

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MOHAMEDSEDDIK BENYAHIA UNIVERSITY-JIJEL
HUMAN AND SOCIAL SCIENCES FACULTY
DEPARTEMENT OF PSYCHOLOGY EDUCATIONAL
SCIENCES AND ORTHOPHONIE

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم النفس وعلوم التربية و الأورطوفونيا



العنوان

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على التواصل الأسري

- دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة جيجل -

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

لجنة المناقشة /

- الأستاذة (ة) : قرابلي سامية رئيسا
- الأستاذة (ة) : بوبصلة أمينة مشرفا
- الأستاذة (ة) : بوحيلة رضوان مناقشا

من إعداد الطلبة /

- الطالب (ة): بوسنة رقية
- الطالب (ة): عساوس عائشة
- الطالبة (ة): علوش زليخة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

قال تعالى: ﴿لِنُشْكِرْكُمْ لِأَزِيدَنَّكُمْ﴾

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا في إنجاز هذا العمل نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز هذا

العمل

ونخص بالذكر فضيلة الدكتورة المشرفة "أمينة بوبصلة" التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها

ونصائحها القيمة التي كانت عوناً لنا في إتمام هذا العمل

جزاك الله كل خير وأدامك نبعا يفيض بالعلم والعطاء

كما نتوجه بالشكر إلى كل أساتذة قسم الإعلام والاتصال على مساعدتهم ودعمهم وعلى وقتهم

الذي منحونا إياه وملاحظاتهم التي قدموها لنا

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى من قال الحق تعالى فيهما:

﴿وَإِخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا﴾

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار... إلى سندي وقوتي في الحياة... إلى من علمني العطاء بلا

حدود... إلى القلب الكبير... إلى من أحمل اسمه بكل افتخار... والدي العزيز ❤️

وإلى ملاكي في الحياة... إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني إلى بسمة الحياة وسرّ

الوجود إلى من كان دعائها سرّ نجاحي

إلى أعلى الحبايب أُمِّي الغالية ❤️

إلى أفراد العائلة كل باسمه والأصدقاء والزملاء دون استثناء

عائشة



إهداء

إلى من أعتز بهم أُمِّي. أبي

إلى من لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك..... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك..... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك..... ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك..... إلى من أوجب الله

علي برها، إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب أُمِّي إلى من أحمل اسمه بكل فخر من منحني العطف منذ الصغر إلى من ثبت أقدامي بطلب العلم وزرع في صدري الأمل و الإقدام وأعانني وكان حلمه النجاح وظل ينتظر أن يتم الحفل أُمِّي العزيز إلى رفيقتي وأختي في العمل رقية

إلى شريك حياتي ونصفي الآخر الذي طالما كان لي السند إلى من ملء وجوده حياتي علي إلى سندي وقوتي في الحياة إلى من أثبتوا لي أن الأخوة أجمل رابطة في الوجود إخوتي فيصل، صافية، سهام، يوسف.

كما أتقدم بآيات الامتنان والتقدير والمحبة إلى زوج أختي الذي غمرني بعطائه وسخاءه عبد الحميد. إلى من مهدوا لنا طريق العلم لإتمام الوصول إلى مثل هذا اليوم إلى جميع أساتذتي الأفاضل وأخص بالذكر الدكتورة والأستاذة أمينة بوبصلة

إلى قريباتي وصديقاتي إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء بنات خالتي أحلام أمينة سارة، سعاد، هند، جهان، وصديقتي صليحة وأميرة

إلى براعم البيت وضيائها إلى من تملء بهجتهم الدار أنفال، فراس، ساجد، مارية، عقبة، لينا، إياد إلى كل من جمعني معهم الحياة يوما ما أهدي ثمرة جهدي

زليخة



إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى من علمني كيف أصنع من حلمي صراطا لتحقيق أهدافي ... إلى من لا تسعني

الدنيا حينما أرى الفرحة بادية في عينيه أبي العزيز.

إلى من يفيض قلبها حنانا والشمعة التي أبت أن تحترق لتضيء دربي أُمي وجدتي الغالية

إلى شريك حياتي الذي لا طالما كان عوناً وسنداً لي عبد الحق

إلى صديقتي وأختي في هذا العمل زليخة

إلى خالاتي ورفيقات دربي سعاد، ابتسام، أمال

إلى خالي وحيد، يزيد.

إلى سندي وقوتي في الحياة إلى أخواتي نبيلة، مريم وزوجها حسن، ليلى وزوجها عبد الوهاب، أميرة

وزوجها فاروق وأخي عبد الباقي

إلى زهور البيت وملائكة الأرض

آية، حسين، عبير، يحيى، ياسين، معاذ.

كما أتقدم بأسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة وزودونا

بالمعلومات اللازمة لإتمام الوصول إلى هذا اليوم إلى جميع أساتذتي الأفاضل وأخص بالذكر الدكتورة

أمينة بوبصلة.

هنا سوف أضع كلمات لكل من ترك بصمة في حياتي لكل من أشعرتني بأنني لست وحيدة في هذه

الحياة.

إلى كل من جمعتني بهم الحياة يوماً ما اهدي ثمرة جهدي

رقية



ملخص الدراسة

ملخص:

تهدف الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري من خلال دراسة عينة من الأسر المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي بمدينة جيجل.

لقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور: المحور الأول عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والثاني دوافع وإشباعات استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي، أما المحور الثالث فيتضمن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تقضي أكبر نسبة من المبحوثين من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي ويفضل أغلبهم خدمة مشاركة الفيديوهات والدرشة بالدرجة الأولى، يستخدم المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التثقيف إلى جانب مواكبتهم للأحداث الجارية، تبين لنا أيضا من خلال الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحقق العديد من الإشباعات للمبحوثين من أهمها التعبير عن الآراء بكل الحرية وإشباع الفضول كما أسفرت الدراسة أن إبقاء التواصل مع أفراد الأسرة والعائلة الذين يعيشون بعيدا عنهم من أبرز الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري، ومن أبرز الآثار السلبية أنها تفرض نوعا من العزلة على أفراد الأسرة.

الكلمات المفتاحية: الاستخدام، مواقع التواصل الاجتماعي، التأثير، الأسرة، التواصل الأسري.

Abstract :

The study aims to reveal the impact of the use of social networking sites on family communication by studying a sample of families using social networking sites at Jijel city. The questionnaire was relied on to collect data from the respondents, where the questionnaire was divided into three axes, the first is the habits and patterns of using social networking sites, the second is the motives and gratifications of family members' use of social networking sites, and the third axis includes the impact of the use of social networking sites on family communication. To a set of results, the most important of which are:

- The largest percentage of the respondents spend from one hour to less than three hours browsing social networking sites, and most of them prefer the service of sharing videos and chatting in the first place. Respondents use social networking sites for the purpose of education, in addition to keeping up with current events. We also found through the study that the use of social networking sites achieves many gratifications for the respondents, the most important of which is expressing opinions freely and satisfying curiosity. The most prominent positive effect of social media on family communication is to stay connected to family members that live far away, The most prominent negative effects are that it imposes a kind of isolation on family members.

Keywords: Use, Social Networking Sites, Influence, Family, Family Communication

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر و عرفان
	إهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
أ - ب	مقدمة
الجانب النظري للدراسة	
الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية ومقاربتها النظرية	
5	أولاً: مشكلة الدراسة
5	1-1- مشكلة الدراسة
6	1-2- فرضيات الدراسة
6	1-3- أهمية الدراسة
7	1-4- أسباب اختيار الموضوع
7	1-4-1- الأسباب الذاتية
7	1-4-2- الأسباب الموضوعية
7	1-5- أهداف الدراسة
8	1-6- مفاهيم الدراسة
11	1-7- الدراسات السابقة
14	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة
14	2-1- مجالات الدراسة
14	2-1-1- المجال المكاني للدراسة
15	2-1-2- المجال البشري للدراسة
15	2-1-3- المجال الزمني
15	2-2- مجتمع البحث والعينة
16	2-2-1- مجتمع الدراسة

16	2-2-2- عينة الدراسة
16	2-3- منهج الدراسة
17	2-4- أدوات جمع البيانات
17	2-4-1- الاستمارة
18	ثالثا: المقاربات النظرية المفسرة للدراسة
18	3-1- نظرية الاستخدامات والإشباعات
الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والأسرة -رؤية نظرية-	
22	تمهيد
23	أولا: مواقع التواصل الاجتماعي
23	1-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
26	1-2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
24	1-3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
25	1-4- الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي
26	1-5- أهم مواقع التواصل الاجتماعي
35	1-6- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
36	1-7- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
37	ثانيا: الأسرة والتواصل الأسري
37	2-1- مفهوم الأسرة
38	2-2- أهمية الأسرة
38	2-3- خصائص الأسرة
39	2-4- وظائف الأسرة
40	2-5- مفهوم التواصل الأسري
41	2-6- أهمية التواصل الأسري
41	2-7- أشكال التواصل الأسري
42	2-8- عوامل غياب التواصل الأسري
43	2-9- آثار غياب التواصل الأسري
44	ثالثا: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة
44	3-1- التأثيرات الإيجابية

45	3-2- التآثرات السلبية
الجانب الميداني للدراسة	
الفصل الثالث: عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج	
49	تمهيد
50	أولاً: تحليل وتفسير البيانات.
80	ثانياً: النتائج العامة للدراسة.
82	ثالثاً: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة.
83	رابعاً: مقترحات الدراسة.
56	خلاصة الفصل
58	خاتمة
60	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	صفحة
01	يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير السن	50
02	يوضح توزيع المبحوثين وفقا لصفة الفرد داخل الأسرة	50
03	يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	51
04	يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	51
05	يوضح مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	52
06	يوضح معدل الساعات التي يقضيها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	53
07	يوضح فترات تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	54
08	يوضح الوسيلة التقنية المفضلة التي يستخدمها المبحوثين للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	55
09	يوضح مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	56
10	يوضح خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثين حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	57
11	يوضح طبيعة المواضيع التي تستهوي المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	58
12	كيفية تعامل المبحوثين مع المواضيع التي تستهويهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	59
13	يبين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	61
14	يوضح مدى اهتمام المبحوثين بالمواضيع التي تهم الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.	62
15	يوضح طبيعة المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها والتي يهتم بها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	64
16	يوضح مدى مشاركة المبحوثين في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	65

67	يوضح كيفية مشاركة المبحوثين في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	17
68	يوضح مدى عضوية المبحوثين بالمجموعات المهتمة بالأسرة وقضاياها حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.	18
69	يوضح اسم المجموعة المهتمة بمواضيع تخص الأسرة وقضاياها	19
70	يوضح الإشباعات المحققة للمبحوثين من وراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	20
71	يوضح شعور المبحوثين من عدم تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	21
72	يوضح رأي المبحوثين حيال تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوقت الذي يقضونه مع أسرهم حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة	22
73	يوضح معدل الساعات التي يقضيها المبحوثين مع أحد أفراد أسرهم يوميا داخل المنزل يتجادبون أطراف الحديث سويا حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.	23
74	يوضح تقييم المبحوثين لعملية التواصل بينهم وبين أفراد أسرهم قبل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	24
74	يوضح تقييم المبحوثين لعملية التواصل بينهم وبين أفراد أسرهم بعد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	25
76	يوضح الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين على التواصل الأسري	26
78	يوضح الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين على التواصل الأسري	27

مقدمة

مقدمة:

يعتبر الاتصال أهم نشاط في حياة الإنسان باعتباره وسيلة لتبادل المعلومات والتعبير عن الأفكار والمشاعر والتواصل بين الأفراد، فهو أداة أساسية يوفر لأفراد المجتمعات البشرية فرص التفاعل والتكيف مع بعضها البعض، وعلى مر التاريخ فقد شهد الاتصال تطورات عديدة انطلاقاً من المرحلة الشفوية استعمال الرموز الإيماءات، انتهاءً بوسائل التكنولوجيا الحديثة التي ألغت المسافات وجعلت العالم كله قرية صغيرة، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي نوعاً من أنواع المواقع التي نشأت وتبلورت في بيئة تكنولوجيا الاتصال الحديثة والوسائط المتعددة، فقد غيرت هذه المواقع من عملية التواصل من الواقع إلى الافتراض وبات الفرد منتجاً ومستقبلاً في نفس الوقت.

هذا التغيير في طبيعة التواصل أصبح يهدد العلاقات الحيوية السائدة في المجتمع ويشكل خطورة على متانة العلاقات الأسرية وتماسكها.

ولعل الأمر الذي دفعنا إلى معالجة هذا الموضوع هو الكشف عن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري، وذلك من خلال ما جاءت به هذه الدراسة من فصول أين يتم تقسيم الدراسة إلى قسمين أساسيين هما الجانب النظري والجانب الميداني.

I. الجانب النظري للدراسة: وقد تضمن في هذا الجانب فصلين رتبنا على النحو التالي:

الفصل الأول: ولذي كان تحت عنوان موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية ومقاربتها النظرية، وقمنا فيه بالتعريف بالدراسة من حيث تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها وفرضياتها وأهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة وتحديد المفاهيم وعرض الدراسات السابقة، ثم قمنا بعرض الإجراءات المنهجية لدراسة بتحديد مجالات الدراسة والعينة الممثلة لمجتمع البحث والمنهج المناسب وأداة جمع البيانات للدراسة، كما تم تحديد في هذا الفصل المقاربة النظرية المفسرة للدراسة والمتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشباع وإسقاطها على الدراسة.

الفصل الثاني: والذي جاء تحت عنوان مواقع التواصل الاجتماعي والأسرة - رؤية نظرية - ويتقسم إلى ثلاث عناصر:

أولاً: مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي ويتضمن مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها وخصائصها وخدماتها وأهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك،/ يوتيوب، تويتر، انستغرام) ودوافع استخدام هذه المواقع، وتأثيراتها الايجابية والسلبية.



ثانياً: الأسرة والتواصل الأسري وتطرقنا فيه إلى مفهوم الأسرة وأهميتها وخصائصها والوظائف التي تقوم بها باعتبارها البنية الأساسية للمجتمع، وكذلك تم التطرق إلى التواصل الأسري مفهومه وأهميته، وأهم أشكال التواصل الأسري وعوامل غياب التواصل الأسري والتأثيرات المترتبة عن غياب التواصل الأسري.

ثالثاً: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة وتضمن فيه أهم التأثيرات الإيجابية السلبية.

II. الجانب الميداني: الذي يحتوي على الفصل الثالث المعنون بعرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية وقد

عرضنا من خلاله النتائج الأولية للمعطيات التي توصلت إليها الدراسة الميدانية وذلك بتفريغ وتحليل جداول التكرارات قصد الوصول إلى النتائج العامة وتفسيرها منطقياً ومناقشتها في ضوء الدراسات السابقة والمقاربة النظرية.

خلصنا من كل ما سبق إلى وضع استنتاجات عامة وكذا تقديم مجموعة من الاقتراحات التي من شأنها أن تحد من التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة وكذلك التعزيز من عملية التواصل الأسري.

الجانِب النظري للدراسة

الفصل الأول

موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية ومقاربتها النظرية

أولاً: مشكلة الدراسة

1-1- مشكلة الدراسة

1-2- فرضيات الدراسة

1-3- أهمية الدراسة

1-4- أسباب اختيار الموضوع

1-4-1- الأسباب الذاتية

1-4-2- الأسباب الموضوعية

1-5- أهداف الدراسة

1-6- مفاهيم الدراسة

1-7- الدراسات السابقة

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة

2-1- مجالات الدراسة

2-1-1- المجال المكاني للدراسة

2-1-2- المجال البشري للدراسة

2-1-3- المجال الزمني

2-2- مجتمع البحث والعينة

2-2-1- مجتمع الدراسة

2-2-2- عينة الدراسة

2-3- منهج الدراسة

2-4- أدوات جمع البيانات

2-4-1- الاستمارة

ثالثاً: المقاربات النظرية المفسرة للدراسة

3-1- نظرية الاستخدامات والإشباع

أولاً: مشكلة الدراسة

1-1- مشكلة الدراسة:

يشهد العالم في الآونة الأخيرة تحولاً نوعياً بفعل الثورة التكنولوجية الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال، الأمر الذي أدى إلى اتساع نطاق استخدام هذه التكنولوجيا بجميع أشكالها في كافة جوانب الحياة، وهذا لحاجة الإنسان الملحة لهاته التكنولوجيا في جميع المجالات خاصة في مجال الاتصال بفضل شبكة الانترنت إذ ألغت الحدود الزمنية والمكانية وجعلت من العالم قرية كونية صغيرة.

إنّ ثورة الجيل الثاني بمختلف تطبيقاتها تأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي تشهد اليوم حركة ديناميكية من التطور والانتشار بين آلاف المستخدمين لها فهي تعدّ وسيلة فعالة للتواصل بين الزملاء والأصدقاء من خلال الملفات الشخصية والألبومات الصور وغرف الدردشة... هذه المواقع كان استخدامها منذ نشأتها بدافع تكوين علاقات اجتماعية افتراضية في المجتمع، هذا الإقبال الكبير على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لم يعد يقتصر على فئة بعينها أو جماعة بذاتها أو طبقة من طبقات المجتمع بل تكاد كل فئات المجتمع وشرائحه كباراً وصغاراً، ذكوراً وإناثاً، مثقفين وغير مثقفين يستخدمون تلك الوسائل، ويشتركون في واحدة أو أكثر من حسابات هذه الوسائل الاجتماعية، والأسرة بشكل عام وحدة من وحدات المجتمع التي باتت تستخدم هذه الوسائل بشكل يومي، حيث صار كل فرد من أفرادها منتمين في استخدام هذه الوسائل من بداية يومهم حتى نهايته.

فالأسرة تعتبر الوحدة الأساسية في بناء المجتمع فهي تمس بكيان مدارك الإنسان وثقافته كما أنها تساهم في تشكيل منظومة القيم التي يتمسك بها ومقومات السلوك الاجتماعي بما فيها التواصل الأسري، أما اليوم فقد انتقل جزء كبير من هذا الدور إلى مواقع التواصل الاجتماعي التي فتحت مجالاً أمام أشكال وأنماط التواصل الحديث داخل الأسرة التي تستخدمها لإشباع حاجات تتعلق بالعلاقات الاجتماعية، فهناك من يعتبرها كمصدر من مصادر الموضوعات التي تعمل على تنشيط الحوار بين أفراد الأسرة المتباعدين وآخرون يستخدمونها للهروب من الواقع.

والأسرة الجزائرية ليست بمعزل عن هذا التأثير التكنولوجي فالجوّ الأسري الذي تعيشه في بيوتنا سابقاً لم يعد كما كان حيث أصبح أبنائنا يقضون ساعات أمام مختلف هذه المواقع وأصبح التواصل بين أفرادها يقتصر على الجمل القصيرة التي تقتضيها الضرورة، فعوضاً عن أن يتحاور الأبناء مع الآباء والأزواج مع الزوجات حول رغباتهم ومشاكلهم الدراسية والعاطفية يفضلون التوجه إلى هذه المواقع وكأن البحث عن حلول لمشاكلهم في العالم الافتراضي أفضل من العالم الواقعي.

