

AWARENESS AND PRACTICES OF HOUSEWIFE USING SOCIAL MEDIA AND ITS RELATIONSHIP TO CONSUMER BEHAVIOR

*Huda B. A. Al-Eid and ** Wejdan B. A. Aloudah

*Faculty of Art and Designs-Princess Noura bint Abdulrahman University

**housing & Home Management.,College of Home Economics- Princess Norah bint Abdulrahman University

وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالسلوك الاستهلاكي

*هدى بنت عبد الرحمن العيد و**وجدان بنت عبد الرحمن العودة

كلية التصاميم والفنون بجامعة الأميرة نوره بنت عبد الرحمن

قسم السكن وإدارة المنزل كلية الاقتصاد المنزلي بجامعة الأميرة نوره بنت عبد الرحمن

الملخص

تتمثل أهداف الدراسة في تحديد طبيعة العلاقة بين كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه (الوعي والممارسات) والسلوك الاستهلاكي للأسرة بجوانبه السنه (أساسيات السلوك الاستهلاكي، الطعام والشرب، والملابس، والمياه والكهرباء، والخدمات، والتعليم والثقافة) وبعض متغيرات الحالة الاجتماعية الاقتصادية المتمثلة في (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام) ، كذلك تحديد طبيعة الفروق بين كل من ربوات الأسر العاملات وغير العاملات وربوات الأسر أصحاب المساكن التملك والمساكن الإيجار في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستهلاكي ، تحديد الاختلافات بين عينة الدراسة في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه ، والسلوك الاستهلاكي للأسرة بجوانبه السنه تبعاً لكل من منطقة السكن ، وعدد أفراد الأسرة ، ونوع السكن ، والمستوى التعليمي لكل من الزوج تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة ، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة ، وفئات الدخل الشهري للأسرة.

واتبعت الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي ، حيث تم إعداد وتعيين استبيان عن وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي واستبيان عن السلوك الاستهلاكي ، تم تطبيقها على عينة مكونة من ٢٠٢ زوجة تم اختيارهن بطريقة صدفية من مدينة الرياض.

وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطيه موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ بين كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستهلاكي ، بينما لا توجد علاقة ارتباطيه بين كل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية والاقتصادية ووعي وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستهلاكي ، كذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربوات الأسر العاملات وغير العاملات ، أصحاب المساكن التملك وأصحاب المساكن الإيجار في وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه والسلوك الاستهلاكي بجوانبه السنه ، كذلك عدم وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستهلاكي تبعاً لكل من منطقة السكن ، عدد أفراد الأسرة ، نوع السكن ، مستوى تعليم الزوج و الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، بينما وجد تباين دال إحصائياً عند ٠.٠٥ بين عينة الدراسة في وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لصالح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أقل من ساعتين، بينما لا يوجد تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في السلوك الاستهلاكي تبعاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

وأوصت الدراسة بأهمية تقديم البرامج الإرشادية (الدينية والنفسية) لربوات الأسر حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لما في ذلك من تأثير فعال في تحقيق التوازن العائلي والرضا الداخلي لربة الأسرة والرضا الخارجي لزوجها وأولادها ، عقد دورات تدريبية لربة الأسرة حول كيفية تعديل السلوكيات الخاطئة حول الاستهلاك وطرق الترشيد ، عقد دورات تدريبية وندوات تثقيفية للفتيات المقبلات على الزواج لتوعيتهن بمتطلبات الحياة الأسرية وكيفية الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة من هذه التقنية دون التأثير على قيامها بأدوارها المختلفة .

المقدمة والمشكلة البحثية

نعيش هذه الأيام زمن التحولات والتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وتكيف هذه التغيرات بما يتناسب مع مصالح الأفراد والمجتمعات، وتوضح الحقائق العلمية والرقمية اليوم أن تكنولوجيا المعلومات أضحت من الصناعات الهامة والاستراتيجية التي بدأت الدول المتقدمة في تأسيس وضعها الجديد والعام على قاعدة الارتقاء بهذه الصناعة وتوظيفها في عمليات التطوير والتنمية (الريس، ٢٠٠٨).

ويختلف أثر التكنولوجيا الحديثة باختلاف المجتمع بمعنى أن هذا الأثر قد لا نحس به في المجتمعات الفقيرة النامية لكن هذا الأمر يختلف تماماً بالنسبة للمجتمعات الغنية والمتقدمة (خطاب، ٢٠٠٣).

ويعتبر التواصل تقنية إجرائية أساسية في فهم التفاعلات البشرية ، وتفسير النصوص والخبرات الإعلامية ، وكل طرائق التواصل والإنصال والإرسال ، وبالتالي يمكن الجزم بالقول : إن التواصل أصبح علماً قائماً بذاته ، له تقنياته ومفوماته الخاصة وأساليبه وأشكاله المحددة له ، وهو في الوقت نفسه بمثابة المعين والوعاء المتسع الذي تستقى منه باقى العلوم والفنون والوسائل من أجل إنجاز أهداف وتحقيق غايات ، وقد جسد إسلامان الحنيف وقرآنا العظيم التواصل الاجتماعي في أبهى صورته وذلك منذ فجر التاريخ .

إن مفهوم التواصل في المنظور الإسلامي يشير إلى التفاعل الإيجابي النابع من رغبة صداقة في خلق التفاهم مع الآخر ، وهو المنطلق للوصول إلى الحق باستعمال حواس التواصل ، فقوله تعالى (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ) (الحجرات : ١٣) ، يستفاد منه بتذكير الناس بوحدة أصلهم وهو ما يسهل عليهم عملية التواصل (الألوسي ، ٥١٤١٥) .

والتواصل إذا تم على المستويين الداخلي والخارجي فهو على المستوى الخارجي يمثل إحدى الضرورات التي لم تغفلها الدول والمجتمعات – كبيرة كانت أو صغيرة – لهذا فالكثير منها ترصد له الميزانيات ، وتنشأ من أجله المراكز والمؤسسات ، وإذا كانت كلمة التواصل بمفهومها العام تعني نقل المذكرات ، وتحقيق الإقناع عبر تقديم صورة واضحة ومحددة للحقيقة موضوع المناقشة ، فإن الإتصال بمفهومه الإسلامي يضم هذا المعنى ، ويتسع أبعاداً أخرى كثيرة (سكسر ، ٢٠١١) .

وتشير الدراسات الحديثة إلى أن استعمالات الإنترنت في الدول التي تصنف بأنها غير ديموقراطية، ساعدت في كسر الطوق على عدد من الجماعات السياسية، مما دفع قسماً من هذه الدول إلى الاعتقاد بأن التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاتصال ومنها الإنترنت، أصبحت عدو النظم السياسية التي تنتهك حقوق الأفراد، وذلك لأن الإعلام الجديد، أضحي يؤثر في الحياة السياسية في المجتمعات، ويساعد في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الديموقراطية والمشاركة السياسية (عبد الرزاق والساموك، ٢٠١١) ، إلى جانب دورها على الصعيد الاجتماعي، ومساهمتها في تطوير الوضع الاجتماعي، وتجاوز النماذج الجاهزة والقوالب الجامعة بشكل تدريجي في العلاقات الاجتماعية، دون أن يؤدي ذلك إلى اهتزاز البنية الاجتماعية وإحداث شروخ فيها (زكريا، ٢٠٠٩) .

ولقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً ليس فقط في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكّل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقه (حسن، ٢٠٠٩) .

ولا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. فالمضمون الذي تتوجّه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط بل انه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل اشكالياتها (عماد ، ٢٠٠٦) .

ويرى (Kirk, David (2011) أن شبكة الإنترنت ربطت بين أجزاء العالم المترامية وغيرت معالمه حيث تحتل شبكة الفيس بوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من ٨٠٠ مليون شخص ، ويعتبر الفيس بوك الأول أمريكياً والثالث عالمياً وأن شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك كانت أكثر المواقع زيادة من رواد الإنترنت (العربية نت ، ٢٠١١) .

هذا بالإضافة إلى أن الفيس بوك يمكن الأفراد من التعرف على أصدقاء جدد والإنصال والتواصل بالأصدقاء القدامى ويساعد الأفراد على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة زمنية قصيرة فهناك من استفاد من هذه المميزات ومن استغله في الجانب السئ (البشبيشي ، ٢٠١٠) ، ولقد كان الاعتقاد السائد بأن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من فئة الشباب فقط إلا أن الواقع يثبت خلاف ذلك حيث أن هذه الشبكات مفتوحة للجميع ويمكن الدخول إليها مجاناً (Christakis, et al, 2011) .

وكشفت نتائج دراسة المنصور (٢٠١٢) إلى أن (٦٧%) ممن شملتهم الدراسة يستخدمون الإنترنت في التواصل الاجتماعي ، بينما ذكر (٣٦%) منهم يتواصلون يومياً مع أصدقائهم عبر البريد الإلكتروني ، فيما يتواصل (٣١%) مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفايس بوك) وأضاف إلى أن مشاهدة الفيديو والاستماع إلى الموسيقى من الأمور التي تحظى بشعبية ضمن النشاطات اليومية للاتصال بشبكة الإنترنت ، كما أكد (1998) Bajan على أن هذه التقنيات الحديثة قد أثرت بشكل كبير في حياة الإنسان وسلوكه وطريقة اتصاله بالآخرين والتي ارتبطت بالمعايير الاجتماعية والسلوك الاجتماعي .

ومع التزايد المستمر في استخدام جهاز الحاسب الآلي قد ولدت أنماطاً ثقافية وسلوكية واجتماعية ارتبطت به ويوضح كلا من الكندري و القشعان (٢٠٠١) انه من أبرز المشكلات السلوكية التي ارتبطت باستخدامات الحاسب الآلي والإنترنت كوسيلة اتصال هي قضاء وقت طويل أمام الجهاز والذي قد ينعكس بدوره على تأثيرات اجتماعية ونفسية متعددة على الفرد، مما له الأثر السلبي على تفكيرهم وسلوكياتهم الاجتماعية مع الآخرين سواء أفراد أسرهم أو أصدقائهم. وذلك لأن مستخدمي الحاسب وشبكة الإنترنت سجلوا انخفاضا في معدلات التفاعل الأسرى والدائرة الاجتماعية المحيطة بهم من علاقة مباشرة في معدل الوقت الذي يقضونه باستخدام الإنترنت وقضاء وقت طويل تكون نتيجته هو تقلص الدائرة الاجتماعية للفرد.

وبالتالي يمكن القول بأن هناك إيجابيات وسلبيات للاستخدامات المتعددة لهذه المواقع الالكترونية وخاصة عندما تستخدمها ربة الأسرة رغبة منها في مسايرة العصر وحرصا منها على التواصل والاتصال بالآخرين وبحثا عن المعرفة والمعلومات وحرصا منها على زيادة رصيدها الثقافي فربة الأسرة الواعية الرشيدة هي التي تحسن استخدامه دون ضرر أو تقصير أو إهمال في القيام بالعديد من الأعمال الكثيرة المتنوعة والمتعددة والمضنية داخل المنزل وخارجه ،فهي المسؤولة الأولى عن إدارة شؤون أسرتها ويقع على عاتقها القيام بالعديد من الأدوار المختلفة (دورها كأم، دورها كزوجة، دورها كمعلمة، دورها كربة أسرة) (عبد الجواد ، ٢٠١٣).

وتوضح بركلت (٢٠٠٩) أن دور الأم يتمثل في أدائها لواجباتها ومسئولياتها تجاه أطفالها من خلال تمسكها بالأمومة الرشيدة التي تتمثل في أمومة بيولوجية بالإنجاب، سيكولوجية بالحب والحنان والرعاية، اجتماعية بالتنشئة والعمل على غرس القيم والسلوك القويم في نفوس الأبناء ، وكذلك دورها كمعلمة تتمثل في مساهمة ورعاية الأم بفاعلية في تعليم أبنائها وذلك من خلال متابعتهم دراسيا وعلميا وثقافيا والتواصل مع المدرسة والمدرسين وتشجيع وتحفيز أبنائها على التعليم والتعلم والتفوق ليصبحوا أفراد صالحين ومنتجين يعود عليهم بالنفع لأنفسهم ولمجتمعهم. وقد أكد (Canclain 1993) أن هناك أشياء كثيرة يمكن للأمهات القيام بها في المنزل والتي باتباعها يمكن أن تحسن سلوك أبنائهن المدرسي وأدائهم الدراسي .

أما عن دورها كزوجة تتعدد وتتباين أدوار الزوجة تجاه زوجها ، ومن أهم واجبات الزوجة تجاه زوجها (طاعة الزوج ، حسن معايشة الزوج ، إمتاع الزوج نفسيا وجنسيا، أن تحب للزوج ما تحب لنفسها ، الحرص على مال الزوج والتمتع بالرفاهية ، احترام مشاعر الزوج ، عدم الخروج من البيت إلا بإذن الزوج ، تربية الأولاد ، حسن معايشة أهل الزوج ، شكر صنيع الزوج ، الوفاء للزوج ، العفة والأمانة والأخلاق (خليل، ٢٠٠٠)

ويأتي دورها كربة أسرة باعتبارها المسؤولة الأولى عن إدارة مواردها والتركيز على استعمال الموارد المتاحة لتنمية موارد أخرى جديدة وبخاصة الموارد البشرية أو الثروة الإنسانية التي هي عماد التنمية الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع ، كما أن النظرة المتكاملة نحو موارد الأسرة وما يستتبعها من الوعي بأهمية العلاقات المتبادلة بين الموارد المختلفة ، ومثل هذه الفلسفة الإدارية التي تتعلق بموارد الأسرة تفرض وضع راحة الإنسان وسلامته وأمانه معياراً لوظيفة الموارد المادية و لوظيفة السلع والخدمات مما يستلزم اكتساب المهارة في الاستعمال لكل مورد حتى يضمن الإنسان أكبر قدر من إشباع حاجاته ومطالبه دون إسراف في الموارد أو تبديدها (توفل، ٢٠٠٦) .

والسلوك الإداري القائم على التخطيط العلمي يجب أن يكون منهجا لحياة الأسرة بدءا من مرحلة اختيار شريك الحياة وتكوين الأسرة، ثم تربية الأبناء على أساس من التخطيط الواعي. وإلى جانب التخطيط الاجتماعي والأخذ بالتخطيط الاقتصادي، من خلال الموازنة بين دخلها ونفقاتها في مدة زمنية محددة، وأيضا التخطيط الاستهلاكي للسلع والخدمات المختلفة بما يمتشى مع إمكانياتها المادية واحتياجات أفرادها وتقليل الفاقد في جميع جوانب حياتها بما يحقق للأسرة التوازن الاجتماعي والاقتصادي ، والمرأة هي أساس الأسرة وأحد أهم أركانها ، فهي المسؤولة عن إدارة شؤون أسرتها ويقع عليها العديد من المسؤوليات التي تتطلب منها حسن توظيف وقتها وجهدها واستثمارهما أحسن استثمار حتى تسهم بفعالية في تحقيق حياة عائلية أفضل لأسرتها من جميع النواحي ، وترجع أهمية إدارة وقت وجهد ربة الأسرة لكونها من أهم الطرق التي تعينها على أداء ما عليها من مسؤوليات وتوفير الوقت الكافي للتفاعل مع باقي الأفراد ذوى الصلة داخل الأسرة وخارجها ، فالوقت والجهد موردان مرتبطان ببعضهم

البعض إذ أننا نخطط لاستعمال الجهد عندما نخطط لاستعمال الوقت، ويتم ذلك بصورة آلية نظراً لاندماج العاملين، فالوقت والجهد من أهم العوامل المؤثرة في حياة الفرد إذ يشتركان مع الموارد البشرية والمادية لتحقيق أهداف الفرد وإشباع حاجاته المختلفة، كما أنهما يحددان نوع ومستوى الحياة التي ينشدها الفرد لنفسه خاصة وللمحيطين به بصفة عامة (حقي، ١٩٩٨).

وتعد دراسة الاستهلاك من الدراسات التي تجذب باحثي التنمية على اختلاف تخصصاتهم؛ باعتباره من أهم قضايا الدول الإسلامية النامية، فالاستهلاك هو المحور الذي تدور حوله جميع نشاطات القطاعات الاقتصادية الأخرى، حيث يلعب دوراً هاماً في تحديد استثمارات الدول ومدخراتها وإنتاجها، وبالتالي يؤثر في التنمية الاقتصادية التي تعد حجر الزاوية في بناء المجتمعات ونموها (الزامل، جيلالي، ١٩٩٦).

