



إدارة مراكز التنمية الأسرية
Department of Family Development Center

إدارة البحوث والدراسات

استطلاعات الرأي الدورية

استطلاع الرأي الأول

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الإماراتي

اعداد : الباحثة الإحصائية

إيمان العاني قسم البحوث والدراسات

ادارة مراكز التنمية الأسرية / المجلس الأعلى لشؤون الأسرة بالشارقة

إشراف : الباحث الإحصائي

محمود مؤيد الملاح

خبير إدارة التخطيط الاستراتيجي

2018 / 07 / 10

دراسة إحصائية ميدانية، قامت بها إدارة البحوث والدراسات بإدارة مراكز التنمية الأسرية خلال العام (2018)، من أجل قياس أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الإماراتي بصورة عامة، وعلى الأسر التي تعيش فيه بصورة خاصة.

المحتويات

ملخص الدراسة	9
الطريقة والإجراءات	11
المجتمع الإحصائي	11
جدول رقم (1): توزيع الاستبانات المستلمة حسب النوع والحالة الاجتماعية	11
شكل رقم (1): التوزيع النسبي للاستبانات المستلمة حسب النوع والحالة الاجتماعية	11
جدول رقم (2): توزيع الاستبانات المستبعدة من التحليل حسب النوع والحالة الاجتماعية	11
شكل رقم (2): التوزيع النسبي للاستبانات المستبعدة من التحليل حسب النوع والحالة الاجتماعية	12
جدول رقم (3): توزيع الاستبانات المعتمدة في التحليل حسب النوع والحالة الاجتماعية	12
شكل رقم (3): التوزيع النسبي للاستبانات المعتمدة في التحليل حسب النوع والحالة الاجتماعية	12
التحليل الإحصائي	13
فترة ومدة الاستخدام	13
استخدام الشبكة	13
جدول رقم (4): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب النوع وفترة الاستخدام اليومي للشبكة	13
شكل رقم (4): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب النوع وفترة الاستخدام اليومي للشبكة	13
جدول رقم (5): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وفترة الاستخدام اليومي للشبكة	14
شكل رقم (5): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وفترة الاستخدام اليومي للشبكة	14
جدول رقم (6): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر وفترة الاستخدام اليومي للشبكة	14
شكل رقم (6): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر وفترة الاستخدام اليومي للشبكة	15
جدول رقم (7): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وفترة الاستخدام اليومي للشبكة	15
شكل رقم (7): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وفترة الاستخدام اليومي للشبكة	16
جدول رقم (8): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل وفترة الاستخدام اليومي للشبكة	16
شكل رقم (8): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل وفترة الاستخدام اليومي للشبكة	17
التواصل الاجتماعي	17
جدول رقم (9): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب النوع وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	17
شكل رقم (9): التوزيع النسبي للاستبانات المعتمدة حسب النوع وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	18
جدول رقم (10): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وفترة الاستخدام	18
شكل رقم (10): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وفترة الاستخدام	18
جدول رقم (11): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	19
شكل رقم (11): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	19
جدول رقم (12): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وفترة الاستخدام	19
شكل رقم (12): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وفترة الاستخدام	20
جدول رقم (13): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	20
شكل رقم (13): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	21

21..... الوسائل المستخدمة.

- جدول رقم (14): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب النوع ووسائل تصفح الشبكة 21.....
- شكل رقم (14): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب النوع ووسائل تصفح الشبكة 22.....
- جدول رقم (15): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية ووسائل تصفح الشبكة 22.....
- شكل رقم (15): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية ووسائل تصفح الشبكة 22.....
- جدول رقم (16): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر ووسائل تصفح الشبكة 23.....
- شكل رقم (16): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر ووسائل تصفح الشبكة 23.....
- جدول رقم (17): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي ووسائل تصفح الشبكة 23.....
- شكل رقم (17): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي ووسائل تصفح الشبكة 24.....
- جدول رقم (18): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل ووسائل تصفح الشبكة 24.....
- شكل رقم (18): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل ووسائل تصفح الشبكة 24.....

25..... التكلفة المادية.

25..... التوزيع حسب النوع.

- جدول رقم (19): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب النوع والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت 25.....
- شكل رقم (19): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب النوع والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت 25.....

25..... التوزيع حسب الجالة الاجتماعية.

- جدول رقم (20): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت 26.....
- شكل رقم (20): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت 26.....

26..... التوزيع حسب فئات العمر.

- جدول رقم (21): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت 26.....
- شكل رقم (21): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت 27.....

27..... التوزيع حسب التحصيل العلمي.

- جدول رقم (22): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت 27.....
- شكل رقم (22): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت 27.....

28..... التوزيع حسب حالة العمل.

- جدول رقم (23): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت 28.....
- شكل رقم (23): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت 28.....

29..... مواقع التواصل الإجتماعي.

- جدول رقم (24): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي 29.....
- شكل رقم (24): التوزيع النسبي للاستبانات المعتمدة حسب تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي 29.....
- جدول رقم (25): التوزيع التكراري للمشاركين حسب طبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي عليهم 30.....
- شكل رقم (25): التوزيع النسبي للمشاركين حسب طبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي عليهم 30.....
- جدول رقم (26): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب نتائج استخدام مواقع التواصل الاجتماعي 31.....
- شكل رقم (26): التوزيع النسبي للاستبانات المعتمدة حسب نتائج استخدام مواقع التواصل الاجتماعي 31.....

- جدول رقم (27): التوزيع التكراري للمشاركين حسب أسباب عقد الصداقة مع الآخرين31
- شكل رقم (27): التوزيع النسبي للمشاركين حسب أسباب عقد الصداقة مع الآخرين32
- جدول رقم (28): التوزيع التكراري للعازفين عن عقد الصداقات مع الآخرين حسب السبب32
- شكل رقم (28): التوزيع النسبي للعازفين عن عقد الصداقات مع الآخرين حسب السبب33
- جدول رقم (29): التوزيع التكراري لأسس اختيار الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي33
- شكل رقم (29): التوزيع النسبي لأسس اختيار الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي33

34..... آثار وتبعات الاستخدام

- جدول رقم (30): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب النوع وخيارات التواصل مع الآخرين34
- شكل رقم (30): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب النوع وخيارات التواصل مع الآخرين34
- جدول رقم (31): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب النوع ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة34
- شكل رقم (31): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب النوع ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة35
- جدول رقم (32): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وخيارات التواصل مع الآخرين35
- شكل رقم (32): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وخيارات التواصل مع الآخرين35
- جدول رقم (33): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة36
- شكل رقم (33): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة36
- جدول رقم (34): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر وخيارات التواصل مع الآخرين36
- شكل رقم (34): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر وخيارات التواصل مع الآخرين37
- جدول رقم (35): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة37
- شكل رقم (35): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة37
- جدول رقم (36): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وخيارات التواصل مع الآخرين38
- شكل رقم (36): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وخيارات التواصل مع الآخرين38
- جدول رقم (37): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة38
- شكل رقم (37): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة38
- جدول رقم (38): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل وخيارات التواصل مع الآخرين39
- شكل رقم (38): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل وخيارات التواصل مع الآخرين39
- جدول رقم (39): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة40
- شكل رقم (39): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة40

41..... المواقع المفضلة للتواصل

- جدول رقم (40): التوزيع التكراري لمواقع التواصل الاجتماعي حسب الاستخدام ودرجة التفضيل41
- شكل رقم (40): التوزيع البياني لمواقع التواصل الاجتماعي حسب الاستخدام ودرجة التفضيل41

43..... الاستنتاجات والتوصيات

43..... النتائج

45..... التوصيات

47..... المرفقات

المرفق (1): الجداول الإحصائية..... 47

- جدول رقم (41): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وفترة الاستخدام اليومي للشبكة..... 47
- جدول رقم (42): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي..... 47
- جدول رقم (43): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع ووسائل تصفح الشبكة..... 48
- جدول رقم (44): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة..... 48
- جدول رقم (45): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وطريقة التواصل المفضلة مع الآخرين..... 48
- جدول رقم (46): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت..... 49
- جدول رقم (47): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع والتأثير السلبي على المستخدمين..... 49
- جدول رقم (48): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وامكانية الاستغناء عن مواقع التواصل..... 50
- جدول رقم (49): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وامكانية عقد الصداقات عبر مواقع التواصل..... 50
- جدول رقم (50): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وتأثير مواقع التواصل في تكوين الشخصية..... 50
- جدول رقم (51): التوزيع التكراري والنسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب النوع..... 51
- جدول رقم (52): درجات التقييم والتفضيل النسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب النوع..... 51
- جدول رقم (53): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وفترة الاستخدام اليومي للشبكة..... 52
- جدول رقم (54): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي..... 52
- جدول رقم (55): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية ووسائل تصفح الشبكة..... 53
- جدول رقم (56): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة..... 53
- جدول رقم (57): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وطريقة التواصل المفضلة مع الآخرين..... 53
- جدول رقم (58): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت..... 54
- جدول رقم (59): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية والتأثير السلبي على المستخدمين..... 54
- جدول رقم (60): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وامكانية الاستغناء عن مواقع التواصل..... 55
- جدول رقم (61): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وامكانية عقد الصداقات عبر مواقع التواصل..... 55
- جدول رقم (62): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وتأثير مواقع التواصل في تكوين الشخصية..... 55
- جدول رقم (63): التوزيع التكراري والنسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب الحالة الاجتماعية..... 56
- جدول رقم (64): درجات التقييم والتفضيل النسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب الحالة الاجتماعية..... 56
- جدول رقم (65): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وفترة الاستخدام اليومي للشبكة..... 57
- جدول رقم (66): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي..... 57
- جدول رقم (67): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر ووسائل تصفح الشبكة..... 58
- جدول رقم (68): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة..... 58
- جدول رقم (69): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وطريقة التواصل المفضلة مع الآخرين..... 59
- جدول رقم (70): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت..... 59
- جدول رقم (71): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر والتأثير السلبي على المستخدمين..... 60
- جدول رقم (72): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وامكانية الاستغناء عن مواقع التواصل..... 60
- جدول رقم (73): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وامكانية عقد الصداقات عبر مواقع التواصل..... 61
- جدول رقم (74): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وتأثير مواقع التواصل في تكوين الشخصية..... 61

- جدول رقم (75): التوزيع التكراري والنسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب العمر62
- جدول رقم (76): درجات التقييم والتفضيل النسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب العمر62
- جدول رقم (77): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وفترة الاستخدام اليومي للشبكة63
- جدول رقم (78): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي63
- جدول رقم (79): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي ووسائل تصفح الشبكة64
- جدول رقم (80): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة64
- جدول رقم (81): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وطريقة التواصل المفضلة مع الآخرين65
- جدول رقم (82): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت65
- جدول رقم (83): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي والتأثير السلبي على المستخدمين66
- جدول رقم (84): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وامكانية الاستغناء عن مواقع التواصل66
- جدول رقم (85): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وامكانية عقد الصداقات عبر مواقع التواصل67
- جدول رقم (86): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وتأثير مواقع التواصل في تكوين الشخصية67
- جدول رقم (87): التوزيع التكراري والنسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب التحصيل العلمي68
- جدول رقم (88): درجات التقييم والتفضيل النسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب التحصيل العلمي68
- جدول رقم (89): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وفترة الاستخدام اليومي للشبكة69
- جدول رقم (90): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي69
- جدول رقم (91): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل ووسائل تصفح الشبكة70
- جدول رقم (92): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة70
- جدول رقم (93): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وطريقة التواصل المفضلة مع الآخرين71
- جدول رقم (94): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت71
- جدول رقم (95): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل والتأثير السلبي على المستخدمين72
- جدول رقم (96): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وامكانية الاستغناء عن مواقع التواصل72
- جدول رقم (97): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وامكانية عقد الصداقات عبر مواقع التواصل73
- جدول رقم (98): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وتأثير مواقع التواصل في تكوين الشخصية73
- جدول رقم (99): التوزيع التكراري والنسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب حالة العمل74
- جدول رقم (100): درجات التقييم والتفضيل النسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب حالة العمل74
- المرفق (2): نموذج استبانة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الإماراتي75**
- المرفق (3): التحكيم وفريق العمل77**

ملخص الدراسة

تم استلام (577) استبانة إلكترونية من فريق العمل، تم استبعاد (84) استبانة منها بسبب نقص أو خلل في البيانات المقدمة من قبل المشاركين، وتم اعتماد (493) استبانة، وحصلنا على النتائج الآتية:

التوصيات	النتائج	البيان
<p>توجيه الجهة المعنية بتكثيف ورش العمل للأسر من أجل تعزيز الوعي المجتمعي حول ضرورة التواصل المباشر بين أفراد الأسرة والمجتمع ككل، وتقنين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بما لا يؤثر على التماسك الأسري والعلاقات الاجتماعية.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • وجد بأن (55.58%) من المشاركين في هذه الدراسة يستخدم الانترنت لفترة لا تزيد على (4) ساعات في اليوم، مقابل (16.84%) منهم يستخدم الانترنت لفترة أطول من ذلك، بينما لم يكن لدى (27.38%) منهم وقت محدد. • بلغ معدل استخدام الإناث للشبكة (4.02) ساعة يومياً مقابل (3.22) ساعة للذكور، بينما بلغ معدل استخدام العزاب للشبكة (4.22) ساعة يومياً مقابل (3.36) ساعة للمتزوجين، وبلغ معدل استخدام الفئة العمرية (18 - 24) سنة، للشبكة (4.48) ساعة في اليوم. 	<p>استخدام شبكة الانترنت</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • بلغ معدل فترة استخدام الإناث لمواقع التواصل الاجتماعي (5.17) سنة، مقابل (4.87) سنة للذكور، وبلغ معدل فترة استخدام الفئة العمرية (18 - 24) سنة لتلك المواقع (5.41) سنة، بينما لم يسجل أي فرق يذكر حسب الحالة الاجتماعية. 	<p>مواقع التواصل الاجتماعي</p>
<p>توجيه الجهة المعنية على حث الأسر على متابعة أبناءهم على وسائل التواصل الاجتماعي لحمايتهم من الأفكار الهدامة والسلوكيات المدمرة التي يتم الاطلاع عليها واكتسابها من الأفراد الآخرين.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • وجد بأن (81.34%) من المشاركين يستخدمون هواتفهم الذكية عند تصفح الشبكة أو الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل (11.36%) يستخدمون الوسائل الأخرى، وأعلى نسبة استخدام للهواتف الذكية سجلت لدى موظفي القطاع الخاص، حيث بلغت (91.67%). 	<p>وسائل الاتصال بالشبكة</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • برصد (46.25%) من المشاركين في هذه الدراسة أكثر من (300) درهماً في الشهر لقاء الحصول على خدمة الإنترنت، مقابل (45.24%) منهم أقل من ذلك، بينما يتلقاها (6.09%) منهم مجاناً، حيث بلغ معدل التكلفة المادية المرصودة لخدمة الانترنت لدى جميع المشاركين (273.50) درهماً في الشهر. 	<p>تكلفة الاتصال بالشبكة</p>
<p>توجيه الجهة المعنية على توفير أنشطة مجتمعية لأفراد المجتمع من خلال الجهات المعنية في الدولة على اختلاف مستوياتهم العمرية والاجتماعية والثقافية وذلك للتقليل من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • يفضل (54.36%) من المشاركين التواصل المباشر مع الآخرين، مقابل (23.33%) يفضلون المكالمات الهاتفية والرسائل النصية، بينما يفضل (22.31%) منهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأعرب (75.86%) من المشاركين عن سماحهم لأبنائهم وبناتهم من استخدام شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل جزئي، مقابل (16.84%) يسمحون لهم باستخدامها يومياً، بينما صرح (4.67%) منهم بعدم سماحهم لأبنائهم وبناتهم من استخدام شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل مطلق. • نجح (46.25%) من المشاركين في هذه الدراسة، بعقد صداقات جديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بناءً على وجود قواسم مشتركة في الاهتمامات والثقافة والحوار بنسبة (20.61%)، وبشكل عشوائي من خلال الدردشات ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (17.98%)، وبناءً على الإعجاب بمنشورات المقابل أو بملفه الشخصي بنسبة (12.28%)، ومع مشاركتهم في مجموعات الخاصة أو المنتديات بنسبة (4.82%)، في حين عقدها (6.14%) منهم بالاعتماد على صداقات مشتركة مع أناس مقربين منه، وعقدها (5.70%) منهم مع زملاء الدراسة أو الاختصاص أو زملاء العمل، واقتصرت لدى (3.51%) منهم على معارفهم الشخصية خارج نطاق مواقع التواصل الاجتماعي. 	<p>أثر استخدام الشبكة ومواقع التواصل</p>

التوصيات	النتائج	البيان
<p>توجيه الجهة المعنية على ضرورة تكثيف الحملات التوعوية لكافة أفراد المجتمع بالإستخدام الأمثل لوسائل التواصل والتعريف بمخاطر سوء استخدامها، وحث أفراد المجتمع على تفعيل ثقافة الحوار داخل الأسرة، فيجلس الوالدان مع أولادهم للحديث عن أفكارهم ومشكلاتهم وتخصيص بعض الوقت للمرح واللهو والاستماع للحكايات أو ممارسة بعض الرياضات.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • صرح (58.42%) من المشاركين في هذه الدراسة، بعدم امكانيته التوقف عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بالرغم من أن (80.32%) منهم يعتقد بأن لها تأثيراً سلبياً على عصبية وانفعالات مستخدميهما، مقابل (32.45%) من مجمل المشاركين يعتقدون بأن استخدامهم ذلك قد أثر في تكوين شخصيتهم على النحو الآتي: <ul style="list-style-type: none"> ○ زيادة الثقافة العامة والإطلاع على العالم لدى (7.71%)، وتوسيع نطاق افق التفكير لديهم وزيادة مدى تقبل للأخر لدى (4.06%)، وصقل الشخصية وزيادة الوعي العام لدى (3.45%)، ارتقت بمستوى العلاقات الإجتماعية لدى (2.23%). ○ بينما أدت إلى إنعزال (1.83%) عن العالم وجعلتهم مهملين في أداء الواجبات، الشعور بالقلق وزيادة الحذر لديهم في التعامل مع الناس لدى (1.22%)، وولدت لدى (1.01%) منهم حب الشهرة وإطلالة المشهورين. • عزف (50.51%) من المشاركين في هذه الدراسة عن الارتباط بعلاقات صداقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بسبب عدم اهتمامهم بعقد أي صداقات افتراضية بنسبة (21.69%)، أو بسبب عدم الثقة في المقابل ومدى مصداقيته بنسبة (20.08%)، وبسبب عدم توفر الوقت الكافي بنسبة (3.21%)، بينما يرى (2.81%) منهم بأن استخدام تلك المواقع غير آمن ويسبب المشاكل، بالإضافة إلى (10.84%) لا يرغبون بعقد الصداقات مع الذين لا يعرفونهم معرفة شخصية. • جاءت الشخصية والثقافة العامة وأدب الحوار في مقدمة أسس اختيار الأصدقاء بنسبة (42.05%) من المتجاوبين، بينما حلت القواسم مشتركة في الإهتمامات والتخصص بالمرتبة الثانية بنسبة (25.13%) وتبعتها الصدق والصراحة والاحترام المتبادل بنسبة (17.44%)، بينما حلت مصداقية المواد المنشورة والأخبار بالمرتبة الأخيرة بنسبة (5.13%). 	<p>أثر استخدام الشبكة ومواقع التواصل</p>
<p>توجيه الجهة المعنية إلى تشكيل لجنة لدراسة ومراجعة القوانين الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي، من أجل الخروج بتوصيات من شأنها تدعيم الأمن الفكري بالتطورات الحاصلة وضبطها بالإجراءات والقوانين.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • جاء تطبيق واتساب بالمرتبة الأولى من حيث الاستخدام، تلاه تطبيق يوتيوب بالمرتبة الثانية من حيث التكرار، وتطبيق سناب جات من حيث التقييم، بينما حل تطبيق انستغرام بالمرتبة الثالثة من حيث التكرار والتقييم، وجاء تطبيق سناب جات بالمرتبة الرابعة من حيث التكرار، وتطبيق يوتيوب من حيث التقييم، بينما تأخرت تطبيقات فيسبوك، وتويتير وجوجل بلص إلى الأخير من حيث الاستخدام والتقييم معاً على الترتيب. 	<p>مواقع التواصل المفضلة</p>

الطريقة والإجراءات

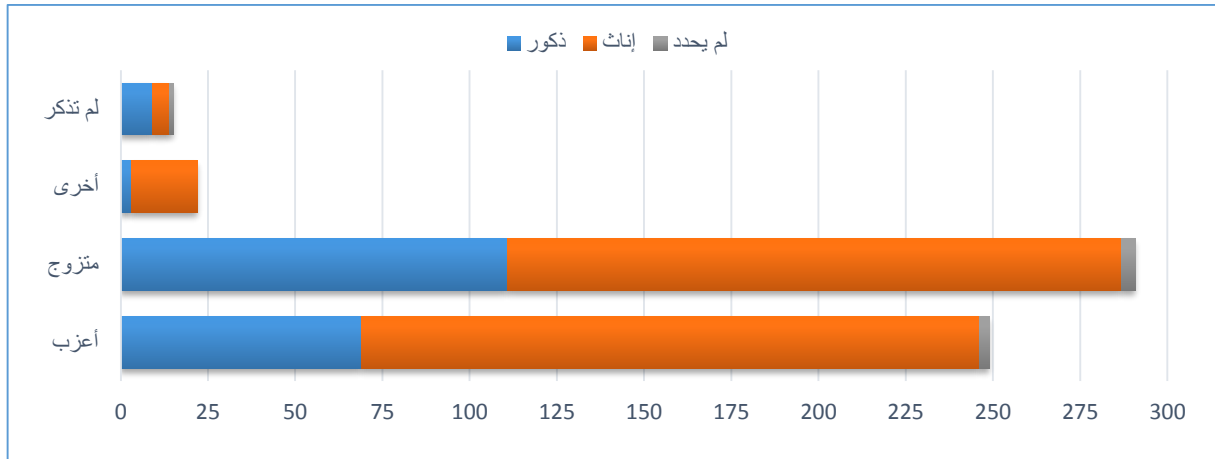
المجتمع الإحصائي

وزعت استمارة الاستبيان المرفقة على عينة عشوائية منتخبة من المواطنين والمقيمين في مدينة الشارقة، من أجل التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع بشكل عام، وعلى الأسر التي تعيش فيه بشكل خاص، ونجح فريق العمل في استعادة (577) استمارة، توزعت كما هو مبين في جدول التوزيع التكراري والمخطط البياني الآتيين:

جدول رقم (1): توزيع الاستبانات المستلمة حسب النوع والحالة الاجتماعية

النسب المئوية				التكرارات				الحالة الاجتماعية
الإجمالي	لم يحدد	إناث	ذكور	الإجمالي	لم يحدد	إناث	ذكور	
43.15%	0.52%	30.68%	11.96%	249	3	177	69	أعزب
50.43%	0.69%	30.50%	19.24%	291	4	176	111	متزوج
3.81%	0.00%	3.29%	0.52%	22	0	19	3	أخرى
2.60%	0.17%	0.87%	1.56%	15	1	5	9	لم تذكر
100.00%	1.39%	65.34%	33.28%	577	8	377	192	الإجمالي

شكل رقم (1): التوزيع النسبي للاستبانات المستلمة حسب النوع والحالة الاجتماعية

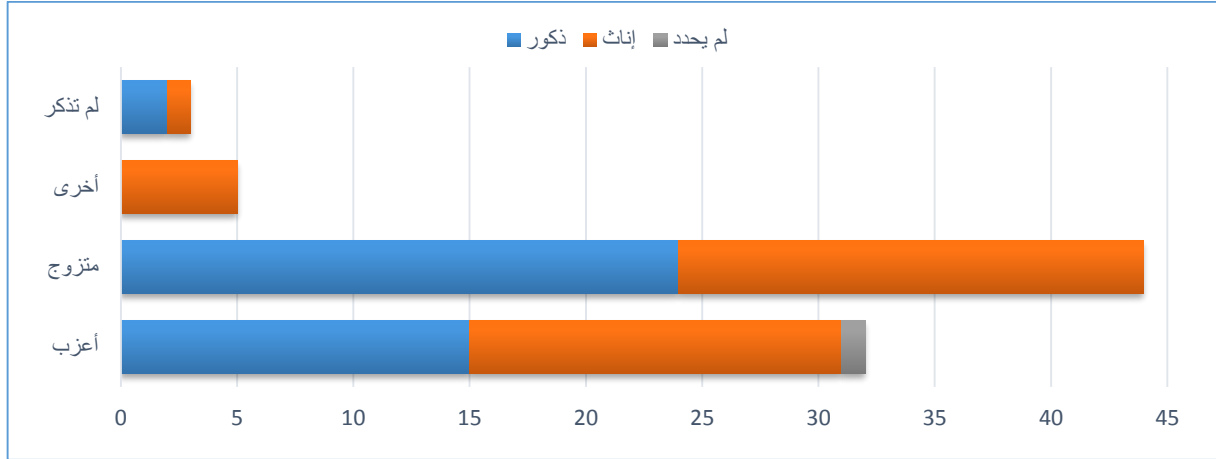


وبعد تدقيق الإجابات المستلمة من فريق العمل، ومطابقتها مع النموذج الإلكتروني، تم استبعاد (84) استبانة من التحليل، بعد تشخيص خلل ونقص في بعض الإجابات التي قد تؤثر سلباً على نتائج التحليل، كما هو مبين أدناه:

جدول رقم (2): توزيع الاستبانات المستبعدة من التحليل حسب النوع والحالة الاجتماعية

النسب المئوية				التكرارات				الحالة الاجتماعية
الإجمالي	لم يحدد	إناث	ذكور	الإجمالي	لم يحدد	إناث	ذكور	
38.10%	1.19%	19.05%	17.86%	32	1	16	15	أعزب
52.38%	0.00%	23.81%	28.57%	44	0	20	24	متزوج
5.95%	0.00%	5.95%	0.00%	5	0	5	0	أخرى
3.57%	0.00%	1.19%	2.38%	3	0	1	2	لم تذكر
100.00%	1.19%	50.00%	48.81%	84	1	42	41	الإجمالي

شكل رقم (2): التوزيع النسبي للاستبانة المستبعدة من التحليل حسب النوع والحالة الاجتماعية

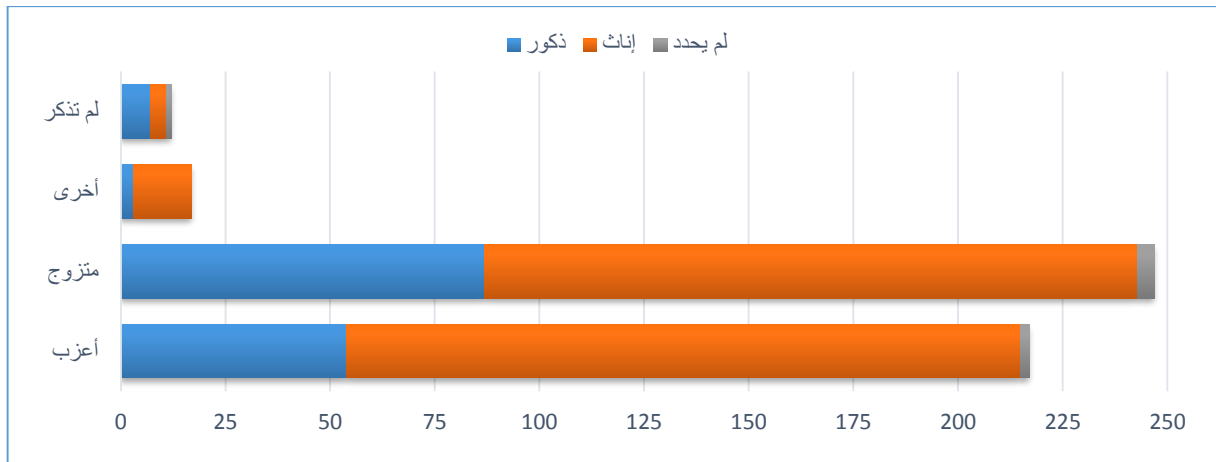


وبالمقابل تم اعتماد (493) استبانة في هذه الدراسة، كما هو مبين في جدول التوزيع التكراري الآتي:

جدول رقم (3): توزيع الاستبانة المعتمدة في التحليل حسب النوع والحالة الاجتماعية

النسب المئوية				التكرارات				الحالة الاجتماعية
الإجمالي	لم يحدد	إناث	ذكور	الإجمالي	لم يحدد	إناث	ذكور	
44.02%	0.41%	32.66%	10.95%	217	2	161	54	أعزب
50.10%	0.81%	31.64%	17.65%	247	4	156	87	متزوج
3.45%	0.00%	2.84%	0.61%	17	0	14	3	أخرى
2.43%	0.20%	0.81%	1.42%	12	1	4	7	لم تذكر
100.00%	1.42%	67.95%	30.63%	493	7	335	151	الإجمالي

شكل رقم (3): التوزيع النسبي للاستبانة المعتمدة في التحليل حسب النوع والحالة الاجتماعية



التحليل الإحصائي

بلغت نسبة الاستبيانات المعتمدة في التحليل (85.44%) من الاستجابات المستلمة من المشاركين في هذه الدراسة، حيث شكل الإناث فيها ما نسبته (67.95%)، مقابل (30.63%) من الذكور، بينما اختار (1.42%) منهم عدم التصريح بنوعه. ومن جهة أخرى شكل المتزوجون فيهم ما نسبته (50.10%)، مقابل (44.02%) من العزاب، بالإضافة إلى الحالات الأخرى التي شكلت ما نسبته (3.45%)، بينما اختار (2.43%) منهم عدم التصريح بحالته الإجتماعية، كما تم عرضه مفصلاً في جدول التوزيع التكراري والمخطط البياني السابقين.