تأسيساً لما سبق بإمكاننا أن نطرح التساؤل الرئيسي: ما هو تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري؟

وعن هذا التساؤل الرئيسي تتفرع التساؤلات:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى أسر مدينة جيجل؟
- ما هي الدوافع والإشباع المحققة للأسرة من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة جيجل؟

- كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري بمدينة جيجل؟

1-2- فرضيات الدراسة:

- يتصفح أفراد الأسرة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف وحسب الظروف.
- توجد علاقة ارتباطية بين تصفح أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي وبين إشباع رغباتهم الاجتماعية.
- كلما زاد تصفح الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي كلما نقص التواصل والتفاعل بين أفراد الأسرة.

1-3- أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تشمل على متغيرين ذو أهمية ضرورية وهما شبكات التواصل الاجتماعي والتواصل الأسري.
- يستمد هذا الموضوع أهميته من أهمية التواصل داخل الأسرة.
- الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة في التواصل داخل الأسرة.
- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في تأثيره على التواصل داخل الأسرة.
- لفت الانتباه من أجل التخلص من الآثار السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري.
- مواقع التواصل الاجتماعي موضوع جدير بالبحث خاصة بعد التطورات التي شهدتها بشكل كبير ومتسارع.
- بيان أهم التأثيرات السلبية للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

1-3- أسباب اختيار الموضوع:

هناك أسباب أدت إلى اختيار هذا الموضوع منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي وقد تمثلت

فيما يلي:

1-3-1- الأسباب الذاتية:

- الميل الشخصي لإجراء دراسة ميدانية في مجال تخصصنا.
- الرغبة الشخصية في الدراسة والبحث في المواضيع المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي.
- الملاحظة الشخصية لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المحيط الأسري الجزائري.
- كون الموضوع قابل للدراسة من حيث الإمكانيات المادية والبشرية، وكذا الوقت.

1-3-2- الأسباب الموضوعية:

- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف الفئات في الجزائر.
- إفادة المكتبة الجامعية بمرجع علمي للطلبة في تخصص الإعلام والاتصال.
- يعتبر الموضوع مهم لأنه صالح للدراسة وهو متواجد في الواقع الذي نعيشه.
- قلة الأبحاث العلمية التي تهتم بمجال الاتصال الأسري.

1-1- أهداف الدراسة:

تسعى دراستنا للوصول إلى مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام الأسر لمواقع التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن الدوافع والإشباع المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأسرة.
- معرفة التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري.
- الإلمام بجميع جوانب الموضوع قدر الإمكان وتوضيح جميع المتغيرات المحيطة بموضوع

الدراسة.

1-5-1 - مفاهيم الدراسة:**1-5-1-1 - مفهوم الاستخدام:****1-5-1-1-1 - التعريف اللغوي:**

استخدم يستخدم استخداما الشيء: استعمله غيره: اتخذه خادما طلب منه أن يخدمه. (بن النعمان، 2001، ص 31).

1-5-1-2 - التعريف الاصطلاحي:

يطرح مفهوم الاستخدام بقوة في عصرنا الحالي في مجال الأنترنت وتطبيقاته الجديدة من خلال مفهومين أساسيين:

• **الاستخدام العام:** هو الدخول إلى الشبكة دون تحديد مسبق لعملية الاستخدام كيف ستم وما هي أهدافها.

• **الاستخدام الخاص:** هو الاستخدام المتخصص الذي يكون في غالب الأحيان في إطار عمل مثل: التجارة الالكترونية، البيع والشراء. (بوصلة، 2022، ص 26)

1-5-1-3 - التعريف الإجرائي:

يقصد بالاستخدام في هذه الدراسة الفعل الذي يربط أفراد الأسرة بمواقع التواصل الاجتماعي وتعاملهم وتفاعلهم معها.

1-5-2 - مواقع التواصل الاجتماعي:**1-5-2-1 - التعريف الاصطلاحي:**

هو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 0.2 الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيجونها للعرض. (جرار، 2012، ص 37).

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (صديق، 2016، ص 207).

1-5-2-2- التعريف الإجرائي:

مواقع التواصل الاجتماعي هي مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون فيه الاهتمام، يقوم الأفراد خلال هذه المواقع بنشر عدد من المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات التي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة.

1-5-3- مفهوم التأثير:**1-5-3-1- التعريف اللغوي:**

الأثر بالتحريك ما بقي من رسم الشيء، والتأثير: إبقاء الأثر في الشيء وأثر في الشيء: ترك فيه أثر. (ابن منظور، 2007، ص 52).

1-5-3-2- التعريف الاصطلاحي:

ما تحدثه الرسالة في عقل المتلقي ووجدانه وكلما استجاب المتلقي لمضمون الرسالة دل ذلك على أنها أحدثت التأثير الذي استهدفه القائم بالاتصال (مستجير، شوشة، وآخرون، 2008، ص 27)، وهو إحداث تأثيرات في السلوك والتفكير وتتمثل في التغيرات الحاصلة نتيجة للتعرض للوسائل المختلفة، ولهذا يعمل عند إجراء البحوث على قياس ما يحدث من تأثيرات في السلوك والتفكير. (الفار، 2014، ص 52).

1-5-3-3- التعريف الإجرائي:

هو التغير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على أفراد الأسرة نتيجة تعرضهم لها.

1-5-4- مفهوم التواصل:**1-5-4-1- التعريف اللغوي:**

من الوصل، وصل الشيء، بالشيء وصلا، وصلة، ووصله: لأمه، ووصل الشيء، وإلى الشيء، وصولاً: بلغه وانتمى إليه. (الزاوي، د س، ص 659).

1-5-4-2- التعريف الاصطلاحي:

التواصل هو تلك العملية الفنية الشاملة التي تتضمن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر بين الأفراد بشتى الوسائل والأساليب مثل: الإشارات والإيماءات وتعبيرات الوجه وحركات اليدين والتعبيرات الانفعالية

واللغة، وتعدّ اللغة المنطوقة (الكلام) أحد أشكال التواصل التي تتيح للفرد المعلومات بصورة دقيقة ومنفصلة. (سالم، 2014، ص 23).

1-5-4-3- التعريف الإجرائي:

التواصل عبارة عن التفاهم ما بين طرفين معينين كنظامين أو كيانين أو شخصين ويكون أحد الطرفين مرسلًا في وقت معين والطرف الآخر مستقبل في وقت آخر ويحدث تفاعل إيجابي بينهم.

1-5-5-1- مفهوم الأسرة:

1-5-5-1- التعريف اللغوي:

الأسرة لغة: تعني أسرة الرجل بمعنى عشيرته ورهطه الأذنون والأسرة بمعنى عشيرة الرجل وأهل بيته والأسرة تعني القيد يقال أسرة أسرا وإسارا وهي تعني الدرع الحصينة وأهل الرجل وعشيرته. (الحاوري، 2021 ص12).

1-5-5-2- التعريف الاصطلاحي:

هي الوحدة الأساسية للبناء الاجتماعي وركانها زوج وزوجة يرتبطان بصلة قانونية وخلقية يقرّها الدين والمجتمع وتقوم على الرضا والإيجاب والالتزام الدائم باحترام الحقوق وأداء الواجبات لتظلّ دائما الأساس السليم للنمو والخبرة والنجاح. (أبو سكينه، خضر، 2011، ص 42).

والأسرة نظام اجتماعي أساسي بل نواة أي مجتمع تقوم بإشباع الحاجات البيولوجية والعاطفية، وهي مصدر الأخلاق والمثل العليا والقيم والإطار الثقافي لضبط السلوك وتربية الأطفال وتنشئتهم وتوجيههم. (الناشف، 2011، ص 13).

1-5-5-3- التعريف الإجرائي:

يمكن القول أن الأسرة وحدة اجتماعية تتشكل من رجل وامرأة تصل بينهما علاقات معنوية متماسكة، إذ أنها عبارة عن جماعة إنسانية تنظيمية مكلفة بواجب استقرار وتطور المجتمع عبر التأثير في نمو الأفراد وأخلاقهم منذ المراحل الأولى من العمر وحتى يستقل بشخصية ويصبح مسؤولا عن نفسه وعضوا فعالا في المجتمع.

1-5-6- مفهوم التواصل الأسري:**1-6-5-1- التعريف الاصطلاحي:**

يقصد بالتواصل الأسري التفاهم والتحاور بين أفراد الأسرة التي تنقل أفكار منهم ومشاعره ورغباته واهتماماته وهمومه إلى الآخرين في الأسرة وتشمل هذه اللغة: الكلام والحركات والتعبيرات والإرشادات والإيماءات وغيرها من الرموز اللفظية وغير اللفظية التي يقوم عليها التفاعل والتوافق بين أفراد الأسرة وتجعلهم سعداء أو أشقياء بحياتهم، فالتواصل الأسري الجيد مفتاح سحري لسعادة الأسرة. (بن زاف، عزيز، 2013، دص).

1-6- الدراسات السابقة:**1-6-1- الدراسات الجزائرية :****الدراسة رقم 01:**

الباحثة: بن عبود نسرين.

العنوان: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري-دراسة ميدانية على عينة من أسر

مدينة عين البيضاء-.

المكان والزمان: الجزائر، 2017.

هدف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري، اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان والملاحظة، وطبقت على عينة قصدية، حيث قام فيها الباحث باختيار الأسر الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي واختار حي رئيسي "حي جديد".

نتائج الدراسة: أسفرت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج منها:

- أن معظم الأفراد يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى ثلاث سنوات ويفضل أغلبهم خدمة الإعجاب والدرشة بالدرجة الأولى.
- أن مواقع التواصل الاجتماعي قلل من التفاعل والحوار داخل الأسرة.
- كما تبين نتائج الدراسة أنه يوجد اختلاف بين المبحوثين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن.

الدراسة رقم 02:

الباحثة: عديلة عميور وصفية لفيلف

العنوان: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيرها على الاتصال داخل الأسرة -دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة جيجل-

المكان والزمان: الجزائر، 2017

هدف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى كشف الستار عن تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال داخل الأسرة اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبيان، وطبقت على عينة عنقودية قدر عددها ب 90 مفردة موزعة على 4 أحياء بمدينة جيجل.

نتائج الدراسة: أسفرت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج منها:

- استخدام المبحوثين لتكنولوجيا الاتصال كان لغرض (البحث العلمي، التواصل مع الأهل والأصدقاء، الدردشة والتسلية، متابعة المستجدات).

- تؤدي تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى تقليل فرص الحوار والتفاعل داخل الأسرة وتدلّ هذه النتيجة على وجود انعكاس واضح لاستخدام التكنولوجيا على التفاعل والحوار داخل الأسرة، حيث تؤدي إلى تقليله بنسبة لافتة للنظر.

1-6-2- الدراسات العربية:**الدراسة رقم 01:**

الباحثة: فاطمة بنت محمد الأحمري

العنوان: أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري (الهاتف الجوال والشبكة الفيسبوكية الأنترنت)-دراسة مطبقة على عينة من الأسر السعودية- بمدينة الرياض.

المكان والزمان: السعودية، 2014.

هدف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن إيجابيات وسلبيات وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري وتقديم مقترحات للحدّ من التأثير السلبي لوسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبيان وطبقت عينة عشوائية بسيطة قدر عددها ب 380 مفردة بمدينة الرياض.

نتائج الدراسة: أسفرت هذه الدراسة إلى:

- أنّ وسائل الاتصال الحديثة تضيي نوعًا من ثقافة الحوار في التواصل مع أفراد الأسرة وتساهم في تعزيز عملية النقاش.
- عدم وجود فروق في وجهات نظر أفراد الدراسة نحو استخدام وسائل الاتصال الحديثة وتأثيرها على الحوار الأسري بحسب (متغير العمر، المستوى التعليمي، الدخل الشهري).
- استخدام الهاتف الذي قلل من زيارات الأقارب، وهذا يعتبر من سلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة.

الدراسة رقم 02:

الباحثة: إلهام بنت فريح بن سعيد العويضي

العنوان: أثر استخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة في محافظة جدة.

المكان والزمان: السعودية، 2004.

هدف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية، اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبيان، حيث صممت ثلاث استمارات استبيان، ووجهت إلى كل من الزوج والزوجة وأحد الأبناء ومن ثم توزيعها على 200 أسرة.

نتائج الدراسة: أسفرت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- ارتفاع نسبة العينة الذين يرون أن الأنترنت ذات تأثير سلبي على المجتمع السعودي دينيا وأخلاقيا.
- يعدّ تأثير استخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة في مجتمع الدراسة تأثيرا محدودا.
- نصف المبحوثين تقريبا ينظمون استخدامهم للأنترنت بمستوى متوسط كما أنهم يخضعون لرقابة متوسطة.
- توجد فروق ذات دلالة معنوية بين مدة استخدام الزوج للأنترنت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة فيما بينه وبين زوجته.
- اتضح وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين مدة استخدام الأبناء للأنترنت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة بين الوالدين والأبناء من وجهة نظر الوالدين.

1-6-3- التعليق على الدراسات السابقة:

1. تناولت الدراسات السابقة أثر شبكات التواصل الاجتماعي والنتائج المترتبة عن هذه المواقع على الاتصال الأسري والعلاقات الأسرية.
2. أظهرت نتائج الدراسات السابقة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحوار الأسري كدراسة فاطمة بنت الأحمري، حيث لم يعد بإمكان مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الاستغناء عنها كذلك وجود تأثير واضح لتعرض أفراد الأسرة للانترنت على علاقتهم الاجتماعية.
3. اعتمدت معظم الدراسات السابقة على المنهج الوصفي التحليلي وهو المنهج الذي تمّ اعتماده في دراستنا الحالية.

4. اعتمدت لدراسات السابقة على الاستبيان كأداة للحصول على المعلومات المتعلقة باستخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي، ما عدا دراسة الباحثة بن عبود نسرین التي استخدمت أداة الاستبيان والملاحظة.

5. تنوعت الدراسات السابقة بين البلاد العربية والمحلية كالجزائر والسعودية.

6. وتنوع استخدام عينة الدراسة بين القصدية كدراسة بن عبود نسرین ودراسة إلهام بنت فريح بن سعيد العويضي والعينة العنقودية كدراسة عديلة عميور وصفية لفيلف، والعينة العشوائية البسيطة كدراسة فاطمة بنت محمد الأحمري، هذا التنوع فرض علينا الإطلاع أكثر على دراسات سابقة لكي تسهل علينا معرفة نوع العينة المناسبة لمجال دراستنا.

7. أفادت الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة وفهم جوانبها وإعداد الإطار النظري للدراسة في الحصول على المراجع والمصادر المختلفة من كتب ومجلات ورسائل جامعية بالإضافة إلى ذلك ساعدتنا في تحديد نوع الدراسة والمنهج المستخدم وأداة جمع البيانات المناسبة وفي إعداد أسئلة الاستبيان.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة**1-2- مجالات الدراسة:****1-1-2- المجال المكاني للدراسة:**

يشير المجال المكاني إلى البيئة التي يقوم الباحث بتحديدتها والمجتمع المراد دراسته يكون في منطقة جغرافية معينة ويشمل المجال المكاني أيضاً جميع المناطق الجغرافية حسب القضية التي يقوم الباحث بدراستها وعلى أساس ذلك اخترنا مدينة جيجل لتكون مكاناً للدراسة.

2-1-2- المجال البشري:

ل للوصول إلى نتائج دقيقة موضوعية لأي دراسة لابد من تحديد المجال البشري تحديدا دقيقا والمجال البشري في هذه الدراسة هم مجموعة الأسر المقيمة بمدينة جيجل سواء أبناء وآباء وأمّهات التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي.

2-1-3- المجال الزمني:

ويقصد به الفترة التي تستغرقها الدراسة والتي تحددت من بداية التفكير في مشكلة البحث إلى غاية استخلاص النتائج وقمنا بتقسيمه إلى ثلاث مراحل:

- المرحلة الأولى: مرحلة اختيار الموضوع رغم بعض الصعوبات التي عرقلت هذه العملية، والتي تسببت في بعض التأخير غير أنه تمّ وضع موضوع عملي قابل للبحث والدراسة بداية من شهر نوفمبر إلى شهر فيفري.

- المرحلة الثانية: هي المرحلة التي انطلقنا فيها بالعمل الفعلي في إنجاز مذكرتنا، والتي امتدّت من منتصف شهر فيفري إلى غاية أواخر شهر أفريل، حيث بدأنا فيها أول خطوة منهجية وهي تحديد مشكلة الدراسة مرورا بها في الخطوات المنهجية إلى غاية تصميم أداة جمع البيانات.

- المرحلة الثالثة: هي مرحلة العمل الميداني، حيث قمنا بتوزيع الاستمارات الخاصة بموضوع مذكرتنا على عينة الدراسة وجمع البيانات المستخلصة لتحليلها.

2-2- مجتمع البحث والعينة:**2-2-1- مجتمع البحث:**

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم خطوات المنهجية في البحوث الاجتماعي، ويعرف مجتمع البحث على أنه جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة. (عليان، غنيم، 2010، ص 138).

ويشمل مجتمع البحث في دراستنا على كل الأسر التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة جيجل.

2-2-2- عينة الدراسة:

يمكن تعريف العينة على أنها: مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج وتقييمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي. (بريق، البديوي، 2014، ص 83)

إذ تستخدم العينة عادة عند استحالة إجراء مسح شامل لمجتمع الدراسة والمتمثل في بحثنا هذا على الأسر القاطنة بمدينة جيجل ويستخدم أفرادها مواقع التواصل الاجتماعي، ونظرا لعدم وجود إحصائية لعدد أسر بمدينة جيجل التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، فقد لجأنا إلى تطبيق العينة القصدية، بالإضافة إلى تناسبها مع هدف الدراسة.

وتسمى أحيانا العمدية أو الغرضية التي تهدف إلى تحقيق غرض معين وتسمى أيضا **judgmental sample** أي العينة الحكمية، حيث يتم اختيار هذه العينة بناء على هدف الدراسة. (الطواب، 2015، ص 148).

ومن هذا المنطق قمنا بطريقة قصدية باختيار 25 أسرة التي يستخدم أفرادها مواقع التواصل الاجتماعي وتوفرت فيها شرطين أساسيين: أن تكون أسرة نووية، أن يكون على الأقل فرد من أفرادها يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وأن لا يقل عمره عن 15 سنة حتى يستطيع الإجابة على أسئلة استمارة الاستبيان.

2-3- منهج الدراسة:

- يعتبر المنهج ضروري في أي بحث علمي فهو الذي يبين الطريق ويساعد الباحث في ضبط أبعاده.