وبما أن السلوك الاستهلاكي للإنسان هو تعبير حي وأمين عن قيمه الشخصية ومعتقداته ولفسفته في الحياة، وجب على التربية دراسة تلك القيم والمعتقدات وفلسفة الواقع التي ينطلق منها المستهلك المنحرف؛ لتتمكن من تشخيص جوانب الخلل السلوكي الاستهلاكي، ومن ثم تستعمل الآليات العملية الفاعلة على علاجها (سليمان، ٢٠٠٠).

فالاستهلاك هو الشرط المادي لاستمرار الوجود الإنساني وبه قوام الطاقات الجسدية والعقلية والروحية للإنسان لذلك فهو ضروري بقدر ما يشبع حاجات الإنسان ويحقق مقاصد حفظ النفس والدين والعقل (سليمان، ٢٠٠٠).

فالمستهلك عندما يقرر شراء سلعة معينة لتحقيق خدمة بذاتها فإنه يسعى لإشباع كل متكامل من هذه الرغبات التي يمكن أن تكون متصارعة أو متناغمة داخل الفرد. فالاستهلاك دالة متزايدة مع تحقيق سعادة الإنسان، ومع أن السعي والكسب وتحقيق مستويات معيشية جيدة، أمر مرغوب إلا أن تحقيق هذه الغايات ينبغي أن يكون متسقاً مع مفاهيم المشروعية والاعتدال، وتكمن أهمية التخطيط المالي في تقرير الأهداف وتحديد الاحتياجات الفعلية والعيش حسب الإمكانيات المادية المتوافرة كذلك التطوير في التفكير ونوع المعيشة وإدارة الأموال على الوجه الأكمل وإدخار جزء من المال كذلك تحقيق الأمان المالي عند وقوع ظرف معين (السليمان، ٢٠٠٨).

وهناك عوامل اجتماعية واقتصادية تؤدي إلى فائض الاستهلاك للأسرة السعودية، وتقسّم أوجه الإنفاق إلى ثلاثة أقسام: أوجه إنفاق ذات أولوية عالية لدى الأسرة (الضروريات)، أوجه الإنفاق ذات الأولوية المتوسطة (الكاماليات الضرورية)، أوجه الإنفاق ذات الأولوية المتدنية (الكاماليات). والاستهلاك الهدرين يدل على أن هناك خلل في التركيبة الثقافية والاجتماعية تحنو بالمستهلك إلى مزيد من الاستهلاك غير المرشد، وأثر الأبعاد الاجتماعية والثقافية والتقليد والتطور التكنولوجي على زيادة الاستهلاك (صقر، ٢٠٠٤).

إن الترشيد في استخدام التكنولوجيا الحديثة في حد ذاته يساهم في خلق وعي لسلوك استهلاكي رشيد وتقدير المسؤولية بحيث يعي كل فرد في الأسرة المسؤولية التي تقع عليه بالإضافة للابتعاد عن المظهرية كسلوك مهم يساعد على تقليل الاستهلاك (قنديل، ٢٠١٠).

إن سبب عدم تطور العديد من الأسر ليس في نقص مواردها ولكن لعدم معرفة أفرادها بأسس الإدارة، فعن طريق الإدارة السليمة يستطيع الفرد والأسرة تعويض أي نقص في الموارد، لذلك لا بد من توعية أفراد الأسرة بكيفية الاستهلاك السليم عن طريق إمدادهم بالمعلومات التي تمكنهم من الشراء بحكمة وتدريبهم على التفكير السليم والتخطيط وتقييم أنواع السلع ومساعدتهم على تحديد الاحتياجات الفعلية لهم ولأسرتهم والاختيار السليم من بين البدائل المختلفة وتنمية الاتجاهات السليمة نحو الاستهلاك (باصبرين، ٢٠٠٠). لذلك اهتمت الدراسة بدراسة وعي وممارسات ربة الأسرة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي للأسرة حتى يتم التوصل إلى أهم المقومات اللازم توافرها عند استخدام وعي وممارسات ربة الأسرة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لترشيد السلوك الاستهلاكي للأسرة.

ومن هنا تبحث الدراسة الحالية عن طبيعة العلاقة التي تربط بين وعي وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستهلاكي للأسرة وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ١- ما طبيعة العلاقة بين كل من وعي وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستهلاكي للأسرة؟
- ٢- ما طبيعة العلاقة بين كل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية الاقتصادية (عدد أفراد الأسرة، ومستوى تعليم رب وربة الأسرة، وقات الدخل الشهري للأسرة، وعدد الخدم، وعدد السائقين، وعدد ساعات استخدام الشبكات)، ووعي وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٣- ما طبيعة العلاقة بين كل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية الاقتصادية (عدد أفراد الأسرة، ومستوى تعليم رب وربة الأسرة، وقات الدخل الشهري للأسرة، وعدد الخدم، وعدد السائقين، وعدد ساعات استخدام الشبكات)، والسلوك الاستهلاكي للأسرة ب؟

- ٤- ما أوجه التشابه والاختلاف بين كل من ربوات الأسر العاملات وغير العاملات في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والسلوك الاستهلاكي للأسرة؟
- ٥- تحديد أوجه التشابه والاختلاف بين كل من ربوات الأسر أصحاب المساكن التمليك وأصحاب المساكن الإيجار في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والسلوك الاستهلاكي للأسرة؟
- ٦- هل توجد اختلافات بين عينة الدراسة في وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة، ونوع السكن، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة، وفئات الدخل الشهري للأسرة؟

أهداف الدراسة

- كان الهدف الرئيسي من هذه الدراسة تحديد طبيعة العلاقة بين وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستهلاكي وذلك من خلال الأهداف الفرعية الآتية :-
- ١- تحديد طبيعة العلاقة بين كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه (الوعي والممارسات) والسلوك الاستهلاكي للأسرة بجوانبه الستة (أساسيات السلوك الاستهلاكي، الطعام والشراب، والملابس، والمياه والكهرباء، والخدمات، والتعليم والثقافة).
 - ٢- تحديد طبيعة العلاقة بين كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه (الوعي والممارسات) وبعض متغيرات الحالة الاجتماعية الاقتصادية المتمثلة في (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام).
 - ٣- تحديد طبيعة العلاقة بين السلوك الاستهلاكي بجوانبه الستة (أساسيات السلوك الاستهلاكي، الطعام والشراب، والملابس، والمياه والكهرباء، والخدمات، والتعليم والثقافة) وبعض متغيرات الحالة الاجتماعية الاقتصادية المتمثلة في (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام).
 - ٤- تحديد طبيعة الفروق بين كل من ربوات الأسر العاملات وغير العاملات وربوات الأسر أصحاب المساكن التمليك والمساكن الإيجار في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستهلاكي.
 - ٥- تحديد الاختلافات بين عينة الدراسة في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه ، والسلوك الاستهلاكي للأسرة بجوانبه الستة تبعاً لكل من منطقة السكن ، وعدد أفراد الأسرة ، ونوع السكن ، والمستوى التعليمي لكل من الزوج تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة ، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة ، وفئات الدخل الشهري للأسرة.

أهمية الدراسة:

- تتم أهمية الدراسة الحالية فيما يلي:
- ١- يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة في خدمة المجتمع من خلال تعديل وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك تعديل السلوكيات الاستهلاكية الخاطئة مما يسهم في توفير جو عائلي يخلو من المشاحنات والمشكلات .
 - ٢- توعية المرأة بأهمية الانفتاح على العالم الخارجي والتواصل مع الآخرين عن طريق استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بطريقة إيجابية مما يسهم في إبراز دور المرأة على مختلف المستويات.
 - ٣- توعية المجتمع بأهمية الترشيد الاستهلاكي للمساهمة في حل بعض المشكلات والصعوبات على المستوى الوطني.
 - ٤- تلقي الضوء على أهمية الوعي الحقيقي والممارسة المثمرة والفعالة لشبكات التواصل الاجتماعي مما يوفر الإشباع الداخلي للزوجة والإشباع الخارجي للزوج والأبناء .
 - ٥- إضافة أداة جديدة في مجال إدارة المنزل (استبيان وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي ، استبيان السلوك الاستهلاكي لربة الأسرة) .

الأسلوب البحثي

أولاً: مصطلحات الدراسة

الوعي Awareness

يعرف الوعي بأنه مجموعة من المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة، والتي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم ثم تبنىها الآخرون؛ لإقناعهم بأنها تعبر عن موقفهم (حلس ، ٢٠٠٣) .

هو العلم المشترك والمعرفة المتبادلة القائمة على إدراك الذات للآخر وللشيء المحيط للعالم وهو الأداء المعرفي للعقل البشري (خليل ، ١٩٩٥) .

ويعرف الوعي إجرائياً بأنه هو ما يكون لدى الفرد من أفكار ووجهات نظر ومفاهيم عن الحياة والطبيعة من حوله في مختلف نواحيها وجوانبها ومستوياتها المتنوعة والافتقار ببعض الآراء والمعتقدات الشائعة فيما بين الأفراد في بيئة معينة .

الممارسة Practice

هي التكرار المعزز للاستجابات في وجود المثبرات وتعتبر شرطاً هاماً من شروط التعلم كما تؤدي الممارسات دوراً هاماً في عملية تعليم الفرد ولا يتحقق التعلم دون ممارسة الاستجابات التي تحقق اكتساب المهارة المطلوبة سواء كانت مهارة حركية أو لفظية أو عقلية (الشرقاوي ، ١٩٩٨) .

وتعرف أيضاً بأنها التطبيق العملي لمجموعة مترابطة من المعارف والخبرات والتجارب والمهارات المهنية التي توصف بكونها مدروسة ومقصودة ومتعمدة ومختبر فاعليتها مسبقاً (Much, 2002) . وتعرف إجرائياً بأنها التطبيق العملي لمجموعة من الخبرات والمهارات وذلك بشكل مستمر لإشباع الحاجات وهي أسلوب يركز على استخدام إتجاه التركيز على العلاج بالعمل للوصول الى الهدف .

شبكات التواصل الاجتماعي social media

منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها (راضى ، ٢٠٠٣) .

وتعرف أيضاً بأنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماص صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع.

<http://computing.dictionary.thefreedictionary.com/new+media>

وتعرف إجرائياً بأنها مجموعة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للأفراد بالتواصل فيما بينهم وعن طريقها يتم الالتقاء والتجمع وتبادل المنافع والمعلومات على مستوى العالم .

السلوك الاستهلاكي Consumer behavior

هو عبارة عن العمليات والمعالجات التي يقوم بها شخص ما عندما يكون في حالة بحث أو اختيار أو شراء أو استعمال أو تقييم لمنتجات أو خدمات بهدف إرضاء حاجة أو رغبة لديه (احمد ، ٢٠٠٥) .

ويعرف أيضاً بمجموعة العمليات العقلية والعاطفية والأنشطة الفسيولوجية والتي يعدها الناس والمرتبطة باختيار أو شراء واستخدام وتقييم السلع والخدمات التي تشبع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية (Leckenby's Course , 1999) .

ويعرف إجرائياً بأنه نوع أساسي من أنواع السلوك الإنساني الذي يمارسه كل منا مهما اختلفت السبل، وهو النمط الذي يتبعه الفرد في سلوكه للبحث أو الشراء أو الاستخدام أو التقييم للسلع والخدمات والأفكار التي يتوقع منها أن تشبع حاجاته ورغباته.

وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

Awareness and practices of housewife using social media

هو جميع الوسائل والأدوات اللازمة للحصول على المعلومات وتمثل في تكنولوجيا الاتصالات بعناصرها واستخدام الحاسبات الآلية وشبكات المعلومات ومراسد المعلومات وشبكات الانترنت والتواصل عن بعد واستخدام القمر الصناعي والبريد الإلكتروني وغيرها من وسائل الاتصال.

ثانياً : فروض الدراسة

تم صياغة فروض الدراسة الحالية بشكل صفري كما يلي :

١- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه (الوعي والممارسات) والسلوك الاستهلاكي للأسرة بجوانبه السنة أساسيات السلوك الاستهلاكي، الطعام والشراب، والملابس، والمياه والكهرباء، والخدمات، والتعليم والثقافة).

- ٢- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية الاقتصادية (عدد أفراد الأسرة، ومدة الزواج، ومستوى تعليم رب الأسرة، وفئات الدخل الشهري للأسرة، وعدد الخدم، وعدد السائقين، وعدد ساعات استخدام الشبكات)، ووعي وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه (الوعي والممارسات).
- ٣- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية الاقتصادية (عدد أفراد الأسرة، ومدة الزواج، ومستوى تعليم رب الأسرة، وفئات الدخل الشهري للأسرة، وعدد الخدم، وعدد السائقين، وعدد ساعات استخدام الشبكات)، والسلوك الاستهلاكي للأسرة بجوانبه الستة أساسيات السلوك الاستهلاكي، الطعام والشرب، والملابس، والمياه والكهرباء، والخدمات، والتعليم والثقافة)
- ٤- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من ربات الأسر العاملات وغير العاملات، أصحاب المساكن التمليك وأصحاب المساكن الإيجار في وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه.
- ٥- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من ربات الأسر العاملات وغير العاملات، أصحاب المساكن التمليك وأصحاب المساكن الإيجار في السلوك الاستهلاكي للأسرة بجوانبه الستة.
- ٦- لا يوجد تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة، ونوع السكن، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة، وفئات الدخل الشهري للأسرة وساعات استخدام الشبكات .
- ٧- لا يوجد تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في السلوك الاستهلاكي للأسرة بجوانبه الستة تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة، ونوع السكن، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة، وفئات الدخل الشهري للأسرة وساعات استخدام الشبكات

ثالثاً: منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي "ويختص المنهج الوصفي على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها، بالإضافة إلى تحليلها التحليل الكافي الدقيق المتعمق. بل يتضمن أيضاً قدرأ من التفسير لهذه النتائج، لذلك يتم استخدام أساليب القياس والتصنيف والتفسير؛ بهدف استخراج الاستنتاجات ذات الدلالة، ثم الوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة" (صابر وخفاجة، ٢٠٠٢).

رابعا : تصميم وبناء وتقنين أدوات الدراسة

تكونت أدوات الدراسة الحالية مما يلي :-

- ١- استمارة البيانات الأولية للأسرة .
- ٢- استبيان وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي (إعداد الباحثة) .
- ٣- استبيان السلوك الاستهلاكي لربة الأسرة (إعداد الباحثة) .
- ١- استمارة البيانات الأولية للأسرة

وتشمل خمسة متغيرات:

- متغيرات اجتماعية وتتضمن (عدد أفراد الأسرة – المستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة - مهنة الزوج والزوجة) .
- متغيرات اقتصادية وتتضمن (فئات الدخل الشهري للأسرة وتتضمن ست فئات تبدأ بأقل من ٣٠٠٠ ريال وتنتهي بأكثر من ١٥٠٠٠ ريال) .
- متغيرات السكن وتتضمن (منطقة السكن - طبيعة السكن - نوع السكن) .
- متغيرات خاصة بالخدم (عدد الخادمت - مكان إقامتهم - عدد السائقين) .
- متغيرات خاصة بشبكات التواصل الاجتماعي وتتضمن (نوع شبكات التواصل الاجتماعي - درجة استخدامها - ساعات استخدامها - من يستخدمها - وقت استخدامها - طريقة استخدامها) .
- ٢- استبيان وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي

استهدف هذا الاستبيان التعرف على وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي وتم إعداده في ضوء ما تم مراجعته من أدبيات حول تحديد مفهوم الوعي والممارسات وكذلك الدراسات المتصلة بالموضوع والإطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي ، حيث مر تصميم وبناء الاستبيان بعدة مراحل بدأت بوضع تصور للعبارات والفقرات الخاصة بقياس المتغيرات والتي أجتمتها الباحثة في محورين : وعى ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي وممارسات ربة الأسرة لشبكات التواصل الاجتماعي . وتكونت عبارات الاستبيان من ٤٦ عبارة (٣١ عبارة موجبة ، ١٥ عبارة سالبة).