فترة ومدة الاستخدام

بلغ معدل زمن استخدام المشاركين العام لشبكة الانترنت (3.77) ساعة في اليوم، بينما لم تتجاوز نسبة الذين ليس لهم وقت محدد لاستخدام الشبكة (27.38%) من مجمل المشاركين، ومن جهة أخرى بلغ معدل فترة استخدام المشاركين لمواقع التواصل الإجتماعي (5.06) سنة، بينما لم تتجاوز نسبة الذين لا يستخدمون تلك المواقع (0.41%).

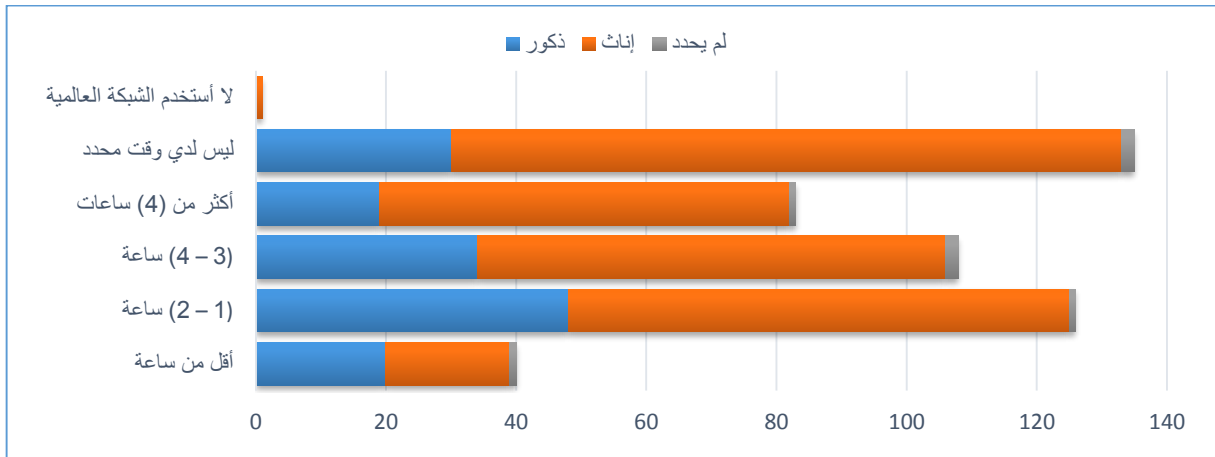
استخدام الشبكة

بلغ معدل زمن استخدام الإناث للشبكة (4.02) ساعة في اليوم، وكان أعلى قليلاً من مثيله بالنسبة للذكور الذي بلغ (3.22) ساعة في اليوم، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (4): توزيع الاستبيانات المعتمدة حسب النوع وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

الخيارات	ذكر	أنثى	غير محدد	الإجمالي
أقل من ساعة	13.25%	5.67%	14.29%	8.11%
(1 - 2) ساعة	31.79%	22.99%	14.29%	25.56%
(3 - 4) ساعة	22.52%	21.49%	28.57%	21.91%
أكثر من (4) ساعات	12.58%	18.81%	14.29%	16.84%
ليس لدي وقت محدد	19.87%	30.75%	28.57%	27.38%
لا أستخد الشبكة العالمية	0.00%	0.30%	0.00%	0.20%
الإجمالي	30.63%	67.95%	1.42%	100.00%

شكل رقم (4): التوزيع البياني للاستبيانات المعتمدة حسب النوع وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

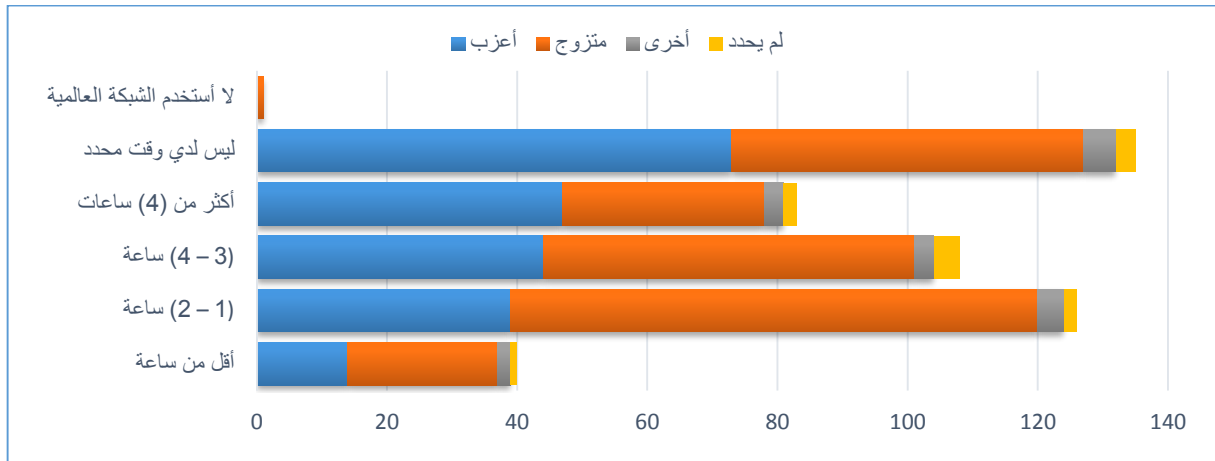


وبلغ معدل زمن استخدام العزاب من المشاركين للشبكة (4.22) ساعة في اليوم، بينما لم يتجاوز مثيله لدى المتزوجين (3.36) ساعة في اليوم، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (5): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

الخيارات	أعزب	متزوج	أخرى	لم يحدد	الإجمالي
أقل من ساعة	9.31%	11.76%	8.11%	6.45%	8.11%
(1 - 2) ساعة	32.79%	23.53%	25.56%	17.97%	25.56%
(3 - 4) ساعة	23.08%	17.65%	21.91%	20.28%	21.91%
أكثر من (4) ساعات	12.55%	17.65%	16.84%	21.66%	16.84%
ليس لدي وقت محدد	21.86%	29.41%	27.38%	33.64%	27.38%
لا أستخدم الشبكة العالمية	0.40%	0.00%	0.20%	0.00%	0.20%
الإجمالي	44.02%	50.10%	3.45%	2.43%	100.00%

شكل رقم (5): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

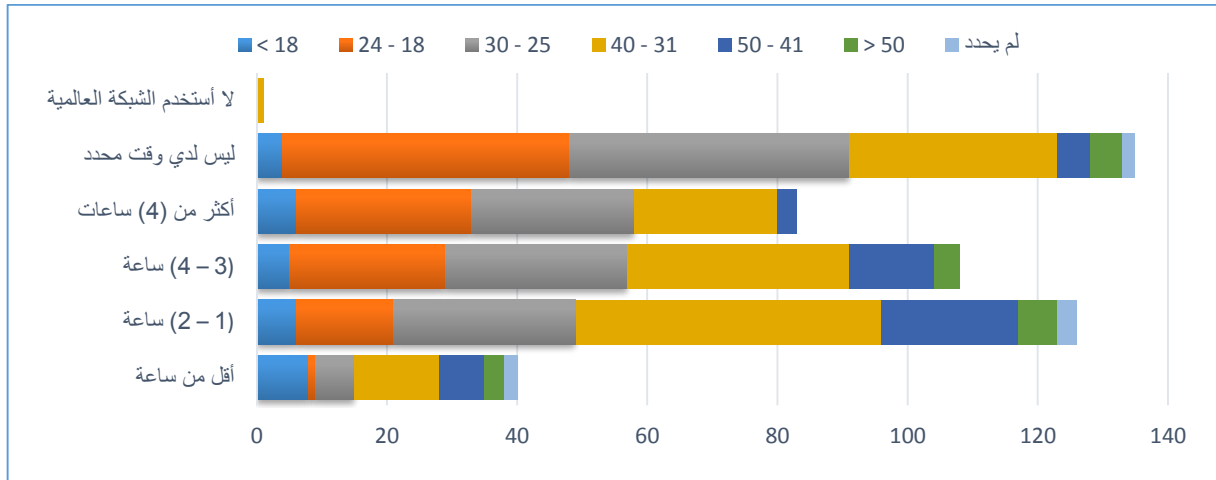


وسجلت الفئة العمرية (18 - 24) سنة أعلى معدل استخدام يومي لشبكة الانترنت، حيث بلغت (4.68) ساعة في اليوم، بينما لم يتجاوز مثيله لدى الفئة (41 - 50) سنة المدة (2.59) ساعة في اليوم، وتدرجت معدلات الفئات الأخرى بين هاتين القيمتين، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (6): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

الخيارات	18 >	18 - 24	25 - 30	31 - 40	41 - 50	50 <	غير محدد	الإجمالي
أقل من ساعة	27.59%	0.90%	4.62%	8.72%	14.29%	16.67%	28.57%	8.11%
(1 - 2) ساعة	20.69%	13.51%	21.54%	31.54%	42.86%	33.33%	42.86%	25.56%
(3 - 4) ساعة	17.24%	21.62%	21.54%	22.82%	26.53%	22.22%	0.00%	21.91%
أكثر من (4) ساعات	20.69%	24.32%	19.23%	14.77%	6.12%	0.00%	0.00%	16.84%
ليس لدي وقت محدد	13.79%	39.64%	33.08%	21.48%	10.20%	27.78%	28.57%	27.38%
لا أستخدم الشبكة العالمية	0.00%	0.00%	0.00%	0.67%	0.00%	0.00%	0.00%	0.20%
الإجمالي	5.88%	22.52%	26.37%	30.22%	9.94%	3.65%	1.42%	100.0%

شكل رقم (6): التوزيع البياني للاستبيانات المعتمدة حسب فئات العمر وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

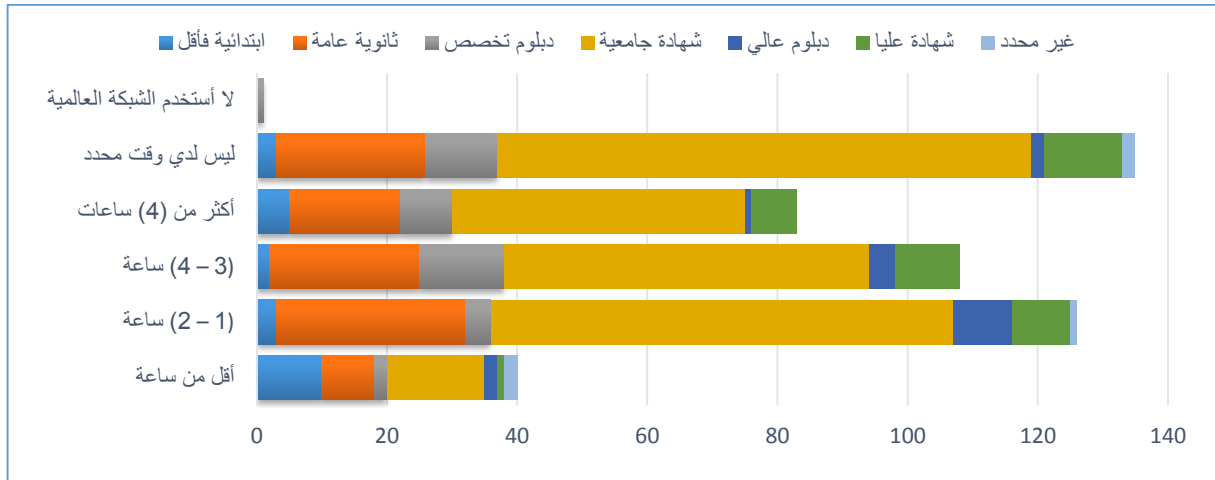


وسجل المشاركون من حملة دبلوم التخصص أعلى معدل استخدام للشبكة، بلغ (4.28) ساعة في اليوم، تلاهم من حيث الترتيب المشاركون من حملة الشهادات العليا بمعدل (4.09) ساعة في اليوم، بينما لم يتجاوز معدل استخدام حملة الدبلوم العالي للشبكة (2.56) ساعة في اليوم، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (7): توزيع الاستبيانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

الخيارات	ابتدائية فأقل	ثانوية عامة	دبلوم تخصص	شهادة جامعية	دبلوم عالي	شهادة عليا	غير محدد	الإجمالي
أقل من ساعة	43.48%	8.00%	5.13%	5.58%	11.11%	2.56%	40.00%	8.11%
(2 - 1) ساعة	13.04%	29.00%	10.26%	26.39%	50.00%	23.08%	20.00%	25.56%
(4 - 3) ساعة	8.70%	23.00%	33.33%	20.82%	22.22%	25.64%	0.00%	21.91%
أكثر من (4) ساعات	21.74%	17.00%	20.51%	16.73%	5.56%	17.95%	0.00%	16.84%
ليس لدي وقت محدد	13.04%	23.00%	28.21%	30.48%	11.11%	30.77%	40.00%	27.38%
لا أستخدم الشبكة العالمية	0.00%	0.00%	2.56%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.20%
الإجمالي	4.67%	20.28%	7.91%	54.56%	3.65%	7.91%	1.01%	100.00%

شكل رقم (7): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

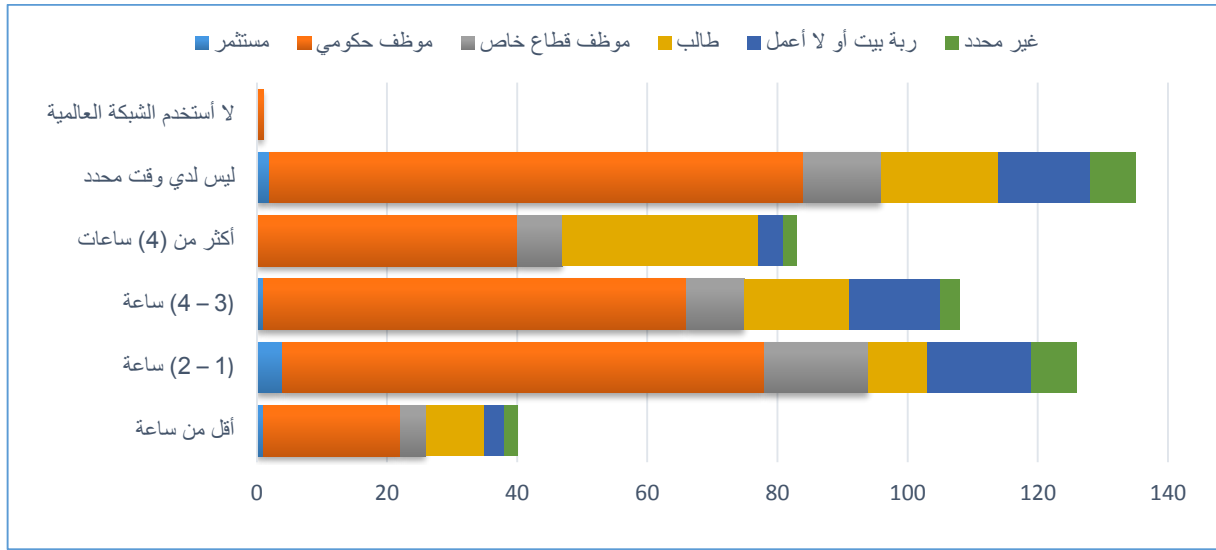


سجلت ربات البيوت والذين ليس لديهم عمل من المشاركين في هذه الدراسة أعلى معدل استخدام يومي لشبكة الانترنت، حيث بلغ (4.23) ساعة في اليوم، تلاهم موظفي القطاع الخاص بمن حيث الترتيب بمعدل (3.67) ساعة في اليوم، بينما سجل موظفي القطاع الحكومي أقل معدل استخدام للشبكة بلغ (2.75) ساعة في اليوم، وسجل المشاركون من حملة دبلوم التخصص أعلى معدل استخدام يومي للشبكة، حيث لم يتجاوز (4.28) ساعة في اليوم، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (8): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

الخيارات	مستثمر	موظف حكومي	موظف قطاع خاص	طالب	ربة بيت أو لا أعمل	غير محدد	الإجمالي
أقل من ساعة	12.50%	7.42%	8.33%	10.98%	5.88%	9.52%	8.11%
(1 - 2) ساعة	50.00%	26.15%	33.33%	10.98%	31.37%	33.33%	25.56%
(3 - 4) ساعة	12.50%	22.97%	18.75%	19.51%	27.45%	14.29%	21.91%
أكثر من (4) ساعات	0.00%	14.13%	14.58%	36.59%	7.84%	9.52%	16.84%
ليس لدي وقت محدد	25.00%	28.98%	25.00%	21.95%	27.45%	33.33%	27.38%
لا أستخدم الشبكة العالمية	0.00%	0.35%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.20%
الإجمالي	4.26%	1.62%	57.40%	9.74%	16.63%	0.00%	10.34%

شكل رقم (8): التوزيع البياني للاستبيانات المعتمدة حسب حالة العمل وفترة الاستخدام اليومي للشبكة



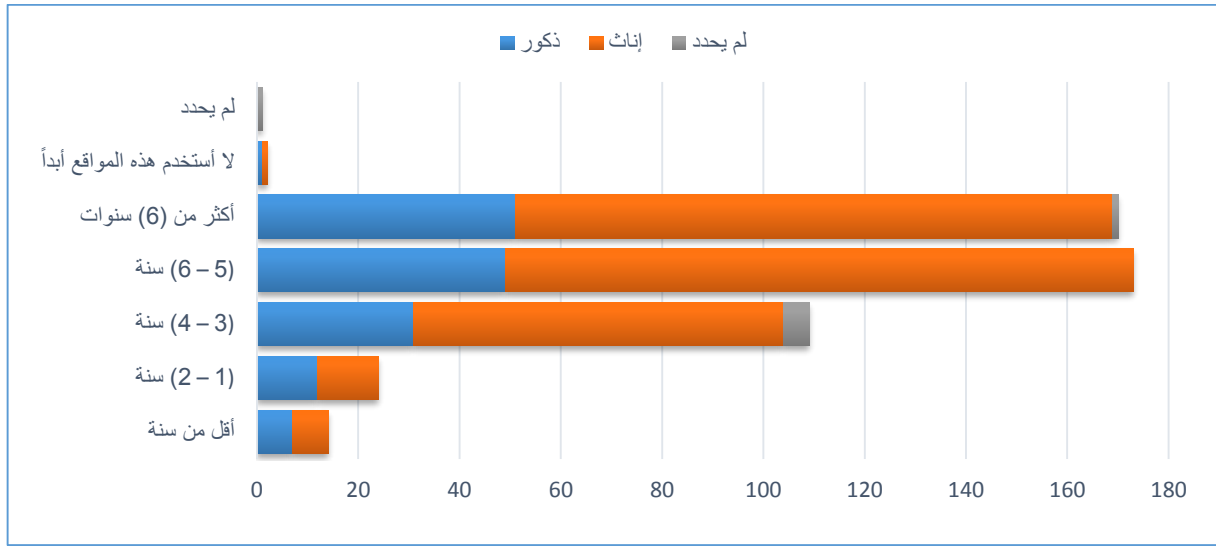
التواصل الاجتماعي

بلغ معدل فترة استخدام الإناث لمواقع التواصل الاجتماعي (5.17) سنة، وكان أعلى قليلاً من مثيله لدى الذكور، الذي بلغ (4.87) سنة، بينما لم تتجاوز نسبة الذين لا يستخدمون تلك مواقع التواصل الاجتماعي (0.41%)، في حين صرح (34.48%) من مجمل المشاركين باستخدامهم لها لفترة أطول من ست سنوات، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع النسبي الآتيين:

جدول رقم (9): توزيع الاستبيانات المعتمدة حسب النوع وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	ذكر	أنثى	غير محدد	الإجمالي
أقل من سنة	4.64%	2.09%	0.00%	2.84%
سنة (1 - 2)	7.95%	3.58%	0.00%	4.87%
سنة (3 - 4)	20.53%	21.79%	71.43%	22.11%
سنة (5 - 6)	32.45%	37.01%	0.00%	35.09%
أكثر من (6) سنوات	33.77%	35.22%	14.29%	34.48%
لا أستخدام هذه المواقع أبداً	0.66%	0.30%	0.00%	0.41%
لم يحدد	0.00%	0.00%	14.29%	0.20%
الإجمالي	30.63%	67.95%	1.42%	100.00%

شكل رقم (9): التوزيع النسبي للاستبيانات المعتمدة حسب النوع وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

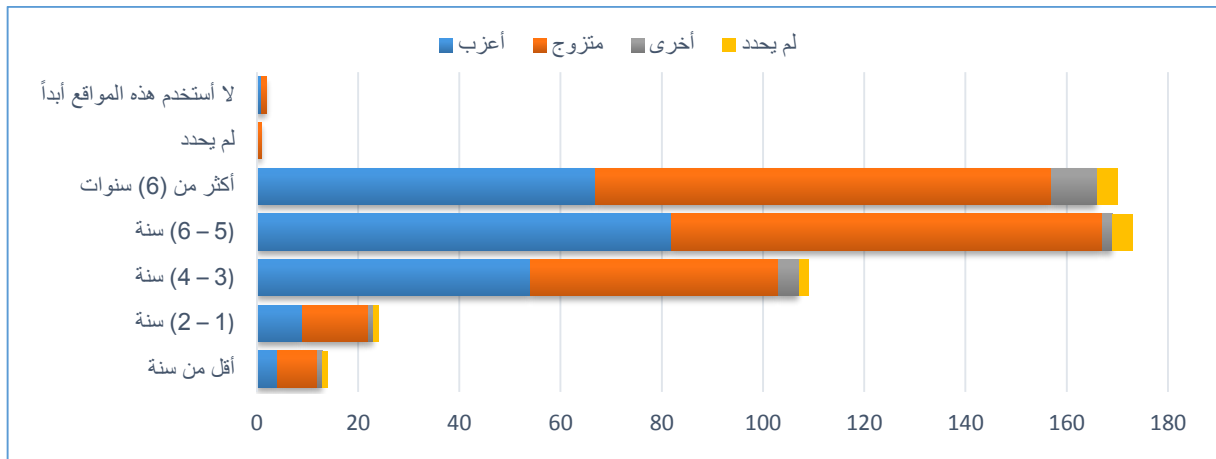


ولم يسجل أي فرق يذكر في معدل زمن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عند تصنيف المشاركين في هذه الدراسة حسب الحالة الاجتماعية، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (10): توزيع الاستبيانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وفترة الاستخدام

الخيارات	أعزب	متزوج	أخرى	لم يحدد	الإجمالي
أقل من سنة	3.24%	5.88%	2.84%	1.84%	2.84%
سنة (1 - 2)	5.26%	5.88%	4.87%	4.15%	4.87%
سنة (3 - 4)	19.84%	23.53%	22.11%	24.88%	22.11%
سنة (5 - 6)	34.41%	11.76%	35.09%	37.79%	35.09%
أكثر من (6) سنوات	36.44%	52.94%	34.48%	30.88%	34.48%
لم يحدد	0.40%	0.00%	0.20%	0.00%	0.20%
لا أستخدم هذه المواقع أبداً	0.40%	0.00%	0.41%	0.46%	0.41%
الإجمالي	44.02%	50.10%	3.45%	2.43%	100.00%

شكل رقم (10): التوزيع البياني للاستبيانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وفترة الاستخدام

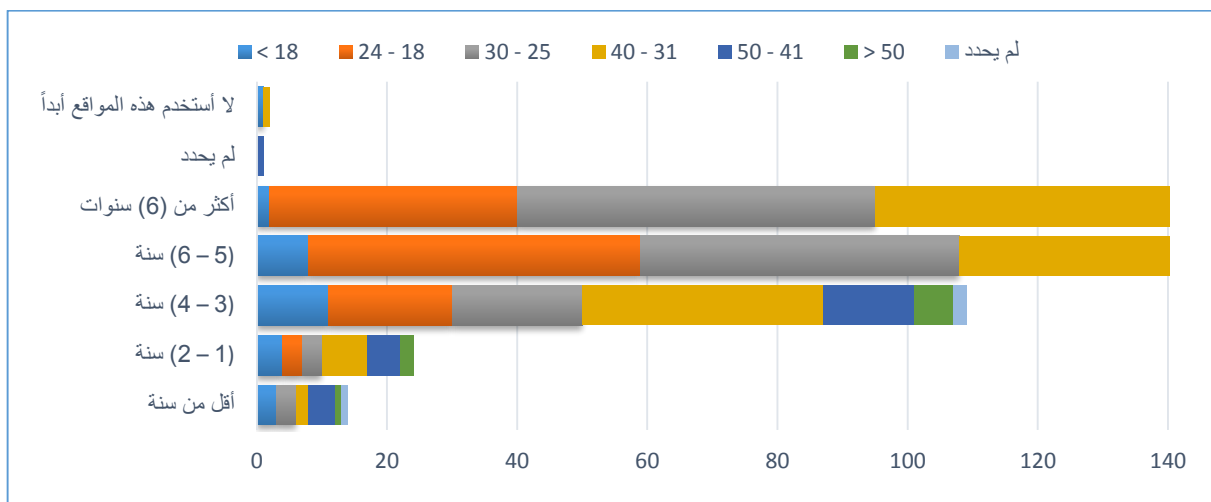


وسجلت الفئة العمرية (18 - 24) سنة أعلى معدل لفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت (5.41) سنة، وإن كانت متقاربة نوعاً ما مع الفترتين المجاورتين لها، بينما لم يتجاوز مثيله لدى الفئة (31 - 40) سنة المدة (4.31) سنة، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (11): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	18 >	18 - 24	25 - 30	31 - 40	41 - 50	50 <	غير محدد	الإجمالي
أقل من سنة	10.34%	0.00%	2.31%	1.34%	8.16%	5.56%	14.29%	2.84%
سنة (1 - 2)	13.79%	2.70%	2.31%	4.70%	10.20%	11.11%	0.00%	4.87%
سنة (3 - 4)	37.93%	17.12%	15.38%	24.83%	28.57%	33.33%	28.57%	22.11%
سنة (5 - 6)	27.59%	45.95%	37.69%	30.87%	28.57%	22.22%	14.29%	35.09%
أكثر من (6) سنوات	6.90%	34.23%	42.31%	37.58%	22.45%	27.78%	42.86%	34.48%
لم يحدد	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	2.04%	0.00%	0.00%	0.20%
لا أستخد هذه المواقع أبداً	3.45%	0.00%	0.00%	0.67%	0.00%	0.00%	0.00%	0.41%
الإجمالي	5.88%	22.52%	26.37%	30.22%	9.94%	3.65%	1.42%	10.00%