- إذ يشير مفهوم المنهج إلى الكيفية أو الطريقة التي يتبعها الباحث في الدراسة المشكلة موضوع البحث فهو يجب على الكلمة الاستفهامية كيف؟ فإذا تساءلنا كيف يدرس الباحث الموضوع الذي حدده؟ فإن الإجابة على ذلك تستلزم تحديد نوع المنهج. (السناد، 2015، ص 49).

- ويعرف أيضا على أنه أسلوب للتفكير والعمل يعتمده الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها، وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة. (المحمودي، 2019، ص 46).

- تنمي دراستنا الموسومة بـ "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على التواصل الأسري" إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى تحليل وتفسير وعرض ظاهرة ما. وتبعا لطبيعة موضوع دراستنا فإن "المنهج الوصفي التحليلي" هو الأنسب لها من خلال الوقوف على الآثار المترتبة من استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري، إذ يعرف المنهج الوصفي بأنه: "المنهج الذي يعتمد على وصف الظاهرة موضع البحث وصفا تفصيليا دقيقا ويدرس كل جوانبها الكيفية والنوعية والكمية، ليعبر عن ملامحها وخصائصها وحجمها وتأثيرها ومدى ارتباطها بالظواهر الأخرى المحيطة بها". (الغندور، 2015، ص 179).

2-4- أدوات جمع البيانات:

للوصول إلى البيانات لابد من جمع المعلومات حول الظاهرة المقصودة بالاعتماد على المنهج الملائم وطبيعة ذلك المنهج هي التي تحدد أدوات جمع البيانات، والتي هي من الخطوات الأساسية في إجراء أي بحث، وقد قمنا في دراستنا الموسومة "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على التواصل الأسري" باستخدام أداة الاستبيان. ويعرف بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها. (بوحوش، الذنبيات، 2011، ص 67).

تحتوي استمارة الاستبيان الخاصة بموضوع بحثنا على 24 سؤال، حيث تم تقسيم هذه الاستمارة إلى 3 محاور، بالإضافة إلى البيانات الشخصية، تمثلت هذه المحاور على النحو التالي:

- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
 - المحور الثاني: دوافع وإشباع استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - المحور الثالث: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري.
- حاولنا أن تكون صياغة أسئلة هذه المحاور بسيطة وواضحة معبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، بعد ذلك قمنا بتسليم هذه الاستمارة الأولية إلى المحكمين ذوي الخبرة من أساتذة جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، وهم كالتالي:

1. د/ عبد الحكيم الحامدي: أستاذ بقسم علوم الإعلام والاتصال.
2. د/ هشام بن الطاهر: أستاذ بقسم علوم الإعلام والاتصال.
3. د/ حورية بولعويدات: أستاذة بقسم علوم الإعلام والاتصال.
4. د/ سهام بن يحيى: أستاذة بقسم علم الاجتماع.

ثالثا: المقاربات النظرية المفسرة للدراسة

3-1- نظرية الاستخدامات والإشباعات:

حتى لا ننتقل من فراغ في دراستنا نرى أنه من الأنسب لنا أن نستند على نظريات محددة إذ يعتبر توظيفها في موضوع الدراسة من المطالب الهامة، وذلك من أجل الاستفادة من التراكم المعرفي والتوجه في العمل التطبيقي، ونظرا إلى أن موضوعنا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على التواصل الأسري فإننا نرى أنه من الأنسب أن نستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات أملا في الوصول إلى نتائج أكثر شمولاً وخدمة للموضوع.

3-1-1- تعريف مدخل الاستخدامات والإشباعات:

نشأ مفهوم الاستخدامات والإشباعات في مجال الدراسات الإعلامية كبديل لتلك الأبحاث التي تتعامل مع مفهوم التأثير المباشر لوسائل الاتصال مع جمهور المتلقين ويعرف بأنه دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة. (الدليمي، 2016، ص 254).

3-1-2- نشأة نظرية الاستخدامات والإشباعات:

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتز وبلومر 1974، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر. (كافي، 2015، ص 214).

3-1-3- فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

- تستند النظرية على مجموعة من الافتراضات وهي:
- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبية توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد عن أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط (مكاوي، السيد، 1998، ص 241).

3-1-4- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تسعى هذه النظرية إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية:

- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.
- التركيز على أن فهم الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري. (كافي، 2015، ص 215-216).

3-1-5- انتقادات نظرية الاستخدامات والإشباعات:

من أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات ما يلي:

- أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين (Openended-way) حول الإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام.
- اشتركت في استخدام المنهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكرارياً وتدرجياً تبعاً لكثافتها.
- لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الإشباعات التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها.
- فشلت هذه الدراسات في بحث العلاقات المتداخلة فيما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضاً كمياً أو مفاهيمياً.
- إنَّ هذه الدراسات لم تعط صورة مفصلة أو أكثر تصاعدياً لإشباعات وسائل الإعلام ولا تؤدي إلى صيغة نهائية لتعميمات نظرية. (المشاقبة، 2010، ص 86).

3-1-6- تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات في الدراسة:

من خلال ما سبق يمكن القول أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تعدّ من نظريات التأثير التي يعتمد عليها الباحثين في التعرف على الدوافع والإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وبما أن دراستنا تناولت موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على التواصل الأسري قمنا بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباعات من أجل معرفة مدى تعرض أفراد الأسرة لمواقع

التواصل الاجتماعي إشباعاً لـرغباتهم وحاجاتهم ودوافع الاستخدام سواء بين الأسر أو الأقارب، بالإضافة إلى معرفة مدى التفاعل الذي يحدث بينهم جراء الاستخدام للمواقع الاجتماعية ودراستنا هذه تركز على أفراد الأسرة الذين يسعون إلى تحقيق متطلباتهم لاستخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة ما إذا كانت هذه المواقع الاجتماعية تحدث نوعاً من التغيير في التواصل بين أفراد الأسرة من الناحية الإيجابية أو السلبية.

الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي والأسرة - رؤية نظرية -

تمهيد

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي

- 1-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
- 2-1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- 3-1- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 4-1- الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي
- 5-1- أهم مواقع التواصل الاجتماعي
- 6-1- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- 7-1- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً: الأسرة والتواصل الأسري

- 1-2- مفهوم الأسرة
- 2-2- أهمية الأسرة
- 3-2- خصائص الأسرة
- 4-2- وظائف الأسرة
- 5-2- مفهوم التواصل الأسري
- 6-2- أهمية التواصل الأسري
- 7-2- أشكال التواصل الأسري
- 8-2- عوامل غياب التواصل الأسري
- 9-2- آثار غياب التواصل الأسري

ثالثاً: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة

- 1-3- التأثيرات الإيجابية
- 2-3- التأثيرات السلبية

خلاصة

تمهيد:

قد باتت شبكات التواصل الاجتماعي أداة لا غنى عنها للتواصل وتبادل المعلومات بين الأفراد في عصرنا الحالي وعلى الرغم من أن هذه المواقع أنشأت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، إلا أن استخدامها امتد ليشمل كل مجالات الحياة، ليصل إلى الأسرة، لذلك تطرقنا في هذا الفصل إلى تعريف شامل لمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك بالنسبة للأسرة والتواصل الأسري، وفي الأخير تطرقنا إلى تأثيرات هذه المواقع على الأسرة سواء من الناحية الإيجابية أو السلبية.

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي

1-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت وتتنوع تعريف مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أنها تشابهت في بعض الجوانب واختلفت في البعض الآخر ومن أهم التعريفات ما يلي:

يعرف "الدليمي" مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون، وفي أي مكان من العالم، حيث ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي، وتبادل الصور والآراء مع إمكانات توطيد العلاقات الاجتماعية بينهم. (قاسم، حداي، 2019، ص 20).

وتعرفها "هبة محمد خليفة" بالقول: الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقات الاجتماعية بينهم. (صبطي، 2018، ص 34).

هي مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية، حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم مثلا (My space and facebook). (الشمائلية، اللحام، الكافي، 2015، ص 200).

2-2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن أن نقسم المراحل التي كانت سببا في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى مرحلتين أساسيتين:

- المرحلة الأولى: يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب web1، ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة هي شبكة موقع sixdegrees.com التي منحت الأفراد المتفاعلين في إطارها فرصة طرح لمحة عن حياتهم وإدراج أصدقائهم وبدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1998، وأخفق هذا الموقع عام 2000، ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع classmates.com ظهر في منتصف التسعينات، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة (فيصل، 2016، ص 12-13). شهدت هذه المرحلة أيضا مواقع متعددة من أشهرها موقع لايف جورنال live journal وموقع بلاك بلانيت Black Planet، وموقع Asian Avenue وفي عام 2002 ابتكر موقع face match، وعلى الرغم من أهمية هذه الشبكات في

وقت إنشائها لكنها لم تدر أرباحا على مؤسسيها وبالتالي أغلق أغلبها.(علي إبراهيم، 2014، ص 428).

- المرحلة الثانية: وتعدّ هذه المرحلة، مرحلة اكتمال وتطور الشبكات الاجتماعية، ففي هذه المرحلة وبالتحديد (2002-2004) بلغت شعبة الشبكات الاجتماعية عبر العالم ذروتها، فقد ظهر موقع freindater عام 2002 في كاليفورنيا، ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء وسمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض، من صور وملفات الأصدقاء وفي نفس السنة ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كموقع للتدوين، وقبل تأسيس موقع facebook أنشئ في سنة 2003 موقع my space الأمريكي ونمي بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006، وأهم ما يقدمه my space تفاصيل الملفات الشخصية فضلا عن التدوين، بعدها تم إنشاء موقع الفيس بوك face book سنة 2004 على يد مارك زكوريغ.

وفي عام 2005 تأسس موقع اليوتيوب youtube بالولايات المتحدة الأمريكية ولاية كاليفورنيا ويتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو، ثم ظهر موقع التويتر twitter سنة 2006 على يد جاك درزي Jack Dorsey وبيزستون Biz Stone وإيفان وويليامز Evan Williams ويسمى موقع التدوين المصغر، فهو يسمح للمستخدمين بكتابة رسالة (تغريدة) لا تتجاوز (140) حرفا.(هثيمي، 2015، ص 80-81).

2-3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص تميزها وتجعلها بالغة التأثير في حياة الأفراد تتمثل فيما يلي:

- المشاركة **Participation**: مواقع التواصل الاجتماعي تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.(المقدادي، 2013، ص 26).

- الانفتاح **Openness**: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

- **المحادثة Conversation:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة. (المقدادي، 2013، ص 27).
- **العالمية:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.
- **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
- **التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليست ذلك حكراً على أصحاب الأموال أو حكراً على جماعة دون أخرى. (الصاعدي، 1432هـ، ص 11)

2-4- الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي:

- إنّ المتابع والمستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي يجد أنها تشترك في مجموعة من الخدمات الأساسية، وأبرز ما تقدمه هذه المواقع من الخدمات:
- **الملفات الشخصية/ الصفحات الشخصية (Profile Page):** إذ من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: نوع الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعدّ الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص. (الشمايلة، اللحام، الكافي، 2015، ص 211).
- **الأصدقاء والعلاقات:** وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين.
- **إرسال الرسائل:** وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.
- **ألبومات الصور:** تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع ومشاركة الصور مع الأصدقاء والتعليق حولها.
- **المجموعات:** أغلب مواقع الشبكات الاجتماعية تتيح خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة.
- **الصفحات:** تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفّح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم

إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.(الشمايلة، اللحام، الكافي، ص 211-212).

1-5-1- أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

1-5-1-1- موقع الفيسبوك:

1-5-1-1-1- تعريف الفيسبوك:

هو خدمة على شبكة الأنترنت تسمح للأفراد من تكوين ملف شخصي لهم في إطار نظام يحدده الموقع يسمح لمستخدميه التواصل مع الآخرين الذين يشتركون معهم في الاتصال كما تتيح للأفراد خدمة تبادل الآراء مع المستخدمين سواء الموجودين في قائمة الاتصال أو في صفحات ومجموعات يتم إنشاؤها في هذا الموقع.(قيصران، 2019، ص 36).

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال فايسبوك على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.(نومار، 2012، ص 55).

1-5-1-2- نشأة موقع الفيسبوك:

موقع الفيسبوك تم إنشاؤه في عام 2004 بواسطة ابن التاسعة عشر من العمر مارك زوركربيرغ وهو طالب في جامعة هارفارد، وقد كان الموقع في البداية متاحا فقط لطلاب جامعة هارفارد (هتيمي، 2015، ص 89)، ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا ليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيس بوك والتي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاشتراك 61 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتعدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم.(المقدادي، 2013، ص 34).

والفيسبوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداده بنبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه، ولذلك يشترط هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية ويمنع الأسماء المستعارة والألقاب ويستطيع كل عضو فيه أن يقف على آخر أخبار أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو نبذ من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بأخباره واجتماعاته وأي صور أو مقاطع فيديو أو قطع موسيقية يرغب في إطلاعهم عليها.(شقرة، 2014، ص 64-65).

ويرى مارك زوكربيرج الفيسبوك بأنه حركة اجتماعية وليست مجرد أداة أو وسيلة للتواصل وأنه سوف يحتل كل النشاط البشري على الشبكة الدولية لذا وصفه بأنه دليل سكان العالم وأن الهدف منه هو أن يصبح العالم مكانا أكثر انفتاحا. (بوعمر، 2021، ص 185).

1-5-1-3- مميزات موقع الفيسبوك:

- **الملف الشخصي:** من يريد الاشتراك بالموقع فعليه أن ينشئ ملفا شخصيا يعرف بنفسه، محتويا على معلوماته الشخصية، صورة، أمور مفصلة عنه.
- **إضافة صديق:** وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- **إنشاء مجموعة:** يستطيع المستخدم إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت لمناقشة قضية معينة سياسية كانت أم اجتماعية، سواء على مستوى الأسرة أو الأصدقاء أو لكل مهتم بهذه القضايا المطروحة للنقاش والتعليق.
- **السوق:** وهو المكان الافتراضي الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات تسويقية مجانية. (كتانة، 2015، ص 33).

- **لوحة الحائط wall:** هي مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم أي أن يقوم أحد أصدقاء المستخدم بالكتابة والنشر على حائطه إن سمح له بذلك.
- **خاصية الصور photos:** تمكن هذه الخاصية المستخدم من تحميل الصور والألبومات من جهازه إلى الموقع، وكذلك تسمية أصدقائه في الصور والإشارة لهم.
- **خاصية statut الحالة أو المنشور:** تتيح إمكانية إبلاغ الأصدقاء بأماكنهم وبما يقومون به وربما يفكرون فيه، وهي عبارة عن إطار أعلى الصفحات مكتوب فيه (أكتب شيئا... أو بماذا تفكر الآن؟ أو ماذا تتمنى الآن؟). (بركات، 2016، ص 165).

1-5-1-4- سلبيات الفيسبوك:

في الوقت الذي بات الكثير من الناس يعتبرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك مفيد كي يعبروا عن أنفسهم إلا أنه على الرغم من إيجابياته إلا أن له العديد من السلبيات من أبرزها:

1. **الطرد من العمل:** حيث بات الموقع مصدرا متزايدا لتعرض الموظفين إلى التوبيخ أو الفشل في الحصول على وظيفة أو حتى الطرد من العمل بسبب ما يكتبه الناس فيها من تعليقات تسبب لهم الكثير من المشاكل.
2. **ازدياد حالات الطلاق:** أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها فيسبوك إحدى وسائل الإزعاج لمعظم الأزواج إذ تؤكد الإحصائيات أن حالة من بين كل خمس دعاوى طلاق كان السبب الرئيسي وراءها موقع الفيسبوك ببريطانيا.
3. **تشجيع العلاقات العابرة:** يلعب موقع الفيسبوك دورا كبيرا في صياغته علاقات الحب، أو ما يسمى أيضا بالعلاقات العابرة، التي قد تحدث صدمة لدى بعض الأشخاص فهم يتعذبون حين يقيمون علاقة دون أن يحسبوا أي حساب ثم تنهار هذه العلاقة.
4. **الإدمان:** أكدت دراسة أعدها المركز الأمريكي لدراسات الإدمان أن موقع الفيسبوك يساعد في زيادة خطر الإدمان على مستخدميه، وأن المراهقين الذين يفرضون في استخدام الموقع يكونون عرضة للتدخين أكثر بخمس مرات من المعدلات الطبيعية. (نبيح، 2009، ص 141-142).
5. **مصدر للمضايقة:** قد تتقل الصفحة الخاصة بموقع الفيسبوك رسائل عدة تشير إلى حاجة أحد الأصدقاء للمساعدة لإتمام لعبة ما أو سعيه للفوز في المناقشة التي تطرحها لعبة أخرى وهي رسائل تثير الغضب أحيانا لكثرتها وعدم أهميتها في معظم الأحيان.
6. **تغذية الأزمات السياسية:** أصبح موقع فيسبوك أول وسيلة تقنية حديثة ينتجها الغرب ويستغلها العرب استغلالا أمثل، فدائما ما ينتج الغرب تقنيات حديثة لا يستخدمها العرب في الأعراض المخصصة لها، بل أن هذا الموقع استخدمه الشباب العربي كوسيلة ترفيهية بينما هو أداة للتعرف على كل ما يجري في العالم في كافة الاتجاهات الثقافية والعلمية والفنية والسياسية وغيرها من الاهتمامات.
7. **الانتحار على الهواء:** لقد تداولت العديد من حالات الانتحار المباشرة على موقع فيسبوك، حيث يقوم الموقع في مرة بإزالة الفيديو خلال 20 دقيقة من الحادث بعد أن عمد مئات المشاهدين إلى إرسال رسائل تحظر الموقع بمدى بشاعة وقائع الانتحار التي بثت على الهواء مباشرة. (نبيح، 2013، ص 26).

1-5-2- موقع اليوتيوب:**1-5-2-1- تعريف اليوتيوب:**

تعددت المواقع على الشبكة العالمية، ومن بين تلك المواقع التي نمت نموًا هائلًا موقع اليوتيوب وبعد أن حقق الموقع واحدة من أكبر معدلات نمو المواقع، وهي المركز الخامس كأثر المواقع زيارة في العالم أضحت ظاهرة مذهلة على شبكة الانترنت.

هو موقع خاص بمقاطع الفيديو ومتفرع عن قوقل يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو وهناك أعداد كبيرة للمستخدمين فيه ويزوره الملايين يوميًا وتستفيد منه وسائل الإعلام تعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها. (أبو شينة، 2002، ص 14).

1-5-2-2- نشأة اليوتيوب:

مع انتشار تكنولوجيا المعلومات وإقبال الناس عليها خاصة مواقع التواصل أو الشبكات الاجتماعية والتي أضحت جزءًا لا يتجزأ من حياتهم استطاع موقع اليوتيوب الحصول على مكانة متقدمة بين تلك المواقع وخصوصًا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت في أنحاء مختلفة من العالم كالكوارث الطبيعية وغيرها، كانت أول بداية لموقع اليوتيوب في فبراير عام 2005 على يد ثلاث موظفين تشادهيرلين وستيف تشين، وجاويد كريم الذين كانوا زملاء باي بال (pay pal) (ليفسنون، 2015، ص 85)، نشأت فكرة الموقع في سان باولو، كاليفورنيا الولايات المتحدة الأمريكية عندما كان الأصدقاء الثلاثة في حفلة لأحد الأصدقاء التقطوا مقاطع فيديو وأرادوا نشرها بين زملاءهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة ومن هنا بدأ تبلور موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الانترنت. (صالحية، 2020، ص 140).