وقامت الباحثة بحساب صدق الاستبيان بطريقتين هما : -

أ- صدق محتوى الاستبيان : وللتحقق من صدق محتوى الاستبيان تم عرضه في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من الأساتذة في تخصص إدارة المنزل وعلم النفس الاجتماعي بالجامعات السعودية وبلغ عددهم ٩ محكمين ، وطلب منهم معد الاستبيان الحكم على مدى مناسبة كل عبارة من عبارات الاستبيان للهدف الرئيسي من الاستبيان ومدى مناسبة كل عبارة للمحور الوارده أمامه حسب التعريف الإجرائي للمحور وحسب صياغة العبارات ، وكانت نسبة تكرار اتفاق المحكمين على كل العبارات ١٠٠% ، وتم تعديل صياغة بعض العبارات وفقا لأراء المحكمين وبذلك يكون الاستبيان قد خضع لصدق المحتوى في وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي.

ب- الصدق العاملي : تم إيجاد صدق التكوين بين محاور الاستبيان وذلك بإيجاد قيم معامل ارتباط بيرسون بين تلك المحاور والدرجة الكلية للاستبيان وكانت كما يلي :

جدول (١) : معامل الارتباط بين محاور استبيان وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية للاستبيان

المتغيرات	محور الوعي بالشبكات	محور الممارسات
مجموع الوعي والممارسات	٠.٥٨٩***	٠.٦٧٤***

كل القيم دالة عند ٠.٠٠١.

يوضح جدول (١) وجود علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١ بين أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية ، وبذلك فإن الاستبيان صادق في قياس المتغيرات الخاصة به.

كما قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبيان باستخدام معادلة ألفا كرونباخ Alpha- Cronbach لحساب معامل الثبات لتحديد قيمة الاتساق الداخلي للاستبيان حيث تم حساب معامل ألفا لكل محور على حده وللإستبيان ككل ، وكانت قيمة معامل ألفا للاستبيان ككل ٠.٥٠٥ ، وهي قيمة مقبولة وتؤكد اتساق الاستبيان. وبذلك أصبح الاستبيان في صورته النهائية يتكون من ٤٦ عبارة شملت محورين هما : الوعي (١٩ عبارة) ، الممارسات (٢٧ عبارة) ، ووضع في صورة عبارات خبرية وعلى مقياس متصل ثلاثي (دائماً – أحيانا – نادراً). وكان عدد العبارات الموجبة ٣١ عبارة ، والعبارات السالبة ١٥ عبارة . وبذلك تكون أعلى درجة يحصل عليها المبحوث هي ١١٩ درجة ، وأقل درجة هي ٧٦ درجة ، وعلى هذا الأساس أمكن تقسيم درجات الاستبيان إلى ثلاث مستويات كما يلي :

- أصحاب الوعي والممارسات المنخفض: تضمنت الحاصلات على أقل من ٩٤ درجة بنسبة مئوية ١٢.٥%.

- أصحاب الوعي والممارسات المتوسط : تضمنت الحاصلات على ٩٤ إلى أقل من ١٠٤ درجة بنسبة مئوية ٥٧.١%.

- أصحاب الوعي والممارسات العالي : تضمنت الحاصلات على ١٠٤ درجة فأكثر بنسبة مئوية ٣٠.٤%.

٣- استبيان السلوك الاستهلاكي لربة الأسرة

اشتمل هذا الاستبيان على مجموعة من العبارات كان الهدف منها التعرف على السلوك الاستهلاكي لربة الأسرة واعتمدت الباحثة في تصميم عبارات الاستبيان على مراجعة الدراسات السابقة ، حيث قامت الباحثة بإعداد ٥٨ عبارة تضمنت السلوك الاستهلاكي بمحاوره الستة (أساسيات السلوك الاستهلاكي - الطعام والشراب - الملابس - التعليم والثقافة - الخدمات - المياه والكهرباء).

وقامت الباحثة بحساب صدق الاستبيان بطريقتين هما : -

أ- صدق محتوى الاستبيان : للتحقق من صدق محتوى الاستبيان تم عرضه في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من الأساتذة في تخصص إدارة المنزل وعلم النفس الاجتماعي بالجامعات السعودية وبلغ عددهم ٩ محكمين ، وطلب منهم معد الاستبيان الحكم على مدى مناسبة كل عبارة من عبارات الاستبيان للهدف الرئيسي من الاستبيان وحسن صياغة العبارات ، وكانت نسبة تكرار اتفاق المحكمين على العبارات ١٠٠% في ٥٤ عبارة وانخفضت النسبة ولم تتجاوز ٧٧.٨ % على ٤ عبارات تم استبعادها وتم تعديل صياغة بعض العبارات وفقا لأراء المحكمين وبذلك يكون الاستبيان قد خضع لصدق المحتوى في قياس السلوك الاستهلاكي لربة الأسرة.

ب- الصدق العاملي: تم إيجاد صدق التكوين بين محاور الاستبيان وذلك بإيجاد قيم معامل ارتباط بيرسون بين تلك المحاور والدرجة الكلية للاستبيان وكانت كما يلي :

جدول (٢) : معامل الارتباط بين محاور السلوك الاستهلاكي لربة الأسرة والدرجة الكلية للاستبيان

المتغيرات	أساسيات السلوك الاستهلاكي	الطعام والشراب	الملابس	التعليم والثقافة	الخدمات	المياه والكهرباء
مجموع السلوك الاستهلاكي	***.٦٩٣	***.٧٨٦	***.٧٦٢	***.٦٩٩	***.٥٧٠	***.٣٣٣

كل القيم دالة عند ٠.٠٠١.

يوضح جدول (١) وجود علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١ بين أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية ، وبذلك فإن الاستبيان صادق في قياس المتغيرات الخاصة به.

كما قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبيان باستخدام معادلة ألفا كرونباخ Alpha- Cronbach لحساب معامل الثبات لتحديد قيمة الاتساق الداخلي للاستبيان حيث تم حساب معامل ألفا لكل محور على حده وللستبيان ككل ، وكانت قيمة معامل ألفا للاستبيان ككل ٠.٨٤٠ وهي قيمة مقبولة وتؤكد اتساق الاستبيان .

وبذلك أصبح الاستبيان في صورته النهائية يتكون من ٥٤ عبارة شملت ٦ محاور هما : أساسيات السلوك الاستهلاكي (٩ عبارات) ، الطعام والشراب (١٠ عبارة) ، الملابس (١٠ عبارة) ، المياه والكهرباء (٩ عبارة) ، الخدمات (١٠ عبارة) ، التعليم والثقافة (٦ عبارة) ، ووضع في صورة عبارات خبرية وعلى مقياس متصل ثلاثي (دائماً - أحياناً - نادراً). وكان عدد العبارات الموجبة ٣٥ عبارة ، والعبارات السالبة ١٩ عبارة . وبذلك تكون أعلى درجة يحصل عليها المبحوث هي ١٥٢ درجة ، وأقل درجة هي ٨٤ درجة ، وعلى هذا الأساس أمكن تقسيم درجات الاستبيان إلى ثلاث مستويات كما يلي :

- أصحاب السلوك الاستهلاكي المنخفض: تضمنت الحاصلات على أقل من ١١٣ درجة بنسبة مئوية ١٥.٣%.

- أصحاب السلوك الاستهلاكي المتوسط : تضمنت الحاصلات على ١١٣ إلى أقل من ١٣٠ درجة بنسبة مئوية ٥٦.٤%.

- أصحاب السلوك الاستهلاكي العالي : تضمنت الحاصلات على ١٣٠ درجة فأكثر بنسبة مئوية ٢٨.٣% .

خامسا : مجالات الدراسة

يعد تحديد مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية التي لا يمكن إغفالها في أي دراسة، فمن خلالها يتم التعرف على المنطقة التي أجريت فيها الدراسة، والأفراد المبحوثين - عينة الدراسة - الذين تضمنهم البحث، بالإضافة إلى الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة ، وقد اتفق كثير من الباحثين والمشتغلين في مناهج البحث على أن لكل دراسة مجالات رئيسية ثلاثة وهي المجال البشري والزمني والجغرافي ، وهي كالتالي في الدراسة الراهنة:-

١- **المجال البشري** : ويقصد به الأفراد أو الجماعات التي ستجرى عليهم الدراسة، وقد تضمنت الدراسة في مجالها البشري عينة تكونت من ٢٠٢ من الزوجات من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة تم اختيارهم بطريقة صدفية من مدينة الرياض بمنطقة الخمس.

٢- **المجال الزمني** : وهي الفترة الزمنية التي تستغرقها الدراسة الميدانية ومرحلة جمع البيانات من مجتمع الدراسة وتقريرها، وقد قامت الباحثة بجمع بياناتها من مجتمع الدراسة من شهر ربيع الأول حتى نهاية شهر جمادى الأولى ١٤٣٦هـ.

٣- **المجال الجغرافي** : حددت الباحثة مدينة الرياض كمجال جغرافي للدراسة ، على اعتبار أن مدينة الرياض مكان سكن وعمل الباحثة .

سادسا : أسلوب تطبيق الأدوات على العينة

تم تطبيق أدوات الدراسة على عينة ربات الأسر عن طريق إرسال أدوات الدراسة عبر المواقع الالكترونية الخاصة بهن بعد الاستعانة بمصمم برامج لإعداد الأدوات بصورة تتيح للمبحوثات بتعبئة الأدوات وإرسالها عبر موقع الباحثة على الأنترنت ، في وضع إكسيل ، مع مراعاة الضوابط والإجراءات وفقاً للتعليمات المحددة بأدوات الدراسة .

سابعا : المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تم تحليل البيانات وإجراء المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج Statistical Package for Social Sciences Program (Spss.) لتحليل النتائج , حيث قامت الباحثة بترميز البيانات ومراجعتها بعد إدخالها للحاسب من أجل ضمان صحة النتائج ودقتها.

- وفيما يلي بعض الأساليب الإحصائية لكشف العلاقة بين متغيرات الدراسة واختبار صحة الفروض:
- 1- حساب التكرارات والنسب المئوية لكل متغيرات الدراسة.
 - 2- معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات استبيان وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه والسلوك الاستهلاكي بمحاوره الست .
 - 3- معاملات الارتباط Correlation باستخدام معادلة بيرسون بين كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه والسلوك الاستهلاكي بمحاوره الست، وبعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأسرة .
 - 4- اختبار (ت) T test للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات كل من (العاملات وغير العاملات) ، (لزوجات أصحاب المساكن التمليك وأصحاب المساكن الإيجار) في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه والسلوك الاستهلاكي بمحاوره الست
 - 5- تحليل التباين Analysis of Variance (ANOVA) في اتجاه واحد لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات عينة الدراسة في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه والسلوك الاستهلاكي بمحاوره الست تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة، ونوع السكن، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة، وفئات الدخل الشهري للأسرة وساعات استخدام الشبكات ، وفي حالة وجود فروق تم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات الدرجات .

نتائج الدراسة الميدانية

أولاً : وصف عينة الدراسة

فيما يلي وصف لعينة الدراسة الميدانية والتي بلغت ٢٠٢ زوجة تم اختيارهن بطريقة صدقية من مدينة الرياض ، والجدول من (٣) إلى (١٧) توضح ذلك .

١- مكان السكن :

جدول (٣) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمكان السكن

مكان سكن الأسرة	التكرار	%
شمال الرياض	٧٦	٣٧.٦
شرق الرياض	٥٦	٢٧.٧
جنوب الرياض	١٤	٦.٩
غرب الرياض	٤٨	٢٣.٨
وسط الرياض	٨	٤.٠
الإجمالي	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول(٣) تقارب نسبة الأسر المقيمين في شمال وشرق وغرب الرياض حيث بلغت نسبتهم على التوالي ٣٧.٦% ، ٢٧.٧% ، ٢٣.٨% ، بينما قلت نسبة الأسر المقيمة في جنوب ووسط الرياض وبلغت نسبتهم على التوالي ٦.٩% ، ٤.٠% .

٢- عدد أفراد الأسرة

جدول(٤) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لعدد أفراد الأسرة

عدد أفراد الأسرة	التكرار	%
فردين	١٥	٧.٤
٣ أفراد	١٧	٨.٤
٤ أفراد	٣٨	١٨.٨
٥ أفراد	١٨	٨.٩
٦ أفراد	٢٥	١٢.٤
٧ أفراد	٣٣	١٦.٣
٨ أفراد	٢٧	١٣.٤
٩ أفراد	١٣	٦.٤
١٠ أفراد	٨	٤.٠

١١ فرد	٢.٥	٥	
١٢ فرد	١.٥	٢	
١٣ فرد	٠.٥	١	
الإجمالي	١٠٠.٠	٢٠٢	

يتضح من جدول (٤) زيادة نسبة الأسر التي تحتوى على من ٦ - ٩ أفراد حيث بلغت نسبتهم ٤٨.٥% ، يليها الأسر التي يوجد بها ٥ أفراد فأقل حيث بلغت نسبتهم ٤٣.٥% ، في حين قلت نسبة الأسر التي تحتوى على ١٠ أفراد فأكثر حيث بلغت نسبتهم ٨.٠% .

٣- نوع السكن

جدول (٥) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقا لنوع السكن

نوع السكن	التكرار	%
شقة	٦٠	٢٩.٧
دور	٣٧	١٨.٣
فيلا	١٠٥	٥٢.٠
الإجمالي	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (٥) أن نسبة الأسر التي تسكن في فيلا تأتي في المرتبة الأولى حيث بلغت نسبتهم ٥٢.٠% ، بينما تقاربت نسبة الأسر التي تسكن في شقة ودور حيث بلغت نسبتهم على التوالي ٢٩.٧% ، ١٨.٣% .

٤- طبيعة السكن

جدول (٦) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقا لطبيعة السكن

طبيعة السكن	التكرار	%
ملك	١٢١	٥٩.٩
إيجار	٨١	٤٠.١
الإجمالي	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (٦) زيادة نسبة الأسر التي تسكن في منزل ملك حيث بلغت نسبتهم ٥٩.٩% ، بينما قلت نسبة الأسر التي تسكن في منزل إيجار حيث بلغت نسبتهم ٤٠.١% .

٥- مهنة الزوج والزوجة

جدول (٧) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقا لمهنة الزوج والزوجة

المهنة	مهنة الزوج		مهنة الزوجة	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
وظيفة حكومية	١٢٨	٦٣.٤	٨٤	٤١.٦
وظيفة قطاع خاص	٣٢	١٥.٨	١٢	٥.٩
عمل حرة	٢٢	١٠.٩	١٤	٦.٩
متقاعد	١٤	٦.٩	١٦	٧.٩
دون عمل	٢	١.٠	٧٦	٣٧.٦
متوفى	٤	٢.٠	٠	٠
الإجمالي	٢٠٢	١٠٠.٠	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (٧) زيادة نسبة العاملين والعاملات من الأزواج والزوجات بوظيفة حكومية حيث بلغت نسبة الأزواج ٦٣.٤% وبلغت نسبة الزوجات ٤١.٦% ، يليها العاملين بالقطاع الخاص من الأزواج حيث بلغت نسبتهم ١٥.٨% بينما قلت نسبة الزوجات العاملات بالقطاع الخاص حيث بلغت نسبتهم ٥.٩% ، في حين قلت نسبة الأزواج والزوجات العاملين بالأعمال الحرة والمتقاعدين حيث بلغت نسبة الأزواج على التوالي ١٠.٩% ، ٦.٩% وبلغت نسبة الزوجات على التوالي ٦.٩% ، ٧.٩% ، كما قلت نسبة الأزواج غير

العاملين حيث بلغت نسبتهم ١٠.٠% في حين زادت نسبة الزوجات غير العاملات وبلغت نسبتهم ٣٧.٦% ، كذلك قلت نسبة الأزواج المتوفيين وبلغت نسبتهم ٢.٠% .

٦- مستوى تعليم الزوج والزوجة

جدول (٨) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمستوى تعليم الزوج والزوجة

مستوى التعليم	مستوى تعليم الزوج		مستوى تعليم الزوجة	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
لا يجيد القراءة والكتابة	١	٠.٥	٢	١.٠
حاصل على الابتدائية	١٠	٥.٠	١٢	٥.٩
حاصل على الشهادة المتوسطة	٣١	١٥.٣	١٨	٨.٩
حاصل على الثانوية العامة	٤٧	٢٣.٣	٣٧	١٨.٣
حاصل على مؤهل جامعي	٨٢	٤٠.٦	١١١	٥٥.٠
دراسات عليا	٣١	١٥.٣	٢٢	١٠.٩
الإجمالي	٢٠٢	١٠٠.٠	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (٨) ارتفاع نسبة المستوى التعليمي المرتفع للزوج والزوجة حيث بلغت نسبة الحاصلين على مؤهل جامعي من الأزواج ٤٠.٦% ومن الزوجات ٥٥.٠% ، يليها المستوى التعليمي المتوسط الحاصلين على الثانوية العامة حيث بلغت نسبة الأزواج ٢٣.٣% وبلغت نسبة الزوجات ١٨.٣% ، وبلغت نسبة الحاصلين على الدراسات العليا من الأزواج ١٥.٣% ومن الزوجات ١٠.٩% ، كما كانت نسبة الحاصلين على الشهادة المتوسطة من الأزواج والزوجات على التوالي ١٥.٣% ، ٨.٩% ، وكانت نسبة الأزواج والزوجات الحاصلين على الشهادة الابتدائية على التوالي ٥.٠% ، ٥.٩% ، في حين قلت نسبة الأزواج والزوجات الذين لا يجيدون القراءة والكتابة وبلغت نسبتهم على التوالي ٠.٥% ، ١.٠% .