شكل رقم (11): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



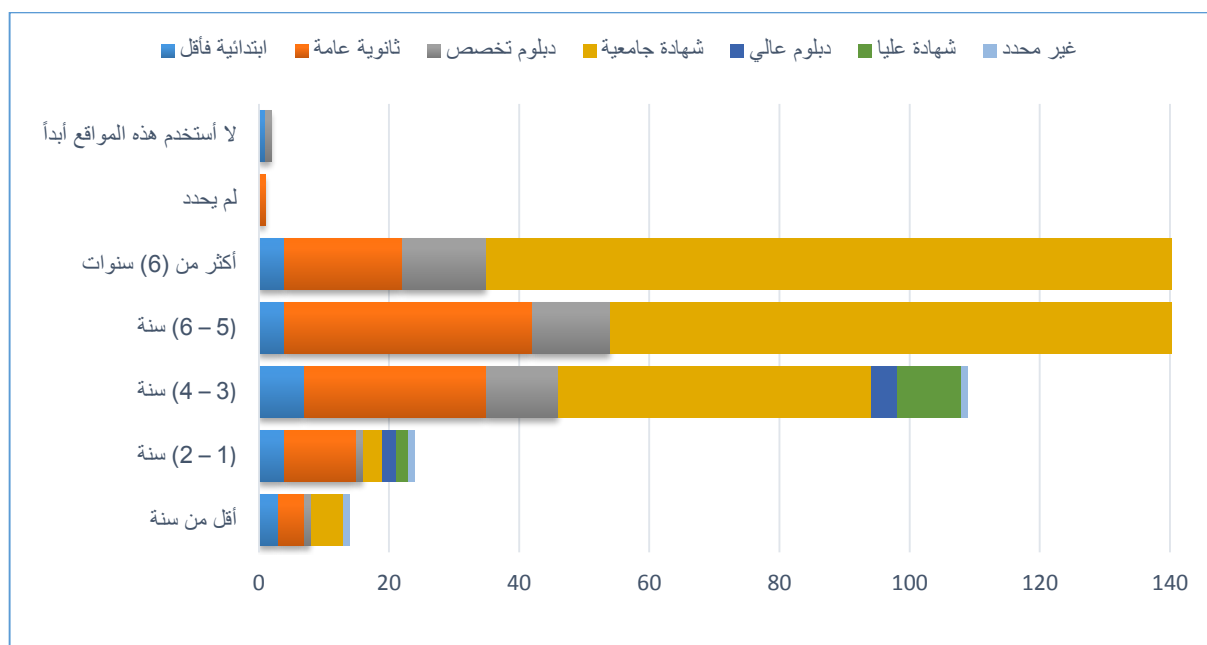
سجل المشاركين من حملة الشهادات الجامعية أعلى معدل لفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بلغت (5.43) سنة، تلاهم من حيث الترتيب المشاركين من حملة الشهادات العليا بمعدل (5.17) سنة، بينما لم يتجاوز مثيله لدى المشاركين من حملة الشهادات الابتدائية (3.64) سنة، كما هو مبين في الجدول والمخطط البياني الآتيين:

جدول رقم (12): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وفترة الاستخدام

الخيارات	ابتدائية فأقل	ثانوية عامة	دبلوم تخصص	شهادة جامعية	دبلوم عالي	شهادة عليا	غير محدد	الإجمالي
أقل من سنة	13.04%	4.00%	2.56%	1.86%	0.00%	0.00%	20.00%	2.84%
سنة (1 - 2)	17.39%	11.00%	2.56%	1.12%	11.11%	5.13%	20.00%	4.87%

22.11%	20.00%	25.64%	22.22%	17.84%	28.21%	28.00%	30.43%	سنة (3 - 4)
35.09%	0.00%	30.77%	38.89%	37.17%	30.77%	38.00%	17.39%	سنة (5 - 6)
34.48%	40.00%	38.46%	27.78%	42.01%	33.33%	18.00%	17.39%	أكثر من (6) سنوات
0.20%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.00%	0.00%	لم يحدد
0.41%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	2.56%	0.00%	4.35%	لا تستخدم هذه المواقع أبداً
100.0%	1.01%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	الإجمالي

شكل رقم (12): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وفترة الاستخدام



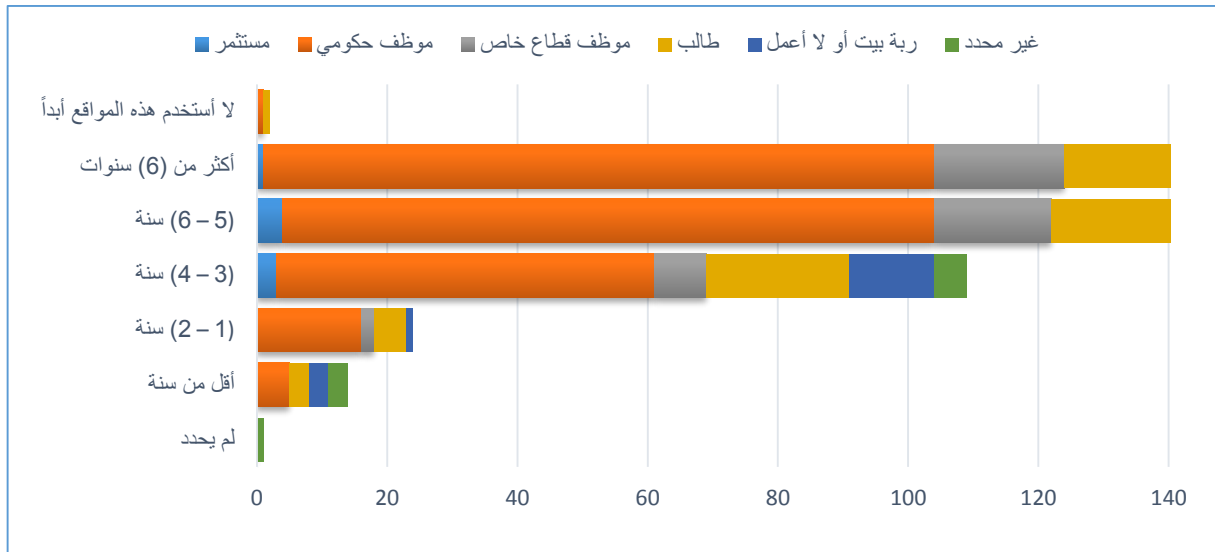
سجل موظفي القطاع الخاص من المشاركين في هذه الدراسة أعلى معدل لفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت (4.42) سنة، تلاهم موظفي القطاع الحكومي من حيث الترتيب بمعدل (5.14) سنة، بينما جاء المعدل متقارباً جداً بين الفئات الأخرى، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (13): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	مستثمر	موظف حكومي	موظف قطاع خاص	طالب	ربة بيت أو لا تعمل	غير محدد	الإجمالي
لم يحدد	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	4.76%	0.20%
أقل من سنة	0.00%	1.77%	0.00%	3.66%	5.88%	14.29%	2.84%
سنة (1 - 2)	0.00%	5.65%	4.17%	6.10%	1.96%	0.00%	4.87%
سنة (3 - 4)	37.50%	20.49%	16.67%	26.83%	25.49%	23.81%	22.11%
سنة (5 - 6)	50.00%	35.34%	37.50%	34.15%	33.33%	28.57%	35.09%
أكثر من (6) سنوات	12.50%	36.40%	41.67%	28.05%	33.33%	28.57%	34.48%
لا تستخدم هذه المواقع أبداً	0.00%	0.35%	0.00%	1.22%	0.00%	0.00%	0.41%

10.34%	0.00%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	الإجمالي
--------	-------	--------	-------	--------	-------	-------	----------

شكل رقم (13): التوزيع البياني للاستبانة المعتمدة حسب حالة العمل وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



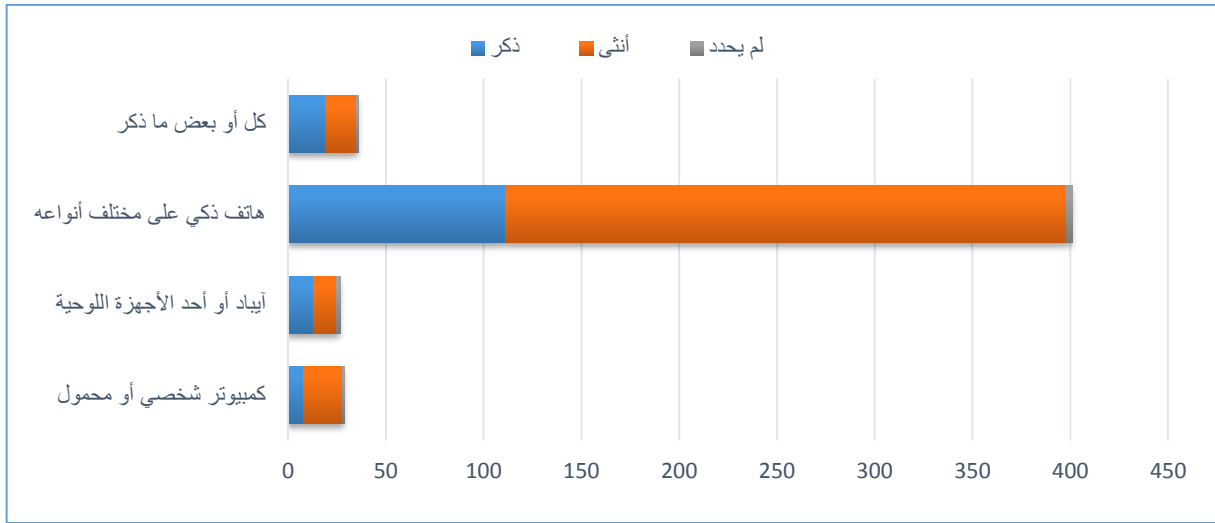
الوسائل المستخدمة

وجد بأن (81.34%) من المشاركين يستخدمون هواتفهم الذكية عند تصفح الشبكة أو الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت نسبة الإناث التي كانت (85.67%)، أعلى من نسبة الذكور التي بلغت (73.51%)، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (14): توزيع الاستبانة المعتمدة حسب النوع ووسائل تصفح الشبكة

الخيارات	ذكر	أنثى	لم يحدّد	الإجمالي
كمبيوتر شخصي أو محمول	5.30%	5.97%	14.29%	5.88%
أياد أو أحد الأجهزة اللوحية	8.61%	3.58%	28.57%	5.48%
هاتف ذكي على مختلف أنواعه	73.51%	85.67%	42.86%	81.34%
كل أو بعض ما ذكر	12.58%	4.78%	14.29%	7.30%
الإجمالي	30.63%	67.95%	1.42%	100.00%

شكل رقم (14): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب النوع ووسائل تصفح الشبكة

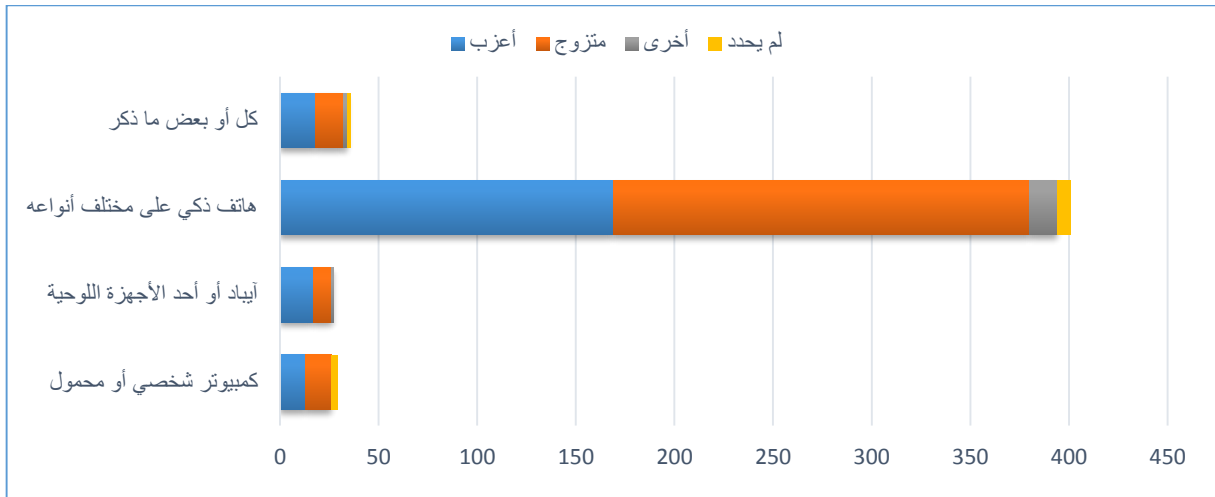


وجاء العزاب الذين يستخدمون هواتفهم الذكية في تصفح الشبكة والخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى، بنسبة (85.43%) من المشاركين، تلاهم المتزوجون بالمرتبة الثانية بنسبة (82.35%)، وينسب أقل جاءت الحالات الأخرى والمشاركين الذين لم يفصحوا عن حالتهم الاجتماعية التي بلغت (81.34%) و(77.88%) على الترتيب، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (15): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية ووسائل تصفح الشبكة

الخيارات	أعزب	متزوج	أخرى	لم يحدد	الإجمالي
كمبيوتر شخصي أو محمول	5.26%	0.00%	5.88%	5.99%	5.88%
أياد أو أحد الأجهزة اللوحية	3.64%	5.88%	5.48%	7.83%	5.48%
هاتف ذكي على مختلف أنواعه	85.43%	82.35%	81.34%	77.88%	81.34%
كل أو بعض ما ذكر	5.67%	11.76%	7.30%	8.29%	7.30%
الإجمالي	44.02%	50.10%	3.45%	2.43%	100.00%

شكل رقم (15): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية ووسائل تصفح الشبكة

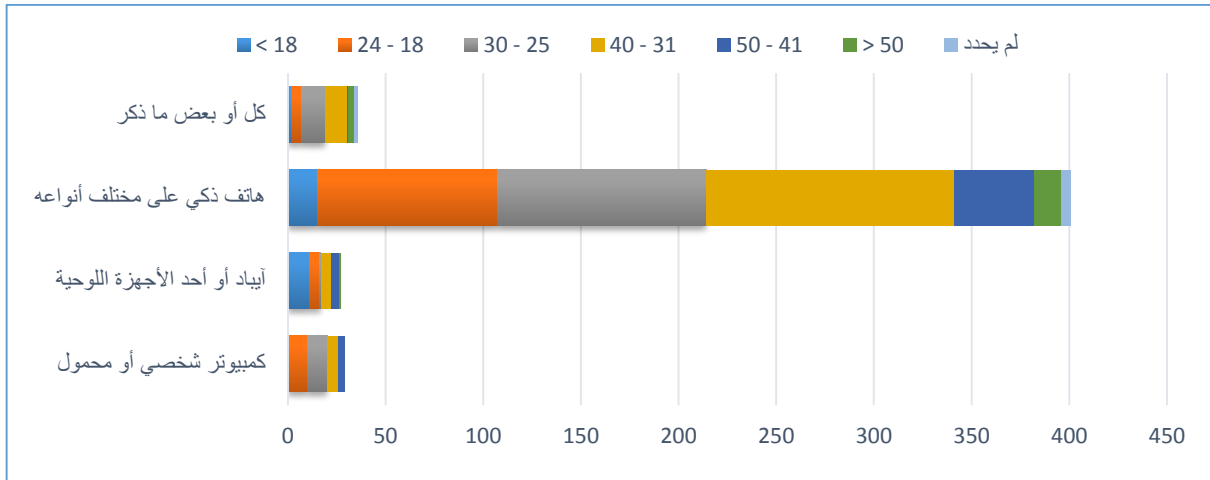


وسجلت الفئة العمرية (31 - 40) سنة أعلى نسبة استخدام للهواتف الذكية في تصفح الشبكة ومواقع التواصل الاجتماعي والتي شملت (85.23%) من المشاركين، بينما لم تتجاوز مثلتها التي تخص الأحداث دون عمر (18) سنة، النسبة (51.72%) كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (16): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر ووسائل تصفح الشبكة

الخيارات	18 >	18 - 24	25 - 30	31 - 40	41 - 50	50 <	غير محدد	الإجمالي
كمبيوتر شخصي أو محمول	3.45%	8.11%	7.69%	4.03%	6.12%	0.00%	0.00%	5.88%
آيباد أو أحد الأجهزة اللوحية	37.93%	4.50%	0.77%	3.36%	8.16%	5.56%	0.00%	5.48%
هاتف ذكي على مختلف أنواعه	51.72%	82.88%	82.31%	85.23%	83.67%	77.78%	71.43%	81.34%
كل أو بعض ما ذكر	6.90%	4.50%	9.23%	7.38%	2.04%	16.67%	28.57%	7.30%
الإجمالي	5.88%	22.52%	26.37%	30.22%	9.94%	3.65%	1.42%	100.00%

شكل رقم (16): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر ووسائل تصفح الشبكة

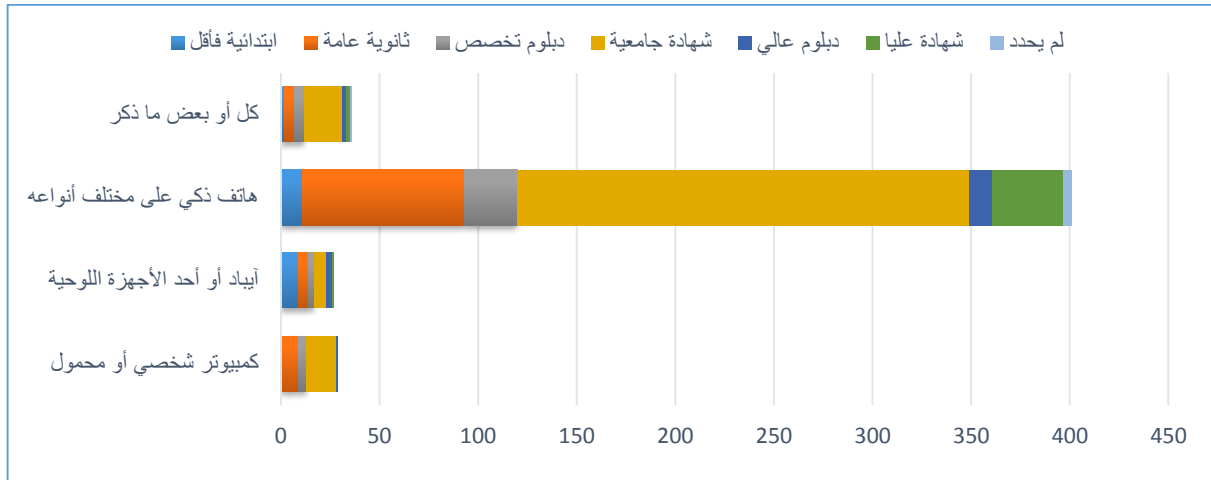


وسجل المشاركون من حملة الشهادات العليا أعلى نسبة استخدام للشبكة ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، حيث بلغت (92.31%)، تلاهم المشاركون من حملة الشهادات الجامعية بنسبة (85.13%) من حيث الترتيب، بينما لم تتجاوز مثلتها لدى حملة الشهادة الابتدائية، أو أقل منها، النسبة (47.83%)، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (17): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي ووسائل تصفح الشبكة

الخيارات	ابتدائية فأقل	ثانوية عامة	دبلوم تخصص	شهادة جامعية	دبلوم عالي	شهادة عليا	غير محدد	الإجمالي
كمبيوتر شخصي أو محمول	4.35%	8.00%	10.26%	5.58%	5.56%	0.00%	0.00%	5.88%
آيباد أو أحد الأجهزة اللوحية	39.13%	5.00%	7.69%	2.23%	16.67%	2.56%	0.00%	5.48%
هاتف ذكي على مختلف أنواعه	47.83%	82.00%	69.23%	85.13%	66.67%	92.31%	80.00%	81.34%
كل أو بعض ما ذكر	8.70%	5.00%	12.82%	7.06%	11.11%	5.13%	20.00%	7.30%
الإجمالي	4.67%	20.28%	7.91%	54.56%	3.65%	7.91%	1.01%	100.00%

شكل رقم (17): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي ووسائل تصفح الشبكة

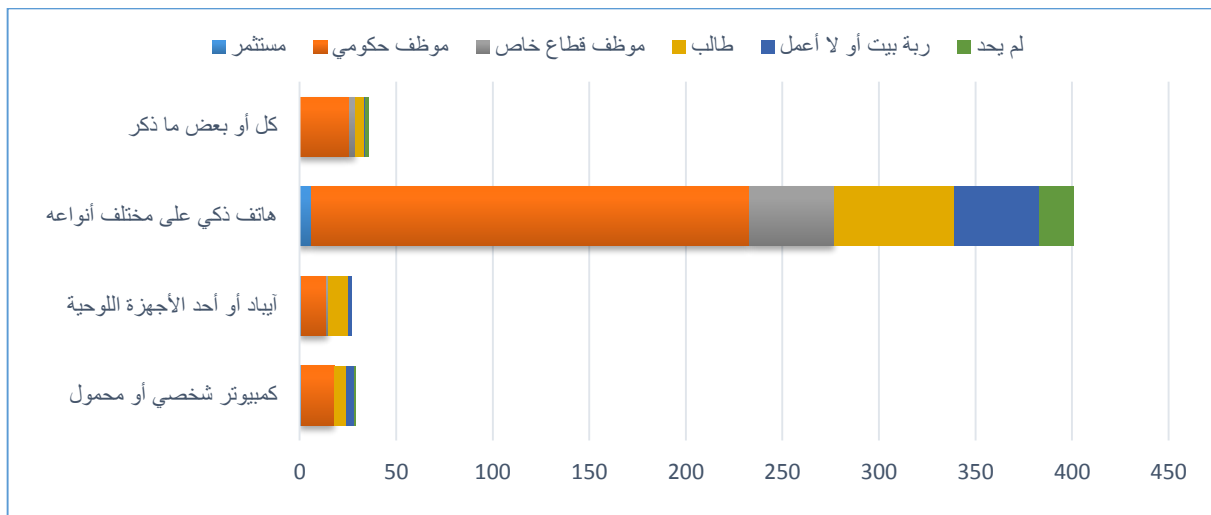


سجل موظفي القطاع الخاص أعلى نسبة استخدام للشبكة ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، حيث بلغت (91.67%)، تلاهم المشاركين من ربات البيوت والذين ليس لديهم عمل بنسبة (86.27%)، تلاهم المشاركين من موظفي القطاع الحكومي بنسبة (80.21%) بالمرتبة الثالثة، بينما جاءت مثلثتها الخاصة بالمستثمرين والطلاب متقاربة جداً، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (18): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل ووسائل تصفح الشبكة

الخيارات	مستثمر	موظف حكومي	موظف قطاع خاص	طالب	ربة بيت أو لا تعمل	غير محدد	الإجمالي
كمبيوتر شخصي أو محمول	12.50%	6.01%	0.00%	7.32%	7.84%	4.76%	5.88%
آيباد أو أحد الأجهزة اللوحية	12.50%	4.59%	2.08%	12.20%	3.92%	0.00%	5.48%
هاتف ذكي على مختلف أنواعه	75.00%	80.21%	91.67%	75.61%	86.27%	85.71%	81.34%
كل أو بعض ما ذكر	0.00%	9.19%	6.25%	4.88%	1.96%	9.52%	7.30%
الإجمالي	4.26%	1.62%	57.40%	9.74%	16.63%	0.00%	10.34%

شكل رقم (18): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل ووسائل تصفح الشبكة



التكلفة المادية

بلغ معدل التكلفة المادية الفردية المرصودة لخدمة الانترنت للمشاركين وعوائلهم (273.50) درهماً في الشهر، والذين يشكلون ما نسبته (93.91%) من المشاركين في هذه الدراسة، بينما لم تتجاوز نسبة الذين يحصلون على هذه الخدمة مجاناً (6.09%) من مجمل المشاركين.

