسرة، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة المنوفية.
١٨. رشيدة محمد أبو النصر(٢٠٠٥): دراسة بعض العوامل الاجتماعية والاقتصادية والاتصالية وعلاقتها بالمشكلات التى تعوق تطبيق الإدارة المنزلية ، المؤتمر المصري التاسع للاقتصاد المنزلي ، جامعة المنوفية.
١٩. رشيدة محمد أبو النصر، شيرين جلال محفوظ (٢٠٠٥): دراسة بعض العوامل الاجتماعية والاقتصادية والاتصالية وعلاقتها بالمشكلات التى تعوق تطبيق الادارة المنزلية، المؤتمر المصرى التاسع للاقتصاد المنزلى، كلية الاقتصاد المنزلى،جامعة المنوفية.
٢٠. رولا الحمصي(٢٠١٠): إدمان الإنترنت وعلاقتة بمهارات التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية علي عينة من طلاب جامعة دمشق" www.Abegs.org.
٢١. زينب محمد حقى ونادية أبو حسن سكينة (١٩٩٨): علاقة إدارة موارد الأسرة بصعوبات التوافق النفسى والاجتماعى لدى المرأة العاملة ، مجلة البحوث ، العدد الثالث ، كلية الإقتصاد المنزلى ، جامعة المنوفية.
٢٢. زينب محمد حقى(٢٠٠٦): الإدارة ومتغيرات العصر بين النظرية والتطبيق، مكتبة عين شمس، القاهرة.
٢٣. سارة صالح الخشمي(٢٠١٠): الآثار الاجتماعية السلبية لاستخدام الفتاة في مرحلة المراهق للانترنت، مجلة العلوم الإنسانية ،العدد٤٥يناير، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة الأميرة نوره، الرياض،المملكة العربية السعودية.
٢٤. سماح العشى وهند عيد (٢٠١١): استخدام طلبة الجامعات فى محافظة غزة لمواقع الفيس بوك، كلية الآداب، قسم الصحافة، غزة، فلسطين.
٢٥. شعاع اليوسف(٢٠٠٦):التقنيات الحديثة فوائد وأضرار دراسة للتأثيرات السلبية على صحة الفرد ،كتاب الأمة، قطر، العدد ١١٢ ، السنة السادسة والعشرون ،الطبعة الأولى.
٢٦. صالحة الدماري(٢٠١٣): الطلاب والشبكات الاجتماعية " دراسة ميدانية " في استخدامات واشباعات طلاب الفنون والإعلام للفيس بوك كشبكة اجتماعية ، www.maktobblog.com
٢٧. صفاء بنت حسين عشيري (٢٠٠٨):الآثار الايجابية والسلبية والمترتبة علي اقتناء واستخدام أجهزة الاتصال وعلاقتها بإدارة الدخل المالي للأسرة ،رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي ،قسم السكن وادارة المنزل، جامعة أم القري، مكة المكرمة ، المملكة العربية السعودية.