٧- فئات الدخل الشهري للأسرة

جدول (٩) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لفئات الدخل الشهري للأسرة

فئات الدخل الشهري	العدد	النسبة المئوية
أقل من ٣٠٠٠ ريال	١٠	٥.٠
من ٣٠٠٠ ريال حتى أقل من ٦٠٠٠	١٠	٥.٠
من ٦٠٠٠ ريال حتى أقل من ٩٠٠٠	٢١	١٠.٤
من ٩٠٠٠ ريال حتى أقل من ١٢٠٠٠ ريال	٣٨	١٨.٨
من ١٢٠٠٠ ريال حتى أقل من ١٥٠٠٠ ريال	٢٧	١٣.٤
١٥٠٠٠ ريال فأكثر	٩٦	٤٧.٥
الإجمالي	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (٩) ارتفاع نسبة الأسر ذات الدخل المرتفعة حيث بلغت نسبتهم ٤٧.٥% يليها أصحاب الدخل المتوسطة وبلغت نسبتهم ٣٢.٢% ، في حين قلت نسبة أصحاب الدخل المنخفضة وكانت نسبتهم ٢٠.٤% .

٨- عدد الخدم

جدول (١٠) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لعدد الخدم

عدد الخدم	العدد	النسبة المئوية
لا يوجد	٨٦	٤٢.٦
١	٩٠	٤٤.٦
٢	٢١	١٠.٤
أكثر من ٢	٥	٢.٥
الإجمالي	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (١٠) ارتفاع نسبة الأسر التي يوجد بها خادم واحد حيث بلغت نسبتهم ٤٤.٦% يليها الأسر التي لا يوجد بها خدم وبلغت نسبتهم ٤٢.٦% بينما قلت نسبة الأسر التي يوجد بها خادمين أو أكثر من خادمين وبلغت نسبتهم على التوالي ١٠.٤% ، ٢.٥% .

٩- مكان إقامة الخدم

جدول (١١) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمكان إقامة الخدم

مكان إقامة الخدم	العدد	النسبة المئوية
لا يوجد خدم	٨٦	٤٢.٦
ملحق علوى	٦٦	٣٢.٧
ملحق خارجى	٢٠	٩.٩
خارج المنزل	١	٠.٥
غير ذلك	٢٩	١٤.٤
الإجملى	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (١١) أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة توفر ملحق علوى للخدم وبلغت نسبتهم ٣٢.٧% ، بينما تقاربت نسبة من يوفر ملحق خارجى وغير ذلك وبلغت نسبتهم على التوالى ٩.٩% ، ١٤.٤% ، كما قلت نسبة الأسر التى يقيم الخدم بها خارج المنزل وبلغت نسبتهم ٠.٥% .

١٠- عدد السائقين

جدول (١٢) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقا لعدد السائقين

عدد السائقين	العدد	النسبة المئوية
لا يوجد	١٢١	٥٩.٩
١	٧٣	٣٦.١
٢	٥	٢.٥
أكثر من ٢	٣	١.٥
الإجملى	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (١٢) أن أكثر من نصف عينة الدراسة لا يوجد لديهم سائقين حيث بلغت نسبتهم ٥٩.٩% يليها من لديهم سائق واحد وبلغت نسبتهم ٣٦.١% ، بينما قلت نسبة الأسر التى يتوافر لديهم سائقين أو أكثر وبلغت نسبتهم على التوالى ٢.٥% ، ١.٥% .

١١- عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (١٣) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقا لعدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

شبكات التواصل الاجتماعي	عدد غير المستخدمين		عدد المستخدمين		الإجملى
	التكرار	%	التكرار	%	
الفييس بوك	١٧٣	٨٥.٦	٢٩	١٤.٤	٢٠٢
تويتر	٨١	٤٠.١	١٢١	٥٩.٩	٢٠٢
واتس اب	٤	٢.٠	١٩٨	٩٨.٠	٢٠٢
انستجرام	٤٢	٢٠.٨	١٦٠	٧٩.٢	٢٠٢
ماسينجر	١٩٥	٩٦.٥	٧	٣.٥	٢٠٢
الاسكايبى	١٧٩	٨٨.٦	٢٣	١١.٤	٢٠٢
شبكات أخرى	١٧٧	٨٧.٦	٢٥	١٢.٤	٢٠٢

يتضح من جدول (١٣) زيادة أعداد مستخدمي الماسينجر والاسكايبى و الفيس بوك وشبكات أخرى حيث بلغت نسبتهم على التوالى ٩٦.٥% ، ٨٨.٦% ، ٨٥.٦% ، ٨٧.٦% ، ويليهم مستخدمي تويتر وانستجرام وبلغت نسبتهم ٤٠.١% ، ٢٠.٨% ، فى حين قل عدد مستخدمي واتس اب وبلغت نسبتهم ٢.٠% .

١٢- درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (١٤) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقا لدرجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

درجة الاستخدام	التكرار	%
اسبوعيا	١	٠.٥

يومياً	٩٥	٤٧.١
باستمرار وفي أي وقت	٩٤	٤٦.٥
في وقت محدد	١٢	٥.٩
الإجمالي	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (١٤) تقارب نسبي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي وباستمرار في أي وقت وبلغت نسبتهم على التوالي ٤٧.١% ، ٤٦.٥% ، بينما قلت نسبي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في وقت محدد وأسبوعياً وبلغت نسبتهم على التوالي ٥.٩% ، ٠.٥% .

١٣- ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (١٥) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

ساعات الاستخدام	التكرار	%
أقل من ساعتين	٤٢	٢٠.٨
ساعتان : ٤ ساعات	٩٣	٤٦.٠
أكثر من ٤ ساعات	٦٧	٣٣.٢
الإجمالي	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (١٥) زيادة نسبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لمدة ساعتان : ٤ ساعات وبلغت نسبتهم ٤٦.٠% ، يليها نسبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لمدة أكثر من ٤ ساعات وبلغت نسبتهم ٣٣.٢% ، في حين قلت نسبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لمدة أقل من ساعتين وبلغت نسبتهم ٢٠.٨% .

١٤- من يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (١٦) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمن يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي

من يستخدم	التكرار	%
الزوج	١١	٥.٤
الزوجة	١٨	٨.٩
الأبناء	٥	٢.٥
جميع أفراد الأسرة	١٦٨	٨٣.٢
الإجمالي	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (١٦) ارتفاع نسبة الأسر التي يستخدم بها جميع أفرادها شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتهم ٨٣.٢% في حين قلت نسبة الأسر التي يستخدم بها الزوج فقط أو الزوجة فقط أو الأبناء فقط شبكات التواصل الاجتماعي وبلغت نسبتهم على التوالي ٥.٤% ، ٨.٩% ، ٢.٥% .

١٥- طريقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (١٧) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لطريقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

طريقة الاستخدام	التكرار	%
الموبايل	١٤١	٦٩.٨
اللاب توب أو الكمبيوتر	٤	٢.٠
الاثنتان معاً	٥٧	٢٨.٢
الإجمالي	٢٠٢	١٠٠.٠

يتضح من جدول (١٧) ارتفاع نسبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق الموبايل حيث بلغت نسبتهم ٦٩.٨% ، يليها مستخدمي الموبايل واللاب توب أو الكمبيوتر معاً وبلغت نسبتهم ٢٨.٢% ، في حين قلت نسبة مستخدمي اللاب توب أو الكمبيوتر فقط وبلغت نسبتهم ٢.٠% .

ثانياً : النتائج في ضوء فروض الدراسة

١- النتائج في ضوء الفرض الأول :

ينص الفرض الأول على أنه " لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستهلاكي " .

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات الخاصة بالدراسة المتمثلة في وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه (الوعي والممارسات) والسلوك الاستهلاكي بمحاوره الست (أساسيات السلوك الاستهلاكي ، الطعام والشراب ، الملابس ، المياه والكهرباء ، الخدمات ، التعليم والثقافة) ، ويوضح ذلك جدول (١٨):

جدول (١٨) : معاملات ارتباط بيرسون لكل من الوعي والممارسات والسلوك الاستهلاكي

المتغيرات	محور الوعي بالشبكات	محور الممارسات	مجموع الوعي والممارسات
أساسيات السلوك الاستهلاكي	٠.٠١٠-	**٠.٢١٣	*٠.١٧٧
الطعام والشراب	٠.٠٦٨	*٠.١٧٥	**٠.١٩٤
محور الملابس	٠.٠٨٥	*٠.١٤٤	*٠.١٦٣
المياه والكهرباء	٠.١١٦	٠.١١٧	**٠.١٩٥
الخدمات	٠.٠٠٤-	٠.١٣٢	٠.١٣٢
التعليم والثقافة	٠.٠١١	٠.٠٣٠	٠.٠٠١-
مجموع السلوك الاستهلاكي	٠.٠٧٣	**٠.٢١٣	***٠.٢٣١

يتضح من جدول (١٨) ما يلي :

- لا توجد علاقة ارتباطية بين محور الوعي بالشبكات وكل من (أساسيات السلوك الاستهلاكي ، الطعام والشراب ، الملابس ، المياه والكهرباء ، الخدمات ، التعليم والثقافة ، مجموع السلوك الاستهلاكي) .
- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠١ بين محور الممارسات وكل من (أساسيات السلوك الاستهلاكي ، مجموع السلوك الاستهلاكي) ، ودالة عند ٠.٠٥ بين محور الممارسات وكل من (الطعام والشراب ، الملابس) ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين (المياه والكهرباء ، الخدمات ، التعليم والثقافة) .
- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ بين مجموع الوعي والممارسات ومجموع السلوك الاستهلاكي ، ودالة عند ٠.٠١ بين مجموع الوعي والممارسات وكل من (الطعام والشراب ، المياه والكهرباء) ، ودالة عند ٠.٠٥ بين مجموع الوعي والممارسات وكل من (أساسيات السلوك الاستهلاكي ، الملابس) ، بينما لا توجد علاقة بين مجموع الوعي والممارسات وكل من (الخدمات ، التعليم والثقافة) .
- اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة عبد الجواد (٢٠١٣) حيث أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام ربة الأسرة لموقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) وقيامها بأدوارها المختلفة.
- مما سبق يتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ بين كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستهلاكي وبالتالي لا تتحقق صحة الفرض الأول .

٢- النتائج في ضوء الفرض الثاني :

ينص الفرض الثاني على أنه " لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية والاقتصادية ، وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي " . وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين بعض متغيرات الحالة الاجتماعية والاقتصادية المتمثلة في (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام) ، وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه (الوعي والممارسات) ويوضح ذلك جدول (١٩).

جدول (١٩) : معاملات ارتباط بيرسون لكل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية والاقتصادية والوعي والممارسات

المتغيرات	عدد أفراد الأسرة	مستوى تعليم الزوج	مستوى تعليم الزوجة	فئات الدخل الشهري	عدد الخدم	عدد السائقين	ساعات الاستخدام
محور الوعي بالشبكات	٠.٠٤٤-	٠.٠٢٤	٠.٠٨١	٠.١٠٧-	٠.٠٠٢-	٠.٠١١	٠.٠٩٥
محور الممارسات	٠.٠٣٨-	٠.٠٠٧-	٠.٠٩٥	٠.٠٨٢	*٠.١٥١	٠.٠٤٧	٠.٠٥٢-

مجموع الوعي والممارسات	٠.٠٦٤-	٠.٠٤٩	٠.١٢٨	٠.٠٢٠-	٠.١٢٩	٠.٠٧٣	٠.٠١٩
------------------------	--------	-------	-------	--------	-------	-------	-------

يتضح من جدول (١٩) ما يلي :

- لا توجد علاقة ارتباطية بين محور الوعي بالشبكات وكل من (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام).

- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠٥ بين محور الوعي بالشبكات وعدد الخدم ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين محور الوعي بالشبكات وكل من (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام).

- لا توجد علاقة ارتباطية بين مجموع الوعي والممارسات وكل من (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام).

اختلفت هذه النتائج مع دراسة Imel (1995) حيث أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الانترنت ومستوى التعليم والحالة الاقتصادية والاجتماعية ، كما اختلفت مع دراسة نوفل وآخرون (٢٠٠١) حيث أثبتت الدراسة أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي لكل من رب وربة الأسرة كلما زاد الإقبال على استخدام الحاسب الآلي والانترنت .

مما سبق يتضح عدم وجود علاقة ارتباطية بين كل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية والاقتصادية ووعي وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي . وبالتالي تتحقق صحة الفرض الثاني .

٣- النتائج في ضوء الفرض الثالث :

ينص الفرض الثالث على أنه " لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية الاقتصادية والسلوك الاستهلاكي " .

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين بعض متغيرات الحالة الاجتماعية والاقتصادية المتمثلة في (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام)، والسلوك الاستهلاكي بمحاوره الست (أساسيات السلوك الاستهلاكي ، الطعام والشراب ، الملابس ، المياه والكهرباء ، الخدمات ، التعليم والثقافة) ويوضح ذلك جدول (٢٠).

جدول (٢٠) : معاملات ارتباط بيرسون لكل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية والاقتصادية والسلوك الاستهلاكي

المتغيرات	عدد أفراد الأسرة	مستوى تعليم الزوج	مستوى تعليم الزوجة	فئات الدخل الشهري	عدد الخدم	عدد السائقين	ساعات الاستخدام
أساسيات السلوك الاستهلاكي	٠.١٩٥-	٠.٠٧١	٠.١٧٦*	٠.٢١٨**	٠.٠٣٦	٠.٠٠٠	٠.١٠١-
الطعام والشراب	٠.١٥٥*	٠.٠٤٩	٠.١٥٧*	٠.١٢٩	٠.٠٩٤	٠.٠٠٩	٠.٠٧٨-
محور الملابس	٠.١٠٢	٠.١٢٧-	٠.٠٠٦-	٠.٠٢٦	٠.٠٧٤	٠.٠٩٧-	٠.٠٢٣-
المياه والكهرباء	٠.٠٨٧	٠.١٣٠-	٠.٠٣٣	٠.١٥٩*	٠.٠٧٨	٠.٠٤٠	٠.١٠٧-
الخدمات	٠.٠٥٠-	٠.٠٩٠-	٠.٠٦٨	٠.٠٤١-	٠.٠٩٩-	٠.١٣٤-	٠.٠٥٧-
التعليم والثقافة	٠.٠٢١-	٠.٠٩٠-	٠.٠٦١	٠.١٢٦-	٠.٢٣٠***	٠.١٥٦*	٠.٠٣١-
مجموع السلوك الاستهلاكي	٠.٠٥٨-	٠.٠٧٥-	٠.٠٩٣	٠.١١٠	٠.٠١٥	٠.٠٧٤-	٠.١٠٢-

يتضح من جدول (٢٠) ما يلي :

-توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠١ بين أساسيات السلوك الاستهلاكي وكل من عدد أفراد الأسرة وفئات الدخل الشهري ، ودالة عند ٠.٠٥ بين أساسيات السلوك الاستهلاكي ومستوى تعليم الزوجة ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين أساسيات السلوك الاستهلاكي وكل من (مستوى تعليم الزوج ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام).

-توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠٥ بين الطعام والشراب وكل من عدد أفراد الأسرة ومستوى تعليم الزوجة ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين الطعام والشراب وكل من (مستوى تعليم الزوج ، فئات الدخل الشهري ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام) .