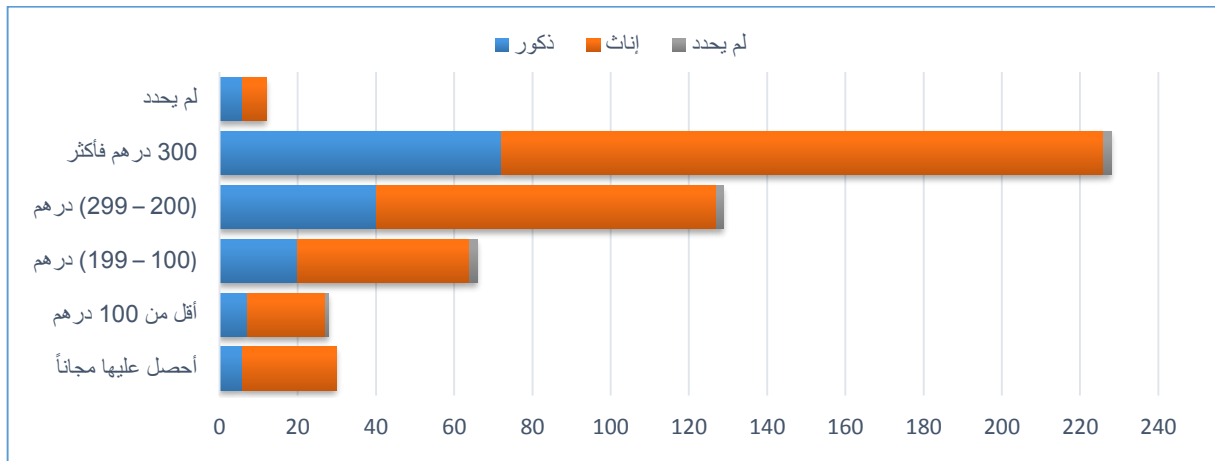
التوزيع حسب النوع

ومن جهة أخرى بلغ معدل ما يرصده الذكور من المشاركين لخدمة الانترنت (277.34) درهماً في الشهر، وكان أعلى قليلاً من مثيله لدى الإناث الذي بلغ (272.95) درهماً في الشهر، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (19): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب النوع والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت

الخيارات	ذكر	أنثى	غير محدد	الإجمالي
أحصل عليها مجاناً	3.97%	7.16%	0.00%	6.09%
أقل من 100 درهم	4.64%	5.97%	14.29%	5.68%
100 – 199 درهم	13.25%	13.13%	28.57%	13.39%
200 – 299 درهم	26.49%	25.97%	28.57%	26.17%
300 درهم فأكثر	47.68%	45.97%	28.57%	46.25%
لم يحدد	3.97%	1.79%	0.00%	2.43%
الإجمالي	30.63%	67.95%	1.42%	100.00%

شكل رقم (19): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب النوع والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت



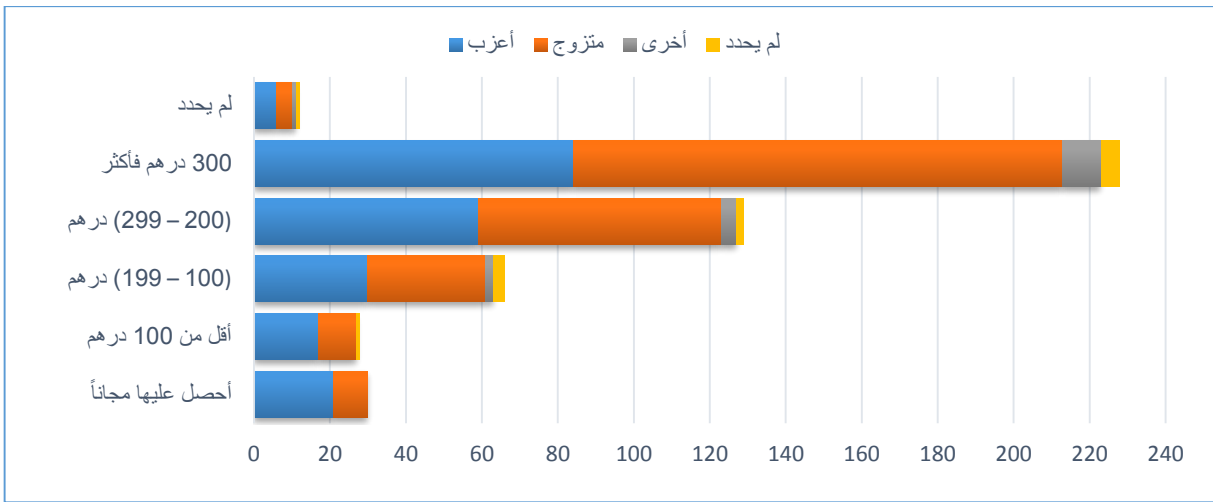
التوزيع حسب الجالة الاجتماعية

ويبلغ معدل ما يرصده المتزوجون من المشاركين لخدمة الانترنت (283.33) درهماً في الشهر، بينما لم يتجاوز مثيله لدى العزاب (260.53) درهماً، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (20): توزيع الاستبيانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت

الخيارات	أعزب	متزوج	أخرى	لم يحدد	الإجمالي
أحصل عليها مجاناً	3.64%	0.00%	6.09%	9.68%	6.09%
أقل من 100 درهم	4.05%	0.00%	5.68%	7.83%	5.68%
100 - 199 درهم	12.55%	11.76%	13.39%	13.82%	13.39%
200 - 299 درهم	25.91%	23.53%	26.17%	27.19%	26.17%
300 درهم فأكثر	52.23%	58.82%	46.25%	38.71%	46.25%
لم يحدد	1.62%	5.88%	2.43%	2.76%	2.43%
الإجمالي	44.02%	50.10%	3.45%	2.43%	100.00%

شكل رقم (20): التوزيع البياني للاستبيانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت



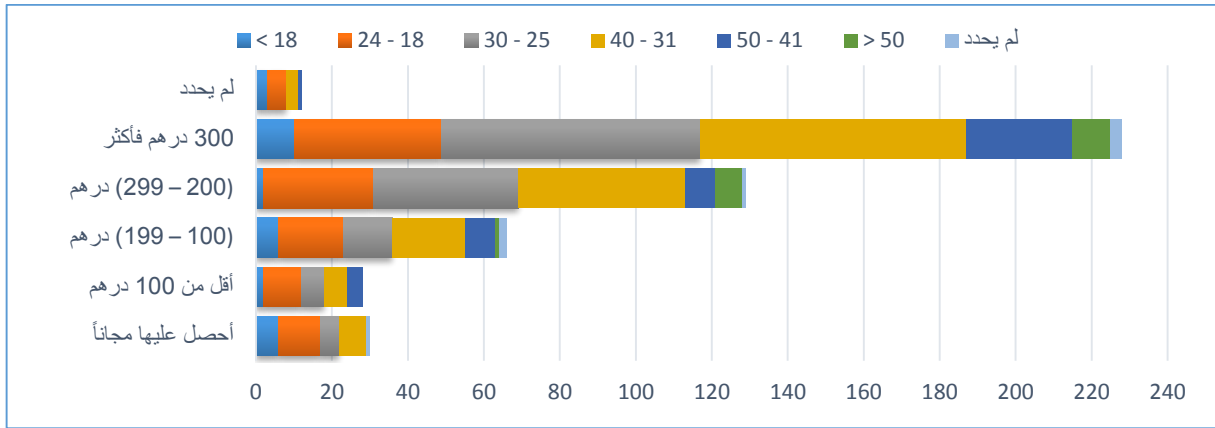
التوزيع حسب فئات العمر

وسجلت الفئة العمرية (31 - 40) سنة أعلى معدل مرصود لتوفير شبكة الانترنت، حيث بلغ (284.40) درهماً في الشهر، تلاه من حيث الترتيب مثيله لدى الفئة (41 - 50) سنة بمعدل (278.06) درهماً في الشهر، وتدرجت معدلات الفئات الأخرى بشكل متفاوت فيما بينها، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (21): توزيع الاستبيانات المعتمدة حسب فئات العمر والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت

الخيارات	18 >	18 - 24	25 - 30	31 - 40	41 - 50	50 <	غير محدد	الإجمالي
أحصل عليها مجاناً	20.69%	9.91%	3.85%	4.70%	0.00%	0.00%	14.29%	6.09%
أقل من 100 درهم	6.90%	9.01%	4.62%	4.03%	8.16%	0.00%	0.00%	5.68%
100 - 199 درهم	20.69%	15.32%	10.00%	12.75%	16.33%	5.56%	28.57%	13.39%
200 - 299 درهم	6.90%	26.13%	29.23%	29.53%	16.33%	38.89%	14.29%	26.17%
300 درهم فأكثر	34.48%	35.14%	52.31%	46.98%	57.14%	55.56%	42.86%	46.25%
لم يحدد	10.34%	4.50%	0.00%	2.01%	2.04%	0.00%	0.00%	2.43%
الإجمالي	5.88%	22.52%	26.37%	30.22%	9.94%	3.65%	1.42%	100.00%

شكل رقم (21): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت



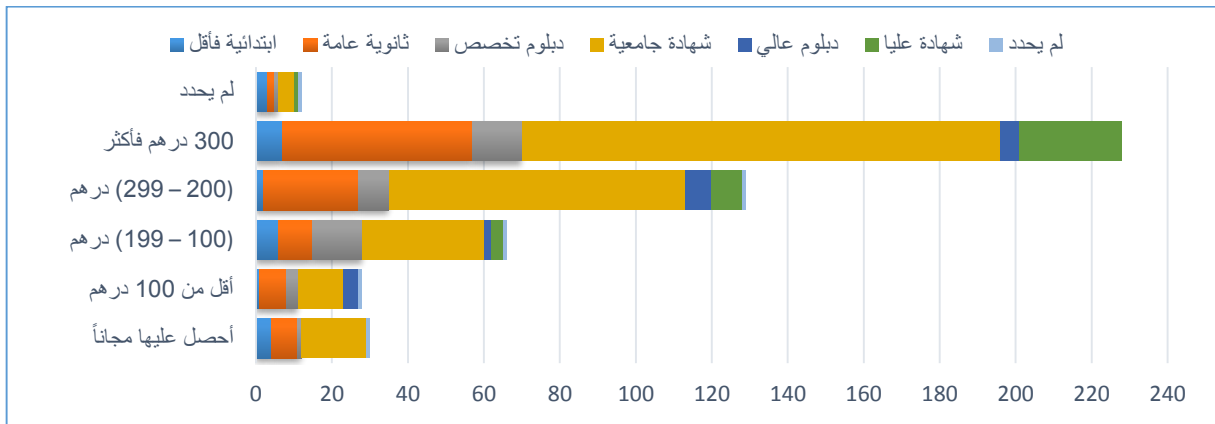
التوزيع حسب التحصيل العلمي

وسجل المشاركون من حملة الشهادات العليا أعلى معدل انفاق لخدمة الانترنت، بلغ (313.16) درهماً في الشهر، تلاهم من حيث الترتيب المشاركون من حملة الثانوية العامة بمعدل (279.67) درهماً في الشهر، وبقيمة مقارنة جداً تلاهم المشاركون من حملة الشهادات الجامعية بمعدل (278.23) درهماً في الشهر، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (22): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت

الخيارات	ابتدائية فأقل	ثانوية عامة	دبلوم تخصص	شهادة جامعية	دبلوم عالي	شهادة عليا	غير محدد	الإجمالي
أحصل عليها مجاناً	17.39%	7.00%	2.56%	6.32%	0.00%	0.00%	20.00%	6.09%
أقل من 100 درهم	4.35%	7.00%	7.69%	4.46%	22.22%	0.00%	20.00%	5.68%
درهم (199 - 100)	26.09%	9.00%	33.33%	11.90%	11.11%	7.69%	20.00%	13.39%
درهم (299 - 200)	8.70%	25.00%	20.51%	29.00%	38.89%	20.51%	20.00%	26.17%
300 درهم فأكثر	30.43%	50.00%	33.33%	46.84%	27.78%	69.23%	0.00%	46.25%
لم يحدد	13.04%	2.00%	2.56%	1.49%	0.00%	2.56%	20.00%	2.43%
الإجمالي	4.67%	20.28%	7.91%	54.56%	3.65%	7.91%	1.01%	100.00%

شكل رقم (22): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت



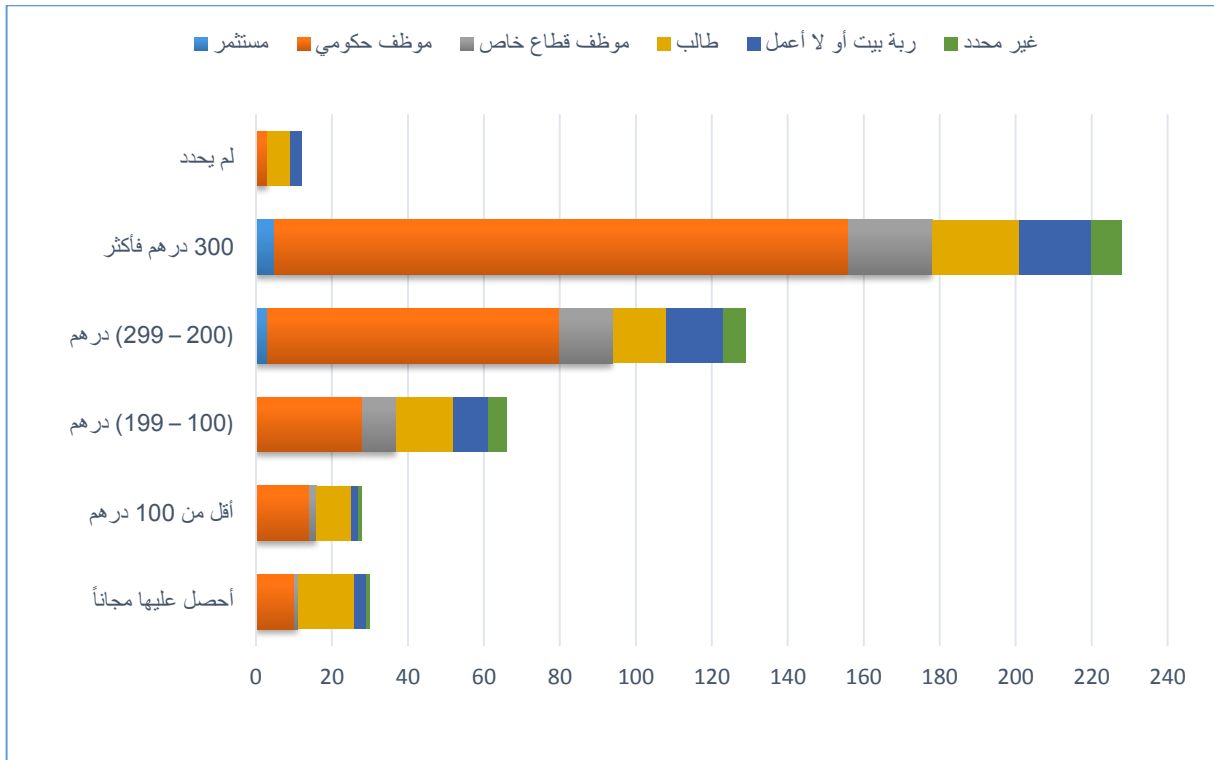
التوزيع حسب حالة العمل

سجل المستثمرون أعلى معدل انفاق على خدمة الانترنت، بلغ (312.50) درهماً في الشهر، تلاهم من حيث الترتيب الموظفين الحكوميين بمعدل انفاق بلغ (285.19) درهماً في الشهر، بينما حل موظفي القطاع الخاص بالمرتبة الثالثة من حيث الانفاق بمعدل (269.15) درهماً في الشهر، تلاهم من حيث الترتيب المشاركات من ربات البيوت، والآخرين الذين لا يعملون، بمعدل (263.33) درهماً في الشهر، ثم جاء الطلاب بالمرتبة الأخيرة بمعدل (233.61) درهماً في الشهر، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (23): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت

الخيارات	مستثمر	موظف حكومي	موظف قطاع خاص	طالب	ربة بيت أو لا تعمل	غير محدد	الإجمالي
أحصل عليها مجاناً	0.00%	3.53%	2.08%	18.29%	5.88%	4.76%	6.09%
أقل من 100 درهم	0.00%	4.95%	4.17%	10.98%	3.92%	4.76%	5.68%
100 – 199 درهم	0.00%	9.89%	18.75%	18.29%	17.65%	23.81%	13.39%
200 – 299 درهم	37.50%	27.21%	29.17%	17.07%	29.41%	28.57%	26.17%
300 درهم فأكثر	62.50%	53.36%	45.83%	28.05%	37.25%	38.10%	46.25%
لم يحدد	0.00%	1.06%	0.00%	7.32%	5.88%	0.00%	2.43%
الإجمالي	4.26%	1.62%	57.40%	9.74%	16.63%	0.00%	10.34%

شكل رقم (23): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت



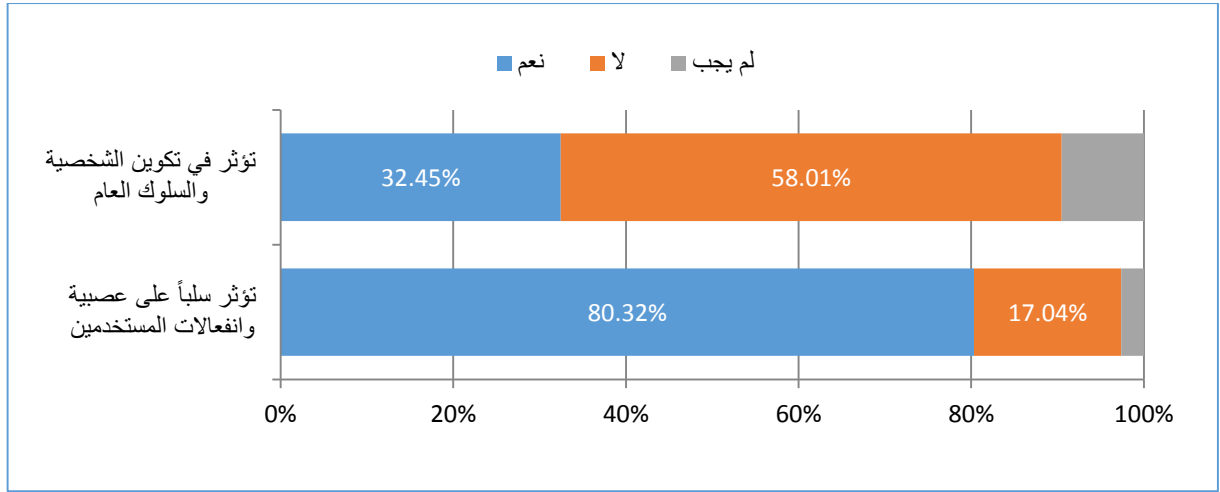
مواقع التواصل الإجتماعي

يعتقد (80.32%) من المشاركين في هذه الدراسة بأن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً سلبياً على عصبية وانفعالات مستخدميها، ومن جهة أخرى لم تتجاوز نسبة الذين يعتقدون بأن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي قد أثر في تكوين شخصيتهم النسبة (32.45%) من مجمل المشاركين، كما هو مبين في جدول التوزيع التكراري ومخطط التوزيع النسبي الآتيين:

جدول رقم (24): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسب المئوية			التكرارات				أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركين	
الإجمالي	لم يجب	لا	نعم	الإجمالي	لم يجب	لا		نعم
100.0%	2.64%	17.04%	80.32%	493	13	84	396	تؤثر سلباً على عصبية وانفعالات المستخدمين
100.0%	9.53%	58.01%	32.45%	493	47	286	160	تؤثر في تكوين الشخصية والسلوك العام

شكل رقم (24): التوزيع النسبي للاستبانات المعتمدة حسب تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

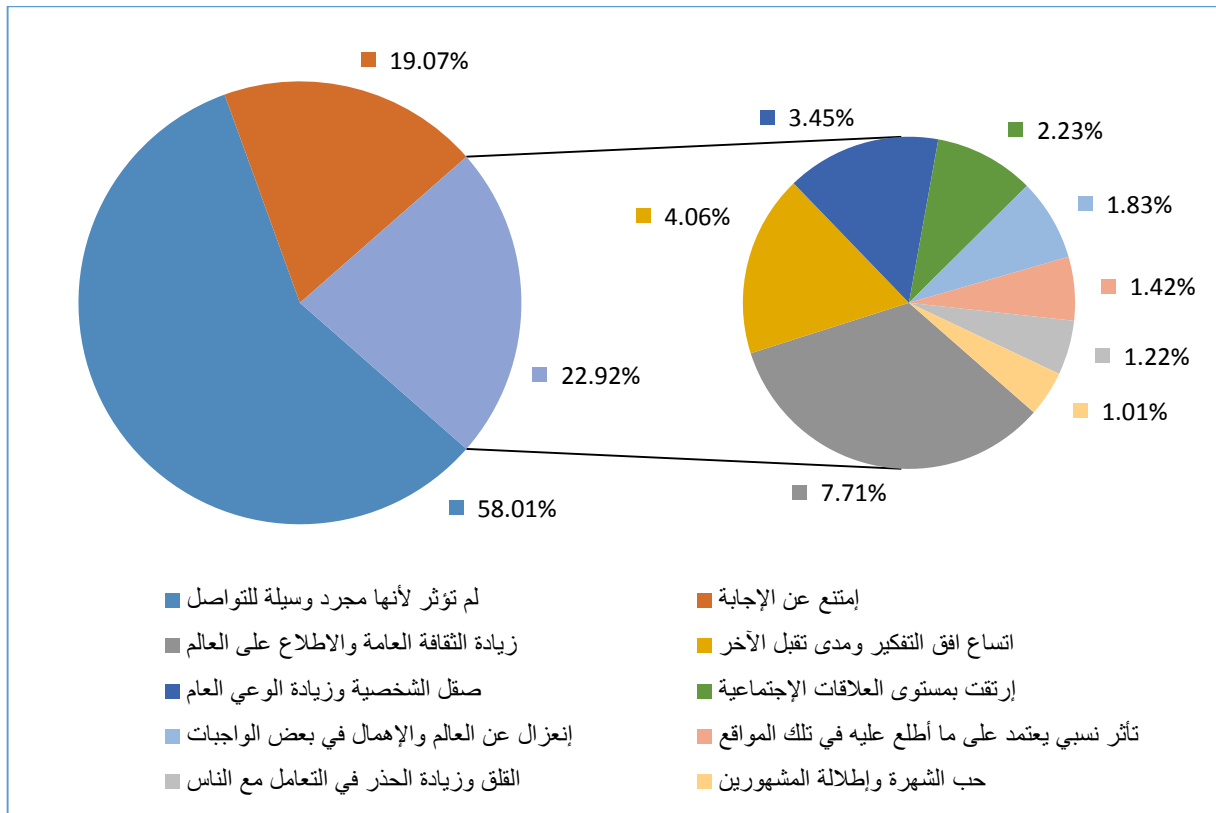


وصرح (7.71%) من المشاركين المعتمدين في هذه الدراسة بان مواقع التواصل الاجتماعي كانت السبب في زيادة الثقافة العامة لهم والاطلاع على العالم، وساهمت لدى (4.06%) من المشاركين في هذه الدراسة في توسيع نطاق افق التفكير لديهم وزيادة مدى تقبل للآخر، كما ساهمت في صقل الشخصية وزيادة الوعي العام لدى (3.45%) من مجمل المشاركين، وارتقت بمستوى العلاقات الاجتماعية لدى (2.23%) من مجمل المشاركين، بينما أدت إلى إنعزال (1.83%) منهم عن العالم وجعلتهم مهملين في أداء بعض الواجبات المترتبة عليهم، بالإضافة إلى تسببها بالقلق (1.22%) منهم وزيادة الحذر لديهم في التعامل مع الناس، وولدت لدى (1.01%) منهم حب الشهرة وإطلالة المشهورين، في حين كان تأثيرها نسبياً لدى (1.42%) منهم وكان يعتمد على ما يطلعون عليه من معلومات في تلك المواقع، وامتنع (19.07%) عن التصريح بطبيعة ذلك التأثير، كما هو مبين في جدول التوزيع التكراري ومخطط التوزيع النسبي الآتيين:

جدول رقم (25): التوزيع التكراري للمشاركين حسب طبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي عليهم

الدليل	السبب	التكرار	النسبة المئوية
1	لم تؤثر لأنها مجرد وسيلة للتواصل	286	58.01%
2	زيادة الثقافة العامة والاطلاع على العالم	38	7.71%
3	اتساع افق التفكير ومدى تقبل الآخر	20	4.06%
4	صقل الشخصية وزيادة الوعي العام	17	3.45%
5	ارتقت بمستوى العلاقات الإجتماعية	11	2.23%
6	إنعزال عن العالم والإهمال في بعض الواجبات	9	1.83%
7	تأثر نسبي يعتمد على ما أطلع عليه في تلك المواقع	7	1.42%
8	القلق وزيادة الحذر في التعامل مع الناس	6	1.22%
9	حب الشهرة وإطلالة المشهورين	5	1.01%
10	إمتنع عن الإجابة	94	19.07%
	الإجمالي	493	100.00%

شكل رقم (25): التوزيع النسبي للمشاركين حسب طبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي عليهم

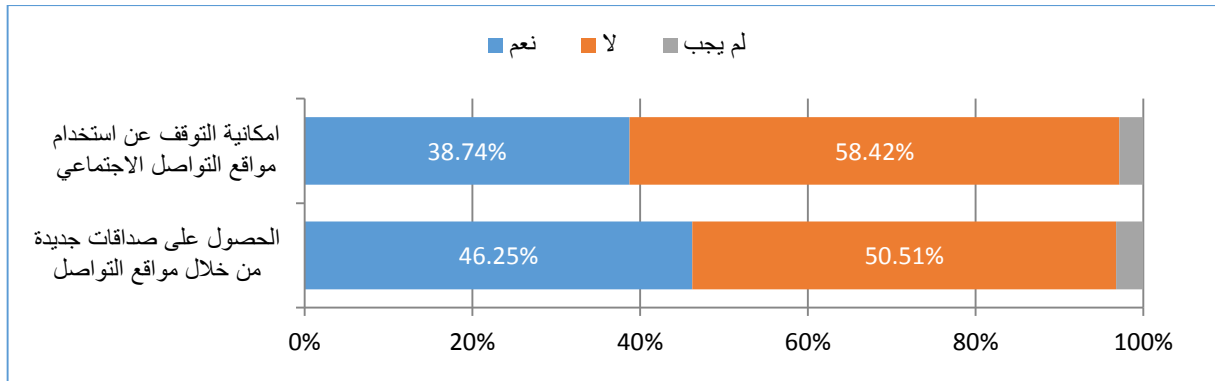


تمكن (46.25%) من المشاركين في هذه الدراسة من عقد صداقات جديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما صرح (58.42%) منهم بعدم امكانيته التوقف عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكما هو مبين في جدول التوزيع التكراري ومخطط التوزيع النسبي الآتيين:

جدول رقم (26): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب نتائج استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسب المئوية				التكرارات				نتائج استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
الإجمالي	لم يجب	لا	نعم	الإجمالي	لم يجب	لا	نعم	
100.0%	3.25%	50.51%	46.25%	493	16	249	228	الحصول على صداقات جديدة من خلال مواقع التواصل
100.0%	2.84%	58.42%	38.74%	493	14	288	191	امكانية التوقف عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

شكل رقم (26): التوزيع النسبي للاستبانات المعتمدة حسب نتائج استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

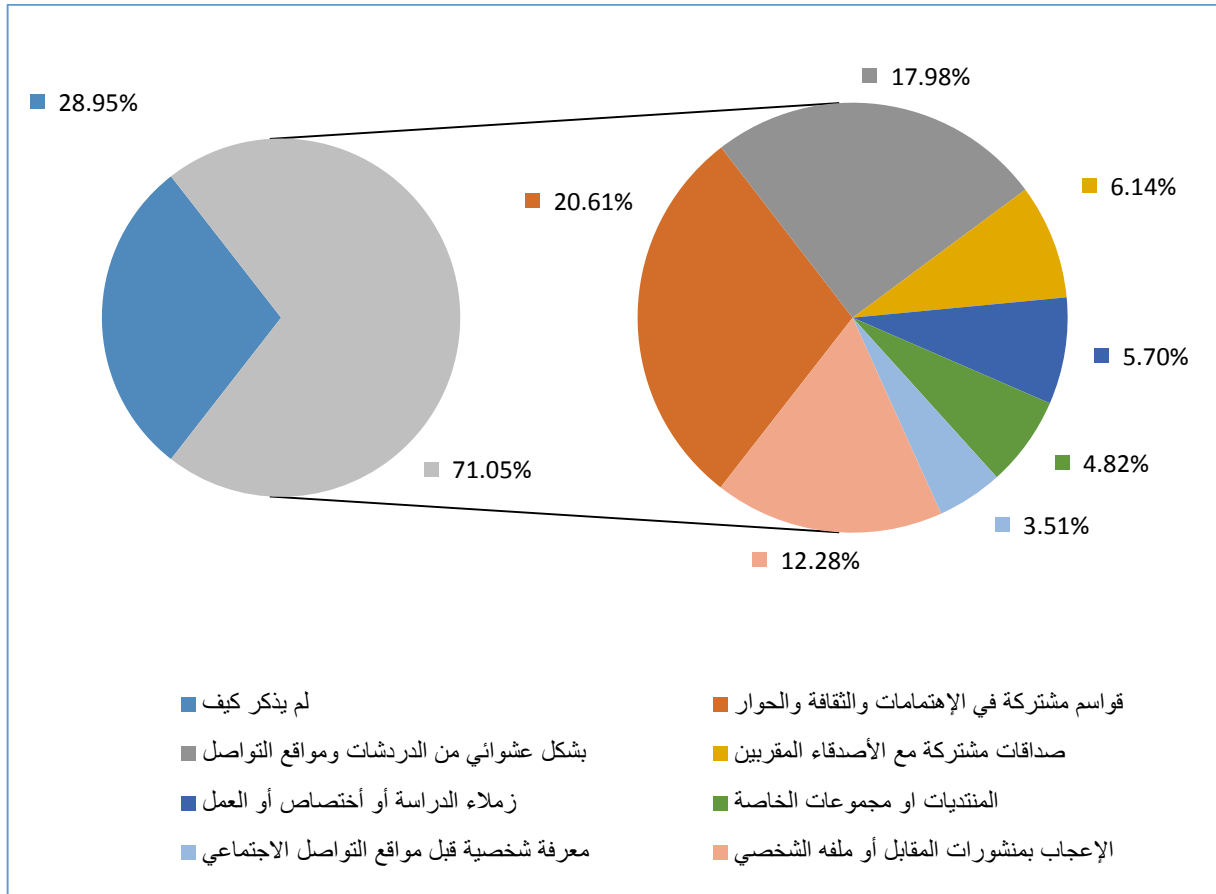


صرح (20.61%) من المشاركين الذين عقدوا صداقات جديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بأنها كانت تعتمد على وجود قواسم مشتركة في الإهتمامات والثقافة والحوار، بينما عقدها (17.98%) منهم بشكل عشوائي من خلال الدردشات ومواقع التواصل الاجتماعي، وأرجعها (12.28%) منهم إلى الإعجاب بمنشورات المقابل أو ملفه الشخصي، بالإضافة إلى (4.82%) منهم عقدها مع مشاركيهم في مجموعات الخاصة أو المنتديات، في حين عقدها (6.14%) منهم بالاعتماد على صداقات مشتركة مع أناس مقربين منه، وعقدها (5.70%) منهم مع زملاء الدراسة أو الاختصاص أو زملاء العمل، واقتصرت لدى (3.51%) منهم على معارفهم الشخصية خارج نطاق مواقع التواصل الاجتماعي، وكما هو مبين في جدول التوزيع التكراري ومخطط التوزيع النسبي الآتيين:

جدول رقم (27): التوزيع التكراري للمشاركين حسب أسباب عقد الصداقة مع الآخرين

الدليل	الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
1	قواسم مشتركة في الإهتمامات والثقافة والحوار	47	20.61%
2	بشكل عشوائي من الدردشات ومواقع التواصل	41	17.98%
3	الإعجاب بمنشورات المقابل أو ملفه الشخصي	28	12.28%
4	صداقات مشتركة مع الأصدقاء المقربين	14	6.14%
5	زملاء الدراسة أو أختصاص أو العمل	13	5.70%
6	المنتديات او مجموعات الخاصة	11	4.82%
7	معرفة شخصية قبل مواقع التواصل الاجتماعي	8	3.51%
8	لم يذكر كيف	66	28.95%
	الإجمالي	228	100.00%

شكل رقم (27): التوزيع النسبي للمشاركين حسب أسباب عقد الصداقة مع الآخرين

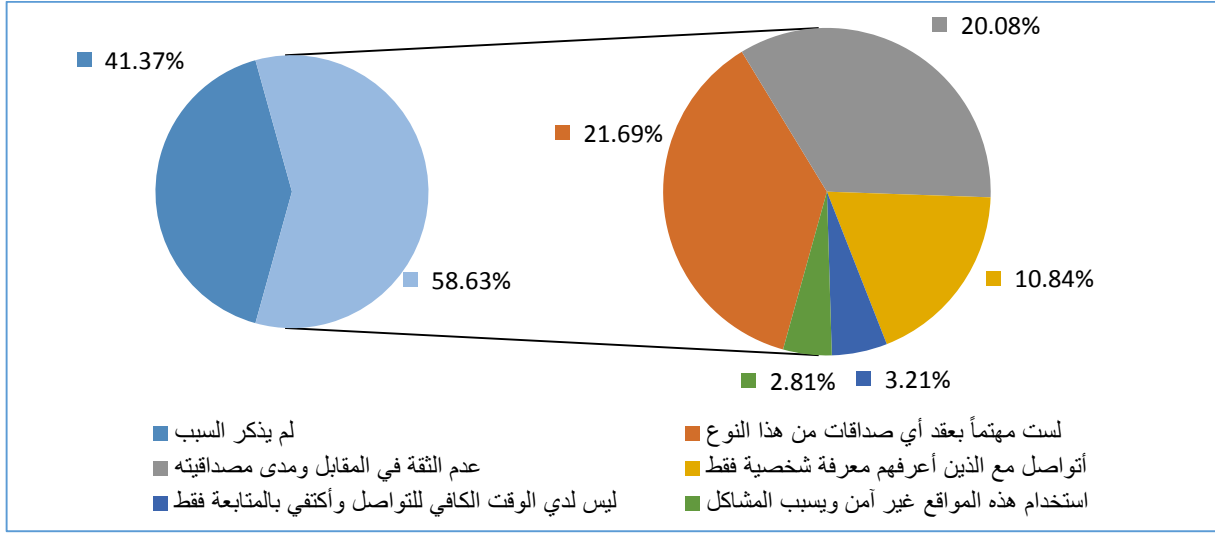


أما عزوف المشاركين عن عقد الصداقات عبر مواقع التواصل الإجتماعي، فقد كان لدى (21.69%) من العازفين عنها بسبب عدم اهتمامهم بعقد أي صداقات افتراضية من هذا النوع، بالإضافة إلى عدم الثقة في المقابل ومدى مصداقيته لدى (20.08%) من آخرين، بينما يفضل (10.84%) منهم التواصل وعقد الصداقات مع الذين يعرفونهم معرفة شخصية فقط، بينما يرى (3.21%) منهم بأنه ليس لدي الوقت الكافي لعقد الصداقات والتواصل، يكفي باستخدام تلك المواقع للمتابعة فقط، بالإضافة إلى (2.81%) من العازفين عن عقد الصداقات بأن استخدام تلك المواقع غير آمن، وبسبب المشاكل، وكما هو مبين في جدول التوزيع التكراري ومخطط التوزيع النسبي الآتيين:

جدول رقم (28): التوزيع التكراري للعازفين عن عقد الصداقات مع الآخرين حسب السبب

الدليل	السبب	التكرار	النسبة المئوية
1	لست مهتماً بعقد أي صداقات من هذا النوع	54	21.69%
2	عدم الثقة في المقابل ومدى مصداقيته	50	20.08%
3	أتواصل مع الذين أعرفهم معرفة شخصية فقط	27	10.84%
4	ليس لدي الوقت الكافي للتواصل وأكتفي بالمتابعة فقط	8	3.21%
6	استخدام هذه المواقع غير آمن وبسبب المشاكل	7	2.81%
7	لم يذكر السبب	103	41.37%
	الإجمالي	249	100.00%

شكل رقم (28): التوزيع النسبي للعازفين عن عقد الصداقات مع الآخرين حسب السبب

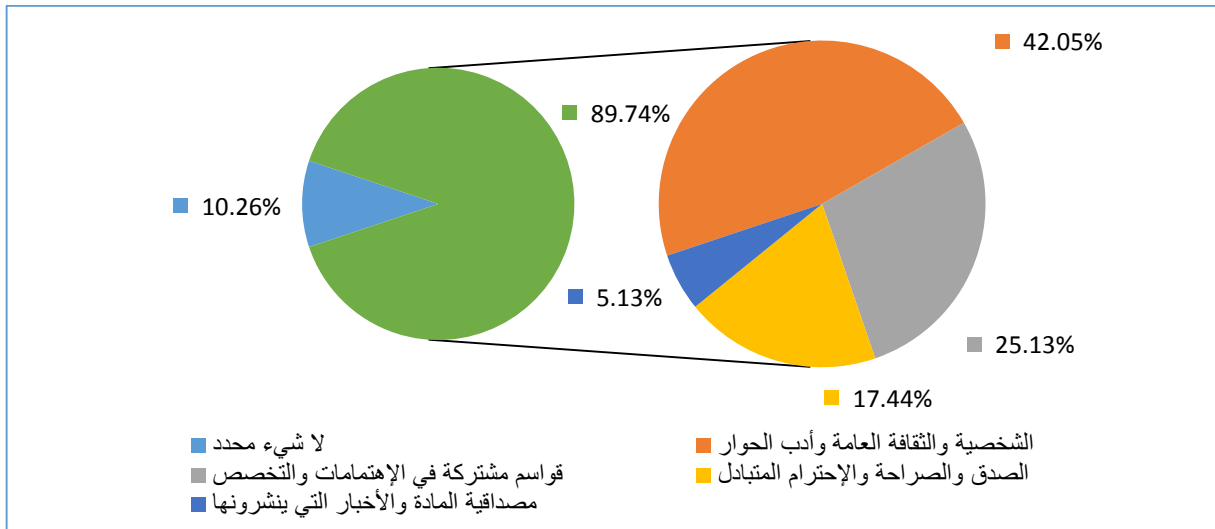


جاءت الشخصية والثقافة العامة وأدب الحوار في مقدمة أسس اختيار الأصدقاء بنسبة (42.05%) من المتجاوبين، بينما حلت القواسم مشتركة في الإهتمامات والتخصص بالمرتبة الثانية بنسبة (25.13%) وتبعتها الأسس الأخرى كما هو مبين في جدول التوزيع التكراري ومخطط التوزيع النسبي الآتيين:

جدول رقم (29): التوزيع التكراري لأسس اختيار الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدليل	الأسلوب	التكرار	النسبة المئوية
1	الشخصية والثقافة العامة وأدب الحوار	82	42.05%
2	قواسم مشتركة في الإهتمامات والتخصص	49	25.13%
3	الصدق والصراحة والإحترام المتبادل	34	17.44%
4	مصادقية المادة والأخبار التي ينشرونها	10	5.13%
5	لا شيء محدد	20	10.26%
	الإجمالي	195	100.00%

شكل رقم (29): التوزيع النسبي لأسس اختيار الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي



آثار وتبعات الاستخدام

يفضل (54.36%) من المشاركين في الدراسة التواصل المباشر وجهاً لوجه مع الآخرين، بينما يفضل (23.33%) منهم استخدام المكالمات الهاتفية والرسائل النصية، بينما يفضل (22.31%) منهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومن جهة أخرى أعرب (75.86%) من المشاركين عن سماحهم لأبنائهم وبناتهم من استخدام شبكة الانترنت أو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل جزئي، مقابل (16.84%) منهم يسمح لهم باستخدامها يومياً، بينما أعرب (4.67%) منهم عن عدم سماحه لهم باستخدامها مطلقاً.

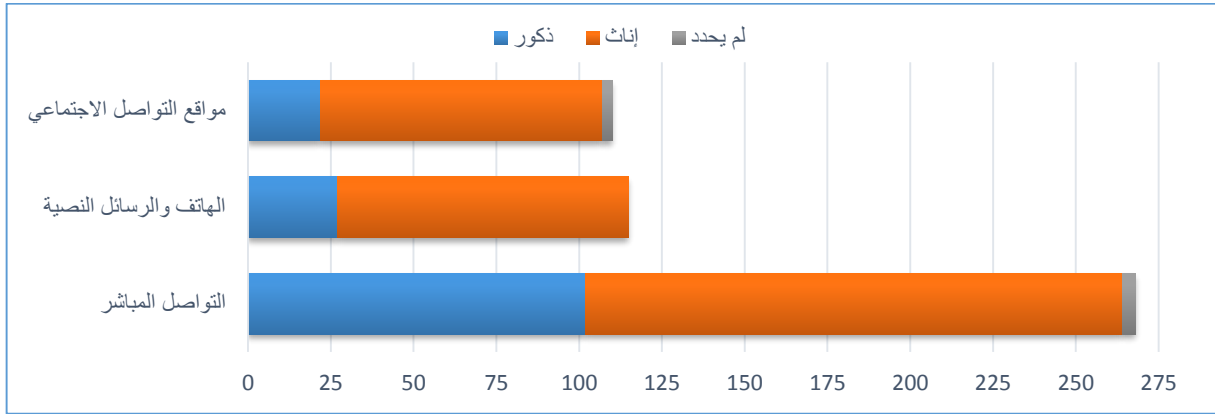
التوزيع حسب النوع

جاءت نسبة الذكور الذين يفضلون التواصل وجهاً لوجه مع الآخرين (67.55%) أعلى من نسبة الإناث التي بلغت (48.36%)، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (30): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب النوع وخيارات التواصل مع الآخرين

الخيارات التواصل	ذكر	أنثى	غير محدد	الإجمالي
التواصل المباشر	67.55%	48.36%	57.14%	54.36%
الهاتف والرسائل النصية	17.88%	26.27%	0.00%	23.33%
مواقع التواصل الاجتماعي	14.57%	25.37%	42.86%	22.31%
الإجمالي	30.63%	67.95%	1.42%	100.00%

شكل رقم (30): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب النوع وخيارات التواصل مع الآخرين

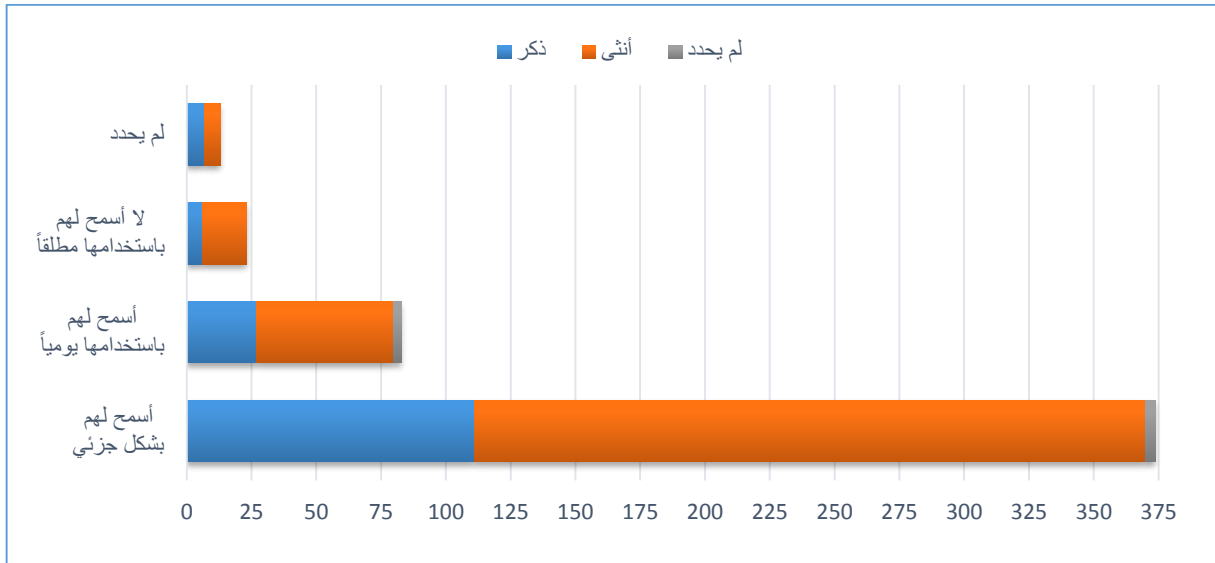


وجاءت نسبة الإناث الذين يسمحون لأبنائهم وبناتهم باستخدام الشبكة بشكل جزئي (77.31%) أعلى من نسبة الذكور التي بلغت (73.51%)، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (31): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب النوع ودرجة السماح لأبناء باستخدام الشبكة

الخيارات	ذكر	أنثى	غير محدد	الإجمالي
أسمح لهم بشكل جزئي	73.51%	77.31%	57.14%	75.86%
أسمح لهم باستخدامها يومياً	17.88%	15.82%	42.86%	16.84%
لا أسمح لهم باستخدامها مطلقاً	3.97%	5.07%	0.00%	4.67%
لم يحدد	4.64%	1.79%	0.00%	2.64%
الإجمالي	30.63%	67.95%	1.42%	100.00%

شكل رقم (31): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب النوع ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة



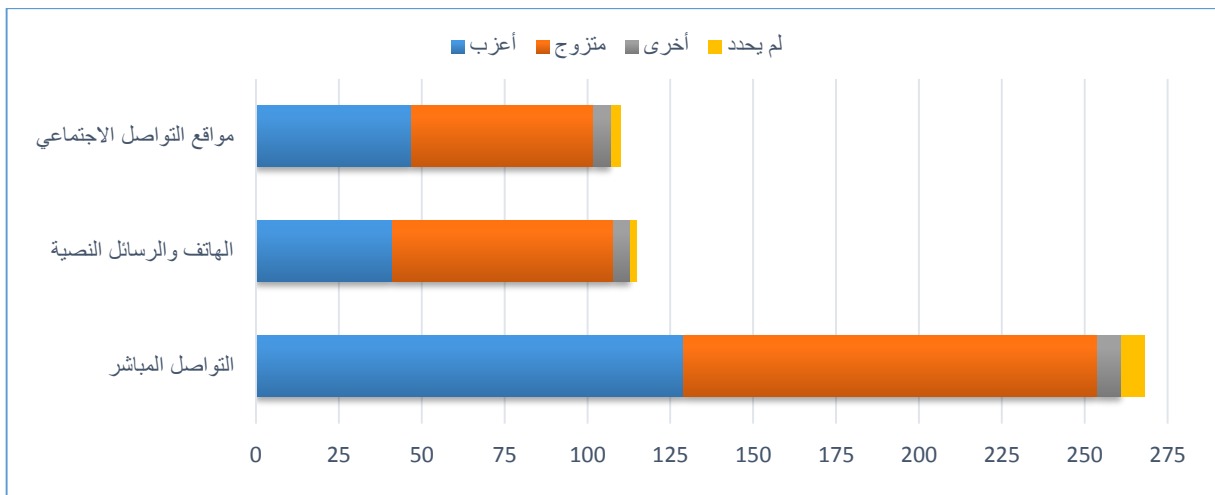
التوزيع حسب الحالة الاجتماعية

وجد بأن (41.18%) من المشاركين المتزوجين يفضلون التواصل وجهاً لوجه مع الآخرين، مقابل (50.61%) من العزاب، بينما جاءت الحالات الاجتماعية الأخرى في المقدمة بنسبة تفضيل (54.36%)، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (32): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وخيارات التواصل مع الآخرين

الخيارات التواصل	أعزب	متزوج	أخرى	لم يحدد	الإجمالي
التواصل المباشر	50.61%	41.18%	54.36%	59.45%	54.36%
الهاتف والرسائل النصية	27.13%	29.41%	23.33%	18.89%	23.33%
مواقع التواصل الاجتماعي	22.27%	29.41%	22.31%	21.66%	22.31%
الإجمالي	44.02%	50.10%	3.45%	2.43%	100.00%

شكل رقم (32): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية وخيارات التواصل مع الآخرين

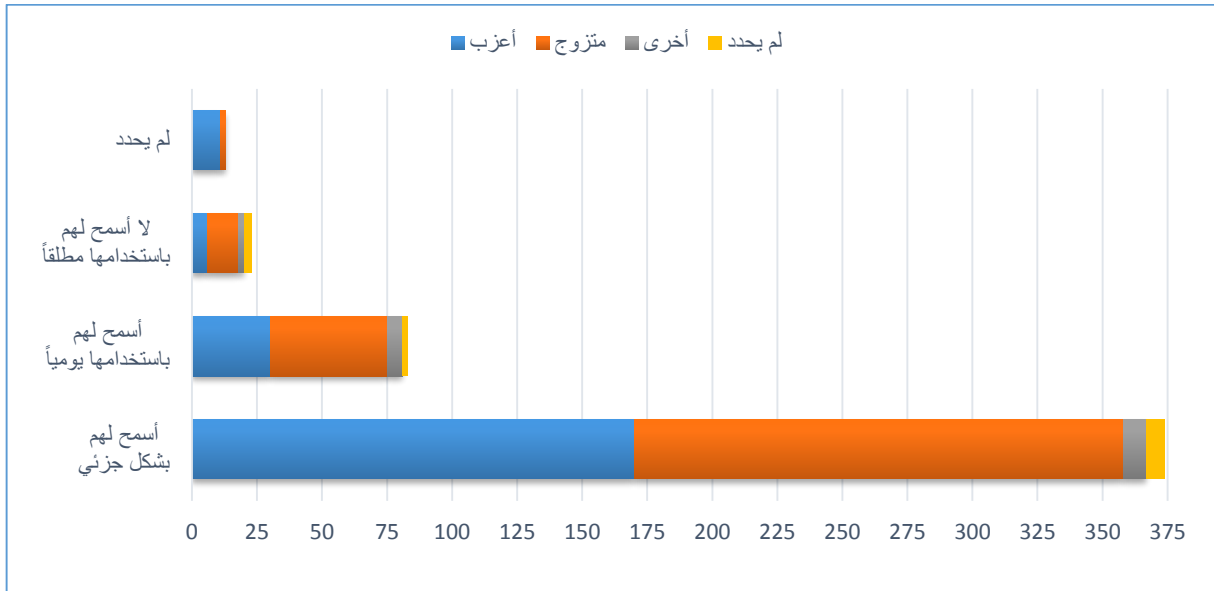


ووجد بأن (52.94%) من المشاركين المتزوجين يسمحون لأبنائهم وبناتهم باستخدام الانترنت بشكل جزئي، بينما يسمح (35.29%) منهم لأبنائهم وبناتهم باستخدامها بشكل يومي، مقابل (11.76%) لا يسمحون لأبنائهم وبناتهم من استخدامها بشكل مطلق، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (33): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة

الخيارات	أعزب	متزوج	أخرى	لم يحدد	الإجمالي
أسمح لهم بشكل جزئي	76.11%	52.94%	75.86%	78.34%	75.86%
أسمح لهم باستخدامها يومياً	18.22%	35.29%	16.84%	13.82%	16.84%
لا أسمح لهم باستخدامها مطلقاً	4.86%	11.76%	4.67%	2.76%	4.67%
لم يحدد	0.81%	0.00%	2.64%	5.07%	2.64%
الإجمالي	44.02%	50.10%	3.45%	2.43%	100.00%

شكل رقم (33): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب الحالة الاجتماعية ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة



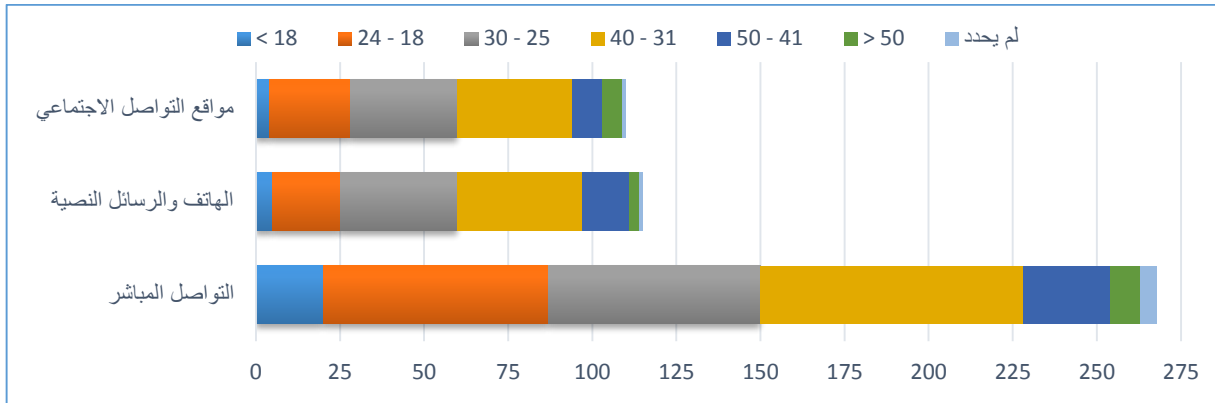
التوزيع حسب فئات العمر

سجلت الفئة العمرية (18 - 24) سنة أعلى نسبة من بين المشاركين الذين يفضلون التواصل وجهاً لوجه مع الآخرين، مقابل (48.46%) للفئة العمرية (25 - 30) سنة، كما هو مبين في الجدول والمخطط الآتيين:

جدول رقم (34): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب فئات العمر وخيارات التواصل مع الآخرين

خيارات التواصل	18 >	18 - 24	25 - 30	31 - 40	41 - 50	50 <	غير محدد	الإجمالي
التواصل المباشر	68.97%	60.36%	48.46%	52.35%	53.06%	50.00%	71.43%	54.36%
الهاتف والرسائل النصية	17.24%	18.02%	26.92%	24.83%	28.57%	16.67%	14.29%	23.33%
مواقع التواصل الاجتماعي	13.79%	21.62%	24.62%	22.82%	18.37%	33.33%	14.29%	22.31%
الإجمالي	5.88%	22.52%	26.37%	30.22%	9.94%	3.65%	1.42%	100.00%

شكل رقم (34): التوزيع البياني للاستبيانات المعتمدة حسب فئات العمر وخيارات التواصل مع الآخرين

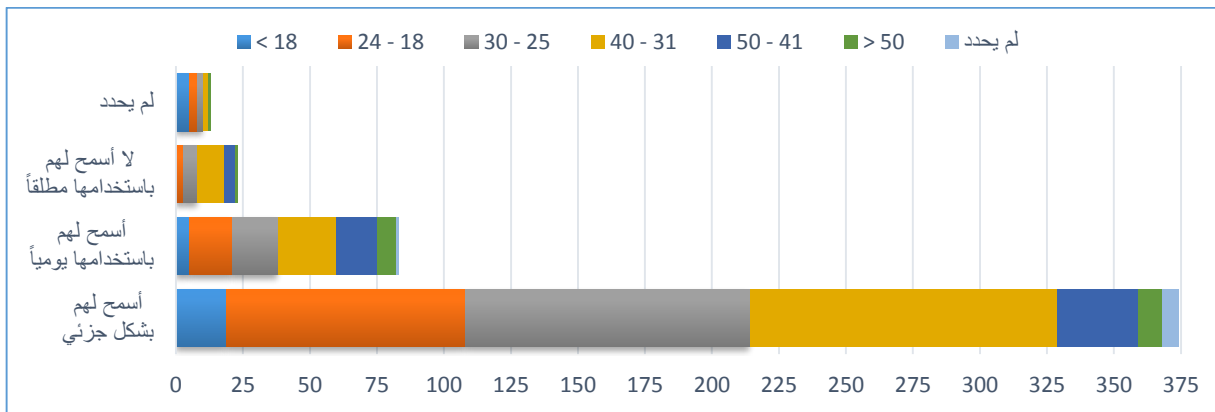


وسجلت الفئة العمرية (30 - 25) سنة أعلى نسبة من بين المشاركين الذين يسمحون لأبنائهم وبناتهم من استخدام الشبكة بشكل جزئي، مقابل (50%) للفئة العمرية (أكبر من 50) سنة، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (35): توزيع الاستبيانات المعتمدة حسب فئات العمر ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة

الخيارات	18 >	18 - 24	25 - 30	31 - 40	41 - 50	50 <	غير محدد	الإجمالي
أسمح لهم بشكل جزئي	65.52%	80.18%	81.54%	77.18%	61.22%	50.00%	85.71%	75.86%
أسمح لهم باستخدامها يومياً	17.24%	14.41%	13.08%	14.77%	30.61%	38.89%	14.29%	16.84%
لا أسمح لهم باستخدامها مطلقاً	0.00%	2.70%	3.85%	6.71%	8.16%	5.56%	0.00%	4.67%
لم يحدد	17.24%	2.70%	1.54%	1.34%	0.00%	5.56%	0.00%	2.64%
الإجمالي	5.88%	22.52%	26.37%	30.22%	9.94%	3.65%	1.42%	100.0%