ويستخدم الموقع تقنية "الأدوني فلاش" لعرض المقاطع المتحركة، ومحتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفاز والموسيقى والفيديو المنتج من قبل الهواة، ويعدّ الفيديو المرفوع من قبل جويد كريم بعنوان (أنا في حديقة الحيوان) أول فيديو يتم رفعه. (حيدر، 2018، ص 156) على موقع اليوتيوب وكان بتاريخ 23 أبريل 2005 وتبلغ مدته 19:00 ثانية ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الانترنت ولتشتريه شركة قوقل عام 2006 وتضمه لها. (المقدادي، 2013، ص 43).

أصبح موقع اليوتيوب ثالث أكبر قوة المواقع شعبية في العالم بعد ياهو وقوقل في يونيو 2006 طرح المسؤولين عن المواقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون فيلم

يوميان وفي عام 2007 استهلك الموقع قدرا من حجم تدفق البيانات مماثل الاستهلاك العالم لجميع مواقع الانترنت عام 2000 وفي مارس 2008 قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يوميا. ويشهد موقع اليوتيوب إقبالا كبيرا من الشباب والمراهقين خصوصا من الجنسين، هنا يتضح أن موقع اليوتيوب صار واسع الانتشار ولم يعد حكرا على مؤسسات إعلامية أو قنوات تلفزيونية فضائية أو أشخاص مهتمين من الصحفيين وغيرهم بل أصبح متاحا لكل من يرغب بالحصول على موقع خاص به مجموعة من إحصاءات موقع اليوتيوب واستخداماته وتطبيقاته. (العريش، الدوسري، 2015، ص 49-50).

- عدد المشاهدات يصل إلى أكثر من مليار مشاهدة يوميا.
- يعد اليوتيوب ثالث موقع عالميا من حيث الزيارات بحسب الإحصاءات.
- موقع يوتيوب متوفر في 23 بلدا من خلال 24 لغة مختلفة.
- يبلغ متوسط عدد الدقائق التي يقضيها للمستخدم في تصفح الموقع ومشاهدته 15 دقيقة.
- يبلغ متوسط عدد ساعات الفيديو للموقع حوالي 45 مليون زيارة للصفحة الرئيسية يوميا.
- 70% من حركة الزيارات على الموقع من مقاطع الفيديو الموجودة حاليا على موقع يوتيوب يصل إلى 1700 سنة. (حارث، مزهر، 2014، ص 147).

1-5-2-3- إيجابيات موقع اليوتيوب:

- عام ومجاني: يعتمد في ذلك على مصادر دخل أخرى تتمثل في الإعلانات والدعايات إضافة إلى الإعلانات النصية كما يقوم حاليا.
- يقوم بدور الرائد في تقديم إعلانات الفيديو: كمجال جديد وعلى إعلانات الويب. (صبيط، 2018، ص 65).
- سهل الاستعمال والمشاهدة: فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره، كما أنه بمجرد ضغطك على وصلة الفيلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع.
- سهل البحث: فالموقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.
- أداة رائعة للترويج: فأفلام يوتيوب المجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة ونشرها للمهتمين من العامة.

- **ميزة البث المباشر:** لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام. (المقدادي، 2013، ص 44-45).

1-5-2-4- سلبيات موقع اليوتيوب:

إضافة إلى ما يوفره موقع اليوتيوب من خدمات جليلة وعظيمة تعود بالنفع على مستخدميه وتمكنهم من التواصل والتفاعل إلا أن هناك بعض السلبيات التي تعترض طريق هذا الموقع في أداء مهمته.

- **إمكانية اختراقه:** من قبل بعض الأشخاص أو الجهات، وتعطيل ما يبث فيه من أفلام ومحاضرات، بل قد تم بث برامج تعارض وتتناقض الهدف الأساسي من الموقع كأن يتم اختراق موقع إسلامي، ويبث فيه أفلام ومشاهد تتعارض مع قيم وأخلاق الإسلام وشريعته.

- **قيام بعض الدول بحجب الموقع:** بحيث تم منع فائدته من المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه بعض الدول، كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباط صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب. (شقرة، 2014، ص 95-96).

1-5-3- موقع تويتر:

1-5-3-1 تعريفه:

اتخذ تويتر اسمه من مصطلح تويت الذي يعني التغريد واتخذ من العصفورة رمزاً له. (السوداني، المنصور، 2016، ص 113).

وهو موقع تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن الفيسبوك ويعتبر المنافس الأكبر له، يقدم خدمة مصغرة لمستخدميه من المغرد فيه تمكنهم من إرسال تحديثاتهم برسالة لا تتعدى 140 حرفاً للرسالة الواحدة إلى صفحاتهم الخاصة، ويمكن للزوار قراءتها وكتابة الردود عليها. (العفيفي، 2015، ص 172).

1-5-3-2- النشأة والتطور:

كانت بدايات ميلاد هذا الموقع عام 2006 م عندما أقدمت شركة obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، وفي أكتوبر من نفس العام أتاحت الشركة المعينة ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس (الشهري، 1434هـ، ص 32)، وفي سنة 2007 بدأ الموقع في الانتشار

كخدمة جديدة على الساحة من حيث تقدم التدوينات المصغرة وفي شهر أفريل من نفس سنة الانتشار قامت شركة obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم twitter. ولم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط ولكن في أفريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية، وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان، وتوفقت هذه النسخة بشكل أكبر على النسخة الإنجليزية، حيث أصبح في الإمكان وضع إعلانات في النسخة اليابانية على عكس النسخة الإنجليزية التي لا تدعم نظام الإعلانات. (البياتي، 2014، ص 401).

1-5-3-3- مميزات تويتر:

- لتويتر عدد من المميزات من أهمها:
- يعلمك بالخبر فور وقوعه ومن موقع الحدث.
- يضعك في معرفة دائمة عن أخبار الذين تهتمّ بهم.
- تستطيع من خلال تويتر الحصول على الاستشارة والاستفادة من تجارب الأصدقاء.
- يتيح إقامة علاقات صداقة جديدة وإجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة التي تهتمك.
- إمكانية الحصول على خلاصة وافية لما تنشره المواقع الالكترونية. (محمد الديهي، 2015، ص 470).

1-5-3-4- سلبيات تويتر:

- كما لموقع تويتر مجموع ممن المميزات فإنه طبعا لا يخلو من السلبيات ومن بينها:
- سرعة انتشار الشائعات: يعدّ تويتر أداة سهلة لانتشار الأخبار دون التأكد من صحتها.
- كل تغريدة تقتصر على 140 حرفا، وهذا يجعل الأمر صعبا في التعبير عن الأفكار الخاصة في بضعة أسطر.
- قد ينتحل البعض شخصية المشاهير.
- وجود إعلانات مزعجة تظهر على صفحة المستخدم.
- تويتر ليس مثالي لعرض المحتوى المرئي، حيث أن أساسه في الغالب نصّي. (الصوفي، 2015، ص 31).

1-5-4- موقع انستغرام:

1-4-5-1- تعريفه:

موقع انستغرام هو عبارة عن منصة وسائط اجتماعية، وهي تطبيق مجاني يسمح للمستخدمين من النقاط ومشاركة عالمهم مع الأصدقاء والعائلة صورة واحدة في وقت واحد والتعليق على المشاركات التي ينشرها أصدقاؤهم والإعجاب، ويمكن تحميله على جهاز آبل أو نظام تشغيل أندرويد. (دحمان، 2019، ص 126).

1-4-5-2- نشأة الانستغرام:

ظهر موقع انستغرام الاجتماعي للمرة الأولى نهاية عام 2010 على يد الثنائي الأمريكي كيفن سيتروم ومايكل مايك، استحوذت عليه شركة فيسبوك من خلال صفقة بلغت قيمتها مليار دولار، ولقد تم دعم انستغرام في البداية على أيفون وأيباد وفي أبريل 2012 تم وضع تطوير الفيديو بشكل متقطع للمستخدمين وأيضا شهد تطبيق انستغرام نموا كبيرا من حيث عدد المستخدمين منذ أن بدأ التنزيل على الأجهزة الداعمة لنظام أندرويد، حيث وصل إلى 30 مليون مستخدم وخلال عام واحد فقط وصل العدد الإجمالي إلى أكثر من 300 مليون مستخدم. (طاهري، 2022، ص 339).

كان ظهور موقع انستغرام متأخرا عن بعض المواقع الشبيهة ورغم أنه لم يظهر مبكرا إلا أن شهرته وعدد مستخدميه في تزايد مستمر بشكل جعله يحتل مراتب متقدمة في قائمة المواقع الأكثر استقطابا للمستخدمين بل ومنافسا لأكبر المواقع شهرة، رغم الطابع الترفيهي، لهذا الموقع واشتغاله كثيرا على ثنائية الصورة، والفيديو لما فيهما من فلاتر لتعديل الصور والفيديو إلا أنه شهد توسعا كبيرا، كما أن الطابع الترفيهي لم يمنع من الصيغة الاتصالية له بل توسع في الاتصال عن طريق علبة الرسائل الخاصة به حيث يمكن إجراء دردشة ثنائية أو دردشة جماعية لمجموعة من المستخدمين.

كما أن خاصية story بدورها تلعب دورا بارزا في إنكاء الفعل الاتصالي، خاصة أنها تجمع بين شكلين من أشكال الاتصال إما عن طريق رموز الإيموجي للقصة أو التعليق مباشرة على القصة وهو ما يظهر في علبة التراسل الفوري، كما أن هذا الصدى الذي لقيته خاصة القصة تعكس حقيقة الميل الإنساني نحو العملية الاتصالية الإحصائية الجديدة لانستغرام. (بطار، 2021، ص 100).

- أدى انستغرام أكثر من 800 مليون مستخدم نشط شهريا.
- منذ إنشاء انستغرام تم مشاركة أكثر من 40 مليار صورة.
- عدد مستخدمي انستغرام النشطين يوميا أكثر من 500 مليون.

- في المتوسط تحميل 95 مليون صورة على انستغرام يوميا.
- يتم التفاعل وعمل حوالي 42 مليار إعجاب كل يوم.
- تتراوح أعمار معظم مستخدمي انستغرام بين 18 و 29 عاما 32% من مستخدمي انستغرام طلبة جامعيين.(المشهداني، عبيدي، 2020، ص 104).

1-5-4-3- مزيا الانستغرام:

- يعدّ موقع انستغرام من المواقع الاجتماعية التي ظهرت حديثا لكنه استحوذ على اهتمام الجمهور خلال مدة قصيرة مقارنة بالمواقع الأخرى لما له من مزايا منها:
- **تحميل الصور ومقاطع الفيديو:** يتيح موقع انستغرام إمكانية نشر وتحميل الصور ومقاطع الفيديو ومشاركة الأحداث المهمة في حياة المستخدم عبر تصوير الصورة ونشرها في الموقع وإضافة مؤثرات صوتية لها.
- **ميزة التتبع:** يتيح الموقع ميزة التتبع للأشخاص الذين يريد المستخدم أن يرى حالاتهم ومنشوراتهم من الصور والفيديو.
- **الإعجاب:** يتيح موقع انستغرام إمكانية الإعجاب بصور ومقاطع الفيديو عبر الضغط على القلب الموجود أسفل الصورة أو مقطع الفيديو.
- **التعليق:** يتيح الموقع إمكانية التعليق للمستخدمين على الصور والفيديو التي تنشر على المواقع من قبل المستخدمين فضلا عن إمكانية الرد على التعليق.(مرزوك، 2020، ص 81-82).
- **البحث عن الأصدقاء:** يعمل الموقع على مساعدة الأشخاص في إيجاد أصدقاء وذلك من خلال العثور على أصدقاء الفيس بوك الذين يمتلكون صفحة في موقع انستغرام.
- **تعديل الملف الشخصي:** يتيح موقع انستغرام إمكانية تعديل الملف الشخصي للمستخدمين من خلال إضافة تحديث المعلومات والبيانات الشخصية الخاصة بالمستخدم.
- **ميزة الإشعارات:** يوفر الموقع ميزة الإشعارات والتي هي عبارة عن إشارات أو تنبيهات حول الإجابات التي تحصل عليها الصور التي قمت بنشرها أو التعليقات أو طلبات التتبع الواردة من الأصدقاء. (بونينة، 2018، ص 134).
- **مجاني:** نسبة 100% لكلا نظامي التشغيل أندرويد و ISO.
- **الكتابة على صور مع الأصدقاء:** عبر كافة مواقع التواصل الاجتماعي.
- **مؤثرات فلاتر متنوعة:** تسهل على الجميع استخدامها بمختلف المستويات.

- التعامل مع مختلف الكاميرات على كافة الأجهزة.
- الهاشتاق: يسمح الموقع بإضافة (#) الهاشتاق لوصف الصورة وأشرطة الفيديو وكذلك علامة @ لربط المستخدمين بالصور مما يخلف تفاعلا أكبر بين المستخدمين.(الدليمي، 2020، ص 204).

1-5-4- عيوب موقع انستغرام:

- قد لا يمتلك أي عيوب مرتبطة بالكفاءة والقدرة والفاعلية أو في طريقة الاستخدام لكن المشكلة الوحيدة الموجودة في هذا التطبيق أنه:
- قد يستغرق الكثير من الوقت ويحتوي على العديد من الأجهزة اللوحية أو بعض الهواتف التي تعمل على نظام الويندوز.
- يفترق هذا التطبيق إلى بعض الميزات مثل التقاط صورة مباشرة من داخل التطبيق أو بث فيديو مباشر من داخل التطبيق مساحة الصورة صغيرة.(مزيان، 2021، ص 105)
- ومن عيوب الانستغرام الخصوصية، فهناك الكثير من الأشخاص يمكنهم رؤية كل التفاصيل بكل الصور التي يتم تحميلها وهو ما قد يكون مصدر لبداية الشائعات عبر رؤية الصور الغير جيدة كما أن حياة الشخص قد تكون في خطر خصوصا لمن ينشر كل تفاصيل حياته، وأماكن تواجده عبر الانستغرام.(الخاجة، 2015، ص100)

2-6-دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

- إنّ دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عديدة ومتنوعة تختلف من شخص إلى آخر، وفيما يلي أهم العوامل التي تدفع الأفراد للاشتراك في هذه المواقع:
- **المشاكل الأسرية:** تشكل الأسرة مكان الحماية والاستقرار لأفرادها، وفي حالة وجود مشاكل بين أفراد الأسرة، تجعل الشخص يبحث عن البديل مما يدفعه إلى اللجوء إلى مجتمعه الافتراضي وأصدقائه الافتراضيين عسى أن يجد عندهم ما لم يجده في أسرته.
- **الفراغ:** حيث أن سوء استغلال الفرد لوقته يدفعه إلى استغلال وقت فراغه بالتواصل مع غيره عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة في تطبيقاتها، فتصبح وسيلة لتضييع الوقت بالتواصل الصوتي أو المكتوب أو الصور وغيرها من التطبيقات التي توفرها هذه الوسائل الحديثة.(كتانة، 2015، ص 37).
- **الفضول:** تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها لها سوءا في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية.

- **التعارف وتكوين الصداقات:** سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات، حيث تجمع بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية، فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة.

- **التسويق أو البحث عن وظائف:** فمواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها، فتجربة التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات. (الدروبي، 2018، ص 6).

2-7- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

2-7-1- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بإيجابيات يستغلها الفرد في حياته اليومية منها:

- التحفيز على التفكير الإبداعي ويتم ذلك بأنماط مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص متقنين وبنيات مختلفة.

- تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين، وتعلم أساليب التواصل الفعال.

- تمنح مواقع التواصل الاجتماعي مساحة أكبر للأشخاص الذين لديهم تخوف من إجراء محادثات وعلاقات مباشرة وجه لوجه. (عابدي، 2020-2021، ص 100).

- تساعد على استمرار التواصل بين المستخدمين مما يزيد من قوة الترابط بينهم، وتوطيد العلاقات من خلال تبادل التهاني في المناسبات والمواساة عند المصائب.

- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي نافذة اقتصادية يستخدمها الشباب في البحث عن الوظائف خصوصا موقع linked in الذي صمم في الأساس ليكون شبكة تواصل مهنية. (باشا، 2020، ص 37-38)

- تعتبر أحسن وسيلة وأيسرها وأسرعها لنشر الثقافة الإسلامية في كل أنحاء العالم.

- تساعد مستخدميها على متابعة كل ما هو جديد في مجالات الحياة المتعددة من خلال الإطلاع على الندوات والمؤتمرات.

- القدرة على البحث المعلوماتي والحصول على المعلومات بطريقة سهلة وبمبسطة.

- كما أنها تعتبر وسيلة للترفيه والتسلية والمتعة. (اليوسف، 2016-2017، ص 17-19).

2-7-2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

مثلما يوجد آثار إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإن لها آثار سلبية، فهي سلاح ذو حدين ومن تلك الآثار السلبية ما يلي:

- نشر الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
- إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة.
- عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري، وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
- ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها.
- انعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية. (الشاعر، 2015، ص 69).

- نشر الأفكار الضالة مثل ترويج العنف والمشاركة فيه.
- التعرض للجرائم الالكترونية.
- التعرض للخداع فبعض الأشخاص عبارة عن مسوقين للمنتجات.
- الرصد المبتور (الجزئي) للأحداث والوقائع، والخلل في رصدها يؤدي إلى الفهم الخاطئ لهذه الأحداث.

- تفنقر هذه المواقع الاجتماعية إلى وجود بعض القيم التي تحكم مستخدميها مثل: الصدق، الأمانة، النصيحة وغيرها. (العريشي، الدوسري، 2011، ص 68-69).

ثانياً: الأسرة والتواصل الأسري

2-1- مفهوم الأسرة:

تعددت آراء العلماء في تعريف الأسرة نذكر البعض منها:

يعرف "كونت" الأسرة بأنها: الخلية الأولى في جسم المجتمع وأنها النقطة الأولى التي يبدأ منها التطور وأنها الوسط الطبيعي والاجتماعي الذي ترعرع فيه الفرد. (بيومي، 2007، ص 447).

ويعرف برجزولوك الأسرة أنها: جماعة من الأفراد يتحدون بروابط الزواج أو الدم أو التبني أو يعيشون في سكن واحد مستقل ويتفاعلون مع بعضهم البعض من خلال أدوارهم الاجتماعية مكونين معا ثقافة مشتركة. (شامخ، 2014، ص 29).

ويعرفها ماكيفر بأنها: جماعة دائمة مرتبطة عن طريق علاقات جنسية تمكن من إنجاب الأطفال ورعايتهم وقد تكون في الأسرة علاقات أو أخرى وتقوم على معيشة الزوجين معًا ويكونان مع أطفالهم وحدة مميزة. (السيد، بيومي، جابر، وآخرون، 2006، ص 8).