- لا توجد علاقة ارتباطية بين الملابس وكل من (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام) .
 - توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠٥ بين المياه والكهرباء وفئات الدخل الشهري ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين المياه والكهرباء وكل من (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام).
 - لا توجد علاقة ارتباطية بين الخدمات وكل من (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام) .
 - توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ بين التعليم والثقافة وعدد الخدم ودالة عند ٠.٠٥ بين التعليم والثقافة وعدد السائقين ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين التعليم والثقافة وكل من (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، ساعات الاستخدام).
 - لا توجد علاقة ارتباطية بين مجموع السلوك الاستهلاكي وكل من (عدد أفراد الأسرة ، مستوى تعليم الزوج ، مستوى تعليم الزوجة ، فئات الدخل الشهري ، عدد الخدم ، عدد السائقين ، ساعات الاستخدام) .
 اختلفت هذه النتائج مع دراسة حقي (١٩٩٣) حيث أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة بين المستوى التعليمي لربة الأسرة وبين الوعي التخطيطي والاستهلاكي والذي يؤثر بدوره على النمط الإنفاقي والاستهلاكي لنبود ميزانية الأسرة ، كما اختلفت مع دراسة الدويك (١٩٩٤) حيث أثبتت الدراسة أنه كلما كانت الأسرة صغيرة الحجم كلما أدى ذلك إلى ارتفاع مستوى تخطيط ربة الأسرة لمواردها وسلوكها الاستهلاكي.
 مما سبق يتضح عدم وجود علاقة ارتباطية بين كل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية والاقتصادية والسلوك الاستهلاكي لربة الأسرة . وبالتالي تتحقق صحة الفرض الثالث .

٤- النتائج في ضوء الفرض الرابع :

ينص الفرض الرابع على أنه " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من ربوات الأسر العاملات وغير العاملات ، أصحاب المساكن التملك وأصحاب المساكن الإيجار في وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه "

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم إيجاد قيمة (ت) بين متوسط درجات ربوات الأسر العاملات وغير العاملات ، أصحاب المساكن التملك وأصحاب المساكن الإيجار في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه. ويوضح ذلك جدول (٢١) ، (٢٢) .

جدول (٢١) : دلالة الفروق بين أسر العاملات وغير العاملات في الوعي والممارسات بمحوريه

البيان	العاملات (١٢٦)		غير العاملات (٧٦)		الفروق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
	ع	م	ع	م			
محور الوعي بالشبكات	٤٣.٠٧	٤٠.٠٨	٤٢.٨٦	٤٣.٣٥	٠.٢١٠	٠.٣٤٧	٠.٧٢٩ غير دالة
محور الممارسات	٥٧.٩٦	٦.٢٣	٥٦.٧٦	٥.٤١	١.١٩٧	١.٣٨٨	٠.١٦٧ غير دالة
مجموع الوعي والممارسات	١٠٠.٧٣	٥.٦٨	٩٩.٦٣	٧.٤١	١.٠٩٨	١.١٨٤	٠.٢٣٨ غير دالة

يتضح من جدول (٢١) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الزوجات العاملات وغير العاملات في كل من محور الوعي بالشبكات ، محور الممارسات ، مجموع الوعي والممارسات حيث بلغت قيمة ت على التوالي ٠.٣٤٧ ، ١.٣٨٨ ، ١.١٨٤ وهي قيم غير دالة إحصائياً .

جدول (٢٢) : دلالة الفروق بين أصحاب المساكن التملك والإيجار في الوعي والممارسات بمحوريه

البيان	أصحاب المساكن التملك (١٢١)		أصحاب المساكن الإيجار (٨١)		الفروق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
	ع	م	ع	م			
محور الوعي بالشبكات	٤٢.٦٦	٤٣.٣٥	٤٣.٥٠	٣.٨٧	٠.٨٤٥-	١.٤١١-	٠.١٦٠ غير دالة

مستوى الدلالة	قيمة ت	الفروق بين المتوسطات	أصحاب المساكن الإيجار (٨١)		أصحاب المساكن التملك (١٢١)		البيان
			ع	م	ع	م	
٠.١٠٨ غير دالة	١.٦١٥-	١.٣٧٤-	٧.٢٥	٥٨.٣٣	٤.٨٥	٥٦.٩٥	محور الممارسات
٠.٠٥٨ غير دالة	١.٩٠٦-	١.٧٣٨-	٦.٢٠	١٠١.٣٥	٦.٤٥	٩٩.٦١	مجموع الوعى والممارسات

يتضح من جدول (٢٢) عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أصحاب المساكن التملك والمساكن الإيجار في كل من محور الوعى بالشبكات، محور الممارسات، محور الممارسات حيث بلغت قيمة ت على التوالي ١.٤١١-، ١.٦١٥-، ١.٩٠٦- وهي قيم غير دالة احصائياً.

اختلفت هذه النتائج مع دراسة عبد الجواد (٢٠١٣) حيث أثبتت الدراسة انه يوجد فروق دالة احصائياً عند مستوى ٠.٠٥ بين درجة استجابة ربات الأسر الريفيات والحضرية في استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) لصالح ربات الأسر الحضرية ووجود فروق دالة احصائياً عند مستوى ٠.٠٥ بين درجة استجابة ربات الأسر العاملات وغير العاملات في استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) لصالح ربات الأسر العاملات. مما سبق يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات، أصحاب المساكن التملك وأصحاب المساكن الإيجار في وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ببحوريه. وبالتالي تتحقق صحة الفرض الرابع.

٥- النتائج في ضوء الفرض الخامس:

ينص الفرض الخامس على أنه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات، أصحاب المساكن التملك والمساكن الإيجار في السلوك الاستهلاكي". وللتحقق من صحة الفرض احصائياً تم إيجاد قيمة (ت) بين متوسط درجات ربات الأسر أصحاب المساكن التملك والمساكن الإيجار في السلوك الاستهلاكي بمحاورة الست. وبوضوح ذلك جنولي (٢٣)، (٢٤).

جدول (٢٣): دلالة الفروق بين أسر العاملات وغير العاملات في السلوك الاستهلاكي بمحاورة الست

مستوى الدلالة	قيمة ت	الفروق بين المتوسطات	غير العاملات (٧٦)		العاملات (١٢٦)		البيان
			ع	م	ع	م	
٠.٠٤٣ عند ٠.٠٥ دالة	٢.٠٣٤	٠.٨٧٥	٢.٩٧	٢٠.٠٥	٢.٩٦	٢٠.٩٢	اساسيات السلوك الاستهلاكي
٠.١١٥ غير دالة	١.٥٨٤	٠.٨١٤	٣.٩٦	٢٤.٩٤	٣.٢٦	٢٥.٧٦	الطعام والشراب
٠.٧٩٥ غير دالة	٠.٢٦٠-	٠.١٢٩-	٣.٤٦	٢٣.٠٦	٣.٤٠	٢٢.٩٣	محور الملابس
٠.١٤٤ غير دالة	١.٤٦٥	٠.٦٥٧	٣.٠٣	٢٠.٦٨	٣.١١	٢١.٣٤	المياه والكهرباء
٠.٧٠٠ غير دالة	٠.٣٨٦٠	٠.١٥٦	٢.٤٣	١٩.٩٨	٢.٩٧	٢٠.١٤	الخدمات
٠.٠٧٢ غير دالة	١.٨١٠-	٠.٥٤٨-	٢.٢٠	١٣.٨٤	٢.٠١	١٣.٢٩	التعليم والثقافة
٠.٢٩٣ غير دالة	١.٠٥٥	١.٨٢٥	١٢.٥٥	١٢٢.٥٧	١١.٥٠	١٢٤.٤٠	مجموع السلوك الاستهلاكي

يتضح من جدول (٢٣) ما يلي:

- يزيد متوسط درجات الزوجات العاملات عن الزوجات غير العاملات في أساسيات السلوك الاستهلاكي بمقدار ٠.٨٧٥ حيث بلغت قيمة ت ٢.٠٣٤ وهي قيمة دالة احصائياً عند ٠.٠٥ لصالح العاملات.
- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الزوجات العاملات وغير العاملات في كل من (الطعام والشراب ، الملابس ، المياه والكهرباء ، الخدمات ، التعليم والثقافة ، مجموع السلوك الاستهلاكي) حيث بلغت قيمة ت على التوالي ١.٥٨٤ ، -٠.٢٦٠ ، ١.٤٦٥ ، ٠.٣٨٦٠ ، -١.٨١٠ ، ١.٠٥٥ وهي قيم غير دالة احصائياً .

جدول(٢٤): دلالة الفروق بين أصحاب المساكن التمليك والإيجار في السلوك الاستهلاكي بمحاورة الست

البيان البعد	أصحاب المساكن التمليك (١٢١)		أصحاب المساكن الإيجار (٨١)		الفروق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
	ع	م	ع	م			
أساسيات السلوك الاستهلاكي	٢٠.٨٣	٢٠.٠٧	٣.١٥	٢٠.٠٧	٠.٨٧٦	٢.٠٥٩	٠.٠٤١ دالة عند ٠.٠٥
الطعام والشراب	٢٥.٥٣	٢٥.٣٣	٣.٧٦	٢٥.٣٣	٠.٢٠٣	٠.٣٩٩	٠.٦٩١ غير دالة
محور الملابس	٢٣.٠٣	٢٢.٩١	٣.٦٢	٢٢.٩١	٠.١١٩	٠.٢٤٣	٠.٨٠٩ غير دالة
المياه والكهرباء	٢١.٢٩	٢٠.٧٩	٣.٣١	٢٠.٧٩	٠.٥٠٧	١.١٤٢	٠.٢٥٥ غير دالة
الخدمات	١٩.٧٩	٢٠.٥١	٢.٩٧	٢٠.٥١	-٠.٧٢٥	-١.٨٣٠	٠.٠٦٩ غير دالة
التعليم والثقافة	١٣.١٥	١٤.٠١	٢.١٣	١٤.٠١	-٠.٨٥٥	-٢.٨٩٢	٠.٠٠٤ دالة عند ٠.٠١
مجموع السلوك الاستهلاكي	١٢٣.٧٦	١١.٢٥	١٢٣.٦٤	١٢٣.٦٤	٠.١٢٦	٠.٠٧٤	٠.٩٤١ غير دالة

يتضح من جدول (٢٤) ما يلي :

- يزيد متوسط درجات أصحاب المساكن التمليك عن أصحاب المساكن الإيجار في أساسيات السلوك الاستهلاكي بمقدار ٠.٨٧٦ حيث بلغت قيمة ت ٢.٠٥٩ وهي قيمة دالة احصائياً عند ٠.٠٥ لصالح أصحاب المساكن التمليك.
- يزيد متوسط درجات أصحاب المساكن الإيجار عن أصحاب المساكن التمليك في التعليم والثقافة بمقدار ٠.٨٥٥ حيث بلغت قيمة ت -٢.٨٩٢ وهي قيمة دالة احصائياً عند ٠.٠١ لصالح أصحاب المساكن التمليك.
- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أصحاب المساكن التمليك والمساكن الإيجار في كل من (الطعام والشراب ، الملابس ، المياه والكهرباء ، الخدمات ، مجموع السلوك الاستهلاكي) حيث بلغت قيمة ت على التوالي ٠.٣٩٩ ، ٠.٢٤٣ ، ١.١٤٢ ، -١.٨٣٠ ، ٠.٠٧٤ وهي قيم غير دالة احصائياً .
- مما سبق يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات ، أصحاب المساكن التمليك والمساكن الإيجار في السلوك الاستهلاكي وبالتالي تتحقق صحة الفرض الخامس .
- اختلفت هذه النتائج مع دراسة (Dinkins 1992) حيث أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في السلوك الاستهلاكي والادخاري .

٦- النتائج في ضوء الفرض السادس :

ينص الفرض السادس على أنه " لا يوجد تباين دال احصائياً بين عينة الدراسة في وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة، ونوع السكن، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة، وفلت الدخل الشهري للأسرة وساعات استخدام الشبكات " .
وللتحقق من صحة الفرض احصائياً تم استخدام أسلوب تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA لمعرفة التباين بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة، ونوع السكن، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة،

وفئات الدخل الشهري للأسرة وساعات استخدام الشبكات ، وتم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات ويوضح ذلك الجداول من (٢٥) الى (٣٤).

أولاً : منطقة السكن :

جدول (٢٥) : تحليل التباين في اتجاه واحد وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمنطقة السكن

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	محاور الاستبيان
٠.٩٥٤ غير دالة	٠.١٦٩	٣٠.٠٠٣ ١٧٠.٧٧٧	٤ ١٩٧ ٢٠١	١٢٠.٠١١ ٣٥٠١٠.٩٨٩ ٣٥١٤٠.٠٠٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الوعي بالشبكات
٠.١٠٣ غير دالة	١٠.٩٥٤	٦٧٠.٩٣٨ ٣٤٠.٧٧٥	٤ ١٩٧ ٢٠١	٢٧١٠.٧٥٤ ٦٨٥٠٠.٧٢٦ ٧١٢٢٠.٤٨٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الممارسات
٠.٩٢٤ غير دالة	٠.٢٢٥	٩٠.٣٣٨ ٤١٠.٥٣٥	٤ ١٩٧ ٢٠١	٣٧٠.٣٥٤ ٨١٨٢٠.٣٦٩ ٨٢١٩٠.٧٢٣	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	مجموع الوعي والممارسات

يتضح من جدول (٢٥) عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من الوعي بالشبكات والممارسات و مجموع الوعي والممارسات تبعاً لمنطقة السكن حيث كانت قيمة ف على التوالي ٠.١٦٩ ، ١٠.٩٥٤ ، ٠.٢٢٥ ، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

ثانياً : عدد أفراد الأسرة :

جدول (٢٦) : تحليل التباين في اتجاه واحد لوعي وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لعدد أفراد الأسرة

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	محاور الاستبيان
٠.١١٥ غير دالة	٤٠.٤١١	٧٣٠.٣٧٤ ١٦٠.٦٣٦	٤ ١٩٨ ٢٠٢	٢٢٠٠.١٢٢ ٣٢٩٣٠.٨٧٨ ٣٥١٤٠.٠٠٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الوعي بالشبكات
٠.٧١٩ غير دالة	٠.٤٤٨	١٦٠.٠٠٦ ٣٥٠.٧٣٠	٤ ١٩٨ ٢٠٢	٤٨٠.٠١٩ ٧٠٧٤٠.٤٦١ ٧١٢٢٠.٤٨٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الممارسات
٠.٢٤٧ غير دالة	١٠.٣٩١	٥٦٠.٥٦٣ ٤٠٠.٦٥٧	٤ ١٩٨ ٢٠٢	١٦٩٠.٦٨٩ ٨٠٥٠٠.٠٣٤ ٨٢١٩٠.٧٢٣	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	مجموع الوعي والممارسات

يتضح من جدول (٢٦) عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من الوعي بالشبكات والممارسات و مجموع الوعي والممارسات تبعاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة ف على التوالي ٤٠.٤١١ ، ٠.٤٤٨ ، ١٠.٣٩١ ، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

ثالثاً : نوع السكن :

جدول (٢٧) : تحليل التباين في اتجاه واحد لوعي وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لنوع السكن

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	محاور الاستبيان
٠.٠٣٤	٣٠.٤٤١	٥٨٠.٧٢٤	٢	١١٧٠.٤٤٩	بين المجموعات	محور الوعي

بالشبكات	داخل المجموعات الكلي	٣٣٩٦٠.٥٥١	١٩٩	١٧٠.٠٦٨	دالة عند ٠.٠٥
محور الممارسات	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٥٠٠.١٥٠	٢	٢٥٠.٠٧٥	٠.٤٩٥
مجموع الوعي والممارسات	داخل المجموعات الكلي	٧٠٧٢٠.٣٣٠	١٩٩	٣٥٠.٥٣٩	غير دالة
		٧١٢٢٠.٤٨٠	٢٠١		٠.٧٠٦
		٤٦٠.٤٠٥	٢	٢٣٠.٢٠٢	٠.٥٦٩
		٨١٧٣٠.٣١٨	١٩٩	٤١٠.٠٧٢	غير دالة
		٨٢١٩٠.٧٢٣	٢٠١		٠.٥٦٥

جدول (٢٨) : متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة لوعي وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لنوع السكن

نوع السكن	محور الوعي بالشبكات
شقة	٤٢٠.٢٨
دور	٤٣٠.٤٥
فيلا	٤٣٠.٩٦

يتضح من جدول (٢٧) ، (٢٨) ما يلي :

- وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في محور الوعي بالشبكات تبعاً لنوع السكن حيث بلغت قيمة ف ٣٠.٤٤١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند ٠.٠٥ ، وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة في محور الوعي بالشبكات تبعاً لنوع السكن، ووجد أنها تتدرج من (٤٢٠.٢٨ إلى ٤٣٠.٩٦) وذلك لصالح من يسكنون فيلا .
- عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من الممارسات ومجموع الوعي والممارسات تبعاً لنوع السكن حيث كانت قيمة ف على التوالي ٠.٧٠٦ ، ٠.٥٦٥ وهي قيم غير دالة إحصائياً.