شكل رقم (35): التوزيع البياني للاستبيانات المعتمدة حسب فئات العمر ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة



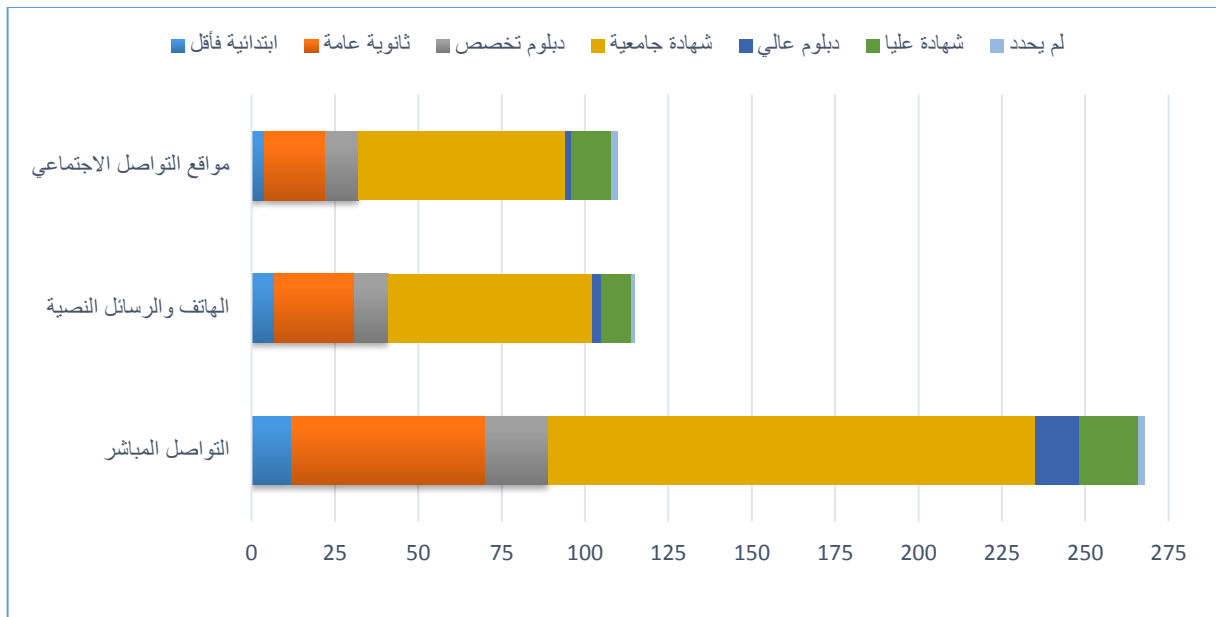
التوزيع حسب التحصيل العلمي

سجل المشاركين من حملة الدبلوم العالي أعلى نسبة (72.22%) من بين المشاركين الذين يفضلون التواصل وجهاً لوجه مع الآخرين، تلاهم من حيث الترتيب المشاركين من حملة الثانوية العامة بنسبة (58.00%)، بينما لم تتجاوز النسبة لدى حملة الشهادات العليا (46.15%)، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (36): توزيع الاستبيانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وخيارات التواصل مع الآخرين

الإجمالي	غير محدد	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	خيارات التواصل
54.36%	40.00%	46.15%	72.22%	54.28%	48.72%	58.00%	52.17%	التواصل المباشر
23.33%	20.00%	23.08%	16.67%	22.68%	25.64%	24.00%	30.43%	الهاتف والرسائل النصية
22.31%	40.00%	30.77%	11.11%	23.05%	25.64%	18.00%	17.39%	مواقع التواصل الاجتماعي
100.0%	1.01%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	الإجمالي

شكل رقم (36): التوزيع البياني للاستبيانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي وخيارات التواصل مع الآخرين

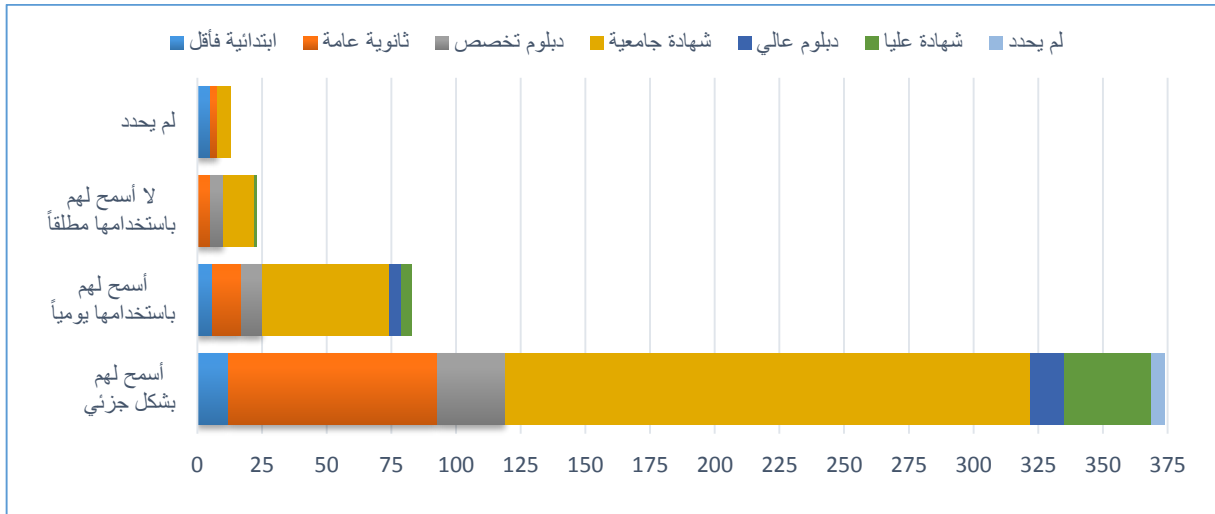


وسجل المشاركون من حملة الشهادات العليا أعلى نسبة (87.18%) من بين المشاركين الذين يسمحون لأبنائهم وبناتهم من استخدام الشبكة بشكل جزئي، تلاهم من حيث الترتيب المشاركون من حملة الثانوية العامة بنسبة (81.00%)، وبنسبة أقل، بلغت (75.46%)، تلاهم المشاركون من حملة الشهادات الجامعية، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (37): توزيع الاستبيانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة

الإجمالي	غير محدد	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	الخيارات
75.86%	100.0%	87.18%	72.22%	75.46%	66.67%	81.00%	52.17%	أسمح لهم بشكل جزئي
16.84%	0.00%	10.26%	27.78%	18.22%	20.51%	11.00%	26.09%	أسمح لهم باستخدامها يومياً
4.67%	0.00%	2.56%	0.00%	4.46%	12.82%	5.00%	0.00%	لا أسمح لهم باستخدامها مطلقاً
2.64%	0.00%	0.00%	0.00%	1.86%	0.00%	3.00%	21.74%	لم يحدد
100.0%	1.01%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	الإجمالي

شكل رقم (37): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب التحصيل العلمي ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة



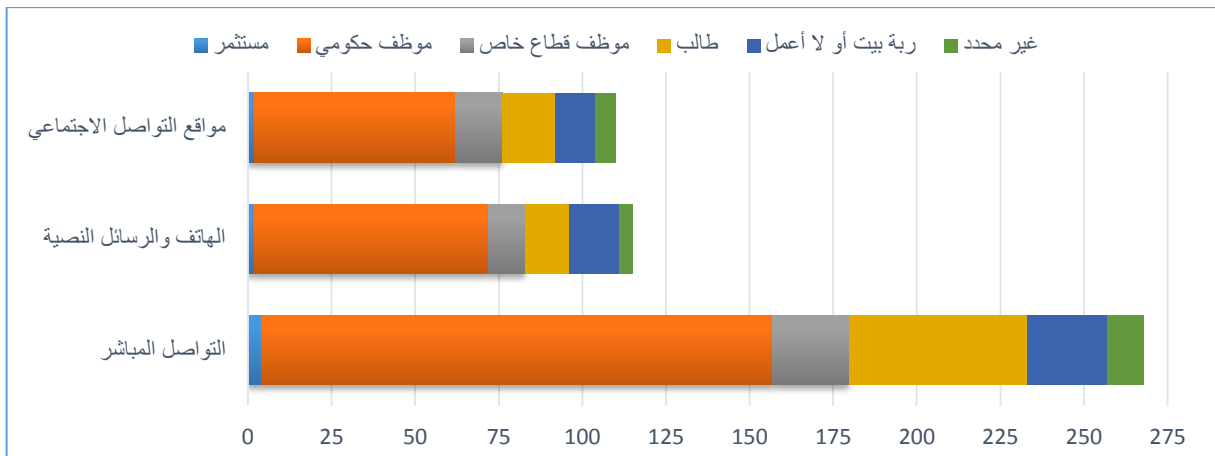
التوزيع حسب حالة العمل

سجل الطلاب أعلى نسبة (64.63%) من بين المشاركين الذين يفضلون التواصل وجهاً لوجه مع الآخرين، تلاهم من حيث الترتيب الموظفين الحكوميون بنسبة (54.06%)، بينما حل موظفي القطاع الخاص والمشاركات من ربات البيوت أو الذين لا يعملون بالمرتبة الثالثة وبنسب متقاربة جداً بلغت (47.92%) و(47.06%) على الترتيب، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (38): توزيع الاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل وخيارات التواصل مع الآخرين

الإجمالي	غير محدد	ربة بيت أو لا تعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	خيارات التواصل
54.36%	52.38%	47.06%	64.63%	47.92%	54.06%	50.00%	التواصل المباشر
23.33%	19.05%	29.41%	15.85%	22.92%	24.73%	25.00%	الهاتف والرسائل النصية
22.31%	28.57%	23.53%	19.51%	29.17%	21.20%	25.00%	مواقع التواصل الاجتماعي
10.34%	0.00%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	الإجمالي

شكل رقم (38): التوزيع البياني للاستبانات المعتمدة حسب حالة العمل وخيارات التواصل مع الآخرين

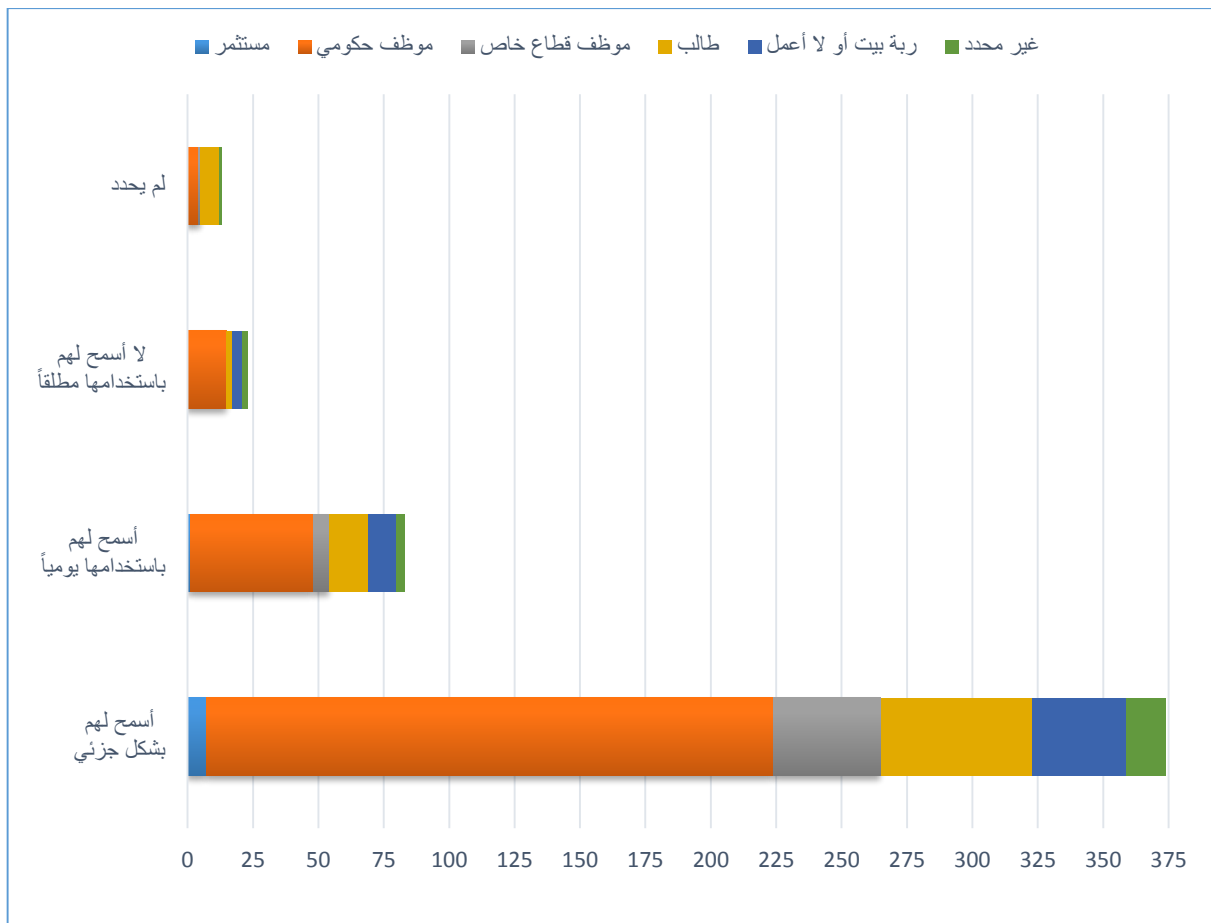


وسجل المستثمرون أعلى نسبة (87.50%) من بين المشاركين الذين يسمحون لأبنائهم وبناتهم من استخدام الشبكة بشكل جزئي، تلاهم من حيث الترتيب المشاركين الموظفين في القطاع الخاص بنسبة (85.42%)، بينما حل موظفي القطاع الحكومي بالمرتبة الثالثة من حيث السماح بشكل جزئي بنسبة (76.68%)، كما هو مبين في جدول التوزيع النسبي ومخطط التوزيع البياني الآتيين:

جدول رقم (39): توزيع الاستبيانات المعتمدة حسب حالة العمل ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة

الخيارات	مستثمر	موظف حكومي	موظف قطاع خاص	طالب	ربة بيت أو لا تعمل	غير محدد	الإجمالي
أسمح لهم بشكل جزئي	87.50%	76.68%	85.42%	70.73%	70.59%	71.43%	75.86%
أسمح لهم باستخدامها يومياً	12.50%	16.61%	12.50%	18.29%	21.57%	14.29%	16.84%
لا أسمح لهم باستخدامها مطلقاً	0.00%	5.30%	0.00%	2.44%	7.84%	9.52%	4.67%
لم يحدد	0.00%	1.41%	2.08%	8.54%	0.00%	4.76%	2.64%
الإجمالي	4.26%	1.62%	57.40%	9.74%	16.63%	0.00%	10.34%

شكل رقم (39): التوزيع البياني للاستبيانات المعتمدة حسب حالة العمل ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة



المواقع المفضلة للتواصل

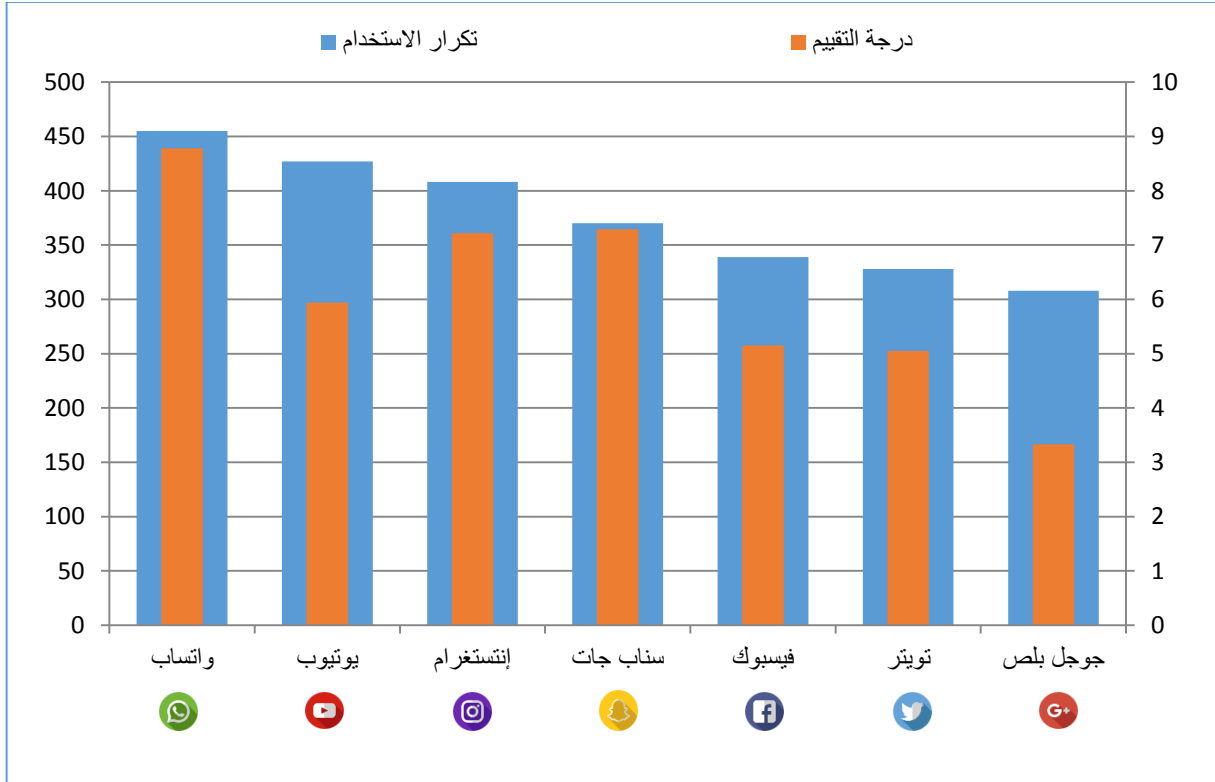
ومن أجل تقييم مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل المشاركين، تم حساب تكرارات الاستخدام لكل تطبيق، واستخرجت النسب المئوية لها، كما تم تقييم كل تطبيق حسب أفضليته بالنسبة للمشاركين في هذه الدراسة، فحصلنا على النتائج الآتية:

جدول رقم (40): التوزيع التكراري لمواقع التواصل الاجتماعي حسب الاستخدام ودرجة التفضيل

مواقع التواصل الاجتماعي	تكرار الاستخدام	التكرار النسبي	درجة التفضيل	درجة التقييم
واتساب	455	17.27%	92.29%	8.78
يوتيوب	427	16.20%	86.61%	5.94
إنستغرام	408	15.48%	82.76%	7.22
سناب جات	370	14.04%	75.05%	7.29
فيسبوك	339	12.87%	68.76%	5.15
تويتر	328	12.45%	66.53%	5.05
جوجل بلص	308	11.69%	62.47%	3.33

حل تطبيق الواتساب بالمرتبة الأولى من حيث الاستخدام وتقييم المشاركين له، تلاه بالمرتبة الثانية تطبيق اليوتيوب من حيث التكرار، وتطبيق السناب جات من حيث التقييم، وحل تطبيق الانستغرام بالمرتبة الثالثة من حيث التكرار والتقييم، وجاء بالمرتبة الرابعة تطبيق السناب جات من حيث تكرار الاستخدام، وتطبيق اليوتيوب من حيث التقييم، بينما تأخرت تطبيقات الفيسبوك، وتويتر والجوجل بلص من حيث الاستخدام والتقييم معاً على الترتيب، كما هو مبين أدناه:

شكل رقم (40): التوزيع البياني لمواقع التواصل الاجتماعي حسب الاستخدام ودرجة التفضيل



الاستنتاجات والتوصيات

ظهور وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة، أحدثت طفرة في المجتمع، ونتاجت عنها سلوكيات مختلفة أهمها غياب الحوار والمناقشة والاتصال داخل الأسرة، وعدم وجود لغة تفاهم بين الآباء والأمهات والأبناء، فأصبح الفرد يبحث عن يسمعه، وبالتالي يندفع نحو غرف الدردشة ومواقع التواصل الاجتماعي.

النتائج

- وجد بأن (55.58%) من المشاركين في هذه الدراسة يستخدم الانترنت لفترة لا تزيد على (4) ساعات في اليوم، مقابل (16.84%) منهم يستخدم الانترنت لفترة أطول من ذلك، بينما لم يكن لدى (27.38%) منهم وقت محدد.
- بلغ معدل استخدام الإناث للشبكة (4.02) ساعة يومياً مقابل (3.22) ساعة للذكور، بينما بلغ معدل استخدام العزّاب للشبكة (4.22) ساعة يومياً مقابل (3.36) ساعة للمتزوجين، وبلغ معدل استخدام الفئة العمرية (18 - 24) سنة، للشبكة (4.48) ساعة في اليوم.
- بلغ معدل فترة استخدام الإناث لمواقع التواصل الاجتماعي (5.17) سنة، مقابل (4.87) سنة للذكور، وبلغ معدل فترة استخدام الفئة العمرية (18 - 24) سنة لتلك المواقع (5.41) سنة، بينما لم يسجل أي فرق يذكر حسب الحالة الاجتماعية.
- وجد بأن (81.34%) من المشاركين يستخدمون هواتفهم الذكية عند تصفح الشبكة أو الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل (11.36%) يستخدمون الوسائل الأخرى، وأعلى نسبة استخدام للهواتف الذكية سجلت لدى موظفي القطاع الخاص، حيث بلغت (91.67%).
- يرصد (46.25%) من المشاركين في هذه الدراسة أكثر من (300) درهماً في الشهر لقاء الحصول على خدمة الإنترنت، مقابل (45.24%) منهم أقل من ذلك، بينما يتلقاها (6.09%) منهم مجاناً، حيث بلغ معدل التكلفة المادية المرصودة لخدمة الإنترنت لدى جميع المشاركين (273.50) درهماً في الشهر.
- صرح (58.42%) من المشاركين في هذه الدراسة، بعدم امكانيته التوقف عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بالرغم من أن (80.32%) منهم يعتقد بأن لها تأثيراً سلبياً على عصبية وانفعالات مستخدميها، مقابل (32.45%) من مجمل المشاركين يعتقدون بأن استخدامهم ذلك قد أثر في تكوين شخصيتهم على النحو اللآتي:
 - زيادة الثقافة العامة والاطلاع على العالم لدى (7.71%)، وتوسيع نطاق افق التفكير لديهم وزيادة مدى تقبل للآخر لدى (4.06%)، وصقل الشخصية وزيادة الوعي العام لدى (3.45%)، ارتقت بمستوى العلاقات الاجتماعية لدى (2.23%).
 - بينما أدت إلى إنعزال (1.83%) عن العالم وجعلتهم مهملين في أداء الواجبات، الشعور بالقلق وزيادة الحذر لديهم في التعامل مع الناس لدى (1.22%)، وولدت لدى (1.01%) منهم حب الشهرة وإطلالة المشهورين.

- نجح (46.25%) من المشاركين في هذه الدراسة، بعقد صداقات جديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بناءً على وجود قواسم مشتركة في الإهتمامات والثقافة والحوار بنسبة (20.61%)، وبشكل عشوائي من خلال الدردشات ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (17.98%)، وبناءً على الإعجاب بمنشورات المقابل أو بملفه الشخصي بنسبة (12.28%)، ومع مشاركتهم في مجموعات الخاصة أو المنتديات بنسبة (4.82%)، في حين عقدها (6.14%) منهم بالاعتماد على صداقات مشتركة مع أناس مقربين منه، وعقدها (5.70%) منهم مع زملاء الدراسة أو الاختصاص أو زملاء العمل، واقتصرت لدى (3.51%) منهم على معارفهم الشخصية خارج نطاق مواقع التواصل الاجتماعي.
- عزف (50.51%) من المشاركين في هذه الدراسة عن الارتباط بعلاقات صداقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بسبب عدم اهتمامهم بعقد أي صداقات افتراضية بنسبة (21.69%)، أو بسبب عدم الثقة في المقابل ومدى مصداقيته بنسبة (20.08%)، وبسبب عدم توفر الوقت الكافي بنسبة (3.21%)، بينما يرى (2.81%) منهم بأن استخدام تلك المواقع غير آمن ويسبب المشاكل، بالإضافة إلى (10.84%) لا يرغبون بعق الصداقات مع الذين لا يعرفونهم معرفة شخصية.
- جاءت الشخصية والثقافة العامة وأدب الحوار في مقدمة أسس اختيار الأصدقاء بنسبة (42.05%) من المتجاوبين، بينما حلت القواسم المشتركة في الإهتمامات والتخصص بالمرتبة الثانية بنسبة (25.13%) وتبعها الصدق والصراحة والاحترام المتبادل بنسبة (17.44%)، بينما حلت مصداقية المواد المنشورة والأخبار بالمرتبة الأخيرة بنسبة (5.13%).
- يفضل (54.36%) من المشاركين التواصل المباشر مع الآخرين، مقابل (23.33%) يفضلون المكالمات الهاتفية والرسائل النصية، بينما يفضل (22.31%) منهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأعرب (75.86%) من المشاركين عن سماحهم لأبنائهم وبناتهم من استخدام شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل جزئي، مقابل (16.84%) يسمحون لهم باستخدامها يومياً، بينما صرح (4.67%) منهم بعدم سماحهم لأبنائهم وبناتهم من استخدام شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل مطلق.
- جاء تطبيق واتساب بالمرتبة الأولى من حيث الاستخدام، تلاه تطبيق يوتيوب بالمرتبة الثانية من حيث التكرار، وتطبيق سناب جات من حيث التقييم، بينما حل تطبيق انستغرام بالمرتبة الثالثة من حيث التكرار والتقييم، وجاء تطبيق سناب جات بالمرتبة الرابعة من حيث التكرار، وتطبيق يوتيوب من حيث التقييم، بينما تأخرت تطبيقات فيسبوك، وتويتير وجوجل بلص إلى الأخير من حيث الاستخدام والتقييم معاً على الترتيب.

التوصيات

- توجيه الجهة المعنية بتكثيف ورش العمل للأسر من أجل تعزيز الوعي المجتمعي حول ضرورة التواصل المباشر بين أفراد الأسرة والمجتمع ككل، وتقنين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بما لا يؤثر على التماسك الأسري والعلاقات الاجتماعية.
- توجيه الجهة المعنية على حث الأسر على متابعة أبناءهم على وسائل التواصل الاجتماعي لحمايتهم من الأفكار الهدامة والسلوكيات المدمرة التي يتم الاطلاع عليها واكتسابها من الأفراد الآخرين.
- توجيه الجهة المعنية على توفير أنشطة مجتمعية لأفراد المجتمع من خلال الجهات المعنية في الدولة على اختلاف مستوياتهم العمرية والاجتماعية والثقافية وذلك للتقليل من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- توجيه الجهة المعنية على ضرورة تكثيف الحملات الثقافية التوعوية لكافة أفراد المجتمع بالإستخدام الأمثل لوسائل التواصل والتعريف بمخاطر سوء استخدامها، وحث أفراد المجتمع على تفعيل ثقافة الحوار داخل الأسرة، فيجلس الوالدان مع أولادهم للحديث عن أفكارهم ومشكلاتهم وتخصيص بعض الوقت للمرح واللهو والاستماع للحكايات أو ممارسة بعض الرياضات.
- توجيه الجهة المعنية على تشكيل لجنة لدراسة ومراجعة القوانين الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي، من أجل الخروج بتوصيات من شأنها تدعيم الأمن الفكري بالتطورات الحاصلة وضبطها بالإجراءات والقوانين.