كما تعرف الأسرة في العرف الاجتماعي بأنها: الجماعة الأولية التي ينشأ فيها الفرد نتيجة الزواج أو التبني أو صلة الدم وتكون المسؤولية الأولى لهذه الجماعة هي التنشئة الاجتماعية وتشغل عادة سنا واحدًا.

وهي مجموعة من الفاعلين يعيشون حياة مشتركة لأنها تحقق لهم أعلى درجة من الفائدة وأقل درجة من الخسارة. (فهيم، 2016، ص 17).

2-2- أهمية الأسرة:

للأسرة أهمية كبيرة في حياة الفرد والمجتمع، فهي مصدر التنشئة الاجتماعية فهي تعمل على تهيئتهم التهيئة الاجتماعية خلال السنوات المبكرة من أعمارهم والتي هي من أهم السنوات في نمو الطفل وتكوينه سواء في الجوانب الحسية أو الجوانب النفسية وهي الفترة التي يتعلم فيها الكلام والسير ويقوم بتكوين العلاقات الاجتماعية الأولى مع الأفراد والأشياء ويكتسب خبرات وأخلاق ومبادئ ومعارف ومعلومات تشكل في مجملها القواعد والأسس التي تؤثر في توافقه مع الآخرين وفي تكيفه مع البيئتين الطبيعية والاجتماعية، وبالتالي تؤثر في دوره كعضو في مجتمعه طوال حياته. (البستنجي، 2006، ص 229).

2-3- خصائص الأسرة:

الأسرة عبارة عن نظام اجتماعي كغيرها من النظم الاجتماعية وهي تتفق مع باقي النظم من خلال ما تقدمه لما لها من أهمية في المجتمع، وعلى الرغم من ذلك التشابه إلا أنها تختلف عن غيرها من النظم في جملة من الخصائص التي تتسم بها على وجه العموم وأهمها:

- الأسرة أو الخلية يتكون منها البنيان الاجتماعي وهي أكثر الظواهر الاجتماعية عمومية وانتشارا فلا ترى مجتمع يخلو بطبيعته من النظام الأسري لأنها أساس الاستقرار في الحياة الاجتماعية.
- تعتبر الأسرة الإطار الذي يحدد تصرفات أفرادها، فهي تشكل حياتهم وتضفي عليهم خصائصها وطبيعتها والأسرة هي ثورة الوعي الاجتماعي والتراث القومي والحضاري.
- يمكن أن تستخدم الأسرة كأداة لتحديد وضع الفرد في نظام طبقي معين فوضع الفرد الاجتماعي يتحدد من خلال انتمائه الأسري. (منصور، نبهان، 2014، ص 143-144).

- تقوم الأسرة على قواعد تنظيمية وأوضاع ومصطلحات يقرها المجتمع فهي ليست عملاً فردياً وإنما من وضع المجتمع.
 - توفر الأسرة لأعضائها الأساس العاطفي الذي يوفر الاستقرار والأمن. (رشوان، 2003، ص 29-30).
 - الأسرة بوصفها نظاماً اجتماعياً تربوياً فيما عداها من النظم الاجتماعية وتتأثر بها فإذا كانت الأسرة في المجتمع منحلة فاسدة فإن هذا الفساد يتردد صداه في الوضع السياسي وإنتاجه الاقتصادي ومعاييره الأخلاقية.
 - تقوم على أكثر الدوافع عمقاً وقوة في طبيعتها البشرية بل وفي طبيعة الكائنات الحية. (علي، 2014، ص 18).
 - طبيعتها الدائمة والمؤقتة فهي من حيث أعضائها تزول أما من حيث الشكل فهي دائمة ومستمرة في كل المجتمعات لا تزول أفرادها.
 - موضع النواة في الهيكل الاجتماعي، حيث تهتم بها كل المجتمعات وتشكل الوحدة الأولية لكل مجتمع وأصغر حجم في المجتمع.
 - مسؤولية الأعضاء فلكل عضو مهامه ومسؤولياته فيها. (زرارقة، زرارقة، 2005، ص 130).
- 2-4- وظائف الأسرة:**

تحمل الأسرة مسؤولية كبيرة تجاه المجتمع باعتبارها أول مجال تربوي يتواجد فيه الأفراد وباعتبارها أساس التنشئة الاجتماعية، لكن في وضعها الراهن لم تعد هذه المهمة تقع على عاتق الأسرة فحسب بل هناك مؤسسات اجتماعية تشاركها في ذلك لكن وعلى الرغم من ذلك إلا أنه لا يمكن لها أن تأخذ دور الأسرة (ككل) بشكل كلي في عديد الوظائف أهمها:

1. **الوظيفة الروحية:** وتعتبر الوظيفة الروحية الدينية من الوظائف الهامة التي تقوم بها الأسرة فهي المناخ الملائم لإشباع حاجات الطفل إلى القيم والتعاليم الدينية والمعتقدات الدينية على الأسرة أثر كبير في تربية الأبناء فالعلاقة بين أفراد الأسرة وعقيدتهم الدينية توضع مدى الإيمان العقائدي، إن الدين هو الوعي الذي يجمع كل القيم وتتبع منه كل المقومات الأساسية الأخرى للمجتمع وتعد الأمية الدينية أخطر أنواع الأمية وإدعاها إلى تفكك المجتمع واضطراب نظامه والبعد عن القيم والخروج عن الالتزام. (أحمد، العريشي، وآخرون، 2003، ص 114-115).

2. **وظيفة التنشئة:** تعتبر التنشئة الاجتماعية من أهم الوظائف التي تقوم بها الأسرة لأنها أول من يستقبل الطفل وهو كائن بيولوجي لا يدرك شيء عن عالمه المحيط به، ومن هنا تبدأ مرحلة لعملية التنشئة، وهي كافة الأساليب التي يتلقاها الفرد من الأسرة خاصة خلال مراحل عمره المختلفة من الطفولة إلى الرشد والشيخوخة. (الخولي، 2015، ص 134).

والأسرة هي البيئة الاجتماعية الأولية التي يبدأ فيها الطفل تكوين ذاته والتعرف على نفسه عن طريق التفاعل مع أعضائها الذين ينقلون إليه ثقافة المجتمع، وبالرغم من انتقال جزء من وظيفة التربية والتعليم إلى مؤسسات نظامية في المجتمع تخضع لتخطيط وتنفيذ برامج موحدة مثل: المدرسة إلا أنه مازال للأسرة تأثيرات على التعليم والتنشئة الاجتماعية وخاصة تأثيرها كنظام تعني به المجتمعات الحديثة. (العويضي، 2004، ص 44).

3. **الوظيفة البيولوجية:** وهي تقوم على الارتباط بين الزوجين بناء على المعايير التي يقرها الدين ويحددها المجتمع فالأسرة مسؤولة عن حفظ النوع والبقاء الإنساني ومسؤولة عن حماية الصغار وتوفير المأكل والمشرب والملبس والسكن المناسب لهم. (جبل، 2012، ص ص 58-59).

4. **الوظيفة الاقتصادية:** الأسرة عبارة عن وحدة اجتماعية اقتصادية مسؤولة عن توفير الحاجات المادية لأفرادها من أجل إعداد الأبناء للعمل والتفاعل الاجتماعي وتوفير الدعم المادي من أجل حياة كريمة لجمع أفراد هذه الأسرة. وليس بالضرورة أن تمارس الأسرة عمليات الإنتاج أو البيع والشراء حتى تقول عليها أنها تحقق الوظيفة الاقتصادية، إذا أنه بمجرد كونها تستهلك وتشتري السلع فهي تقوم بوظيفة اقتصادية، فالاستهلاك يعدّ محور العملية الاقتصادية لأنها كلما استهلكنا بات علينا أن ننتج ما نستهلك من جديد. (الحاوري، 2021، ص 16).

2-5- مفهوم التواصل الأسري:

يعرف التواصل الأسري بأنه: أكثر من مجرد تبادل الكلمات بين أفراد الأسرة، فله مكوناته مثل تعابير الوجه ولغة الجسد ونبرة الكلام وهو حالة يتم من خلالها تبادل المعلومات اللفظية وغير اللفظية بين الأسرة وفيه الاستماع لا يقل أهمية عن التواصل لكونه يسمح بفهم وجهة نظر أفراد الأسرة التي يعرضونها. (شاهين، 2017، ص 223).

ويعرف مسعودان وورام التواصل الأسري بأنه: ذلك التفاعل والتحدث والمناقشات والاتصال بين طرفين في عائلة واحدة أو عدة أطراف (الوالدين والأبناء)، ويتخذ عدة أشكال تواصلية كالتفاعل والتحاور

والإقناع والاتفاق والذي يساعد على تحقيق هدف مشترك يخص الأسرة.(محمود، نهى، 2021، ص 162).

2-6- أهمية التواصل الأسري:

يعتبر التواصل الأسري المحور الأساسي الذي تدور حوله العلاقات الأسرية، إذ يمكن تلخيص أهميته فيما يلي:

- يعمل على تنمية علاقة ودودة في أفراد الأسرة، فهو يعد أساس للعلاقات الأسرية الحميمة البعيدة عن التفرق والتقاطع، فيؤدي إلى التوصل إلى فهم كل من الطرفين للآخر.

- يجعل من الأسرة كالشجرة الصالحة التي تثمر ثمارا صالحة طيبة، وهي السلوى لهذه الحياة.(الأحمري، 1435هـ، ص 61).

- يعمل على تنمية العلاقات الأسرية والاجتماعية.

- يساعد على تنشئة الأبناء بشكل سوي وصحيح.

- يعزز الثقة في أفراد الأسرة مما يجعلهم أكثر قدرة على تحقيق طموحاتهم وأمالهم.

- يعمل على دعم النمو النفسي والفكري والاجتماعي لأفراد الأسرة.

- يساعد على نمو المشاعر وتوطيد العلاقات وتخفيف مشاعر الكبت والاختلاف.(جديد، جمعة، تيجاني، 2018، ص 76).

- التواصل داخل الأسرة مهم للغاية لأنه يمكن الأفراد من التعبير عن احتياجاتهم ورغباتهم واهتماماتهم لبعضهم البعض، إذ يخلق جوًا يسمح لأفراد الأسرة بالتعبير عن اختلافاتهم.

- كما أنه يعتبر وسيلة بنائية علاجية تساعد في حل الكثير من المشكلات الأسرية.(peterson, green,2009)

- يخلق التفاعل في الطفل وأبويه مما يساعدهما إلى دخول عالم الطفل الخاص، ومعرفة احتياجاته فيسهل التعامل معه.

2-7- أشكال التواصل الأسري:

يتخذ التواصل الأسري أشكالاً مختلفة لعل أهمها:

التواصل الزوجي: يعدّ التواصل الزوجي Marital communication من أهم المهارات الزوجية Skills Marital، ويعرف التواصل بين الزوجين على أنه: عملية يتم من خلالها نقل مشاعر وأحاسيس

كل طرف إلى الطرف الآخر، وذلك لتحقيق السعادة المنشودة، وهو فن لبناء العلاقة الزوجية، وقدرة كل منهما على إقناع الطرف الآخر والتأثير فيه. (حلوش، 2020، ص 90).

وبصفة عامة لكي يتوفر تواصل جيد بين الزوجين يجب أن يظلّ الود والرحمة موجودين في الأسرة، لقوله تعالى: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ﴾. (الروم: الآية 21).

- **التواصل الأموي:** ويقصد به تواصل الأم مع الأبناء، فتواصل الأم الجيد مصدر استقرار الأبناء النفسي ومصدر إشباع حاجاتهم ونمو شخصيتهم.

- **التواصل الأبوي:** يعدّ تواصل الأب مع أبنائه أحد الركائز الأساسية التي تقوم عليها التنشئة الاجتماعية، وبناء شخصية الابن، فإذا تفاهم الأب مع أبنائه بأسلوب جيد كان تفاعلها الأسري إيجابيا والعكس صحيح.

- **تواصل البنوة:** يكون من الأبناء إلى الآباء، حيث يدير الأبناء الحوار لاسيما في الكبر ويسمى هذا التواصل ببر الوالدين إذا كان جيدا، وعقوق الوالدين إذا كان التواصل منعدما. (شياب، مبارك، 2013، ص 3).

- **تواصل الأخوة:** إنّ العلاقة المنسجمة بين الأخوة الخالية من تفضيل طفل على طفل، الخالية من التنافس تؤدي إلى النمو السليم للطفل، والتنافس بين الأخوة يعتبر عاديا إذا تبادل الأخوة مشاعر الحب والترابط إلا أن بعض الأطفال يطورون مشاعر العداة أو اللامبالاة نحو بعضهم البعض، والتنافس أكثر شيوعا لدى الأخوة الأكبر سنا عندما يكونون متقاربين في العمر ومن نفس الجنس وبين الطفل الأكبر والأصغر، وتأتي مشاعر الغيرة والعدوان من تفرقة الآباء بين الأبناء، كما أن الأطفال الذين يشعرون بالتفرقة في المعاملة من قبل الوالدين يثيرون استجابات تتسم بالعدوان والصراع نحو الأخوة. (إبراهيم، إبراهيم، 2001، ص ص 26-27).

2-8- عوامل غياب التواصل الأسري:

هناك عدة عوامل تقضي إلى غياب التواصل الأسري من بينها:

- عدم تربية وتعود الوالدين على قيم وثقافة التواصل فيعيدا إنتاج ذلك مع أبنائهم.
- هيمنة القيم السلبية اتجاه الأطفال من طرف الآباء، كضرورة انصياع الأبناء لرغبات وقرارات الوالدين دون مناقشتها.

- ضغوطات العمل والمتطلبات الأسرية المرهقة للوالدين، قد تجعلهما يهملان تتبع وتربية أبناءهما، وبالتالي ينعدم التواصل مع الأبناء في القضايا والحاجيات والمشاكل التي تهم الأسرة أو تلك التي تهم الأبناء. (بن زاف، عزيز، 2013، ص 10-11).
- التغيير الاجتماعي والثقافي إذ يزود الأبناء بخبرات جديدة غير متوفرة لدى الآباء مما يقلل من التفاهم بين الوالدين والأبناء نتيجة عدم قدرة الوالدين على فهم مشكلات الأبناء.
- قلة الاهتمامات المشتركة بين أفراد الأسرة.
- الخلافات بين الأب والأم فالخلاف الدائم بين الوالدين يؤدي بالضرورة إلى انعدام الثقة لدى الأبناء والشعور بعدم الأمان، وبطريقة غير مباشرة يفقد الأبناء لأدنى مبادئ الحوار الناجح، ولا يستطيعون بناء مناقشة مثمرة حول مشاكلهم أو ما يحتاجونه. (إبراهيم، إبراهيم، 2001، ص 31).
- تباين المستوى الثقافي بين الزوج والزوجة، إذ نجد رجلاً يحمل درجة الدكتوراه في علم من العلوم وتكون زوجية شبه أمية والعكس صحيح، وفي حالة كهذه ينعدم الحوار بين الزوجين أو يكاد، وإذا وجد، فإنه يكون في الغالب في أمور صغيرة وشكلية، إذ من الصعب على زوجين بهذه المواصفات أن يجد أرضية مشتركة للارتقاء بأولادهما، والتفاعل معهم على نحو جيد، فحين يكون هناك تفاوت ثقافي كبير بين أفراد الأسرة، فإن اللغة التي يستخدمونها في التواصل تكون مفقودة، وبذلك يختفي التواصل نفسه.
- التقدم التقني السريع قد أقام تحالفاً مع الثراء الواسع على إضعاف الروابط الأسرية، وتقليل فرص تواصل الأسر وتحاورها، وذلك لأن التقدم التقني في مجال الاتصال والبحث، قد وفر لكل فرد من أفراد الأسرة إمكانية الانعزال عن أسرته والتواصل مع العالم الخارجي، أما الثراء فقد كانت مساهمته في إبعاد الأبوين عن الأولاد من نوع آخر، فقد ساعد المال على توفير السائق الذي سيوصل الأولاد، وتوفير الخادمة التي ستقوم بكثير من مهمات الزوجة إلى جانب توفير المربية التي ستجلس مع الأطفال وتقوم بدور أمهم وأبيهم. (بكار، 2009، ص ص 26-30).

2-9- آثار غياب التواصل الأسري:

- يترتب عن غياب التواصل الأسري عدة آثار من بينها:
- تفكك في العلاقات بين الآباء والأبناء.
- انتشار البغض، وانعدام الثقة بين أفراد الأسرة.
- انقطاع صلة الرحم.

- عدم إصغاء الأم والأب للطفل يجعله فريسة لأصحاب السوء للتنفيس عما بداخله ما يؤدي إلى الضياع والانحراف.
- يجعل الأسر متوترة ومشحونة دائماً بدلا من التفاهم والتودد والتأمل بين الأفراد.
- عقوق الأبناء للآباء واتخاذهم وجهة معاكسة لما يتمناه الآباء ما يؤدي إلى فشل في التربية الأسرية. (خيرة، 2014، ص 75).
- اعتماد مقاربات متناقضة في تربية الأبناء، كأن يلجأ أحدهما لأسلوب اللين، بينما يعتمد الآخر أسلوب الحزم، فيظهر الأبوان أمام الأبناء متناقضين فيتنازعان ويختصمان وأحيانا بحضور الأبناء، وتضيق رمزيتهما التربوية.
- كما أن إقامة حوار بين الآباء والأبناء باسم الحياء والوقار، خطأ تربوي فادح يحرم الأبناء من تجارب آباؤهم في الحياة وتوجيهاتهم، مثلما يفوت على الآباء فرصة تتبع أبنائهم ومساعدتهم تذليلا لما قد يعترضهم من صعاب. (بن راف، عزيز، 2013، ص 12).

ثالثا: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة

3-1- تأثيرات إيجابية:

- لقد ساهم الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي في تقوية عملية التواصل داخل الأسرة لما له من إيجابيات تعود بالفائدة أهمها:
- رفع المستوى التعليمي لدى الأبناء إذ ما اهتموا بالمدونات العلمية وما تنشره من محاضرات وابتكارات تزيد من الرصيد المعرفي والعلمي للأبناء، وهذا مبتغي ما يطمح إليه الآباء فتزيد من أواصر وتماسك الأسرة.
- يمكن للأسرة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الإطلاع على مختلف التدابير المنزلية، وهذا ما يساهم في حلّ كثير من المشكلات التي تواجهها الأسرة وما يجعلها أكثر تعاوناً وتماسكاً.
- بعض المواقع تعرض كثير من المنتجات في مختلف المجالات مما يجعل الأسرة تريح الجهد والمال، وهذا الربح قد يكون سبب في حلّ مشكلة عادية فيجنبها الصراع والتصادم.
- الأسرة التي تسكن المناطق الريفية لن تكون معزولة تطورات الأحداث وذلك في جميع المجالات وهذا كله بفضل ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من خدمات. (بورني، 2020، ص 309).

- تدعيم العلاقات الأسرية داخل العائلة وهذا يقلل من المشاعر السلبية المصاحبة للبعد والشعور بالغرابة.