رابعاً : المستوى التعليمي للزوج

جدول (٢٩) : تحليل التباين في اتجاه واحد لوعي وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمستوى تعليم الزوج

محور الاستبيان	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
محور الوعي بالشبكات	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٦٦٠.٠٣٢	٤	١٣٠.٢٠٦	٠.٧٥١	٠.٥٨٦
محور الممارسات	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٣٤٤٧٠.٩٦٨	١٩٧	١٧٠.٥٩٢	٠.٥٣٣	٠.٧٥١
مجموع الوعي والممارسات	داخل المجموعات الكلي	٩٥٠.٥٢٨	٤	١٩٠.١٠٦	٠.٨٨٣	٠.٤٩٣
		٧٠٢٦٠.٩٥٢	١٩٧	٣٥٠.٨٥٢		غير دالة
		٧١٢٢٠.٤٨٠	٢٠١			غير دالة
		١٨١٠.١٣٣	٤	٣٦٠.٢٢٧		غير دالة
		٨٠٣٨٠.٥٩٠	١٩٧	٤١٠.٠١٣		غير دالة
		٨٢١٩٠.٧٢٣	٢٠١			غير دالة

يتضح من جدول (٢٩) عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من الوعي بالشبكات والممارسات و مجموع الوعي والممارسات تبعاً لمستوى تعليم الزوج حيث كانت قيمة ف على التوالي ٠.٧٥١ ، ٠.٥٣٣ ، ٠.٨٨٣ وهي قيم غير دالة إحصائياً .

خامساً : المستوى التعليمي للزوجة :

جدول (٣٠) : تحليل التباين في اتجاه واحد لوعي وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمستوى تعليم الزوجة

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المبيعات	درجات الحرية	مجموع المبيعات	مصادر التبليغ	محاور الاستبيان
٠.٠٥٨ غير دالة	٢٠.١٧٨	٣٦٠.٩٩٦ ١٦٠.٩٨٥	٥ ١٩٦ ٢٠١	١٨٤٠.٩٨١ ٣٣٢٩٠.٠١٩ ٣٥١٤٠.٠٠٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الوعي بالشبكات
٠.٥١٢ غير دالة	٠.٨٥٦	٣٠٠.٤٤٠ ٣٥٠.٥٦٣	٥ ١٩٦ ٢٠١	١٥٢٠.٢٠٠ ٦٩٧٠.٠٢٨٠ ٧١٢٢.٤٨٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الممارسات
٠.٢١٥ غير دالة	١٠.٤٣٠	٥٧٠.٨٤٤ ٤٠٠.٤٦٢	٥ ١٩٦ ٢٠١	٢٨٩٠.٢١٨ ٧٩٣٠٠.٥٠٥ ٨٢١٩٠.٧٢٣	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	مجموع الوعي والممارسات

يتضح من جدول (٣٠) عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من الوعي بالشبكات والممارسات و مجموع الوعي والممارسات تبعاً لمستوى تعليم الزوجة حيث كانت قيمة ف على التوالي ٢٠.١٧٨ ، ٠.٨٥٦ ، ١٠.٤٣٠ ، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

سادساً : فئات الدخل الشهري للأسرة :

جدول (٣١) : تحليل التباين في اتجاه واحد لوعي وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لفئات الدخل الشهري

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المبيعات	درجات الحرية	مجموع المبيعات	مصادر التبليغ	محاور الاستبيان
٠.٠٣٣ دالة عند ٠.٠٥	٢٠.٤٧٨	٤١٠.٧٩٠ ١٦٠.٨٦٢	٥ ١٩٦ ٢٠١	٢٠٨٠.٩٥٢ ٣٣٠٥٠.٠٤٨ ٣٥١٤٠.٠٠٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الوعي بالشبكات
٠.٦٨٠ غير دالة	٠.٦٢٦	٢٢٠.٣٩١ ٣٥٠.٧٦٨	٥ ١٩٦ ٢٠١	١١١٠.٩٥٦ ٧٠١٠٠.٥٢٤ ٧١٢٢.٤٨٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الممارسات
٠.٨٧٧ غير دالة	٠.٣٥٨	١٤٠.٨٧٣ ٤١٠.٥٥٨	٥ ١٩٦ ٢٠١	٧٤٠.٣٦٧ ٨١٤٥٠.٣٥٦ ٨٢١٩٠.٧٢٣	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	مجموع الوعي والممارسات

جدول (٣٢) : متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة لوعي وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لفئات الدخل الشهري

محور الوعي بالشبكات	فئات الدخل الشهري
٤١٠.٠٠	أقل من ٣٠٠٠ ريال
٤٢٠.٣٢	١٥٠٠٠ ريال فأكثر
٤٢٠.٩٢	من ١٢٠٠٠ ريال حتى أقل من ١٥٠٠٠ ريال
٤٣٠.٨٠	من ٦٠٠٠ ريال حتى أقل من ٩٠٠٠
٤٤٠.٢٣	من ٩٠٠٠ ريال حتى أقل من ١٢٠٠٠ ريال
٤٥٠.٣٠	من ٣٠٠٠ ريال حتى أقل من ٦٠٠٠

يتضح من جدول (٣١) ، (٣٢) ما يلي :

- وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في محور الوعي بالشبكات تبعاً لفئات الدخل الشهري حيث بلغت قيمة ف ٢٠.٤٧٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند ٠.٠٥ ، وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة في محور الوعي بالشبكات تبعاً لفئات الدخل الشهري، ووجد أنها تتدرج من (٤١٠.٠٠) إلى (٤٥٠.٣٠) وذلك لصالح مستوى الدخل المنخفض (من ٣٠٠٠ ريال حتى أقل من ٦٠٠٠).
- عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من الممارسات ومجموع الوعي والممارسات تبعاً لفئات الدخل الشهري حيث كانت قيمة ف على التوالي ٠.٣٥٨ ، ٠.٦٢٦ ، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

سابعاً : ساعات استخدام الشبكات

جدول (٣٣) : تحليل التباين في اتجاه واحد لوعي وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المبيعات	درجات الحرية	مجموع المبيعات	مصادر التباين	محاور الاستبيان
٠.٠٩٥ غير دالة	٢٠.٣٨٤	٤١٠.١١٨ ١٧٠.٢٤٥	٢ ١٩٩ ٢٠١	٨٢٠.٢٣٧ ٣٤٣١٠.٧٦٣ ٣٥١٤٠.٠٠٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الوعي بالشبكات
٠.٤٩٣ غير دالة	٠.٧١٠	٢٥٠.٢٢٢ ٣٥٠.٥٣٨	٢ ١٩٩ ٢٠١	٥٠٠.٤٤٥ ٧٠٧٢٠.٠٣٥ ٧١٢٢٠.٤٨٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الممارسات
٠.٠٤٧ دالة عند ٠.٠٥	٣٠.٠٩٧	١٢٤٠.٠٦٣ ٤٠٠.٠٥٨	٢ ١٩٩ ٢٠١	٢٤٨٠.١٢٦ ٧٩٧١٠.٥٩٧ ٨٢١٩٠.٧٢٣	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	مجموع الوعي والممارسات

جدول (٣٤) : متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة لوعي وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

ساعات الاستخدام	مجموع الوعي والممارسات
ساعتان : ٤ ساعات	٩٩٠.١١
أكثر من ٤ ساعات	١٠١٠.٢٨
أقل من ساعتين	١٠١٠.٤٢

يتضح من جدول (٣٣) ، (٣٤) ما يلي :

- عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من الوعي بالشبكات والممارسات تبعاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث كانت قيمة ف على التوالي ٢٠.٣٨٤ ، ٠.٧١٠ ، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

- وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في مجموع الوعي والممارسات تبعاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة ف ٣٠.٠٩٧ وهي قيمة دالة إحصائياً عند ٠.٠٥ ، وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة في مجموع الوعي والممارسات تبعاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ووجد أنها تتدرج من (١١.٩٩٠ إلى ٤٢.١٠١) وذلك لصالح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أقل من ساعتين. مما سبق يتضح ما يلي :
- عدم وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لكل من منطقة السكن ، عدد أفراد الأسرة ، نوع السكن ، مستوى تعليم الزوج والزوجة ، فئات الدخل الشهري .
- وجود تباين دال إحصائياً عند ٠.٠٥ بين عينة الدراسة في وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لصالح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أقل من ساعتين. وبالتالي تتحقق صحة الفرض السادس جزئياً .
- اختلفت هذه النتائج مع دراسة عبد الجواد (٢٠١٣) حيث أثبتت الدراسة وجود تباين دال إحصائياً عند ٠.٠٥ بين عينة الدراسة في استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) تبعاً لكل من حجم الأسرة لصالح صغيرة الحجم ، مستوى تعليم ربة الأسرة لصالح المستوى التعليمي المرتفع ، دخل الأسرة لصالح مستوى الدخل المرتفع ، كما اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Lauri 1997) في وجود تباين بين أفراد العينة في وعى استخدام الانترنت تبعاً لساعات الاستخدام ولكن اختلفت معها في أن التباين لصالح أكثر من ساعتين .

٧- النتائج في ضوء الفرض السابع :

ينص الفرض السابع على أنه " لا يوجد تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في السلوك الاستهلاكي بمحاوئه الست تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة، ونوع السكن، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة، وفئات الدخل الشهري للأسرة وساعات استخدام الشبكات " . وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام أسلوب تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA لمعرفة التباين بين ربات الأسر عينة الدراسة في السلوك الاستهلاكي بمحاوئه الست تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة، ونوع السكن، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة، وفئات الدخل الشهري للأسرة وساعات استخدام الشبكات، وتم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات ، ويوضح ذلك الجداول من (٣٥) إلى (٤٤).

أولاً : منطقة السكن :

جدول (٣٥) تحليل التباين في اتجاه واحد للسلوك الاستهلاكي لربة الأسرة تبعاً لمنطقة السكن

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
أساسيات السلوك الاستهلاكي	٩٠.١٥٩	٤	٢٠.٢٩٠	٠.٢٥٣	٠.٩٠٨ غير دالة
بين المجموعات	١٧٨٥٠.٣٦١	١٩٧	٩٠.٠٦٣		
داخل المجموعات الكلي	١٧٩٤٠.٥٢٠	٢٠١			
الطعام والشراب	٥٠٠.٨٢٩	٤	١٢٠.٧٠٧	١٠.٠٠٦	٠.٤٠٦ غير دالة
بين المجموعات	٢٤٨٩٠.٢٧٠	١٩٧	١٢٠.٦٣٦		
داخل المجموعات الكلي	٢٥٤٠٠.٠٩٩	٢٠١			
محور الملابس	٧٣٠.٣٣٠	٤	١٨٠.٣٣٢	١٠.٥٨٤	٠.١٨٠ غير دالة
بين المجموعات	٢٢٧٩٠.٦٢٦	١٩٧	١١٠.٥٧٢		
داخل المجموعات الكلي	٢٣٥٢٠.٩٥٥	٢٠١			
المياه والكهرباء	١١٠.١٤٤	٤	٢٠.٧٨٦	٠.٢٨٦	٠.٨٨٧ غير دالة
بين المجموعات	١٩١٦٠.٠٦٩	١٩٧	٩٠.٧٢٦		
داخل المجموعات الكلي	١٩٢٧٠.٢١٣	٢٠١			
الخدمات	٢٢٠.٣٢٣	٤	٥٠.٥٨١	٠.٧٢٠	٠.٥٧٩ غير دالة
بين المجموعات	١٥٢٧٠.٢٤٧	١٩٧	٧٠.٧٥٣		
داخل المجموعات					

			٢٠١	١٥٤٩٠.٥٦٩	الكلي	
٠.٥٧٨	٠.٧٢٢	٣٠.١٩٤	٤	١٢٠.٧٧٥	بين المجموعات	التعليم والثقافة
غير دالة		٤٠.٤٢٥	١٩٧	٨٧١٠.٧٢٥	داخل المجموعات الكلي	
٠.٨٣٠	٠.٣٦٩	٥٣٠.١٢٥	٤	٢١٢٠.٤٩٩	بين المجموعات	مجموع السلوك الاستهلاكي
غير دالة		١٤٣٠.٧٨٩	١٩٧	٢٨٣٢٦٠.٤١٦	داخل المجموعات الكلي	
			٢٠١	٢٨٥٣٨٠.٩١٦		

يتضح من جدول (٣٥) عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من أساسيات السلوك الاستهلاكي ، الطعام والشراب ، الملابس ، المياه والكهرباء ، الخدمات ، التعليم والثقافة ، مجموع السلوك الاستهلاكي) تبعاً لمنطقة السكن حيث كانت قيمة ف على التوالي ٠.٢٥٣ ، ١٠.٠٠٦ ، ١٠.٥٨٤ ، ٠.٢٨٦ ، ٠.٧٢٠ ، ٠.٧٢٢ ، ٠.٣٦٩ ، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

ثانياً : عدد أفراد الأسرة :

جدول (٣٦) : تحليل التباين في اتجاه واحد للسلوك الاستهلاكي تبعاً لعدد أفراد الأسرة

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	محاور الاستبيان
٠.١٤٠	١٠.٨٤٤	١٦٠.٢٦١	٣	٤٨٠.٧٨٢	بين المجموعات	أساسيات السلوك الاستهلاكي
غير دالة		٨٠.٨١٧	١٩٨	١٧٤٥٠.٧٣٨	داخل المجموعات الكلي	
٠.٥٢٩	٠.٧٤١	٩٠.٤٠٥	٣	٢٨٠.٢١٦	بين المجموعات	الطعام والشراب
غير دالة		١٢٠.٦٨٦	١٩٨	٢٥١١٠.٨٨٣	داخل المجموعات الكلي	
٠.٧٦٢	٠.٣٨٨	٤٠.٥٨٤	٣	١٣٠.٧٥١	بين المجموعات	محور الملابس
غير دالة		١١٠.٨١٤	١٩٨	٢٣٣٩٠.٢٠٥	داخل المجموعات الكلي	
٠.٢٤٩	١٠.٣٨٥	١٣٠.١٩٩	٣	٣٩٠.٥٩٨	بين المجموعات	المياه والكهرباء
غير دالة		٩٠.٥٣٣	١٩٨	١٨٨٧٠.٦١٥	داخل المجموعات الكلي	
٠.٨٤٩	٠.٢٦٧	٢٠.٠٧٩	٣	٦٠.٢٣٧	بين المجموعات	الخدمات
غير دالة		٧٠.٧٩٥	١٩٨	١٥٤٣٠.٣٣٢	داخل المجموعات الكلي	
٠.٠٩٤	٢٠.١٦٠	٩٠.٣٤٥	٣	٢٨٠.٠٣٦	بين المجموعات	التعليم والثقافة
غير دالة		٤٠.٣٢٦	١٩٨	٨٥٦٠.٤٦٤	داخل المجموعات الكلي	
٠.٢٢٢	١٠.٤٧٦	٢٠٨٠.٠٥٩	٣	٦٢٤٠.١٧٦	بين المجموعات	مجموع السلوك الاستهلاكي
غير دالة		١٤٠٠.٩٨٤	١٩٨	٢٧٩١٤٠.٧٤٠	داخل المجموعات الكلي	
			٢٠١	٢٨٥٣٨٠.٩١٦		

يتضح من جدول (٣٦) عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من أساسيات السلوك الاستهلاكي ، الطعام والشراب ، الملابس ، المياه والكهرباء ، الخدمات ، التعليم والثقافة ، مجموع

السلوك الاستهلاكي) تبعاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة ف على التوالي ١٠.٨٤٤ ، ٠.٧٤١ ، ٠.٣٨٨ ، ١٠.٣٨٥ ، ٠.٢٦٧ ، ٢٠.١٦٠ ، ١٠.٤٧٦ وهي قيم غير دالة إحصائياً.