٢٨. طه عبد العاطى نجم(٢٠٠٤): الاتصال الجماهيري فى المجتمع العربى الحيث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
٢٩. عادل الصادق(٢٠١٢): الفضاء الإلكترونى، تغير المجتمع والأدوات والتأثير ، ورقة أولية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
٣٠. عبد الأمير الفيصل(٢٠١٤): دراسات فى الإعلام الإلكترونى، ط١، العين، دار الكتاب الجامعى ،الإمارات العربية المتحدة.
٣١. عبير عبدة محمد على(٢٠٠٨):علاقة العامل المادى والعامل الدينى بالسلوك الاستهلاكى لربة الأسرة وسبل تفعيل الوعى الدينى الاستهلاكى لربة الأسرة، رسالة دكتوراة، كلية الاقتصاد المنزلى ، جامعة المنوفية.
٣٢. عبير عبد الرحمن محمود الشبشيرى(٢٠١١):الأدوار الزوجية وعلاقتها بإدارة الزوجة لموارد الأسرة، رسالة ماجستير، كلية الإقتصاد المنزلى ، جامعة المنوفية.
٣٣. عرقوب أبو معاذ السيد(٢٠١٢):دور الشباب الفلسطينى فى بناء مجتمع فلسطينى مفتوح من خلال الاعلام الاجتماعى والشبكات،اجتماع الأمم المتحدة الدولى بشأن قضية فلسطين " دور الشباب والنساء فى إيجاد حل سلمى لقضية فلسطين مايو ٢٠١٢، مقر اليونسكو، باريس،الجمهورية الفرنسية
٣٤. فاطمة النبوية حلمي، ربيع محمود نوفل (٢٠٠٠): تخطيط ربة الأسرة لمواردها وعلاقته بدافعية الإنجاز ووجهة الضبط لدى أبنائها المراهقين، المؤتمر العلمي السادس للاقتصاد المنزلي، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.
٣٥. فاطمة سعيد أحمد بركات (٢٠٠٩): المشكلات الأسرية المترتبة على إدمان الإنترنت لدى الذكور المتزوجين دراسة فى الإرشاد المتزوجين ، ورقة بحث مقدمة إلى ندوة عن النفس وقضايا الأسرة الخليجية مايو ٢٠٠٩ ، كلية التربية ،علم النفس ، المملكة البحرينية.
٣٦. ليلى أحمد جرار(٢٠١٢): الفيسبوك والشباب العربى، ط١، القاهرة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
٣٧. مايكل هيكل(٢٠٠٤): أثر المعلومات فى المجتمع دراسة لطبيعتها وقيمتها واستعمالها، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط١.
٣٨. محمد عبد المحسن التويجرى (٢٠٠١): الأسرة والتنشئة الإجتماعية فى المجتمع السعودى، ط١ ، مكتبة العبيكان للطباعة والنشر، الرياض.
٣٩. محمد المنصور(٢٠١٢): تأثير شبكات التواصل الاجتماعى على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية فى الدانمارك.
٤٠. محى الدين عبد الحليم (٢٠٠٦): فنون الاعلام وتكنولوجيا الاتصال ، مطبعة محمد عبد الكريم حسان، القاهرة.
٤١. منال مجاهد (٢٠١٠): إستخدام الشبكات الاجتماعية فى تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، العدد الثامن، غزة.

٤٢. ممدوح السيد شتلة ، حنان مرعى(٢٠١٥): استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية فى الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٤م، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد١١، خريف ٢٠١٥م.

٤٣. منظمة الصحة العالمية (٢٠١١): الشباب والمخاطر الصحية ،صحائف الوقائع ابريل ٢٠١١

٤٤. نجوى السيد عبد الجواد (٢٠٠٧): إدارة الموارد واقتصاديات الأسرة ، دار الكتاب الجامعى، القاهرة.

٤٥. نعمة مصطفى رقبان(٢٠٠٨): دليلك إلى الإدارة العلمية للشئون المنزلية، مطابع دار الحسين، الطبعة الثانية.

٤٦. نعمة مصطفى رقبان، ربيع محمود على نوفل (٢٠٠١): العلاقة بين وعى ربات الأسر بتبسيط الأعمال المنزلية وكفاءتهن فى ادارة شئون الأسرة، المؤتمر السنوى الرابع لجمعية الإسكندرية للإقتصاد المنزلى، جامعة الاسكندرية، ٢٧ مارس.

ثانياً : المراجع الأجنبية:

1-Jennifer, G,Mattew,M,Brooke,Keval, H.B, and Christopher, B (2018): fake news Vs satire: adataseand analysis, proceeding of the 10th ACM conference on Web,2018

2 -Maeve ,D, Nicole, B, E; Cliff , Amanda, l, and Mary, M (2015): social media update 2014, pew research

3- Haewoonk, w, Changhyun, L,Hosung, P, and Sue, M (2010): What is twitter,a social network or a news media? Proceedings of the 19th international conference on world wide web,2010

4- Kia, S, Amy, S, Suhang, W,Jiliang, T, and Huan, L (2017): fake news detection on social media : a data mining Perspective, acmsigkddexplorations newsletter,(1),2017.