- وسيلة لترميم الودّ بين أفراد الأسرة كأن يرسل أحدهم رسالة ودية فتذهب الشحنة والبغضاء .
- زيادة الحصيلة اللغوية واستخدام مفردات جديدة لأفراد الأسرة التي تتحدث بالفصحى، إضافة إلى تعلم بعض اللغات الأجنبية.
- تعدّد مصدرا للمعلومات والأخبار عن الأسرة عن طريق متابعة صفحاتهم من خلال الغرف الجماعية. (<https://sysic.com>)

3-2- تأثيرات سلبية:

- بالرغم من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز عملية التواصل داخل الأسرة إلا أن لها العديد من السلبيات أهمها:
- أضعف مواقع التواصل الاجتماعي التفاعل بين أفراد الأسرة حتى أصبح الطابع الفردي هو السائد فكل فرد له عالمه الافتراضي الخاص، مما عزّز من العزلة والانطوائية.
- توسيع الفجوة بين الأهل والأقارب والأصدقاء، وضعف التواصل الاجتماعي والاستعانة عن تبادل الزيارات بتبادل الرسائل النصية بدعوى باطلة أنها تؤدي الغرض من وصل الرحم.
- ارتفاع نسب الطلاق وزيادة الخلافات بين الأزواج وبرود العلاقات العاطفية واشتعال نار الغيرة والشك ناهيك عن الخيانات الالكترونية ما ساهم في تفكيك أواصر المحبة بين الزوجين. (الظفيري، الغضوري، 2018، ص 7).
- قللت مواقع التواصل الاجتماعي من عملية التواصل بين أفراد الأسرة وقضاء الوقت معهم في الحديث وتبادل الآراء والأطروحات والاستماع إلى المشكلات فيما بينهم والعمل على حلها.
- أثرت سلبا على دراسة الأبناء وتفوقهم بسبب سهر الليالي ومتابعة الأحداث هنا وهناك، ما يؤثر على علاقتهم مع الوالدين.
- وقوع اصطدامات بين الأبناء والوالدين لتقيد مواضع جديدة تنحوا منحى الغرابة في الكلام واللباس. (قاسم، 2018، ص 8).
- إهمال الأنشطة الأسرية ومسؤوليات العمل داخل الأسرة والأحداث الاجتماعية من أجل قضاء ساعات أمام هذه المواقع. (الأحمري، 1435هـ، ص 75)
- إحداث زعزعة في عملية التفاعل الأسري بحيث تشكل خطورة على قوة التماسك الأسري مما يعني فقدان التواصل الاجتماعي الطبيعي فينتقل بذلك التواصل الأسري وتقلص أيضا ساعات جلوس الأسرة مع بعضها. (سكينة، تهامي، 2022، ص 15)

خلاصة:

خلاصة القول لفصلنا هذا أن مواقع التواصل تلعب دوراً مهماً في طبيعة الحياة البشرية في العصر الحالي، حيث أصبح بإمكان مستخدميها التفاعل بشكل لا حدود له مع غيرهم من المستخدمين ونشر أي نوع من المعلومات أو الأفكار أو الصور عبرها لذلك فهي تؤثر بشكل كبير على طبيعة العلاقات الاجتماعية وخاصة الأسرية بما فيها التواصل الأسري.

الجانب الميداني للدراسة

الفصل الثالث

عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج

تمهيد

أولاً: تحليل وتفسير البيانات

ثانياً: النتائج العامة للدراسة

ثالثاً: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

رابعاً: مقترحات الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد

نتناول في هذا الفصل التطبيقي من البحث عرض وتحليل بيانات دراستنا الميدانية بناء على المعطيات التي حصلنا عليها من استمارة الإستبيان مع المبحوثين، وتوزعت هذه البيانات بين بيانات كمية وأخرى كيفية، حيث ستكون الكمية في شكل جداول تتضمن أرقام ونسب مئوية، أما الكيفية فتتعلق بوصف الجداول وتحليل البيانات وتفسيرها والتي ستساعد في الوصول إلى أهم النتائج والأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها.

أولاً: تحليل وتفسير البيانات

تحليل البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: يوضح المبحوثين حسب متغير السن

النسبة	التكرار	الجنس
46.3%	38	ذكر
53.7%	44	أنثى
100%	82	المجموع

يبين الجدول رقم 01 توزيع أفراد الأسرة حسب متغير الجنس والملاحظ أن أغلب مفردات العينة من جنس الإناث حيث بلغت 44 مفردة من أصل 82 بنسبة 53.7% في حين قدرت نسبة الذكور 46.3% ما يعادل 38 مفردة من أصل 82 مبحوثاً ومنه نستنتج أن هناك تقارب بين نسبة الإناث والذكور لأن هدفنا كان عند اختيار هو التقارب بين حجم الذكور والإناث وهذا التقارب مقصود تلبية لمقتضيات البحث.

الجدول رقم 02: يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لصفاتهم داخل الأسرة

النسبة	التكرار	صفة الفرد داخل الأسرة
17.1%	14	أب
21.9%	18	أم
29.3%	24	ابن
31.7%	26	ابنة
100%	82	المجموع

يبين الجدول رقم 02 توزيع المبحوثين وفقاً لصفة الفرد داخل الأسرة وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين من البنات حيث قدرت نسبتهم 31.7% ما يعادل 26 مفردة يليها الأبناء بنسبة متقاربة قدرت 29.9% ما يعادل 18 مفردة و 18 أم بنسبة 21.9% في حين نجد نسبة الآباء 17.1% ما يعادل 14 مفردة.

ويمكن تفسير ذلك أن أغلب المبحوثين كانوا من البنات والأبناء وذلك لاهتمام الفئات الشابة بهذه المواقع مقارنة بغيرها من الفئات حسب نتائج أغلب الدراسات التي اطلعنا عليها.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير السن

النسبة	التكرار	السن
%24.4	20	السن من 15 إلى 24
%42.7	35	من 25 إلى 34
%32.9	27	من 35 فما فوق
%100	82	المجموع

يبين الجدول رقم 03 توزيع أفراد الأسرة حسب متغير السن وتشير النتائج أن أغلبية الأفراد المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين 25 إلى 34 سنة حيث أكدت على ذلك 35 مفردة من أصل 82 ما يعادل نسبة 42.7% تليها الفئة العمرية من 35 سنة فما فوق وأكدت على ذلك 27 مفردة من أصل 82 ما يعادل 32.9% وفي الأخير نجد الفئة العمرية من 15 إلى 24 بنسبة 20% ما يعادل 20 مفردة ويمكن تفسير أن غالبية المبحوثين من فئة 25 إلى 34 سنة لكون هذه الفئة تنتمي إلى فئة الشباب الغالبة في المجتمع وهذا يتوافق مع الجدول السابق الذي يبين أن أغلب المبحوثين هم من الأبناء والبنات.

الجدول رقم 04: يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%18.3	15	%7.7	2	%16.7	4	%16.7	3	%42.8	6	متوسط
%24.4	20	%19.2	5	%20.8	5	%27.8	5	%35.7	5	ثانوي
%57.3	47	%73.1	19	%62.5	15	%55.5	10	%21.4	3	جامعي
%100	82	%100	26	%100	24	%100	18	%100	14	المجموع

يبين الجدول رقم 04 توزيع أفراد الأسرة حسب متغير المستوى التعليمي، وتشير النتائج أن أكثر من نصف المبحوثين لديهم مستوى جامعي حيث أكد على ذلك 47 مفردة من أصل 82 ما يعادل نسبة 57.3% وكانت ظاهرة عند جميع الفئات ما عدى فئة الآباء قدرت ب 21.4% تليها الثانوي بنسبة 24.4% ما يعادل 20 مفردة في حين كشفت 15 مفردة ما يعادل 18.3% أن لديها مستوى متوسط وكانت ظاهرة ضمن فئة الآباء.

ويمكن تفسير أن أغلب المبحوثين لديهم مستوى جامعي دليل على اهتمامهم بإكمال الدراسات الجامعية بالإضافة إلى انتشار الجامعات في كل ولايات الوطن، أيضا طبيعة المنطقة كونها عاصمة الدائرة وعاصمة الولاية وتوفرها على كل المرافق التي تسمح لأفرادها بالدراسة خاصة بالنسبة لفئة البنات، حيث أن معظم البنات تكملن دراستهن من أجل الحصول على وظيفة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عديلة عميور حيث جاء المستوى الجامعي حيث جاء المستوى الجامعي في المرتبة الأولى بنسبة 61.6%.

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 05: مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد في

المجتمع

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة عدد السنوات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
6.1%	5	0%	0	4.2%	1	11.1%	2	14.3%	2	أقل من سنة
8.5%	7	11.5%	3	4.2%	1	5.6%	1	14.3%	2	من سنة إلى ثلاث سنوات
85.4%	70	88.5%	23	91.6%	22	83.3%	15	71.4%	10	أكثر من ثلاث سنوات
100%	82	100%	26	100%	24	100%	18	100%	14	المجموع

يمثل الجدول رقم 05 مدة استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي وتشير النتائج إلى أن معظم مفردات العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات حيث أكدت ذلك 70 مفردة من أصل 82 مفردة بنسبة 85.4% وظهرت أكثر ضمن فئة الأبناء ، إذ 22 ابن من أصل 24 ابن أجابوا بأنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات بنسبة قدرت 91.6%.

يليها 8.5% من المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى ثلاث سنوات، في حيث يستخدمونه 6.1% منذ أقل من سنة.

ونفسر استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات أي منذ فترة طويلة دليل على الارتباط الوثيق بهذه المواقع، وهذا راجع إلى الانتشار الواسع للإنترنت وخاصة عبر وسائل الاتصال كالهاتف المحمول وظهور ما يعرف بالجيل الثالث (3G) والرابع (4G).

الجدول 06: يوضح معدل الساعات التي يقضيها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة عدد الساعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%12.2	10	%0	0	%4.2	1	%27.8	5	%28.6	4	أقل من ساعة
%42.7	35	%42.3	11	%37.5	9	%50	9	%42.9	6	من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات
%28	23	%30.8	8	%37.5	9	%16.7	3	%21.4	3	من ثلاث ساعات إلى خمس ساعات
%17.1	14	%26.9	7	%20.8	5	%5.5	1	%7.1	1	أكثر من خمس ساعات
%100	82	%100	26	%100	24	%100	18	%100	14	المجموع

يبين الجدول رقم 06 الوقت المستغرق في استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي، وتشير النتائج إلى أن معظم مفردات العينة يقضون في تصفحهم للمواقع من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات حيث أكدت ذلك 35 مفردة من أصل 82 بنسبة 42.7% ، وتليها من ثلاث ساعات إلى خمس ساعات بنسبة 28% في حين كشفت 14 مفردة بأنهم يقضون أكثر من خمس ساعات في تصفح هذه المواقع بنسبة 17.1% ونلاحظ أن المبحوثين من فئة الآباء والأمهات يقضون أكثر من خمس ساعات بنسب ضئيلة قدرت بـ 7.1% من الآباء و 5.5% من الأمهات.

بينما يتصفح 10 من المبحوثين أقل من ساعة بنسبة 12.2% والملاحظ أن نسبة تصفح الآباء والبنات لأقل من ساعة شبه منعدمة على عكس فئة الآباء والأمهات.

يمكن تفسير تصفح معظم المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات ويرجع السبب إلى انتشار مواقع التواصل في السنوات الأخيرة حيث صارت أمر مألوف هذا ما أكده نقص تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل من خمس ساعات إلى أكثر ولوحظ تصفح فئة المبحوثين من

الآباء والأمهات بصفة قليلة ويرجع الأمر لانشغالهم ووعيهم على عكس فئة الآباء والبنات كونهم أقل انشغالا.

الجدول رقم 07: يوضح فترات تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع	ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة الفترات المفصلة	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%3.6	3	%3.8	1	%0	0	%5.6	1	%7.1	1	الفترة الصباحية
%6.1	5	%3.8	1	%8.3	2	%0	0	%14.3	2	الفترة المسائية
%41.5	34	%42.3	11	%62.5	15	%27.8	5	%21.4	3	الفترة الليلية
%48.8	40	%50	13	%29.2	7	%66.6	12	%57.1	8	حسب الظروف
%100	82	%100	26	%100	24	%100	18	%100	14	المجموع

يبين الجدول رقم 07 الفترات المفضلة لتصفح أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي وتشير النتائج أن الأغلب مفردات العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي حسب الظروف، حيث أكدت على ذلك مفردة من أصل 82 بنسبة %48.8، وظهرت أكثر ضمن فئة الآباء والأمهات حيث قدرت نسبة الآباء %57.1 والأمهات ب%66.6 تليها الفترة الليلية بنسبة ليست بعيدة عن الأولى قدرت ب%41.5 ما يعادل 34 مفردة وظهرت أكثر ضمن فئة الأبناء والبنات حيث قدرت نسبة الأبناء %62.5 ونسبة البنات %42.3.

بينما نجد عدد قليل يفضلون الإبحار في المواقع صباحا ومساء حيث قدرت الفترة المسائية ب%61 والفترة الصباحية %3.6

يعود سبب تصفح أغلب مفردات العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب الظروف وبالأخص فئة الآباء والأمهات، كونهم ليس لديهم الوقت الكافي وانشغالهم سواء بوظائفهم العملية أو المنزلية، فالوقت يتغير بناء على ظروفهم الشخصية. أما فيما يخص الفترة الليلية والتي كانت نسبتها متقاربة مع الأولى فهذا الترتيب منطقيا كون الفترة الليلية هي الفترة التي يتفرغ فيها أغلبية الأشخاص للانترنت، أما فيما يخص الفترة المسائية والصباحية والتي كانت بنسب متدنية، قد يكون ذلك الوقت هو الأنسب للذين يتصفحون المواقع من أماكن العمل.

الجدول رقم 08: يوضح الوسيلة التقنية المفضلة التي يستخدمها المبحوثين للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع	ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة الوسيلة التقنية	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%1.2	1	%0	0	%0	0	%5.6	1	%0	0	حاسوب عادي
%6.1	5	%0	0	%12.5	3	%11.1	2	%0	0	حاسوب محمول
%89	73	%92.3	24	%83.3	20	%83.3	15	%100	14	هاتف نقال
%3.6	3	%7.7	2	%4.2	1	%0	0	%0	0	لوحة إلكترونية
%100	82	%100	26	%100	24	%100	18	%100	14	المجموع

يبين الجدول رقم 08 الوسيلة التقنية المفضلة التي يستخدمها أفراد الأسرة للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير النتائج أن معظم مفردات العينة يفضلون استخدام الهاتف النقال حيث بلغ عددهم 73 مفردة من أصل 82 بنسبة %89 ويؤكد على ذلك جميع الفئات المدروسة أما بالنسبة للوسائل التقنية الأخرى فنجد عدد قليل من يفضل استخدامها حيث قدرت نسبة حاسوب محمول 6.1% تليها لوحة إلكترونية 3.6% وفي الأخير الحاسوب العادي بنسبة 1.2%.

ويعود سبب تفضيل غالبية المبحوثين للهاتف النقال كونه سهل الاستخدام وله خصائص متعددة، كما أنه يحافظ على خصوصية المبحوث وحرية أكثر من الوسائل الأخرى، بالإضافة إلى سهولة تحميل التطبيقات مقارنة بالوسائل الأخرى هذا على غرار أن الهاتف النقال تتعدد فيه أكثر من وظيفة (المكالمات الهاتفية، الرسائل البريدية، والتصوير... الخ) في حين أن الحاسوب مثلا لا يستعمل كثيرا وذلك راجع لنقله.

وهذا ما يتوافق مع النظرية المستخدمة في دراستنا والتي من ضمن فروضها أنه يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

الجدول رقم 09: يوضح مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

صفة الفرد	أب		أم		ابن		ابنة		المجموع	
	التكرار	النسبة								
الفيسبوك	9	45%	12	46.2%	13	35.1%	13	35.1%	47	39.2%
انستغرام	2	10%	4	15.4%	13	35.1%	13	35.1%	32	26.7%
يوتيوب	8	40%	9	34.6%	5	13.5%	8	21.6%	30	25%
تويتر	0	0%	0	0%	1	2.7%	0	0%	1	0.8%
أخرى	1	5%	1	3.8%	5	13.5%	3	8.1%	10	8.3%
المجموع	20	100%	26	100%	37	100%	37	100%	120	100%

يبين الجدول رقم 09 مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما لأفراد الأسرة وتشير النتائج أن أكثر وسيط اتصالي استخداما من قبل المبحوثين هو موقع الفيسبوك بنسبة 39.2% ويتضح من خلال الجدول أن الأمهات والآباء هم الأكثر استخداما له، حيث قدرت نسبة الآباء 45% والأمهات 46.2% مقارنة بالأبناء والبنات والتي قدرت نسبتهم بـ 35.1% لكلا الفئتين.

يليه موقع انستغرام بنسبة 26.7% ويتضح من خلال الجدول أن الأبناء والبنات هم الأكثر استخداما له بنسبة أيضا 35.1% لكلا الفئتين، في حين قدرت نسبة الآباء 10% أما الأمهات 15.4%.

أما بالنسبة لموقع اليوتيوب فكانت نسبته متقاربة نوعا ما مع موقع انستغرام، إذ قدرت نسبته 25% وكانت فئة الآباء والأمهات الأكثر استخداما حيث قدرت نسبة الآباء بـ 40% ونسبة الأمهات بـ 34.6%.

في حين جاء استخدام أفراد الأسرة لموقع التويتر ومواقع أخرى بنسبة قليلة، حيث قدرت نسبة تويتر بـ 0.8% ومواقع أخرى كالتلغرام والواتساب تيك توك وغيرها من المواقع الاجتماعية بنسبة 8.3%.

ويمكن تفسير أن أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك بالأخص فئة الآباء والأمهات وهذا راجع إلى سهولة استخدامه بالإضافة إلى تحقيق مختلف الإشباعات لهم. كالإشباع الشخصية والتعليمية وغيرها، بينما سجل موقع انستغرام في المرتبة الثانية وبالأخص عند فئة الأبناء والبنات. هذا راجع إلى حبهم للتصوير والفوتوغراف لاعتماد الموقع على الصور والفيديوهات بشكل أكثر، بالإضافة إلى ارتباط هذا التطبيق بشركة الفيسبوك، حيث تم إطلاق اسم جديد لشركة الفيسبوك مؤخرا ميتا Meta كما أتاح مزايا جديدة.

أما فيما يخص موقع اليوتوب واستخدامه أكثر لدى فئة الآباء والأمهات ويمكن إرجاع ذلك للخصائص التي تسمح لهم بالترفيه عن النفس كمشاهدة مختلف الفيديوهات أيضا من أسباب ذلك سهولة الاستخدام فهو في متناول الجميع مهما كان مستواهم الثقافي والعلمي والملاحظ أن الجدول رقم 04 أن نسبة الآباء ذو المستوى التعليم المتوسط قدرت ب 42.8%. بالإضافة إلى أن اليوتوب يمكن الأمهات للعثور على محتوى يخدم احتياجاتهن وممتعة أطفالهن.