المرفقات

المرفق (1): الجداول الإحصائية

جدول رقم (41): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
8.11%	5.67%	13.25%	14.29%	40	19	20	1	أقل من ساعة
25.56%	22.99%	31.79%	14.29%	126	77	48	1	(1 - 2) ساعة
21.91%	21.49%	22.52%	28.57%	108	72	34	2	(3 - 4) ساعة
16.84%	18.81%	12.58%	14.29%	83	63	19	1	أكثر من (4) ساعات
27.38%	30.75%	19.87%	28.57%	135	103	30	2	ليس لدي وقت محدد
0.20%	0.30%	0.00%	0.00%	1	1	0	0	لا أستخدم الشبكة العالمية
100.00%	67.95%	30.63%	1.42%	493	335	151	7	الإجمالي

جدول رقم (42): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
0.20%	0.00%	0.00%	14.29%	1	0	0	1	لم يحدد
2.84%	2.09%	4.64%	0.00%	14	7	7	0	أقل من سنة
4.87%	3.58%	7.95%	0.00%	24	12	12	0	(1 - 2) سنة
22.11%	21.79%	20.53%	71.43%	109	73	31	5	(3 - 4) سنة
35.09%	37.01%	32.45%	0.00%	173	124	49	0	(5 - 6) سنة
34.48%	35.22%	33.77%	14.29%	170	118	51	1	أكثر من (6) سنوات
0.41%	0.30%	0.66%	0.00%	2	1	1	0	لا أستخدم هذه المواقع أبداً
100.00%	67.95%	30.63%	1.42%	493	335	151	7	الإجمالي

جدول رقم (43): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع ووسائل تصفح الشبكة

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
5.88%	5.97%	5.30%	14.29%	29	20	8	1	كمبيوتر شخصي أو محمول
5.48%	3.58%	8.61%	28.57%	27	12	13	2	أبياد أو أحد الأجهزة اللوحية
81.34%	85.67%	73.51%	42.86%	401	287	111	3	هاتف ذكي على مختلف أنواعه
7.30%	4.78%	12.58%	14.29%	36	16	19	1	كل أو بعض ما ذكر
100.00%	67.95%	30.63%	1.42%	493	335	151	7	الإجمالي

جدول رقم (44): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع ودرجة السماح للبناء باستخدام الشبكة

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
2.64%	1.79%	4.64%	0.00%	13	6	7	0	لم يحدد
75.86%	77.31%	73.51%	57.14%	374	259	111	4	أسمح لهم بشكل جزئي
16.84%	15.82%	17.88%	42.86%	83	53	27	3	أسمح لهم باستخدامها يومياً
4.67%	5.07%	3.97%	0.00%	23	17	6	0	لا أسمح لهم باستخدامها مطلقاً
100.00%	67.95%	30.63%	1.42%	493	335	151	7	الإجمالي

جدول رقم (45): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وطريقة التواصل المفضلة مع الآخرين

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0	0	0	0	لم يحدد
54.36%	48.36%	67.55%	57.14%	268	162	102	4	التواصل المباشر وجهاً لوجه
23.33%	26.27%	17.88%	0.00%	115	88	27	0	المكالمات الهاتفية والرسائل النصية
22.31%	25.37%	14.57%	42.86%	110	85	22	3	التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي
100.00%	67.95%	30.63%	1.42%	493	335	151	7	الإجمالي

جدول رقم (46): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
2.43%	1.79%	3.97%	0.00%	12	6	6	0	لم يحدد
5.68%	5.97%	4.64%	14.29%	28	20	7	1	أقل من 100 درهم
13.39%	13.13%	13.25%	28.57%	66	44	20	2	(100 – 199) درهم
26.17%	25.97%	26.49%	28.57%	129	87	40	2	(200 – 299) درهم
46.25%	45.97%	47.68%	28.57%	228	154	72	2	300 درهم فأكثر
6.09%	7.16%	3.97%	0.00%	30	24	6	0	أحصل عليها مجاناً
100.00%	67.95%	30.63%	1.42%	493	335	151	7	الإجمالي

جدول رقم (47): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع والتأثير السلبي على المستخدمين

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
2.64%	3.28%	1.32%	0.00%	13	11	2	0	لم يجب
80.32%	83.58%	73.51%	71.43%	396	280	111	5	نعم
17.04%	13.13%	25.17%	28.57%	84	44	38	2	لا
100.00%	67.95%	30.63%	1.42%	493	335	151	7	الإجمالي

جدول رقم (48): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وامكانية الاستغناء عن مواقع التواصل

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
2.84%	3.58%	1.32%	0.00%	14	12	2	0	لم يجب
38.74%	39.10%	38.41%	28.57%	191	131	58	2	نعم
58.42%	57.31%	60.26%	71.43%	288	192	91	5	لا
100.00%	67.95%	30.63%	1.42%	493	335	151	7	الإجمالي








جدول رقم (49): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وامكانية عقد الصداقات عبر مواقع التواصل

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
3.25%	3.88%	1.99%	0.00%	16	13	3	0	لم يجب
46.25%	44.18%	49.67%	71.43%	228	148	75	5	نعم
50.51%	51.94%	48.34%	28.57%	249	174	73	2	لا
100.00%	67.95%	30.63%	1.42%	493	335	151	7	الإجمالي








جدول رقم (50): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب النوع وتأثير مواقع التواصل في تكوين الشخصية

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
9.53%	9.25%	9.93%	14.29%	47	31	15	1	لم يجب
32.45%	37.91%	21.19%	14.29%	160	127	32	1	نعم
58.01%	52.84%	68.87%	71.43%	286	177	104	5	لا
100.00%	67.95%	30.63%	1.42%	493	335	151	7	الإجمالي

جدول رقم (51): التوزيع التكراري والنسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب النوع

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
17.27%	17.08%	17.77%	15.79%	455	309	140	6	واتساب 
15.48%	15.87%	14.59%	15.79%	408	287	115	6	إنستغرام 
14.04%	14.70%	12.44%	15.79%	370	266	98	6	سناپ جات 
16.20%	16.25%	16.12%	15.79%	427	294	127	6	يوتيوب 
12.87%	12.11%	14.59%	13.16%	339	219	115	5	فيسبوك 
12.45%	12.11%	13.20%	13.16%	328	219	104	5	تويتر 
11.69%	11.89%	11.29%	10.53%	308	215	89	4	جوجل بلص 

جدول رقم (52): درجات التقييم والتفضيل النسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب النوع

النسب المئوية				التكرارات				البيان
الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	الإجمالي	أنثى	ذكر	لم يحدد	
92.29%	67.91%	30.77%	1.32%	8.78	8.78	8.78	9.05	واتساب 
82.76%	70.34%	28.19%	1.47%	7.22	7.26	7.22	5.48	إنستغرام 
75.05%	71.89%	26.49%	1.62%	7.29	7.66	6.43	5.24	سناپ جات 
86.61%	68.85%	29.74%	1.41%	5.94	5.83	6.12	7.14	يوتيوب 
68.76%	64.60%	33.92%	1.47%	5.15	4.69	5.98	6.57	فيسبوك 
66.53%	66.77%	31.71%	1.52%	5.05	4.83	5.55	4.00	تويتر 
62.47%	69.81%	28.90%	1.30%	3.33	3.41	2.99	6.43	جوجل بلص 

جدول رقم (53): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
8.11%	8.11%	11.76%	9.31%	6.45%	40	2	23	14	1	أقل من ساعة
25.56%	25.56%	23.53%	32.79%	17.97%	126	4	81	39	2	(1 - 2) ساعة
21.91%	21.91%	17.65%	23.08%	20.28%	108	3	57	44	4	(3 - 4) ساعة
16.84%	16.84%	17.65%	12.55%	21.66%	83	3	31	47	2	أكثر من (4) ساعات
27.38%	27.38%	29.41%	21.86%	33.64%	135	5	54	73	3	ليس لدي وقت محدد
0.20%	0.20%	0.00%	0.40%	0.00%	1	0	1	0	0	لا أستخدم الشبكة العالمية
100.0%	3.45%	50.10%	44.02%	2.43%	493	17	247	217	12	الإجمالي

جدول رقم (54): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
0.20%	0.20%	0.00%	0.40%	0.00%	1	0	1	0	0	لم يحدد
2.84%	2.84%	5.88%	3.24%	1.84%	14	1	8	4	1	أقل من سنة
4.87%	4.87%	5.88%	5.26%	4.15%	24	1	13	9	1	(1 - 2) سنة
22.11%	22.11%	23.53%	19.84%	24.88%	109	4	49	54	2	(3 - 4) سنة
35.09%	35.09%	11.76%	34.41%	37.79%	173	2	85	82	4	(5 - 6) سنة
34.48%	34.48%	52.94%	36.44%	30.88%	170	9	90	67	4	أكثر من (6) سنوات
0.41%	0.41%	0.00%	0.40%	0.46%	2	0	1	1	0	لا أستخدم هذه المواقع أبداً
100.0%	3.45%	50.10%	44.02%	2.43%	493	17	247	217	12	الإجمالي

جدول رقم (55): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية ووسائل تصفح الشبكة

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
5.88%	5.88%	0.00%	5.26%	5.99%	29	0	13	13	3	كمبيوتر شخصي أو محمول
5.48%	5.48%	5.88%	3.64%	7.83%	27	1	9	17	0	أيادي أو أحد الأجهزة اللوحية
81.34%	81.34%	82.35%	85.43%	77.88%	401	14	211	169	7	هاتف ذكي على مختلف أنواعه
7.30%	7.30%	11.76%	5.67%	8.29%	36	2	14	18	2	كل أو بعض ما ذكر
100.0%	3.45%	50.10%	44.02%	2.43%	493	17	247	217	12	الإجمالي

جدول رقم (56): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
2.64%	2.64%	0.00%	0.81%	5.07%	13	0	2	11	0	لم يحدد
75.86%	75.86%	52.94%	76.11%	78.34%	374	9	188	170	7	أسمح لهم بشكل جزئي
16.84%	16.84%	35.29%	18.22%	13.82%	83	6	45	30	2	أسمح لهم باستخدامها يومياً
4.67%	4.67%	11.76%	4.86%	2.76%	23	2	12	6	3	لا أسمح لهم باستخدامها مطلقاً
100.0%	3.45%	50.10%	44.02%	2.43%	493	17	247	217	12	الإجمالي

جدول رقم (57): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وطريقة التواصل المفضلة مع الآخرين

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0	0	0	0	0	لم يحدد
54.36%	54.36%	41.18%	50.61%	59.45%	268	7	125	129	7	التواصل المباشر وجهاً لوجه
23.33%	23.33%	29.41%	27.13%	18.89%	115	5	67	41	2	المكالمات الهاتفية والرسائل النصية
22.31%	22.31%	29.41%	22.27%	21.66%	110	5	55	47	3	التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي
100.0%	3.45%	50.10%	44.02%	2.43%	493	17	247	217	12	الإجمالي

جدول رقم (58): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
2.43%	2.43%	5.88%	1.62%	2.76%	12	1	4	6	1	لم يحدد
5.68%	5.68%	0.00%	4.05%	7.83%	28	0	10	17	1	أقل من 100 درهم
13.39%	13.39%	11.76%	12.55%	13.82%	66	2	31	30	3	(100 – 199) درهم
26.17%	26.17%	23.53%	25.91%	27.19%	129	4	64	59	2	(200 – 299) درهم
46.25%	46.25%	58.82%	52.23%	38.71%	228	10	129	84	5	300 درهم فأكثر
6.09%	6.09%	0.00%	3.64%	9.68%	30	0	9	21	0	أحصل عليها مجاناً
100.0%	3.45%	50.10%	44.02%	2.43%	493	17	247	217	12	الإجمالي

جدول رقم (59): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية والتأثير السلبي على المستخدمين

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
2.64%	2.64%	5.88%	1.62%	3.69%	13	1	4	8	0	لم يجب
80.32%	80.32%	82.35%	83.81%	76.50%	396	14	207	166	9	نعم
17.04%	17.04%	11.76%	14.57%	19.82%	84	2	36	43	3	لا
100.0%	3.45%	50.10%	44.02%	2.43%	493	17	247	217	12	الإجمالي

جدول رقم (60): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وامكانية الاستغناء عن مواقع التواصل

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
2.84%	2.84%	0.00%	2.02%	4.15%	14	0	5	9	0	لم يجب
38.74%	38.74%	70.59%	34.01%	41.94%	191	12	84	91	4	نعم
58.42%	58.42%	29.41%	63.97%	53.92%	288	5	158	117	8	لا
100.0%	3.45%	50.10%	44.02%	2.43%	493	17	247	217	12	الإجمالي








جدول رقم (61): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وامكانية عقد الصداقات عبر مواقع التواصل

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
3.25%	3.25%	0.00%	2.43%	4.15%	16	0	6	9	1	لم يجب
46.25%	46.25%	47.06%	42.51%	51.15%	228	8	105	111	4	نعم
50.51%	50.51%	52.94%	55.06%	44.70%	249	9	136	97	7	لا
100.0%	3.45%	50.10%	44.02%	2.43%	493	17	247	217	12	الإجمالي






جدول رقم (62): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب الحالة الاجتماعية وتأثير مواقع التواصل في تكوين الشخصية

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
9.53%	9.53%	5.88%	4.45%	15.67%	47	1	11	34	1	لم يجب
32.45%	32.45%	35.29%	31.58%	34.56%	160	6	78	75	1	نعم
58.01%	58.01%	58.82%	63.97%	49.77%	286	10	158	108	10	لا
100.0%	3.45%	50.10%	44.02%	2.43%	493	17	247	217	12	الإجمالي

جدول رقم (63): التوزيع التكراري والنسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب الحالة الاجتماعية

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
17.27%	18.82%	18.25%	16.18%	15.94%	455	16	235	193	11	واتساب 
15.48%	16.47%	15.30%	15.67%	14.49%	408	14	197	187	10	إنستغرام 
14.04%	15.29%	13.12%	15.00%	13.04%	370	13	169	179	9	سناب جات 
16.20%	16.47%	16.61%	15.76%	15.94%	427	14	214	188	11	يوتيوب 
12.87%	11.76%	13.35%	12.24%	15.94%	339	10	172	146	11	فيسبوك 
12.45%	9.41%	11.80%	13.41%	11.59%	328	8	152	160	8	تويتر 
11.69%	11.76%	11.57%	11.74%	13.04%	308	10	149	140	9	جوجل بلص 

جدول رقم (64): درجات التقييم والتفضيل النسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب الحالة الاجتماعية

النسب المئوية					التكرارات					الخيارات
الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	الإجمالي	أخرى	متزوج	أعزب	لم يحدد	
92.29%	3.52%	51.65%	42.42%	2.42%	8.78	8.66	9.08	8.42	8.83	واتساب 
82.76%	3.43%	48.28%	45.83%	2.45%	7.22	6.94	7.06	7.48	5.86	إنستغرام 
75.05%	3.51%	45.68%	48.38%	2.43%	7.29	8.46	6.87	7.61	7.14	سناب جات 
86.61%	3.28%	50.12%	44.03%	2.58%	5.94	6.02	6.05	5.79	6.10	يوتيوب 
68.76%	2.95%	50.74%	43.07%	3.24%	5.15	5.00	5.81	4.37	5.45	فيسبوك 
66.53%	2.44%	46.34%	48.78%	2.44%	5.05	5.54	5.06	4.96	6.07	تويتر 
62.47%	3.25%	48.38%	45.45%	2.92%	3.33	3.43	3.65	2.95	3.65	جوجل بلص 

جدول رقم (65): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
8.11%	16.67%	14.29%	8.72%	4.62%	0.90%	27.59%	28.57%	40	3	7	13	6	1	8	2	أقل من ساعة
25.56%	33.33%	42.86%	31.54%	21.54%	13.51%	20.69%	42.86%	126	6	21	47	28	15	6	3	(1 - 2) ساعة
21.91%	22.22%	26.53%	22.82%	21.54%	21.62%	17.24%	0.00%	108	4	13	34	28	24	5	0	(3 - 4) ساعة
16.84%	0.00%	6.12%	14.77%	19.23%	24.32%	20.69%	0.00%	83	0	3	22	25	27	6	0	أكثر من (4) ساعات
27.38%	27.78%	10.20%	21.48%	33.08%	39.64%	13.79%	28.57%	135	5	5	32	43	44	4	2	ليس لدي وقت محدد
0.20%	0.00%	0.00%	0.67%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1	0	0	1	0	0	0	0	لا أستخدم الشبكة العالمية
100.0%	3.65%	9.94%	30.22%	26.37%	22.52%	5.88%	1.42%	493	18	49	149	130	111	29	7	الإجمالي

جدول رقم (66): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
0.20%	0.00%	2.04%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1	0	1	0	0	0	0	0	لم يحدد
2.84%	5.56%	8.16%	1.34%	2.31%	0.00%	10.34%	14.29%	14	1	4	2	3	0	3	1	أقل من سنة
4.87%	11.11%	10.20%	4.70%	2.31%	2.70%	13.79%	0.00%	24	2	5	7	3	3	4	0	(1 - 2) سنة
22.11%	33.33%	28.57%	24.83%	15.38%	17.12%	37.93%	28.57%	109	6	14	37	20	19	11	2	(3 - 4) سنة
35.09%	22.22%	28.57%	30.87%	37.69%	45.95%	27.59%	14.29%	173	4	14	46	49	51	8	1	(5 - 6) سنة
34.48%	27.78%	22.45%	37.58%	42.31%	34.23%	6.90%	42.86%	170	5	11	56	55	38	2	3	أكثر من (6) سنوات
0.41%	0.00%	0.00%	0.67%	0.00%	0.00%	3.45%	0.00%	2	0	0	1	0	0	1	0	لا أستخدم هذه المواقع أبداً
100.0%	3.65%	9.94%	30.22%	26.37%	22.52%	5.88%	1.42%	493	18	49	149	130	111	29	7	الإجمالي

جدول رقم (67): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر ووسائل تصفح الشبكة

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
5.88%	0.00%	6.12%	4.03%	7.69%	8.11%	3.45%	0.00%	29	0	3	6	10	9	1	0	كمبيوتر شخصي أو محمول
5.48%	5.56%	8.16%	3.36%	0.77%	4.50%	37.93%	0.00%	27	1	4	5	1	5	11	0	أبياد أو أحد الأجهزة اللوحية
81.34%	77.78%	83.67%	85.23%	82.31%	82.88%	51.72%	71.43%	401	14	41	127	107	92	15	5	هاتف ذكي على مختلف أنواعه
7.30%	16.67%	2.04%	7.38%	9.23%	4.50%	6.90%	28.57%	36	3	1	11	12	5	2	2	كل أو بعض ما ذكر
100.0%	3.65%	9.94%	30.22%	26.37%	22.52%	5.88%	1.42%	493	18	49	149	130	111	29	7	الإجمالي

جدول رقم (68): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
2.64%	5.56%	0.00%	1.34%	1.54%	2.70%	17.24%	0.00%	13	1	0	2	2	3	5	0	لم يحدد
75.86%	50.00%	61.22%	77.18%	81.54%	80.18%	65.52%	85.71%	374	9	30	115	106	89	19	6	أسمح لهم بشكل جزئي
16.84%	38.89%	30.61%	14.77%	13.08%	14.41%	17.24%	14.29%	83	7	15	22	17	16	5	1	أسمح لهم باستخدامها يومياً
4.67%	5.56%	8.16%	6.71%	3.85%	2.70%	0.00%	0.00%	23	1	4	10	5	3	0	0	لا أسمح لهم باستخدامها مطلقاً
100.0%	3.65%	9.94%	30.22%	26.37%	22.52%	5.88%	1.42%	493	18	49	149	130	111	29	7	الإجمالي

جدول رقم (69): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وطريقة التواصل المفضلة مع الآخرين

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0	0	0	0	0	0	0	0	لم يحدد
54.36%	50.00%	53.06%	52.35%	48.46%	60.36%	68.97%	71.43%	268	9	26	78	63	67	20	5	التواصل المباشر وجهاً لوجه
23.33%	16.67%	28.57%	24.83%	26.92%	18.02%	17.24%	14.29%	115	3	14	37	35	20	5	1	المكالمات الهاتفية والرسائل النصية
22.31%	33.33%	18.37%	22.82%	24.62%	21.62%	13.79%	14.29%	110	6	9	34	32	24	4	1	التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي
100.0%	3.65%	9.94%	30.22%	26.37%	22.52%	5.88%	1.42%	493	18	49	149	130	111	29	7	الإجمالي

جدول رقم (70): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر والمبلغ المرصود لخدمة الإنترنت

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
2.43%	0.00%	2.04%	2.01%	0.00%	4.50%	10.34%	0.00%	12	0	1	3	0	5	3	0	لم يحدد
5.68%	0.00%	8.16%	4.03%	4.62%	9.01%	6.90%	0.00%	28	0	4	6	6	10	2	0	أقل من 100 درهم
13.39%	5.56%	16.33%	12.75%	10.00%	15.32%	20.69%	28.57%	66	1	8	19	13	17	6	2	(100 - 199) درهم
26.17%	38.89%	16.33%	29.53%	29.23%	26.13%	6.90%	14.29%	129	7	8	44	38	29	2	1	(200 - 299) درهم
46.25%	55.56%	57.14%	46.98%	52.31%	35.14%	34.48%	42.86%	228	10	28	70	68	39	10	3	300 درهم فأكثر
6.09%	0.00%	0.00%	4.70%	3.85%	9.91%	20.69%	14.29%	30	0	0	7	5	11	6	1	أحصل عليها مجاناً
100.0%	3.65%	9.94%	30.22%	26.37%	22.52%	5.88%	1.42%	493	18	49	149	130	111	29	7	الإجمالي

جدول رقم (71): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر والتأثير السلبي على المستخدمين

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
2.64%	16.67%	0.00%	0.67%	2.31%	5.41%	0.00%	0.00%	13	3	0	1	3	6	0	0	لم يجب
80.32%	66.67%	71.43%	87.25%	81.54%	75.68%	75.86%	100.0%	396	12	35	130	106	84	22	7	نعم
17.04%	16.67%	28.57%	12.08%	16.15%	18.92%	24.14%	0.00%	84	3	14	18	21	21	7	0	لا
100.0%	3.65%	9.94%	30.22%	26.37%	22.52%	5.88%	1.42%	493	18	49	149	130	111	29	7	الإجمالي

جدول رقم (72): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وامكانية الاستغناء عن مواقع التواصل

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
2.84%	5.56%	0.00%	2.01%	2.31%	6.31%	0.00%	0.00%	14	1	0	3	3	7	0	0	لم يجب
38.74%	61.11%	46.94%	30.87%	35.38%	43.24%	48.28%	42.86%	191	11	23	46	46	48	14	3	نعم
58.42%	33.33%	53.06%	67.11%	62.31%	50.45%	51.72%	57.14%	288	6	26	100	81	56	15	4	لا
100.0%	3.65%	9.94%	30.22%	26.37%	22.52%	5.88%	1.42%	493	18	49	149	130	111	29	7	الإجمالي








جدول رقم (73): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وامكانية عقد الصداقات عبر مواقع التواصل

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
3.25%	11.11%	2.04%	1.34%	3.85%	5.41%	0.00%	0.00%	16	2	1	2	5	6	0	0	لم يجب
46.25%	33.33%	36.73%	48.32%	39.23%	52.25%	58.62%	85.71%	228	6	18	72	51	58	17	6	نعم
50.51%	55.56%	61.22%	50.34%	56.92%	42.34%	41.38%	14.29%	249	10	30	75	74	47	12	1	لا
100.0%	3.65%	9.94%	30.22%	26.37%	22.52%	5.88%	1.42%	493	18	49	149	130	111	29	7	الإجمالي








جدول رقم (74): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب العمر وتأثير مواقع التواصل في تكوين الشخصية

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكثر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
9.53%	5.56%	2.04%	7.38%	11.54%	10.81%	24.14%	0.00%	47	1	1	11	15	12	7	0	لم يجب
32.45%	16.67%	22.45%	34.90%	28.46%	38.74%	41.38%	28.57%	160	3	11	52	37	43	12	2	نعم
58.01%	77.78%	75.51%	57.72%	60.00%	50.45%	34.48%	71.43%	286	14	37	86	78	56	10	5	لا
100.0%	3.65%	9.94%	30.22%	26.37%	22.52%	5.88%	1.42%	493	18	49	149	130	111	29	7	الإجمالي

جدول رقم (75): التوزيع التكراري والنسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب العمر

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
17.27%	26.56%	20.93%	17.31%	16.78%	15.86%	15.88%	18.42%	455	17	45	139	122	98	27	7	واتساب 
15.48%	12.50%	13.49%	15.82%	15.96%	15.53%	15.29%	15.79%	408	8	29	127	116	96	26	6	إنستغرام 
14.04%	3.13%	10.70%	13.45%	15.68%	15.05%	14.71%	13.16%	370	2	23	108	114	93	25	5	سناب جات 
16.20%	15.63%	16.74%	16.31%	16.37%	15.53%	16.47%	18.42%	427	10	36	131	119	96	28	7	يوتيوب 
12.87%	21.88%	15.81%	13.33%	11.00%	12.62%	12.94%	10.53%	339	14	34	107	80	78	22	4	فيسبوك 
12.45%	7.81%	11.16%	12.45%	12.52%	13.59%	11.76%	10.53%	328	5	24	100	91	84	20	4	تويتر 
11.69%	12.50%	11.16%	11.33%	11.69%	11.81%	12.94%	13.16%	308	8	24	91	85	73	22	5	جوجل بلص 

جدول رقم (76): درجات التقييم والتفضيل النسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب العمر

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	الإجمالي	أكبر من 50	(41 - 50)	(31 - 40)	(25 - 30)	(18 - 24)	أقل من 18	لم يحدد	
92.29%	3.74%	9.89%	30.55%	26.81%	21.54%	5.93%	1.54%	8.78	9.66	9.02	9.15	8.70	8.47	7.41	8.98	واتساب 
82.76%	1.96%	7.11%	31.13%	28.43%	23.53%	6.37%	1.47%	7.22	5.89	6.31	7.23	7.40	7.26	7.80	6.43	إنستغرام 
75.05%	0.54%	6.22%	29.19%	30.81%	25.14%	6.76%	1.35%	7.29	3.57	6.27	7.04	7.51	7.57	7.60	7.43	سناب جات 
86.61%	2.34%	8.43%	30.68%	27.87%	22.48%	6.56%	1.64%	5.94	5.71	6.94	5.64	5.85	5.82	6.58	7.14	يوتيوب 
68.76%	4.13%	10.03%	31.56%	23.60%	23.01%	6.49%	1.18%	5.15	8.47	6.64	5.42	4.50	4.21	4.94	6.43	فيسبوك 
66.53%	1.52%	7.32%	30.49%	27.74%	25.61%	6.10%	1.22%	5.05	7.43	6.31	5.19	4.74	4.95	4.36	3.57	تويتر 
62.47%	2.60%	7.79%	29.55%	27.60%	23.70%	7.14%	1.62%	3.33	5.36	3.81	3.34	3.28	2.97	3.25	3.71	جوجل بلص 