ثالثاً : نوع السكن :

جدول (٣٧) : تحليل التباين في اتجاه واحد للسلوك الاستهلاكي تبعاً لنوع السكن

محاور الاستبيان	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
أساسيات السلوك الاستهلاكي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	١٦٠.٢٣٦ ١٧٧٨٠.٢٨٤ ١٧٩٤٠.٥٢٠	٢ ١٩٩ ٢٠١	٨٠.١١٨ ٨٠.٩٣٦	٠.٩٠٨	٠.٤٠٥ غير دالة
الطعام والشراب	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٣٣٠.٧٤٨ ٢٥٠.٦٠٣٥١ ٢٥٤٠٠.٠٩٩	٢ ١٩٩ ٢٠١	١٦٠.٨٧٤ ١٢٠.٥٩٥	١٠.٣٤٠	٠.٢٦٤ غير دالة
محور الملابس	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٣٣٠.٩٧٦ ٢٣١٨٠.٩٨٠ ٢٣٥٢٠.٩٥٥	٢ ١٩٩ ٢٠١	١٦٠.٩٨٨ ١١٠.٦٥٣	١٠.٤٥٨	٠.٢٣٥ غير دالة
المياه والكهرباء	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٧٢٠.٧٣١ ١٨٥٤٠.٤٨٢ ١٩٢٧٠.٢١٣	٢ ١٩٩ ٢٠١	٣٦٠.٣٦٥ ٩٠.٣١٩	٣٠.٩٠٢	٠.٠٢٢ دالة عند ٠.٠٥
الخدمات	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	١٠٠.٧١٤ ١٥٣٨٠.٨٥٥ ١٥٤٩٠.٥٦٩	٢ ١٩٩ ٢٠١	٥٠.٣٥٧ ٧٠.٧٣٣	٠.٦٩٣	٠.٥٠١ غير دالة

تابع جدول (٣٧) : تحليل التباين في اتجاه واحد للسلوك الاستهلاكي تبعاً لنوع السكن

محاور الاستبيان	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
التعليم والثقافة	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٢٩٠.٤٤٩ ٨٥٥٠.٠٥١ ٨٨٤٠.٥٠٠	٢ ١٩٩ ٢٠١	١٤٠.٧٢٤ ٤٠.٢٩٧	٣٠.٤٢٧	٠.٠٣٤ دالة عند ٠.٠٥
مجموع السلوك الاستهلاكي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٥٩٣٠.٤٣٨ ٢٧٩٤٥٠.٤٧٨ ٢٨٥٣٨٠.٩١٦	٢ ١٩٩ ٢٠١	٢٩٦٠.٧١٩ ١٤٠٠.٤٣٠	٢٠.١١٣	٠.١٢٤ غير دالة

جدول (٣٨) : متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة للسلوك الاستهلاكي تبعاً لنوع السكن

نوع السكن	المياه والكهرباء	التعليم والثقافة
شقة	٢٠٠.١٨	١٣٠.٢٠
دور	٢١٠.٤٠	١٣٠.٥٥
فيلا	٢١٠.٦٧	١٤٠.٢٤

يتضح من جدول (٣٧) ، (٣٨) ، ما يلي :

- وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في محوري المياه والكهرباء والتعليم والثقافة تبعاً لنوع السكن حيث بلغت قيمة ف على التوالي ٣٠.٩٠٢ ، ٣٠.٤٢٧ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند ٠.٠٥ ، وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة في محوري المياه والكهرباء والتعليم والثقافة تبعاً لنوع السكن، ووجد أنها تتدرج من (٢٠٠.١٨ إلى ٢١٠.٦٧) في محور المياه والكهرباء ومن (١٣٠.٢٠ إلى ١٤٠.٢٤) في محور التعليم والثقافة وذلك لصالح من يسكنون فيلا .

- عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من أساسيات السلوك الاستهلاكي ، الطعام والشراب ، محور الملابس ، الخدمات ، مجموع السلوك الاستهلاكي تبعاً لنوع السكن حيث كانت قيمة ف على التوالي ٠.٩٠٨ ، ١٠.٣٤٠ ، ١٠.٤٥٨ ، ٣٠.٩٠٢ ، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

رابعاً : المستوى التعليمي للزوج :

جدول (٣٩) : تحليل التباين في اتجاه واحد للسلوك الاستهلاكي تبعاً لمستوى تعليم الزوج

محاور الاستبيان	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
-----------------	---------------	----------------	--------------	----------------	--------	---------------

٠.١٥٢ غير دالة	١٠.٦٣٥	١٤٠.٣٦٩ ٨٠.٧٨٩	٥ ١٩٦ ٢٠١	٧١٠.٨٤٤ ١٧٢٢٠.٦٧٦ ١٧٩٤٠.٥٢٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	أساسيات السلوك الاستهلاكي
٠.٦٦٤ غير دالة	٠.٦٤٨	٨٠.٢٥٧ ١٢٠.٧٤٩	٥ ١٩٦ ٢٠١	٤١٠.٢٨٥ ٢٤٩٨٠.٨١٤ ٢٥٤٠٠.٠٩٩	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الطعام والشراب
٠.٢٧٢ غير دالة	١٠.٢٨٥	١٤٠.٩٣٨ ١١٠.٦٢٤	٥ ١٩٦ ٢٠١	٧٤٠.٦٩٢ ٢٢٧٨٠.٢٦٤ ٢٣٥٢٠.٩٥٥	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الملابس
٠.٤٩٤ غير دالة	٠.٨٨٢	٨٠.٤٨٥ ٩٠.٦١٦	٥ ١٩٦ ٢٠١	٤٢٠.٤٢٤ ١٨٨٤٠.٧٨٩ ١٩٢٧٠.٢١٣	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	المياه والكهرباء
٠.٤٩١ غير دالة	٠.٨٨٧	٦٠.٨٥٩ ٧٠.٧٣١	٥ ١٩٦ ٢٠١	٣٤٠.٢٩٥ ١٥١٥٠.٢٧٥ ١٥٤٩٠.٥٦٩	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الخدمات

تابع جدول (٣٩) : تحليل التباين في اتجاه واحد للسلوك الاستهلاكي تبعا لمستوى تعليم الزوج

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	محاور الاستيعاب
٠.٢٧٤ غير دالة	١٠.٢٨١	٥٠.٥٩٧ ٤٠.٣٧٠	٥ ١٩٦ ٢٠١	٢٧٠.٩٨٥ ٨٥٦٠.٥١٥ ٨٨٤٠.٥٠٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التعليم والثقافة
٠.٤٠٠ غير دالة	١٠.٠٣١	١٤٦٠.٣٠١ ١٤١٠.٨٧٥	٥ ١٩٦ ٢٠١	٧٣١٠.٥٠٥ ٢٧٨٠٧٠.٤١٠ ٢٨٥٣٨٠.٩١٦	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	مجموع السلوك الاستهلاكي

يتضح من جدول (٣٩) عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من (أساسيات السلوك الاستهلاكي ، الطعام والشراب ، الملابس ، المياه والكهرباء ، الخدمات ، التعليم والثقافة ، مجموع السلوك الاستهلاكي) تبعا لمستوى تعليم الزوج حيث كانت قيمة ف على التوالي ١٠.٦٣٥ ، ٠.٦٤٨ ، ١٠.٢٨٥ ، ٠.٨٨٢ ، ٠.٨٨٧ ، ١٠.٢٨١ ، ١٠.٠٣١ وهي قيم غير دالة إحصائياً.

خامسا: المستوى التعليمي للزوجة :

جدول (٤٠) : تحليل التباين في اتجاه واحد للسلوك الاستهلاكي تبعا لمستوى تعليم الزوجة

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	محاور الاستيعاب
٠.٠٢٩ دالة عند ٠.٠٥	٢٠.٥٥١	٢١٠.٩٣١ ٨٠.٥٩٦	٥ ١٩٦ ٢٠١	١٠٩٠.٦٥٧ ١٦٨٤٠.٨٦٣ ١٧٩٤٠.٥٢٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	أساسيات السلوك الاستهلاكي
٠.٢١٣ غير دالة	١٠.٤٣٧	١٧٠.٩٦٧ ١٢٠.٥٠١	٥ ١٩٦ ٢٠١	٨٩٠.٨٣٥ ٢٤٥٠٠.٢٦٤ ٢٥٤٠٠.٠٩٩	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الطعام والشراب
٠.٥٧٢ غير دالة	٠.٧٧٠	٩٠.٠٦٧ ١١٠.٧٧٤	٥ ١٩٦ ٢٠١	٤٥٠.٣٣٧ ٢٣٠٧٠.٦١٩ ٢٣٥٢٠.٩٥٥	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	محور الملابس
٠.٣٧٩ غير دالة	١٠.٠٦٩	١٠٠.٢٣١ ٩٠.٥٧٢	٥ ١٩٦ ٢٠١	٥١٠.١٥٤ ١٨٧٦٠.٠٥٩ ١٩٢٧٠.٢١٣	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	المياه والكهرباء
٠.٤٨٠ غير دالة	٠.٩٠٤	٦٠.٩٨٤ ٧٠.٧٢٨	٥ ١٩٦ ٢٠١	٣٤٠.٩١٩ ١٥١٤٠.٦٥٠ ١٥٤٩٠.٥٦٩	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الخدمات

التعليم والثقافة	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٢٧٠.٦٨٢ ٨٥٦٠.٨١٨ ٨٨٤٠.٥٠٠	٥ ١٩٦ ٢٠١	٥٠.٥٣٦ ٤٠.٣٧٢	١٠.٢٦٦	٠.٢٨٠ غير دالة
مجموع السلوك الاستهلاكي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٩٨٠٠.٣٩٣ ٢٧٥٥٨٠.٥٢٣ ٢٨٥٣٨٠.٩١٦	٥ ١٩٦ ٢٠١	١٩٦٠.٠٧٩ ١٤٠٠.٦٠٥	١٠.٣٩٥	٠.٢٢٨ غير دالة

جدول (٤١) : متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة للسلوك الاستهلاكي تبعاً لمستوى تعليم الزوجة

مستوى تعليم الزوجة	أساسيات السلوك الاستهلاكي
حاصل على الشهادة المتوسطة	١٩٠.١٦
حاصل على الابتدائية	١٩٠.٦٦
حاصل على الثانوية العامة	١٩٠.٨٩
لا يجيد القراءة والكتابة	٢٠٠.٠٠
دراسات عليا	٢٠٠.٤٠
حاصل على مؤهل جامعي	٢١٠.٢١

- يتضح من جدول (٤٠) ، (٤١) ما يلي :
وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في محور أساسيات السلوك الاستهلاكي تبعاً لمستوى تعليم الزوجة حيث بلغت قيمة ف ٢٠.٥٥١ وهي قيم دالة إحصائياً عند ٠.٠٥ وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة في محور أساسيات السلوك الاستهلاكي تبعاً لمستوى تعليم الزوجة ، ووجد أنها تندرج من (١٩٠.١٦ إلى ٢١٠.٢١) وذلك لصالح الحاصلات على المؤهل الجامعي .
- عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من الطعام والشراب ، محور الملابس ، المياه والكهرباء ، الخدمات ، التعليم والثقافة ، مجموع السلوك الاستهلاكي تبعاً لمستوى تعليم الزوجة حيث كانت قيمة ف على التوالي ١٠.٤٣٧ ، ٠.٧٧٠ ، ١٠.٠٦٩ ، ٠.٩٠٤ ، ١٠.٢٦٦ ، ١٠.٣٩٥ وهي قيم غير دالة إحصائياً.

سادساً : فئات الدخل الشهري للأسرة :

جدول (٤٢) : تحليل التباين في اتجاه واحد للسلوك الاستهلاكي تبعاً لفئات الدخل الشهري

محاور الاستبيان	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
أساسيات السلوك الاستهلاكي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	١٤٢٠.٥٠٠ ١٦٥٢٠.٠١٩ ١٧٩٤٠.٥٢٠	٥ ١٩٦ ٢٠١	٢٨٠.٥٠٠ ٨٠.٤٢٩	٣٠.٣٨١	٠.٠٠٦ دالة عند ٠.٠١
الطعام والشراب	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	١٠٧٠.٧٣٣ ٢٤٣٢٠.٣٦٦ ٢٥٤٠٠.٠٩٩	٥ ١٩٦ ٢٠١	٢١٠.٥٤٧ ١٢٠.٤١٠	١٠.٧٣٦	٠.١٢٨ غير دالة
محور الملابس	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٨٢٠.٠٨٥ ٢٢٧٠.٠٨٧١ ٢٣٥٢٠.٩٥٥	٥ ١٩٦ ٢٠١	١٦٠.٤١٧ ١١٠.٥٨٦	١٠.٤١٧	٠.٢٢٠ غير دالة
المياه والكهرباء	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٨٣٠.٤٩٤ ١٨٤٣٠.٧١٩ ١٩٢٧٠.٢١٣	٥ ١٩٦ ٢٠١	١٦٠.٦٩٩ ٩٠.٤٠٧	١٠.٧٧٥	٠.١٢٠ غير دالة
الخدمات	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٢٧٠.٨٣٩ ١٥٢١٠.٧٣٠ ١٥٤٩٠.٥٦٩	٥ ١٩٦ ٢٠١	٥٠.٥٦٨ ٧٠.٧٦٤	٠.٧١٧	٠.٦١١ غير دالة
التعليم والثقافة	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٢٨٠.٩٩٧ ٨٥٥٠.٥٠٣ ٨٨٤٠.٥٠٠	٥ ١٩٦ ٢٠١	٥٠.٧٩٩ ٤٠.٣٦٥	١٠.٣٢٩	٠.٢٥٤ غير دالة
مجموع السلوك	بين المجموعات	١٥٣٦٠.٦٣٢	٥	٣٠٧٠.٣٢٦	٢٠.٢٣١	٠.٠٥٣

الاستهلاكي	داخل المجموعات الكلي	٢٧٠٠٢٠٢٨٤ ٢٨٥٣٨٠٩١٦	١٩٦ ٢٠١	١٣٧٠٧٦٧	غير دالة
------------	----------------------	------------------------	------------	---------	----------

جدول (٤٣) : متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة للسلوك الاستهلاكي تبعاً لفئات الدخل الشهري

فئات الدخل الشهري	أساسيات السلوك الاستهلاكي
أقل من ٣٠٠٠ ريال	١٨٠.٣٠
من ٣٠٠٠ ريال حتى أقل من ٦٠٠٠	١٩٠.١٠
من ٦٠٠٠ ريال حتى أقل من ١٢٠٠٠ ريال	١٩٠.٧٣
من ١٢٠٠٠ ريال حتى أقل من ١٥٠٠٠ ريال	٢٠٠.٧٤
١٥٠٠٠ ريال فأكثر	٢١٠.١٥
من ٦٠٠٠ ريال حتى أقل من ٩٠٠٠	٢١٠.٢٣

يتضح من جدول (٤٢) ، (٤٣) ما يلي :

- وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في محور أساسيات السلوك الاستهلاكي تبعاً لفئات الدخل الشهري حيث بلغت قيمة ف ٣٠.٣٨١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند ٠.٠١ وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة في محور أساسيات السلوك الاستهلاكي تبعاً لفئات الدخل الشهري ، ووجد أنها تتدرج من (١٨٠.٣٠ إلى ٢١٠.٢٣) وذلك لصالح مستوى الدخل المنخفض (من ٣٠٠٠ ريال حتى أقل من ٦٠٠٠).

- عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من الطعام والشراب ، محور الملابس ، المياه والكهرباء ، الخدمات ، التعليم والثقافة ، مجموع السلوك الاستهلاكي تبعاً لفئات الدخل الشهري حيث كانت قيمة ف على التوالي ١٠.٧٣٦ ، ١٠.٤١٧ ، ١٠.٧٧٥ ، ١٠.٧١٧ ، ٠.٧١٧ ، ١٠.٣٢٩ ، ١٠.٢٣١ وهي قيم غير دالة إحصائياً.