ويمكن تفسير استخدام موقع التويتير ومواقع أخرى بنسب قليلة هذا راجع إلى عدم توفر خصائص مميزة لهذه التطبيقات الاجتماعية، فموقع تويتير مثلا لا يعطي للفرد الحرية لكتابة مقال أو منشور فتعريده لا تتعدى 140 حرفا وأيضا نجده غير محبذ لدى المغاربة عموما على عكس دول المشرق العربي مثل السعودية والكويت، قطر وغيرها وهذا ما أكدته دراسة فاطمة الأحمري حيث جاء تويتير في المرتبة الأولى كموقع أكثر استخداما لأفراد أسر السعودية بنسبة 26.6%.

تتوافق هذه النتائج مع فرض نظرية الاستخدامات والإشباع التي ينص على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

الجدول رقم 10: يوضح خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثين

حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع	ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة الخدمات المفضلة	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%12.5	17	%10.9	5	%16.7	7	%8	2	%13	3	مشاركة الصور
%8.8	12	%6.5	3	%2.4	1	%16	4	%17.4	4	مشاركة الروابط
%14	19	%15.2	7	%14.3	6	%8	2	%17.4	4	التطبيقات
%26.5	36	%21.7	10	%30.9	13	%24	6	%30.4	7	مشاركة الفيديوهات
%14	19	%15.2	7	%9.5	4	%24	6	%8.7	2	التعليقات
%24.2	33	%30.4	14	%26.2	11	%20	5	%13	3	الردشة
%100	136	%100	46	%100	42	%100	25	%100	23	المجموع

يبين الجدول رقم 10 خدمات مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها أفراد الأسرة وتشير النتائج أن خدمة مشاركة الفيديوهات هي الخدمة المفضلة لأغلب فئات الدراسة بنسبة 26.5% وظهرت أكثر ضمن فئة الآباء والأبناء حيث قدرت نسبة الآباء ب 30.4% ونسبة الأبناء 30.9%.

تليها خدمة الدردشة بنسبة 24.2% وظهرت أكثر ضمن فئات البنات بنسبة 30.4% تليها خدمة التطبيقات والتعليقات بنفس النسبة 14% وبعدها مشاركة الصور بنسبة 12.5%، وفي الأخير مشاركة الروابط بنسبة 8.8%.

ويمكن تفسير تفضيل أغلب المبحوثين لخدمة مشاركة الفيديوهات بالأخص فئة الآباء والأبناء، كون هذه الخدمة تعتبر أداة فعالة لتحسين التسويق والأعمال، حيث يمكن استخدام هذه الخدمة لتعزيز المنتجات والخدمات وجذب العملاء، وأيضاً من خلال الفيديوهات يمكن الوصول إلى جمهور واسع بسهولة وبدون الحاجة إلى إنفاق ميزانية كبيرة على الإعلانات.

أما فيما يخص تفضيل أغلب البنات لخدمة الدردشة، كون هذه الخدمة تتيح لهن الحفاظ على خصوصيتهن بشكل كبير، حيث يمكنهن التحدث مع الأصدقاء دون أن يتم الكشف عن هويتهن الحقيقية بالإضافة إلى سهولة وغالباً ما تكون مجانية.

الجدول رقم 11: يوضح طبيعة المواضيع التي تستهوي المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع	ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة طبيعة المواضيع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
18.8%	39	24.2%	16	14.8%	8	17.8%	8	16.7%	7	ثقافية
20.8%	43	25.8%	17	20.4%	11	17.8%	8	16.7%	7	اجتماعية
9.2%	19	6.1%	4	5.5%	3	17.8%	8	9.5%	4	تربوية
9.2%	19	9.1%	6	13%	7	8.9%	4	4.8%	2	تعليمية
9.2%	19	10.6%	7	3.7%	2	13.3%	6	9.5%	4	علمية
15.4%	32	10.6%	7	25.9%	14	2.2%	1	23.8%	10	رياضية
17.4%	36	13.6%	9	16.7%	9	22.2%	10	19%	8	دينية
100%	207	100%	66	100%	54	100%	45	100%	42	المجموع

يبين الجدول رقم 11 طبيعة المواضيع التي تستهوي أفراد الأسرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير النتائج أن المواضيع الاجتماعية هي التي نالت أعلى نسبة والمقدرة بـ 20.8% وظهرت أكثر ضمن فئة الأبناء والبنات حيث قدرت نسبة الأبناء بـ 20.4% والبنات بـ 25.8% وتليها المواضيع الثقافية بنسبة 18.8% وظهرت أكثر ضمن فئة البنات بنسبة 24.2% في حين جاءت المواضيع الدينية والرياضية بنسبة متقاربة حيث قدرت نسبة المواضيع الدينية بـ 17.4% والرياضية بـ 15.4%، بالنسبة للمواضيع الدينية ظهرت أكثر ضمن فئة الآباء والأمهات أما المواضيع الرياضية وكانت ظاهرة أكثر ضمن فئة الآباء والأبناء.

وفي الأخير جاءت المواضيع التربوية والتعليمية والعلمية بنفس النسبة المقدرة بـ 9.2%، والملاحظ أن نسبة الأمهات في المواضيع التربوية قدرت بـ 17.8% وهي نسبة لا بأس بها مقارنة بالفئات الأخرى.

ويمكن تفسير تفضيل أغلب المبحوثين للمواضيع الاجتماعية وبالأخص فئة الأبناء والبنات لكونهم متطوعين ومتابعين للقضايا والأحداث في المجتمع في نفس الوقت يجد الفرد في هذا النوع من المواضيع حلولاً لمختلف مشاكله الاجتماعية.

أما فيما يخص المواضيع الثقافية وكانت ظاهرة أكثر ضمن فئة البنات يمكن تفسير ذلك بأن البنات وخصوصاً في الآونة الأخيرة يفضلن المواضيع الثقافية بسبب اهتمامهن العام بتطوير ذواتهن وتعلم أشياء جديدة.

بالنسبة للمواضيع الرياضية والتي كانت ظاهرة عند فئة الآباء والأبناء فهي نتيجة متوقعة عموماً، أما فيما يخص المواضيع التربوية وظهورها عند فئة الأمهات دليل على اهتمامهن بكيفية تربية أطفالهن تربية صالحة.

الجدول رقم 12: يوضح كيفية تعامل المبحوثين مع المواضيع التي تستهويهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة كيفية التعامل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
39%	48	42.1%	16	36.1%	13	42.8%	12	33.3%	7	الإعجاب
30.1%	37	28.9%	11	30.5%	11	39.3%	11	19%	4	التعليق عليها
20.3%	25	18.4%	7	16.7%	6	17.8%	5	33.3%	7	المشاركة
10.6%	13	10.5%	4	16.7%	6	0%	0	14.3%	3	التجاهل
100%	123	100%	38	100%	36	100%	28	100%	21	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 12 أن معظم مفردات العينة يتعاملون مع المواضيع التي تستهويهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالإعجاب حيث أكدت على ذلك جميع فئات المبحوثين بنسبة 39% يليها التعليق بنسبة 30.1% والمشاركة بنسبة 20.3% وفي الأخير نجد التجاهل بنسبة 10.6% والملاحظ أن نسبة التجاهل لدى الأمهات منعدمة.

ويمكن تفسير تعامل معظم أفراد العينة مع خاصية الإعجاب كون أن هذه الخاصية سهلة لا تتطلب سوى الضغط مقارنة بباقي الخدمات بالإضافة إلى أن مجرد وضع الفرد للإعجاب حول موضوع معين يعكس اتجاهه واهتمامه ودعمه لذلك الموضوع وهذا ما يتوافق مع دراسة بن عبود نسرین حيث جاءت أعلى نسبة لخاصية الإعجاب قدرت ب 34%.

أما فيما يخص خاصية التجاهل لدى فئة الأمهات والتي كانت منعدمة هذا راجع إلى اهتمامهن وتفاعلهن بجميع المواضيع وهذا ما يؤكد الجدول رقم 11.

تتفق هذه النتائج مع فرض النظرية الذي ينص أن أعضاء الجمهور مشاركون إيجابيون وفعالون في عملية الاتصال الجماهيري ومستخدمون لوسائل الاتصال لتحقيق رغبات معينة وذلك من خلال المشاركة والإعجاب والتعليق.

المحور الثاني: دوافع وإشباع استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 13: يبين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير مكانة الفرد داخل الأسرة.

المجموع	ابنة		ابن		أم		أب			
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%0.8	2	%2.7	2	%0	0	%0	0	%0	0	الهروب من الواقع
%9.6	23	%6.7	5	%14.9	10	%6.8	3	%9.3	5	التسويق عبر الصفحات
%6.3	15	%4	3	%7.5	5	%6.8	3	%7.4	4	التخلص من الروتين داخل الأسرة
%10.9	26	%12.2	9	%14.9	10	%4.5	2	%9.3	5	الدرشة مع الأصدقاء
%17.1	41	%20.3	15	%14.9	10	%18.2	8	%14.8	8	الترفيه والتسلية
%19.2	46	%17.6	13	%17.9	12	%22.7	10	%20.4	11	التثقيف
%0.4	1	%1.3	1	%0	0	%0	0	%0	0	التعرف على أشخاص جدد
%17.6	42	%14.9	11	%16.4	11	%22.7	10	%18.5	10	مواكبة الأحداث الجارية
%9.6	23	%16.2	12	%7.5	5	%6.8	3	%5.5	3	تمضية الوقت
%8.4	20	%4	3	%6	4	%11.4	5	%14.8	8	البحث عن المعلومات الدينية
%100	239	%100	74	%100	67	%100	44	%100	54	المجموع

يبين الجدول رقم 13 دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة

الفرد داخل الأسرة، وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين يهتمون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدافع

التتقيف والتي قدرت نسبتها 19.2% وهذا ما أكدته جميع فئات الدراسة، تليها مواكبة الأحداث الجارية والترفيه والتسلية بنسب متقاربة حيث قدرت الأولى بـ 17.6% والأخرى بـ 17.1%، في حين قدرت نسبة الدردشة مع الأصدقاء 10.9% وظهرت أكثر ضمن فئة الأبناء والبنات حيث قدرت فئة الأبناء بـ 14.9% والبنات 12.2% لتأتي بعدها التسوق عبر الصفحات وتمضية الوقت بنفس النسبة والتي قدرت بـ 9.6% وظهرت أكثر نسبة التسوق عبر الصفحات في فئة الأبناء إذ قدرت بـ 14.9%.

والبحث عن المعلومات الدينية بنسبة 8.4% حيث جاءت نسب الآباء والأمهات متفاوتة مع الأبناء والبنات، يليها التخلص من الروتين داخل الأسرة بنسبة 6.3% لتأتي في الأخير الهروب من الواقع بنسبة 0.8% والتعرف على أشخاص جدد بنسبة 0.4%، وأكدت على ذلك جميع فئات المبحوثين. يمكن تفسير اهتمام أغلب المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع التتقيف كون هذه المواقع تمكن الأفراد من تبادل الخبرات المعرفية مع الآخرين، واكتساب المزيد من المعلومات عن طريق المحادثات والمناقشات المشتركة في المجتمعات الافتراضية والمنديات الإلكترونية وغيرها ومن جهة أخرى يتباين أن أغلب المبحوثين متقنين وهذا ما يؤكد الجدول رقم 04.

أيضا نفس اهتمام أغلب المبحوثين نحو مواكبة الأحداث الجارية والترفيه والتسلية وهذا يرجع إلى دور مواقع التواصل في عرض الأخبار والأحداث في العالم ما سهل على الناس معرفتها في أقل وقت وبكل سهولة وكذلك تقديم مختلف المنافع للترويج على النفس من عروض تتناسب مع أذواقهم وميولاتهم. كما يمكن تفسير استخدام المبحوثين الأبناء والبنات لمواقع التواصل الاجتماعي لدافع الدردشة مع الأصدقاء على غرار فئة الآباء والأمهات، كون هذه الأخيرة أكثر انشغالا.

الجدول 14: يوضح مدى اهتمام المبحوثين بالمواضيع التي تهم الأسرة وقضاياها عبر

مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		مكانة الفرد داخل الأسرة مدى الإهتمام
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
15.8%	13	7.7%	2	8.3%	2	27.8%	5	28.6%	4	دائما
23.2%	19	19.2%	5	16.7%	4	44.4%	8	14.3%	2	غالبا
35.4%	29	50%	13	33.3%	8	27.8%	5	21.4%	3	أحيانا
25.6%	21	23.1%	6	41.7%	10	0%	0	35.7%	5	نادرا
100%	82	100%	26	100%	24	100%	18	100%	14	المجموع

يبين الجدول رقم 14 مدى اهتمام أفراد الأسرة بالمواضيع التي تهتم الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتشير النتائج أن أحيانا ما يهتمون، أكدت على ذلك 29 مفردة من أصل 82 بنسبة 35.4%، تليها نادرا بنسبة 25.6% والملاحظ أن نسبة الأمهات في نادرا كانت منعدمة، في حين كشفت 19 مفردة بأنهم غالبا ما يهتمون بمواضيع الأسرة وقضاياها بنسبة 23.2% وجاءت نسبة الأمهات مرتفعة مقارنة بباقي الفئات حيث قدرت بنسبة 44.4% بينما 13 من المبحوثين دائما ما يهتمون بمواضيع الأسرة بنسبة 15.8% وجاءت نسبة الآباء والأمهات متقاربة 28.6% من الآباء و27.8% من الأمهات على عكس الأبناء والبنات التي كانت نسبتهم ضئيلة مقارنة بالأخرى.

يمكن تفسير أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يهتمون بالمواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها، حيث يمكن أن يكون اهتمامهم أكبر بالمحتوى الترفيهي والأخبار العامة (وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 14) ومن الجدير بالذكر أن الاهتمام بالمواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها لا يتوقف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بل يمكن الحصول على المعلومات والنصائح من خلال القراءة والبحث في الكتب والمجلات المختصة والاستفادة من الاستشارات النفسية والاجتماعية من المختصين في هذا المجال.

ويمكن تفسير ما لوحظ حول الأمهات بأنهن نادرا ما يهتمن بالمواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها بنسبة منعدمة وغالبا ما يهتمن بنسبة مرتفعة كون الأمهات عموما هن المسؤولات الرئيسيات عن رعاية الأسرة وتربية الأطفال وبالتالي فإنهن يحرصن على معرفة كل ما يتعلق بالأمور الأسرية والتربوية التي تؤثر على أسرهم وأطفالهم ومواقع التواصل الاجتماعي توفر لهن الحصول على معلومات ونصائح حول مختلف هذه المواضيع.

الجدول رقم 15: يوضح طبيعة المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها والتي تهتم
المبجوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة طبيعة المواضيع الأسرية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%15.3	24	%20	10	%13.9	5	%15.9	7	%7.4	2	مواضيع خاصة بالتواصل بين الأزواج
%18.5	29	%22	11	%16.7	6	%15.9	7	%18.5	5	مواضيع خاصة بالتواصل بين الوالدين والأبناء
%7.6	12	%10	5	%11.1	4	%2.3	1	%7.4	2	مواضيع خاصة بالتواصل بين الإخوة
%23.6	37	%28	14	%33.3	12	%11.4	5	%22.2	6	مواضيع تتعلق بالمشاكل الأسرية
%19.7	31	%12	6	%16.7	6	%27.3	12	%25.9	7	مواضيع خاصة بتربية الأطفال
%15.3	24	%8	4	%8.3	3	%27.3	12	%18.5	5	مواضيع خاصة بتعليم الأطفال
%100	157	%100	50	%100	36	%100	45	%100	27	المجموع

يبين الجدول رقم 15 طبيعة المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها والتي يهتم بها المبجوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة وتشير النتائج إلى أن أغلب المبجوثين يهتمون بالمواضيع التي تتعلق بالمشاكل الأسرية والتي قدرت بـ %23.6 تليها المواضيع الخاصة بتربية الأطفال والتي قدرت بـ %19.7 وظهرت أكثر ضمن فئة المبجوثين من الآباء والأمهات والتي قدرت عند الآباء %25.9 و %27.3 عند الأمهات، على عكس فئة المبجوثين من الأبناء والتي قدرت بـ %16.7 والبنات %12، تليها مواضيع خاصة بالتواصل بين الوالدين والأبناء ولوحظ أن فئة المبجوثين من الآباء والبنات جاءت أكبر قدرت نسبة الآباء بـ %18.5 والبنات %22 على عكس فئة الأمهات والأبناء حيث قدرت الأولى بـ %15.9 والأخرى %16.7 لتأتي في الأخير مواضيع خاصة

بالتواصل بين الأزواج ومواضيع خاصة بتعليم الأطفال بنفس النسبة والتي قدرت نسبتها بـ 15.3% ومواضيع خاصة بالتواصل بين الإخوة والتي قدرت نسبتها بـ 7.6%.

يمكن تفسير اهتمام أغلب المبحوثين بالمواضيع التي تتعلق بالمشاكل الأسرية لأن طبيعة المواضيع التي تستهويهم هي المواضيع الخاصة بالمشاكل الأسرية لأنها تساعدهم على تجنب المشاكل وتزويدهم بمعارف جديدة وتقدم لهم حلول ناجحة حول هذه المشاكل.

ونفسر اهتمام المبحوثين بالمواضيع الخاصة بتربية الأطفال وذلك للاستفادة من هذه المواضيع في طرق تنشئة أبنائهم تنشئة سليمة ونفسر ظهورها أكثر ضمن فئة الآباء والأمهات كونهم من تقع عليهم مسؤولية التربية على عكس الأبناء.

كما يمكننا تفسير اهتمام المبحوثين بالمواضيع الخاصة بالتواصل بين الوالدين والأبناء وهذا راجع إلى طبيعة المواضيع التي تطرحها في طرق التعامل بين الآباء والأبناء والبنات.

يمكن تفسير قلة اهتمام المبحوثين بالمواضيع الخاصة بالتواصل بين الأزواج ومواضيع خاصة بتعليم الأطفال وهذا راجع إلى اعتقاد المبحوثين بعدم فعالية تلك المضامين فيما يخص محتواها وعدم وجود علاقة بينها وبين ما يخص التواصل بين الأزواج وطرق تعليم الأطفال.

كما يمكن تفسير اهتمام المبحوثين بالمواضيع الخاصة بالتواصل بين الإخوة بدرجة متدنية كونهم لديهم خبرة في هذه المواضيع ولا يتقنون بما تقدمه لهم هذه المواضيع لأن معظم المعلومات غير رسمية.

الجدول رقم 16: يوضح مدى مشاركة المبحوثين في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع	ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة مدى المشاركة	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
9.7%	8	0%	0	4.2%	1	27.8%	5	14.3%	2	دائما
19.5%	16	15.4%	4	16.7%	4	27.8%	5	21.4%	3	غالبا
43.9%	36	57.7%	15	41.7%	10	33.3%	6	35.7%	5	أحيانا
26.8%	22	26.9%	7	37.5%	9	11.11%	2	28.6%	4	نادرا
100%	82	100%	26	100%	24	100%	18	100%	14	المجموع

بين الجدول رقم 16 مدى مشاركة المبحوثين في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتشير النتائج إلى أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يشاركون حيث قدرت نسبتهم 43.9% وأكدت على ذلك 36 مفردة في أصل 82.