جدول رقم (77): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
8.11%	2.56%	11.11%	5.58%	5.13%	8.00%	43.48%	40.00%	40	1	2	15	2	8	10	2	أقل من ساعة
25.56%	23.08%	50.00%	26.39%	10.26%	29.00%	13.04%	20.00%	126	9	9	71	4	29	3	1	(1 - 2) ساعة
21.91%	25.64%	22.22%	20.82%	33.33%	23.00%	8.70%	0.00%	108	10	4	56	13	23	2	0	(3 - 4) ساعة
16.84%	17.95%	5.56%	16.73%	20.51%	17.00%	21.74%	0.00%	83	7	1	45	8	17	5	0	أكثر من (4) ساعات
27.38%	30.77%	11.11%	30.48%	28.21%	23.00%	13.04%	40.00%	135	12	2	82	11	23	3	2	ليس لدي وقت محدد
0.20%	0.00%	0.00%	0.00%	2.56%	0.00%	0.00%	0.00%	1	0	0	0	1	0	0	0	لا أستخدم الشبكة العالمية
100.0%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	1.01%	493	39	18	269	39	100	23	5	الإجمالي

جدول رقم (78): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
0.20%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.00%	0.00%	0.00%	1	0	0	0	0	1	0	0	لم يحدد
2.84%	0.00%	0.00%	1.86%	2.56%	4.00%	13.04%	20.00%	14	0	0	5	1	4	3	1	أقل من سنة
4.87%	5.13%	11.11%	1.12%	2.56%	11.00%	17.39%	20.00%	24	2	2	3	1	11	4	1	(1 - 2) سنة
22.11%	25.64%	22.22%	17.84%	28.21%	28.00%	30.43%	20.00%	109	10	4	48	11	28	7	1	(3 - 4) سنة
35.09%	30.77%	38.89%	37.17%	30.77%	38.00%	17.39%	0.00%	173	12	7	100	12	38	4	0	(5 - 6) سنة
34.48%	38.46%	27.78%	42.01%	33.33%	18.00%	17.39%	40.00%	170	15	5	113	13	18	4	2	أكثر من (6) سنوات
0.41%	0.00%	0.00%	0.00%	2.56%	0.00%	4.35%	0.00%	2	0	0	0	1	0	1	0	لا أستخدم هذه المواقع أبداً
100.0%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	1.01%	493	39	18	269	39	100	23	5	الإجمالي

جدول رقم (79): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي ووسائل تصفح الشبكة

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
5.88%	0.00%	5.56%	5.58%	10.26%	8.00%	4.35%	0.00%	29	0	1	15	4	8	1	0	كمبيوتر شخصي أو محمول
5.48%	2.56%	16.67%	2.23%	7.69%	5.00%	39.13%	0.00%	27	1	3	6	3	5	9	0	أيادي أو أحد الأجهزة اللوحية
81.34%	92.31%	66.67%	85.13%	69.23%	82.00%	47.83%	80.00%	401	36	12	229	27	82	11	4	هواتف ذكي على مختلف أنواعه
7.30%	5.13%	11.11%	7.06%	12.82%	5.00%	8.70%	20.00%	36	2	2	19	5	5	2	1	كل أو بعض ما ذكر
100.0%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	1.01%	493	39	18	269	39	100	23	5	الإجمالي

جدول رقم (80): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
2.64%	0.00%	0.00%	1.86%	0.00%	3.00%	21.74%	0.00%	13	0	0	5	0	3	5	0	لم يحدد
75.86%	87.18%	72.22%	75.46%	66.67%	81.00%	52.17%	100.0%	374	34	13	203	26	81	12	5	أسمح لهم بشكل جزئي
16.84%	10.26%	27.78%	18.22%	20.51%	11.00%	26.09%	0.00%	83	4	5	49	8	11	6	0	أسمح لهم باستخدامها يومياً
4.67%	2.56%	0.00%	4.46%	12.82%	5.00%	0.00%	0.00%	23	1	0	12	5	5	0	0	لا أسمح لهم باستخدامها مطلقاً
100.0%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	1.01%	493	39	18	269	39	100	23	5	الإجمالي

جدول رقم (81): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وطريقة التواصل المفضلة مع الآخرين

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0	0	0	0	0	0	0	0	لم يحدد
54.36%	46.15%	72.22%	54.28%	48.72%	58.00%	52.17%	40.00%	268	18	13	146	19	58	12	2	التواصل المباشر وجهاً لوجه
23.33%	23.08%	16.67%	22.68%	25.64%	24.00%	30.43%	20.00%	115	9	3	61	10	24	7	1	المكالمات الهاتفية والرسائل النصية
22.31%	30.77%	11.11%	23.05%	25.64%	18.00%	17.39%	40.00%	110	12	2	62	10	18	4	2	التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي
100.0%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	1.01%	493	39	18	269	39	100	23	5	الإجمالي

جدول رقم (82): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
2.43%	2.56%	0.00%	1.49%	2.56%	2.00%	13.04%	20.00%	12	1	0	4	1	2	3	1	لم يحدد
5.68%	0.00%	22.22%	4.46%	7.69%	7.00%	4.35%	20.00%	28	0	4	12	3	7	1	1	أقل من 100 درهم
13.39%	7.69%	11.11%	11.90%	33.33%	9.00%	26.09%	20.00%	66	3	2	32	13	9	6	1	100 – 199 درهم
26.17%	20.51%	38.89%	29.00%	20.51%	25.00%	8.70%	20.00%	129	8	7	78	8	25	2	1	200 – 299 درهم
46.25%	69.23%	27.78%	46.84%	33.33%	50.00%	30.43%	0.00%	228	27	5	126	13	50	7	0	300 درهم فأكثر
6.09%	0.00%	0.00%	6.32%	2.56%	7.00%	17.39%	20.00%	30	0	0	17	1	7	4	1	أحصل عليها مجاناً
100.0%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	1.01%	493	39	18	269	39	100	23	5	الإجمالي

جدول رقم (83): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي والتأثير السلبي على المستخدمين

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
2.64%	7.69%	5.56%	1.86%	2.56%	3.00%	0.00%	0.00%	13	3	1	5	1	3	0	0	لم يحدد
80.32%	79.49%	61.11%	81.41%	76.92%	84.00%	69.57%	100.0%	396	31	11	219	30	84	16	5	نعم
17.04%	12.82%	33.33%	16.73%	20.51%	13.00%	30.43%	0.00%	84	5	6	45	8	13	7	0	لا
100.0%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	1.01%	493	39	18	269	39	100	23	5	الإجمالي

جدول رقم (84): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وامكانية الاستغناء عن مواقع التواصل

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
2.84%	5.13%	0.00%	2.60%	5.13%	3.00%	0.00%	0.00%	14	2	0	7	2	3	0	0	لم يحدد
38.74%	35.90%	55.56%	40.89%	41.03%	31.00%	30.43%	60.00%	191	14	10	110	16	31	7	3	نعم
58.42%	58.97%	44.44%	56.51%	53.85%	66.00%	69.57%	40.00%	288	23	8	152	21	66	16	2	لا
100.0%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	1.01%	493	39	18	269	39	100	23	5	الإجمالي








جدول رقم (85): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وامكانية عقد الصداقات عبر مواقع التواصل

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
3.25%	7.69%	0.00%	2.23%	5.13%	5.00%	0.00%	0.00%	16	3	0	6	2	5	0	0	لم يحدد
46.25%	38.46%	44.44%	43.49%	56.41%	50.00%	56.52%	60.00%	228	15	8	117	22	50	13	3	نعم
50.51%	53.85%	55.56%	54.28%	38.46%	45.00%	43.48%	40.00%	249	21	10	146	15	45	10	2	لا
100.0%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	1.01%	493	39	18	269	39	100	23	5	الإجمالي








جدول رقم (86): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب التحصيل العلمي وتأثير مواقع التواصل في تكوين الشخصية

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
9.53%	7.69%	0.00%	9.67%	7.69%	10.00%	21.74%	0.00%	47	3	0	26	3	10	5	0	لم يحدد
32.45%	25.64%	16.67%	34.20%	30.77%	35.00%	30.43%	20.00%	160	10	3	92	12	35	7	1	نعم
58.01%	66.67%	83.33%	56.13%	61.54%	55.00%	47.83%	80.00%	286	26	15	151	24	55	11	4	لا
100.0%	7.91%	3.65%	54.56%	7.91%	20.28%	4.67%	1.01%	493	39	18	269	39	100	23	5	الإجمالي

جدول رقم (87): التوزيع التكراري والنسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب التحصيل العلمي

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
17.27%	18.56%	19.57%	17.23%	16.59%	16.95%	16.15%	19.23%	455	36	18	249	36	90	21	5	واتساب 
15.48%	15.98%	16.30%	15.43%	14.75%	15.44%	15.38%	19.23%	408	31	15	223	32	82	20	5	إنستغرام 
14.04%	14.43%	14.13%	13.77%	14.29%	14.50%	13.85%	15.38%	370	28	13	199	31	77	18	4	سناپ جات 
16.20%	15.98%	17.39%	16.33%	15.67%	15.82%	16.15%	19.23%	427	31	16	236	34	84	21	5	يوتيوب 
12.87%	11.86%	9.78%	13.49%	12.44%	12.24%	13.85%	7.69%	339	23	9	195	27	65	18	2	فيسبوك 
12.45%	12.89%	14.13%	12.32%	13.36%	12.62%	10.77%	7.69%	328	25	13	178	29	67	14	2	تويتر 
11.69%	10.31%	8.70%	11.42%	12.90%	12.43%	13.85%	11.54%	308	20	8	165	28	66	18	3	جوجل بلص 

جدول رقم (88): درجات التقييم والتفضيل النسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب التحصيل العلمي

النسب المئوية								التكرارات								الخيارات
الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	الإجمالي	شهادة عليا	دبلوم عالي	شهادة جامعية	دبلوم تخصص	ثانوية عامة	ابتدائية فأقل	لم يحدد	
92.29%	7.91%	3.96%	54.73%	7.91%	19.78%	4.62%	1.10%	8.78	8.81	8.81	8.87	9.01	8.62	8.16	8.00	واتساب 
82.76%	7.60%	3.68%	54.66%	7.84%	20.10%	4.90%	1.23%	7.22	7.28	6.67	7.30	7.01	7.14	7.36	6.86	إنستغرام 
75.05%	7.57%	3.51%	53.78%	8.38%	20.81%	4.86%	1.08%	7.29	7.96	7.14	7.22	7.65	7.22	6.67	8.21	سناپ جات 
86.61%	7.26%	3.75%	55.27%	7.96%	19.67%	4.92%	1.17%	5.94	5.76	5.98	5.76	5.25	6.45	6.80	7.71	يوتيوب 
68.76%	6.78%	2.65%	57.52%	7.96%	19.17%	5.31%	0.59%	5.15	5.22	5.56	5.30	4.81	4.64	5.48	6.43	فيسبوك 
66.53%	7.62%	3.96%	54.27%	8.84%	20.43%	4.27%	0.61%	5.05	5.14	7.36	4.94	5.12	5.10	3.88	3.57	تويتر 
62.47%	6.49%	2.60%	53.57%	9.09%	21.43%	5.84%	0.97%	3.33	3.71	1.96	3.24	3.11	3.55	3.73	3.81	جوجل بلص 

جدول رقم (89): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وفترة الاستخدام اليومي للشبكة

النسب المئوية							التكرارات						الخيارات	
الإجمالي	رية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يحدد	الإجمالي	رية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر		لم يحدد
8.11%	5.88%	10.98%	8.33%	7.42%	12.50%	9.52%	40	3	9	4	21	1	2	أقل من ساعة
25.56%	31.37%	10.98%	33.33%	26.15%	50.00%	33.33%	126	16	9	16	74	4	7	(1 - 2) ساعة
21.91%	27.45%	19.51%	18.75%	22.97%	12.50%	14.29%	108	14	16	9	65	1	3	(3 - 4) ساعة
16.84%	7.84%	36.59%	14.58%	14.13%	0.00%	9.52%	83	4	30	7	40	0	2	أكثر من (4) ساعات
27.38%	27.45%	21.95%	25.00%	28.98%	25.00%	33.33%	135	14	18	12	82	2	7	ليس لدي وقت محدد
0.20%	0.00%	0.00%	0.00%	0.35%	0.00%	0.00%	1	0	0	0	1	0	0	لا أستخدم الشبكة العالمية
10.34%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	0.00%	493	51	82	48	283	8	21	الإجمالي

جدول رقم (90): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسب المئوية							التكرارات						الخيارات	
الإجمالي	رية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يحدد	الإجمالي	رية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر		لم يحدد
0.20%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	4.76%	1	0	0	0	0	0	1	لم يحدد
2.84%	5.88%	3.66%	0.00%	1.77%	0.00%	14.29%	14	3	3	0	5	0	3	أقل من سنة
4.87%	1.96%	6.10%	4.17%	5.65%	0.00%	0.00%	24	1	5	2	16	0	0	(1 - 2) سنة
22.11%	25.49%	26.83%	16.67%	20.49%	37.50%	23.81%	109	13	22	8	58	3	5	(3 - 4) سنة
35.09%	33.33%	34.15%	37.50%	35.34%	50.00%	28.57%	173	17	28	18	100	4	6	(5 - 6) سنة
34.48%	33.33%	28.05%	41.67%	36.40%	12.50%	28.57%	170	17	23	20	103	1	6	أكثر من (6) سنوات
0.41%	0.00%	1.22%	0.00%	0.35%	0.00%	0.00%	2	0	1	0	1	0	0	لا أستخدم هذه المواقع أبداً
10.34%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	0.00%	493	51	82	48	283	8	21	الإجمالي

جدول رقم (91): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل ووسائل تصفح الشبكة

النسب المئوية							التكرارات						الخيارات	
الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستمر	لم يجد	الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستمر		لم يجد
5.88%	7.84%	7.32%	0.00%	6.01%	12.50%	4.76%	29	4	6	0	17	1	1	كمبيوتر شخصي أو محمول
5.48%	3.92%	12.20%	2.08%	4.59%	12.50%	0.00%	27	2	10	1	13	1	0	آيباد أو أحد الأجهزة اللوحية
81.34%	86.27%	75.61%	91.67%	80.21%	75.00%	85.71%	401	44	62	44	227	6	18	هاتف ذكي على مختلف أنواعه
7.30%	1.96%	4.88%	6.25%	9.19%	0.00%	9.52%	36	1	4	3	26	0	2	كل أو بعض ما ذكر
10.34%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	0.00%	493	51	82	48	283	8	21	الإجمالي

جدول رقم (92): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل ودرجة السماح للأبناء باستخدام الشبكة

النسب المئوية							التكرارات						الخيارات	
الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستمر	لم يجد	الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستمر		لم يجد
2.64%	0.00%	8.54%	2.08%	1.41%	0.00%	4.76%	13	0	7	1	4	0	1	لم يحدد
75.86%	70.59%	70.73%	85.42%	76.68%	87.50%	71.43%	374	36	58	41	217	7	15	أسمح لهم بشكل جزئي
16.84%	21.57%	18.29%	12.50%	16.61%	12.50%	14.29%	83	11	15	6	47	1	3	أسمح لهم باستخدامها يومياً
4.67%	7.84%	2.44%	0.00%	5.30%	0.00%	9.52%	23	4	2	0	15	0	2	لا أسمح لهم باستخدامها مطلقاً
10.34%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	0.00%	493	51	82	48	283	8	21	الإجمالي

جدول رقم (93): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وطريقة التواصل المفضلة مع الآخرين

النسب المئوية							التكرارات						الخيارات	
الإجمالي	ربة بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يحدد	الإجمالي	ربة بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر		لم يحدد
0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0	0	0	0	0	0	0	لم يحدد
54.36%	47.06%	64.63%	47.92%	54.06%	50.00%	52.38%	268	24	53	23	153	4	11	التواصل المباشر وجهاً لوجه
23.33%	29.41%	15.85%	22.92%	24.73%	25.00%	19.05%	115	15	13	11	70	2	4	المكالمات الهاتفية والرسائل النصية
22.31%	23.53%	19.51%	29.17%	21.20%	25.00%	28.57%	110	12	16	14	60	2	6	التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي
10.34%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	0.00%	493	51	82	48	283	8	21	الإجمالي

جدول رقم (94): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل والمبلغ المرصود لخدمة الانترنت

النسب المئوية							التكرارات						الخيارات	
الإجمالي	ربة بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يحدد	الإجمالي	ربة بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر		لم يحدد
2.43%	5.88%	7.32%	0.00%	1.06%	0.00%	0.00%	12	3	6	0	3	0	0	لم يحدد
5.68%	3.92%	10.98%	4.17%	4.95%	0.00%	4.76%	28	2	9	2	14	0	1	أقل من 100 درهم
13.39%	17.65%	18.29%	18.75%	9.89%	0.00%	23.81%	66	9	15	9	28	0	5	(100 - 199) درهم
26.17%	29.41%	17.07%	29.17%	27.21%	37.50%	28.57%	129	15	14	14	77	3	6	(200 - 299) درهم
46.25%	37.25%	28.05%	45.83%	53.36%	62.50%	38.10%	228	19	23	22	151	5	8	300 درهم فأكثر
6.09%	5.88%	18.29%	2.08%	3.53%	0.00%	4.76%	30	3	15	1	10	0	1	أحصل عليها مجاناً
10.34%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	0.00%	493	51	82	48	283	8	21	الإجمالي

جدول رقم (95): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل والتأثير السلبي على المستخدمين

النسب المئوية							التكرارات						الخيارات	
الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يجد	الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر		لم يجد
2.64%	1.96%	7.32%	2.08%	1.06%	0.00%	9.52%	13	1	6	1	3	0	2	لم يجب
80.32%	88.24%	75.61%	85.42%	79.51%	75.00%	80.95%	396	45	62	41	225	6	17	نعم
17.04%	9.80%	17.07%	12.50%	19.43%	25.00%	9.52%	84	5	14	6	55	2	2	لا
10.34%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	0.00%	493	51	82	48	283	8	21	الإجمالي

جدول رقم (96): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وإمكانية الاستغناء عن مواقع التواصل

النسب المئوية							التكرارات						الخيارات	
الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يجد	الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر		لم يجد
2.84%	1.96%	7.32%	2.08%	1.41%	0.00%	9.52%	14	1	6	1	4	0	2	لم يجب
38.74%	41.18%	40.24%	39.58%	37.46%	62.50%	33.33%	191	21	33	19	106	5	7	نعم
58.42%	56.86%	52.44%	58.33%	61.13%	37.50%	57.14%	288	29	43	28	173	3	12	لا
10.34%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	0.00%	493	51	82	48	283	8	21	الإجمالي








جدول رقم (97): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وامكانية عقد الصداقات عبر مواقع التواصل

النسب المئوية							التكرارات						الخيارات	
الإجمالي	رغبة بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يجد	الإجمالي	رغبة بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر		لم يجد
3.25%	3.92%	7.32%	2.08%	1.41%	12.50%	9.52%	16	2	6	1	4	1	2	لم يجب
46.25%	45.10%	54.88%	52.08%	43.11%	37.50%	47.62%	228	23	45	25	122	3	10	نعم
50.51%	50.98%	37.80%	45.83%	55.48%	50.00%	42.86%	249	26	31	22	157	4	9	لا
10.34%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	0.00%	493	51	82	48	283	8	21	الإجمالي








جدول رقم (98): التوزيع التكراري والنسبي للمشاركين حسب حالة العمل وتأثير مواقع التواصل في تكوين الشخصية

النسب المئوية							التكرارات						الخيارات	
الإجمالي	رغبة بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يجد	الإجمالي	رغبة بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر		لم يجد
9.53%	7.84%	19.51%	6.25%	7.07%	0.00%	19.05%	47	4	16	3	20	0	4	لم يجب
32.45%	35.29%	36.59%	35.42%	31.10%	0.00%	33.33%	160	18	30	17	88	0	7	نعم
58.01%	56.86%	43.90%	58.33%	61.84%	100.0%	47.62%	286	29	36	28	175	8	10	لا
10.34%	16.63%	9.74%	57.40%	1.62%	4.26%	0.00%	493	51	82	48	283	8	21	الإجمالي

جدول رقم (99): التوزيع التكراري والنسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب حالة العمل

النسب المئوية							التكرارات							الخيارات
الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يجد	الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يجد	
17.27%	17.83%	15.93%	17.49%	17.37%	19.05%	18.68%	455	46	68	46	270	8	17	واتساب 
15.48%	15.12%	15.22%	15.21%	15.70%	14.29%	15.38%	408	39	65	40	244	6	14	إنستغرام 
16.20%	17.05%	15.93%	16.73%	16.02%	16.67%	16.48%	427	44	68	44	249	7	15	يوتيوب 
14.04%	12.02%	14.75%	11.79%	14.67%	9.52%	14.29%	370	31	63	31	228	4	13	سناپ جات 
12.87%	14.34%	12.88%	14.07%	12.29%	16.67%	13.19%	339	37	55	37	191	7	12	فيسبوك 
12.45%	10.47%	13.11%	11.79%	12.81%	11.90%	10.99%	328	27	56	31	199	5	10	تويتر 
11.69%	13.18%	12.18%	12.93%	11.13%	11.90%	10.99%	308	34	52	34	173	5	10	جوجل بلص 

جدول رقم (100): درجات التقييم والتفضيل النسبي لمواقع التواصل الاجتماعي حسب حالة العمل

النسب المئوية							التكرارات							الخيارات
الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يجد	الإجمالي	رؤية بيت أو لا أعمل	طالب	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	مستثمر	لم يجد	
92.29%	10.11%	14.95%	10.11%	59.34%	1.76%	3.74%	8.78	9.25	8.26	9.16	8.76	9.11	8.82	واتساب 
82.76%	9.56%	15.93%	9.80%	59.80%	1.47%	3.43%	7.22	6.26	7.34	6.89	7.44	6.67	6.73	إنستغرام 
86.61%	10.30%	15.93%	10.30%	58.31%	1.64%	3.51%	5.94	5.97	6.37	5.75	5.81	5.92	6.48	يوتيوب 
75.05%	8.38%	17.03%	8.38%	61.62%	1.08%	3.51%	7.29	5.99	7.10	7.05	7.55	8.57	7.03	سناپ جات 
68.76%	10.91%	16.22%	10.91%	56.34%	2.06%	3.54%	5.15	6.99	4.68	6.53	4.53	6.12	6.79	فيسبوك 
66.53%	8.23%	17.07%	9.45%	60.67%	1.52%	3.05%	5.05	4.50	4.77	4.29	5.31	5.14	5.29	تويتر 
62.47%	11.04%	16.88%	11.04%	56.17%	1.62%	3.25%	3.33	4.33	3.13	3.78	3.05	4.00	3.86	جوجل بلص 

المرفق (2): نموذج استبانة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع

الإماراتي



تهديكم إدارة مراكز التنمية الأسرية تحياتها العطرة، وتضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يهدف إلى دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع بصورة عامة وعلى الأسرة بصورة خاصة، لذا نهييب بكم الإجابة على أسئلتها بدقة وموضوعية، آمليين تعاونكم معنا... مع فائق الاحترام والتقدير...

المعلومات الديموغرافية

النوع:	<input type="checkbox"/> ذكر <input type="checkbox"/> أنثى
الحالة الاجتماعية:	<input type="checkbox"/> أعزب <input type="checkbox"/> متزوج <input type="checkbox"/> أخرى
العمر:	<input type="checkbox"/> أقل من 18 <input type="checkbox"/> (18 - 24) <input type="checkbox"/> (25 - 30) <input type="checkbox"/> (31 - 40) <input type="checkbox"/> (41 - 50) <input type="checkbox"/> أكبر من 50
التحصيل العلمي:	<input type="checkbox"/> ابتدائية فأقل <input type="checkbox"/> ثانوية عامة <input type="checkbox"/> دبلوم تخصص <input type="checkbox"/> شهادة جامعية <input type="checkbox"/> دبلوم عالي <input type="checkbox"/> شهادة عليا
حالة العمل:	<input type="checkbox"/> مستثمر <input type="checkbox"/> موظف حكومي <input type="checkbox"/> موظف قطاع خاص <input type="checkbox"/> طالب <input type="checkbox"/> ربة بيت أو لا أعمل

محاو الاستبيان

كم ساعة، في المعدل، تقضيها يومياً في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- أقل من ساعة. (1 - 2) ساعة (3 - 4) ساعة أكثر من (4) ساعات ليس لدي وقت محدد لا أستخدم الشبكة العالمية

:: منذ كم سنة وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

- أقل من سنة. (1 - 2) سنة (3 - 4) سنة (5 - 6) سنة أكثر من (6) سنة لا أستخدم هذه المواقع أبداً

:: ما هي الوسيلة التي تستخدمها عادة أو تفضلها في تصفح الشبكة العالمية أو الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي؟

- جهاز الكمبيوتر الشخصي أو الكمبيوتر المحمول (لابتوب Laptop).
 جهاز الآيباد (iPad) أو أحد الأجهزة اللوحية (تابليت Tablet).
 جهاز الهاتف الذكي على مختلف أنواعه.

:: هل تسمح أو سوف تسمح لأبنائك وبناتك من استخدامها؟

- أسمح لهم بشكل جزئي.
 أسمح لهم باستخدامها يومياً.
 لا أسمح لهم باستخدامها مطلقاً.

:: ما هي الطريقة التي تفضلها في الحوار مع الآخرين في الوقت الحاضر؟

- التواصل المباشر وجهاً لوجه.
 المكالمات الهاتفية والرسائل النصية.
 التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

:: ما هو المبلغ الذي ترصده أو يكلفك حالياً في الشهر من أجل توفير خدمة الإنترنت لك أو لأفراد عائلتك؟

- أقل من 100 درهم (100 - 199) درهم (200 - 299) درهم 300 درهم فأكثر أحصل عليها مجاناً.

:: هل تعتقد بأن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً سلبياً على عصبية وانفعالات مستخدميها؟ نعم. لا.

:: هل تعتقد بأنه يمكنك التوقف والاستغناء عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟ نعم. لا.

:: هل حصلت أو عقدت صداقات جديدة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟ نعم. لا.

• إذا كانت إجابتك (نعم):

■ فكيف اخترت أصدقاءك؟

■ ما الذي يعجبك في الأشخاص ويدفعك إلى مصادقتهم والتواصل معهم؟

• إذا كانت إجابتك (لا)، فما هو السبب الذي يمنعك من ذلك؟

:: هل تعتقد بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد أثرت في تكوين شخصيتك أو سلوكك العام؟ نعم. لا.

• إذا كانت إجابتك (نعم):

■ فكيف ذلك؟ يرجى بيانه بإيجاز.

:: رتب التطبيقات التي تستخدمها فقط، بأرقام متسلسلة في الخانة المخصصة بأعلاها، حسب تفضيلك لكل موقع:



جوجل بلص



يوتيوب



واتساب



سناب جات



إنتستغرام



تويتر



فيسبوك

المرفق (3): التحكيم وفريق العمل

أنجز التحليل الإحصائي لهذه الدراسة من قبل الخبير الإحصائي / محمود الملاح، الباحث بإدارة التخطيط الاستراتيجي، في بلدية مدينة الشارقة، وساهم في تهيئة جميع متطلباتها وإنجازها فريق عمل متدرب، شكّل في إدارة مراكز التنمية الأسرية، وكُلف بمتابعة إجراء وإنجاز الاستبيانات، وتفريغها في النماذج الإلكترونية المعدة لها، وهو يتألف من:

- الأستاذة / أميمة أدهام العاني
- الأستاذة / إيمان أدهام العاني
- الأستاذة / جينا سيد الجوهري
- الأستاذة / علياء النعيمي

وقام (ت) الأستاذ (ة) / بمهمة التدقيق اللغوي والنحوي على الصياغة النهائية لهذا التقرير قبل رفعه إلى الإدارة العليا.



إدارة مراكز التنمية الأسرية
Department of Family Development Center