ساعات : ساعات استخدام الشبكات

جدول (٤٤) : تحليل التباين في اتجاه واحد للسلوك الاستهلاكي تبعاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

محاور الاستبيان	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
أساسيات السلوك الاستهلاكي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٢٠٠.٥٠٧ ١٧٧٤٠.٠١٢ ١٧٩٤٠.٥٢٠	٢ ١٩٩ ٢٠١	١٠٠.٢٥٤ ٨٠.٩١٥	١٠.١٥٠	٠.٣١٩ غير دالة
الطعام والشراب	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٥٠.٧٧١ ٢٥٢٤٠.٣٢٨ ٢٥٤٠٠.٠٩٩	٢ ١٩٩ ٢٠١	٧٠.٨٨٥ ١٢٠.٦٨٥	٠.٦٢٢	٠.٥٣٨ غير دالة
محور الملابس	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٢١٠.٠٦٥ ٢٣٣١٠.٨٩٠ ٢٣٥٢٠.٩٥٥	٢ ١٩٩ ٢٠١	١٠٠.٥٣٣ ١١٠.٧١٨	٠.٨٩٩	٠.٤٠٩ غير دالة
المياه والكهرباء	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٢٥٠.٥٢٧ ١٩٠١٠.٦٨٥ ١٩٢٧٠.٢١٣	٢ ١٩٩ ٢٠١	١٢٠.٧٦٤ ٩٠.٥٥٦	١٠.٣٣٦	٠.٢٦٥ غير دالة
الخدمات	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٢٣٠.٠٢١ ١٥٢٦٠.٥٤٨ ١٥٤٩٠.٥٦٩	٢ ١٩٩ ٢٠١	١١٠.٥١١ ٧٠.٦٧١	١٠.٥٠١	٠.٢٢٦ غير دالة
التعليم والثقافة	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٤٠.٠٢٩ ٨٨٠٠.٤٧١ ٨٨٤٠.٥٠٠	٢ ١٩٩ ٢٠١	٢٠.٠١٤ ٤٠.٤٢٤	٠.٤٥٥	٠.٦٣٥ غير دالة
مجموع السلوك الاستهلاكي	بين المجموعات داخل المجموعات	٤٢٦٠.٤٧٠ ٢٨١١٢٠.٤٤٦	٢ ١٩٩	٢١٣٠.٢٣٥ ١٤١٠.٢٦٩	١٠.٥٠٩	٠.٢٢٤ غير دالة

			٢٠١	٢٨٥٣٨٠.٩١٦	الكلية
--	--	--	-----	------------	--------

يتضح من جدول (٤٤) عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من أساسيات السلوك الاستهلاكي، الطعام والشراب، الملابس، المياه والكهرباء، الخدمات، التعليم والثقافة، مجموع السلوك الاستهلاكي) تبعاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث كانت قيمة ف على التوالي ١٠.١٥٠، ٠.٦٢٢، ٠.٨٩٩، ١٠.٣٣٦، ١٠.٥٠١، ٠.٤٥٥، ١٠.٥٠٩ وهي قيم غير دالة إحصائياً.

مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في السلوك الاستهلاكي بمحاورة الست تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة، ونوع السكن، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة، وفئات الدخل الشهري للأسرة وساعات استخدام الشبكات. وبالتالي تتحقق صحة الفرض السابع.

اختلفت هذه النتائج مع دراسة (Beutler & Mason (1987)، دراسة (Dinkins (1992)، دراسة (Godwin (1992) حيث أثبتت الدراسة وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في السلوك الاستهلاكي، تخطيط ميزانية الأسرة تبعاً لدخل الأسرة.

كما اختلفت هذه النتائج مع دراسة حقي (١٩٩٣)، دراسة الدويك (١٩٩٤) حيث أثبتت الدراسة وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في النمط الإنفاقي والاستهلاكي تبعاً لمستوى تعليم ربة الأسرة لصالح المستوى التعليمي المرتفع، دخل الأسرة لصالح الدخل المرتفع، حجم الأسرة لصالح الأسرة صغيرة الحجم.

ملخص لأهم نتائج الدراسة :

- ١- وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ بين كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستهلاكي .
- ٢- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية والاقتصادية ووعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي .
- ٣- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كل من بعض متغيرات الحالة الاجتماعية والاقتصادية والسلوك الاستهلاكي لربة الأسرة .
- ٤- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات، أصحاب المساكن التملك وأصحاب المساكن الإيجار في وعى وممارسات ربة الأسرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحوريه .
- ٥- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات، أصحاب المساكن التملك والمساكن الإيجار في السلوك الاستهلاكي .
- ٦- عدم وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في كل من وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لكل من منطقة السكن، عدد أفراد الأسرة، نوع السكن، مستوى تعليم الزوج والزوجة، فئات الدخل الشهري، بينما وجد تباين دال إحصائياً عند ٠.٠٥ بين عينة الدراسة في وعى وممارسات ربة الأسرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لصالح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أقل من ساعتين.
- ٧- عدم وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في السلوك الاستهلاكي بمحاورة الست تبعاً لكل من منطقة السكن، وعدد أفراد الأسرة، ونوع السكن، والمستوى التعليمي لكل من الزوج والزوجة، وفئات الدخل الشهري للأسرة وساعات استخدام الشبكات.

توصيات الدراسة

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج فإن الباحثة تقدم التوصيات الآتية:

- ١- أهمية تقديم البرامج الإرشادية (الدينية والنفسية) لربات الأسر حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لما في ذلك من تأثير فعال في تحقيق التوازن العائلي والرضا الداخلي لربة الأسرة والرضا الخارجى لزوجها وأولادها.
- ٢- عقد دورات تدريبية لربة الأسرة حول كيفية تعديل السلوكيات الخاطئة حول الاستهلاك وطرق الترشيد .
- ٣- عقد دورات تدريبية وندوات تثقيفية للفئات المقبلات على الزواج لتوعيتهم بمتطلبات الحياة الأسرية وكيفية الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة من هذه التقنية دون التأثير على قيامها بأدوارها المختلفة .
- ٤- غرس البعد الأخلاقي في نفوس الأفراد عن كيفية الاستخدام السليم لشبكات التواصل الاجتماعي وذلك عن طريق وسائل الإعلام .

٥- توجيه نظر المختصين في مجال علم النفس بفئة ربات الأسر الذين وقعوا في إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وعمل البرامج العلاجية لمساعدتهم على التخلص من هذا الإدمان .

المراجع

- القرآن الكريم .
أحمد ، النور دفع الله (٢٠٠٥) : الإعلان الأسس والمبادئ ، العين ، دار الكتاب الجامعي .
الألوسي ، شهاب الدين محمود (٥١٤١٥) : روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني ، دار الكتب العلمية ، الطبعة الأولى ، مجلد ١٣ ، بيروت ، لبنان .
البشبيشي ، علاء (٢٠١٠) : صور طفلك على "فيس بوك" تعرّضه للخطر، موقع الإسلام اليوم ، الأربعاء ٢٧ أكتوبر.
الدويك ، عبير محمود (١٩٩٤) : دور ربة الأسرة في تخطيط مواردها وعلاقته بالحالة الغذائية للطفل، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
الريس، نزار (٢٠٠٨): التعايش مع التكنولوجيا، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات ، مصر .
الزامل ، يوسف بن عبد الله . أبوعلام ابن جيلالي (١٩٩٦) : النظرية الاقتصادية الإسلامية (اتجاه تحليلي) ، ط ١ ، الرياض : دار عالم الكتب ، المملكة العربية السعودية .
السليمي ، إيناس بنت أحمد علي (٢٠٠٨): الدور الاقتصادي لربة الأسرة العاملة السعودية وعلاقته بالتوافق الزواجي ، رسالة ماجستير ، جامعة أم القرى، كلية الاقتصاد المنزلي تخصص سكن وإدارة منزل، مكة المكرمة.
الشرقاوي ، أنور محمد (١٩٩٨) : التعلم نظريات وتطبيقات ، الأنجلو المصرية ، ط ٥ ، القاهرة .
الكندري ، يعقوب يوسف . القشعان ، حمود فهد (٢٠٠١) : علاقة استخدام شبكة الإنترنت بالعزلة الاجتماعية لدى طلاب جامعة الكويت ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، مجلد (١٧) عدد (١) أبريل ، جامعة الإمارات العربية.
باصبرين ، سكينه محمد عبد الرحمن ، (٢٠٠٠) : تخطيط الدخل المالي للأسرة السعودية مستخدمة البطاقة الائتمانية ، مجلة الإسكندرية للبحوث الزراعية ، جامعة الإسكندرية ، ابريل.
بركات ، تغريد سيد أحمد (٢٠٠٩) : دور الأم وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي للأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة ، رسالة ماجستير ، كلية الاقتصاد المنزلي ، جامعة المنوفية.
حسن، أشرف جلال (٢٠٠٩) : أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية ، المؤتمر العلمي الأول - الأسرة والإعلام وتحديات العصر - الجزء الثاني، فبراير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
حقي ، زينب محمد (١٩٩٣) : أثر المستوى التعليمي لربة الأسرة على النمط الإنفاقي والاستهلاكي في ميزانية الأسرة، نشرة بحوث الاقتصاد المنزلي، المجلد الثالث، العدد (١)، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
حقي ، زينب محمد (١٩٩٨) : أثر التخطيط الأسري في مواجهة صراع الدور لدى ربة الأسرة العاملة، نشرة بحوث الاقتصاد المنزلي، مج ٨ ، ع(١) ، جامعة المنوفية.
حلس ، موسى عبد الرحيم (٢٠٠٣) : مدخل إلى علم الاجتماع ، مكتبة ومطبعة دار المنار ، غزة ، فلسطين.
خطاب، نبيلة عبد الستار (٢٠٠٣) : تكنولوجيا المعلومات وأثرها على السلوك الاستهلاكي والاجتماعي للأسرة المصرية ، رسالة ماجستير ، جامعة المنوفية.
خليل ، محمد بيومي (٢٠٠٠): المناخ الأسري والصحة النفسية للأبناء (دراسة ميدانية)، بحث منشور بكتاب سيكولوجية العلاقات الأسرية، دار قباء، القاهرة.
خليل، خليل أحمد (١٩٩٥) : معجم المصطلحات الاجتماعية ، دار الفكر اللبناني ، بيروت .
زاهر راضي (٢٠٠٣) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية ، ع١٥ ، جامعة عمان الأهلية ، عمان.

- زكريا، نرمين (٢٠٠٩) : الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول - الأسرة والإعلام وتحديات العصر - الجزء الثاني ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- سكر ، ماجد رجب العبد (٢٠١١) : التواصل الاجتماعي : أنواعه - ضوابطه - آثاره - معوقاته ، رسالة ماجستير ، كلية أصول الدين ، الجامعة الإسلامية ، غزة ، فلسطين .
- سليمان ، أحمد علي (٢٠٠٠) : سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق مع التركيز على السوق السعودية ، د.ط ، الرياض : مركز البحوث بمعهد الإدارة العامة ، دار الفجر ، المملكة العربية السعودية .
- صابر، فاطمة عوض . خفاجة، ميرفت علي (٢٠٠٢): أسس ومبادئ البحث العلمي، الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية .
- صقر ، هاله نهاد رشيد (٢٠٠٤): العوامل الاجتماعية والاقتصادية المؤدية إلى فائض الاستهلاك للأسرة السعودية، رسالة ماجستير ، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
- عبد الجواد ، سماح عبد الفتاح (٢٠١٣) : استخدام ربة الأسرة لموقع التواصل الاجتماعي(الفييس بوك) وعلاقته بقيامها بأدوارها المختلفة ، مجلة العلوم الزراعية ، كلية الزراعة ، جامعة الزقازيق ، العدد ٣ ، مجلد ٥٨ .
- عبد الرزاق، انتصار، والساموك صفد (٢٠١١) : الإعلام الجديد ، جامعة بغداد ، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة.
- عماد، عبد الغني (٢٠٠٦) : سوسولوجيا الثقافة- المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة ، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية .
- قنديل، سميرة أحمد (٢٠١٠): علاقة السلوك الاستهلاكي بالرضا في الحياة الأسرية في ظل ارتفاع الأسعار لدى عينة من ربات الأسر في مدينة بورسعيد ، قسم الاقتصاد المنزلي، كلية التربية النوعية ، جامعة بورسعيد.
- نوفل ، ربيع . امام ، ماجدة . زغلول ، سلوى (٢٠٠١) : أثر استخدام الأجهزة المنزلية ، الحديثة على اقتصاديات الأسرة، المؤتمر العربي السادس للاقتصاد المنزلي، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
- نوفل ، ربيع محمود (٢٠٠٦) : الإدارة المنزلية الحديثة ، دار الناشر الدولي ، الطبعة الأولى ، الرياض ، المملكة العربية السعودية .
- Bajan, P (1998): New communities, New Social Norms. Studia-Psychologica v. 40 (4): 301-366.
- Beutler, Ivan F., and Mason, Jerald W. (1987): Family cash-flow budgeting, Family and Consumer Sciences Research Journal, Vol (16), No (1).
- Cancian, M.M. (1993): Essays on marriage and work assertive. Mating Income distribution and household, ph. D, the university of Michingan.
- Christakis, Nicholas A. Fowler, James H. (2011): Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives -How Your Friends' Friends' Friends Affect Everything You Feel, Think, and Do , USA: Back Bay Books; Reprint edition.
- Dinkins, Julia M. (1992): Housing expenditure of never married, Journal of Home Economics, Vol (84), No (1).
- Godwin, D.D. (1992): Family cash flow management and its consequences: does the textbook advice work?, Proceedings of the 21st Annual Southeastern Regional Association of Family Economics and Home Management, Columbus, Ohio State University, USA.
- Imel, S. (1995): Seniors in cyberspace, Trends and issues alerts, ERIC Clearinghouse on Adult, Career, and Vocational Education, Washington, DC, USA.
- Kirkpatrick, David (2011): The Face book Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World. USA: Simon & Schuster.

- Lauri, M., (1997): A user and gratifications approach to internet use in Malta, University of Malta.
- Leckenby's Course (1999): Theories Of Persuasive Communication And Consumer Decision Making, (ADV 382 J) In The University Of Texas' Department Of Advertising, Copyright, Nathan Huey.
- Much, Eligaleth (2002): The General Method of Social work Practice (Baston, Allyn & Bacon,).
- [http://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.ara b/index.html](http://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.ara%20b/index.html)
- <http://islamtoday.net/nawafeth/artshow>.
- <http://computing.dictionaty.the.freedictionary.com/new+media>

AWARENESS AND PRACTICES OF HOUSEWIFE USING SOCIAL MEDIA AND ITS RELATIONSHIP TO CONSUMER BEHAVIOR

***Al-Eid, Huda B. A. and **Aloudah, Wejdan A.**

**housing & home management Faculty of Art and Designs-Princess Noura bint Abdulrahman University
housing & Home Management.,College of Home Economics- Princess Norah bint Abdurrahman University**

ABSTRACT

The objectives of the study in determining the nature of the relationship between each of the awareness and practice of head of the household about social networking centrality (awareness and practices) and consumer behavior for the family six aspects (the basics of consumer behavior, food and drink, clothing, water and electricity, services, and education and culture) and some of the social state variables Economic represented in (the number of family members, the level of the pair education, level of education of the wife, the monthly income categories, the number of servants, the number of drivers, hours of use), as well as determine the nature of the differences between each of the heads of workers and non-working families and heads of households housing ownership and housing rental owners Each of the awareness and practice of head of the household about social networking and consumer behavior networks, to identify the differences between the study sample in each of the awareness and practice of head of the household in the use of social networking centrality of networks, and consumer behavior for the family six aspects according to each of the residential area, and the number of family members, and the type of housing, The educational level of each of the pair according to each of the residential area, and the number of family members, and educational level of both husband and wife, and categories of monthly income for the family.

The current study followed the descriptive analytical method, saluting been prepared and rationing questionnaire on awareness and practices of the goddess of the family about social networking and a questionnaire on consumer behavior, have been applied to a sample of 202 wife were selected psoriasis way from the city of Riyadh.

The results of the study on the presence of correlation is positive statistically significant at 0.001 between both awareness and practices of the goddess of the family about social networking and consumer behavior networks, while there is no correlation between each of the some of the social and economic situation and the awareness of variables and practices of the goddess of the family about social networking and consumer behavior networks, There is also no statistically significant differences between working women and non-working families, homeowners ownership and the owners rent housing in the awareness and practice of head of the household in the use of social networking centrality and consumer behavior six aspects networks differences, as well as the lack of D. contrast statistically between the study sample in each of awareness and practices Housewife family about social networking and consumer behavior networks according to each of the residential area, the number of family members, type of housing, level pair Education and wife, categories of monthly income, while the contrast statistically significant at the .05 was found between the study sample in the consciousness and practices of the goddess of the family about social networking Depending on the hours of use of social networking for the benefit of the use of social networks less than two hours, while there was no statistically significant variation between D. study sample in consumer behavior depending on the hours of use of social networking.

The study recommended the importance of providing guidance programs (religious and psychological) of the heads of households on the use of social networking, because that is effective in achieving household internal balance and satisfaction of the head of the household and satisfaction outside of her husband and children, held for heads of household training sessions on how to modify the wrong behaviors around consumption and methods of rationalization , training sessions and educational seminars for girls to get married to make them aware of the requirements of family life and how to optimize the use of social networking and how to take advantage of this technology without affecting its various roles.