في حين كشف 22 مفردة بأنهم نادرا ما يهتمون بالمشاركة في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها عبر موقع التواصل الاجتماعي بنسبة 26.8%.

تليها 16 من المبحوثين غالبا ما يهتمون بالمشاركة في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي قدرت نسبتهم 19.5%.

في حين كشفت لنا 8 مفردة من أصل 82 دائما ما يهتمون بالمشاركة في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي قدرت نسبتهم 9.7% والملاحظ أن نسبة البنات منعدمة.

يمكن تفسير أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يشاركون في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد يرجع الأمر إلى انشغالاتهم وبالتالي تكون تلك المشاركة حسب ظروفهم، كما نفسر مشاركة المبحوثين في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها والذين كانت إجاباتهم بنادراً قد يرجع إلى طبيعة المواضيع المقدمة وطريقة علاجها لشؤون الأسرة وقضاياها.

كما نفسر مشاركة المبحوثين في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها بدرجة أقل والذين كانت إجاباتهم بغالبا قد يرجع السبب إلى عدم استعادة المبحوثين من المواقع المقدمة في ذلك الشأن. ويمكن تفسير مشاركة المبحوثين في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها بدرجة متدنية والذين كانت إجاباتهم دائما وقد يرجع الأمر إلى تفضيل المبحوثين مواضيع على حساب مواضيع أخرى.

الجدول رقم 17: يوضح كيفية مشاركة المبحوثين في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

صفة الفرد داخل الأسرة كيفية المشاركة	أب		أم		ابن		ابنة		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
صور	18.2%	4	0%	0	12.9%	4	7.4%	2	9.9%	10
تعليقات	36.4%	8	57.1%	12	58.1%	18	48.1%	13	50.5%	51
مقالات	9.1%	2	9.5%	2	3.2%	1	11.1%	3	7.9%	8
أخبار	9.1%	2	23.8%	5	12.9%	4	7.4%	2	12.9%	13
فيديوهات	27.3%	6	9.5%	2	12.9%	4	25.9%	7	18.8%	19
المجموع	100%	22	100%	21	100%	31	100%	27	100%	101

بين الجدول رقم 17 كيفية مشاركة المبحوثين في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها وتشير النتائج إلى أن أغلب المبحوثين يشاركون في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها بخاصية التعليق بنسبة قدرت بـ 50.5% تليها مشاركة المبحوثين بخاصية الفيديوهات بنسبة 18.8% تليها مشاركة المبحوثين بخاصية الأخبار بنسبة قدرت بـ 12.9% لتأتي بعدها مشاركة المبحوثين بخاصية الصور بنسبة 9.9% وكانت منعدمة في فئة الأمهات وأخيرا المشاركة بخاصية المقالات والتي قدرت بنسبة 7.9% .

ويمكن تفسير مشاركة أغلب المبحوثين بالتعليق في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها وهذا راجع كون التعليقات تسمح لهم بتقديم آراء حول هذه المواضيع بكل حرية.

كما يمكننا تفسير مشاركة المبحوثين في المواضيع التي تخص الأسرة بخاصية الفيديوهات كونها خاصة سهلة بالنسبة للمبحوثين مقارنة بباقي الخواص كالأخبار والمقالات التي تتطلب القراءة، وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 10 إذ أن أغلب المبحوثين يفضلون خدمة مشاركة الفيديوهات.

في حين نفسر مشاركة المبحوثين عن طريق خاصة الصور بنسبة قليلة وهذا راجع إلى أن أغلبية الأفراد لا يفضلون المشاركة بالصور وهذا راجع كونها ليست الأساس في تقديم هذه المواضيع ونفسر انعدامها في فئة الأمهات وهذا راجع كونهم يخشون من عرض صور خاصة بشؤون الأسرة والأمر يتعلق بقيم وعادات المجتمع.

ونفسر مشاركة المبحوثين بخاصية المقالات بصفة متدنية قد يرجع الأمر إلى أن المبحوثين ليس بإمكانهم المشاركة بخاصية المقالات دون التأكد من صحتها.

الجدول رقم 18: يوضح مدى عضوية المبحوثين بالمجموعات المهتمة بالأسرة وقضاياها حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع	ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة عضوية المبحوثين		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
	19.5%	16	15.4%	4	4.2%	1	44.4%	8	21.4%	3	نعم
	80.5%	66	84.6%	22	95.8%	23	55.5%	10	78.6%	11	لا
المجموع	100%	82	100%	26	100%	24	100%	18	100%	14	المجموع

يبين الجدول رقم 18 مدى عضوية المبحوثين بالمجموعات المهتمة بالأسرة وقضاياها، وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين غير أعضاء في المجموعات المهتمة بالأسرة وقضاياها وأكدت على ذلك 66 مفردة من أصل 82 ما يعادل نسبة 80.5% بالمقابل نجد ما نسبته 19.5% أي ما يعادل 16 مفردة من أصل 82 هم أعضاء في هذه المجموعات، وكانت ظاهرة أكثر عند فئة الأمهات قدرت بنسبة 44.4%.

ويمكن تفسير أن أغلب المبحوثين غير أعضاء في المجموعات المهتمة بالأسرة وقضاياها، وقد يرجع الأمر باكتفاءهم بخواص المنشورات وغيرها، بالإضافة إلى أن الانضمام إلى المجموعات يتطلب شروط يتم وضعها من طرف أدمن المجموعة مما يجعلهم يميلون إلى الصفحات مثلا، فيمكن لأي شخص الوصول إلى صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي بسهولة بدون الحاجة إلى طلب الانضمام إلى مجموعة وانتظار الموافقة، وأيضا من بين الأسباب عدم الانضمام إلى المجموعات للقلق بشأن الخصوصية فقد يكون الشخص يشعر بالقلق بشأن مدى حفظ خصوصيته في المجموعة ولا يريد تبادل معلومات شخصية مع الآخرين.

ويمكن تفسير عضوية الأمهات في المجموعات بنسبة أكبر من باقي الفئات كونهن العنصر الأساسي في الأسرة ويتوقع منهن الاهتمام بشؤون الأسرة وقضاياها، لذلك فإن الأمهات غالبا ما يشاركن في المجموعات التي تهتم بالأسرة وتعمل على تحسينها. وهذا ما أسفرت إليه النتائج نتائج الجدول رقم 14 إذ بينت أن أغلب الأمهات غالبا ما يهتمون بالمواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها.

الجدول رقم 19: يوضح اسم المجموعة المهمة بمواضيع تخص الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

اسم المجموعة	التكرار	النسبة
أسرار البيوت	1	6.2%
أمهات وأولاد	1	6.2%
أهل الخير	1	6.2%
الأسرة والمجتمع	1	6.2%
التعامل مع الأطفال	1	6.2%
الحياة الزوجية والمشاكل العائلية	1	6.2%
قضايا شؤون الأسرة الاستشارات القانونية	8	50%
كيف تربي ابنك تربية صحيحة	2	12.5%
المجموع	16	100%

يبين الجدول رقم 19 اسم المجموعة المهمة بمواضيع تخص الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتشير النتائج إلى أن أغلب الباحثين منظمين إلى مجموعة قضايا شؤون الأسرة والاستشارات القانونية والتي قدرت نسبتها بـ50% حيث أكدت على ذلك 8 مفردات من أصل 16. تليها مجموعة كيف تربي ابنك تربية صحيحة والتي قدرت نسبتها بـ12.5% لتأتي بعدها مجموعة أسرار البيوت ومجموعة الحياة الزوجية والمشاكل العائلية بدرجة أقل وبنفس النسبة والتي قدرت بـ6.2%.

يمكن تفسير مجيء مجموعة قضايا شؤون الأسرة والاستشارات القانونية بأعلى درجة والسبب كون هذه المجموعة تطرح كافة الانشغالات الخاصة بالأسرة في مشاكل وكيفية التعامل معها واستشارات قانونية لإيجاد الحلول المناسبة في إطار قانوني.

ونفس مجيء مجموعة كيف تربي ابنك تربية صحيحة في المرتبة الثانية ما يدل على اهتمام الباحثين وحرصهم على تربية أبنائهم التربية الصحيحة.

ويمكننا تفسير اهتمام الباحثين لمجموعة أسر البيوت ومجموعة أمهات وأولاد ومجموعة أهل الخير ومجموعة الأسرة والمجتمع ومجموعة الحياة الزوجية والمشاكل العائلية بدرجة أقل كون هذه المجموعات كل واحدة مختصة في موضوع معين على عكس الأولى التي تطرح كافة الانشغالات.

الجدول 20: يوضح الإشباع المحققة للمبجوثين من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة الإشباع المحققة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%7.4	12	%3.7	2	%9.5	4	%11.1	4	%6.4	2	إيجاد حلول للمشاكل الأسرية
%24.5	40	%25.9	14	%21.4	9	%22.2	8	%29	9	التعبير عن آرائك بكل حرية
%10.4	17	%13	7	%14.3	6	%11.1	4	%0	0	إشباع رغباتك الاجتماعية
%15.9	26	%13	7	%16.7	7	%13.9	5	%22.6	7	الإطلاع على الفتاوى
%11	18	%11.1	6	%9.5	4	%8.3	3	%16.1	5	تعلم لغات جديدة
%4.3	7	%5.5	3	%4.8	2	%5.5	2	%0	0	تكوين علاقات جديدة
%9.8	16	%9.2	5	%4.8	2	%13.9	5	%12.9	4	الاندماج في المجتمع
%16.6	27	%18.5	10	%19	8	%13.9	5	%12.9	4	إشباع الفضول
%100	163	%100	54	%100	42	%100	36	%100	31	المجموع

يبين الجدول رقم 20 الإشباع المحققة للمبجوثين من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشير النتائج إلى أن الإشباع المحققة للمبجوثين من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق التعبير عن آرائهم بكل حرية والتي قدرت بأعلى قيمة بنسبة 24.5% ما أكدته جميع مفردات الدراسية لتأتي بعدها إشباع الفضول والتي قدرت نسبتها 16.6% والإطلاع على الفتاوى بنسبة 15.9% بنسب متقاربة في حين قدرت نسبة تعلم لغات أخرى ب 11% وظهرت أكثر ضمن فئة الآباء والتي قدرت نسبتها ب 16.1% لتأتي بعدها إشباع رغباتك الاجتماعية بنسبة قدرت ب 10.4% والملاحظ أن فئة الآباء جاءت منعدمة تليها الإدماج في المجتمع بنسبة 9.8% بعدها إيجاد حلول للمشاكل الأسرية بنسبة قدرت ب 7.4% لتأتي في الأخير تكوين علاقات اجتماعية بنسبة 4.3% كما لوحظ أنها جاءت متقدمة عند فئة الآباء من المبجوثين.

يمكن تفسير أن أغلب المبحوثين تكمن إشباعاتهم المحققة من وراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي عن طريق التعبير عن آرائهم بكل حرية قد يرجع السبب إلى أن المبحوثين عند إبداء آرائهم في عالمهم الافتراضي لا يخجلون من ذلك على عكس الواقع وقد يرجع هذا إلى قيم المجتمع. ونفسر أن المبحوثين يمكنهم تحقيق إشباعاتهم من وراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي عن طريق إشباع الفضول والسبب راجع كون هذه المواقع وسائل جديدة وبتقنيات جديدة قدمت ما لم تقدمه الوسائل السابقة وكذلك الإطلاع على الفتاوى وهذا لأجل إشباع رغباتهم الدينية. كما نفسر أن من بين الإشباعات المحققة للمبحوثين تعلم لغات أخرى والسبب راجع إلى حاجات المبحوثين وإشباعاتهم، ويفسر ظهورها أكثر عند فئة الآباء وذلك كون أغلب المبحوثين من فئة الآباء لديهم مستوى متوسط وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 04 وبالتالي فهم يحاولون تطوير مستواهم بتعلم لغات أخرى، كما يمكننا تفسير إشباع المبحوثين لرغباتهم الاجتماعية بقيمة متوسطة قد يرجع السبب إلى خاصية المجتمع لكل مبحوث.

كما نفسر الإشباعات المحققة للمبحوثين من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الاندماج بالمجتمع بنسبة ضئيلة قد يرجع الأمر إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي في نظر المبحوثين وسيلة لإبداء آرائهم بكل حرية كما فرسنا سابقا وليس وسيلة للاندماج في المجتمع كونها مجرد عالم افتراضي.

الجدول 21: شعور المبحوثين من عدم تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير مكانة الفرد داخل الأسرة.

المجموع	ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة الشعور	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%7.3	6	%15.4	4	%4.2	1	%5.5	1	%0	0	القلق والاضطراب
%47.5	39	%42.3	11	%58.3	14	%50	9	%35.7	5	الفراغ
%45.2	37	%42.3	11	%37.5	9	%44.4	8	%64.3	9	لا يشعر بشيء
%100	82	%100	26	%100	24	%100	18	%100	14	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 21 أن غالبية مفردات العينة يشعرون بالفراغ من عدم تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أكدت على ذلك 39 مفردة من أصل 82، ما يعادل نسبة 47.5% في حين كشفت 37 مفردة ما يعادل نسبة 45.2% بأنهم لا يشعرون بشيء من عدم تصفحهم لهذه المواقع وكانت ظاهرة أكثر ضمن فئة الآباء بنسبة 64.3% وفي الأخير نجد 6 مبحوثين ما يعادل نسبة 7.3%

يشعرون بالقلق والاضطراب من عدم تصفحهم للمواقع، وكانت النسب متدنية ومنعدمة في جميع فئات الدراسة ما عدى فئة البنات التي قدرت ب 15.4%.

ويمكن تفسير شعور أغلب مفردات العينة بالفراغ من عدم تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي هو شعور طبيعي، فالتفاعل المستمر مع الصور والفيديوهات وغيرها... عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى الشعور بالاحتياج المستمر لمزيد من المحتوى الجديد وقد يسبب ذلك بالشعور بالفراغ عند ما يتم انقطاع التفاعل، فهذا الشعور لا يعكس بالضرورة حالة نفسية سلبية كما قلنا سابقا هو شعور طبيعي، أيضا قد يكون مؤقتا ويمكن التغلب عليه بتحديد أهداف وأنشطة خارج مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما أكدته فئة الآباء فمعظمهم لا يشعرون بشيء من عدم تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي كونهم مشغولين بأنشطة وأعمال أخرى.

أما فيما يخص الشعور بالقلق والاضطراب والتي كانت ظاهرة ضمن فئة البنات دليل أن هذه المواقع نجحت في جعل المستخدمين يتعلقون به لدرجة كبيرة ويدمنون عليه للحد الذي جعل البعض بمجرد الخروج من المواقع يفكر في الدخول إليها وهذا الإدمان يؤثر خصوصا على الفتيات.

المحور الثالث: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري.

الجدول رقم 22: يوضح رأي المبحوثين حيال تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوقت الذي يقضونه مع أسرهم حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة رأي المبحوثين
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
14.6%	12	19.2%	5	8.3%	2	5.5%	1	28.6%	4	نعم بقدر كبير
37.8%	31	57.7%	15	33.3%	8	33.3%	6	14.3%	2	نعم إلى حد ما
20.7%	17	3.8%	1	25%	6	44.4%	8	14.3%	2	لا
26.8%	22	19.2%	5	33.3%	8	16.7%	3	42.8%	6	لا أشعر بذلك
100%	82	100%	26	100%	24	100%	18	100%	14	المجموع

الجدول رقم 22 يبين رأي المبحوثين حيال تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، وتشير النتائج أن أغلب مفردات العينة يرون إلى حد ما يقلل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، حيث أكدت على ذلك 37 مفردة من أصل 82 ما يعادل نسبة 37.8% وظهرت أكثر ضمن فئة البنات بنسبة 57.5% أي أكثر من نصف البنات يرون نعم إلى حد ما يقلل استخدام هذه المواقع من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم في حين كشفت 22 مفردة من أصل

82 أنهم لا يشعرون بذلك ما يعادل نسبة 26.8% وظهرت ضمن فئة الآباء بنسبة 42.8% تليها 17 مفردة من أصل 82 ما يعادل نسبة 20.7% يرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا يقلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم بينما 12 مفردة بنسبة 14.6% يرون بقدر كبير أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم.

ويمكن تفسير أن أغلب المبحوثين يرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يقلل إلى حد ما من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، كون هذه المواقع فتحت المجال الواسع للتفاعل مع أشخاص لا يعرفون بعضهم البعض يتواصلون ويعلقون حول القضايا المختلفة، كما أن هذه المواقع ساهمت على إبداء الرأي بكل حرية (بالأخص فئة النبات) وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 20، كل ذلك أثر على الوقت الذي يقضيه المستخدمون مع أسرهم إلى حد ما.

الجدول رقم 23: يوضح معدل الساعات التي يقضيها المبحوثين مع أحد أفراد أسرهم يوميا داخل المنزل يتجاذبون أطراف الحديث سويا حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة معدل الساعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
15.8%	13	7.7%	2	16.7%	4	22.2%	4	21.4%	3	أقل من ساعة
32.9%	27	38.5%	10	41.7%	10	16.7%	3	28.6%	4	أقل من ساعتين
46.3%	38	50%	13	37.5%	9	61.1%	11	35.7%	5	ساعتين أو أكثر
4.9%	4	3.8%	1	4.2%	1	0%	0	14.3%	2	لا أخوض معهم في أحاديث
100%	82	100%	26	100%	24	100%	18	100%	14	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 23 أن معظم المبحوثين يقضون ساعتين أو أكثر يوميا مع أسرهم يتجاذبون أطراف الحديث، حيث أكدت على ذلك 38 مفردة من أصل 82 ما يعادل نسبة 46.3% وظهرت أكثر ضمن الأمهات بنسبة 61.1% في حين كشفت 27 مفردة ما يعادل نسبة 32.9% أنهم يقضون أقل من ساعتين يتجاذبون أطراف الحديث مع أسرهم، تليها أقل من ساعة بنسبة 15.8% في حين سجلت لا أخوض معهم في أحاديث نسبة متدنية قدرت ب 4.9%.

ويمكن تفسير أن أغلب المبحوثين يقضون أكثر من ساعتين مع أسرهم يتجاذبون أطراف الحديث سويا وبالأخص فئة الأمهات وذلك لأنهن عادة ما يكونن المسؤولات الرئيسيات عن رعاية الأسرة وتنظيم حياتهم اليومية، وبالتالي يكون لديهن رغبة قوية في الحفاظ على اتصال وتواصل جيد مع أفراد الأسرة.

الجدول رقم 24: جدول يوضح تقييم المبحوثين لعملية التواصل بينهم وبين أفراد أسرهم قبل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة تقييم عملية التواصل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%37.8	31	%34.6	9	%33.3	8	%38.8	7	%50	7	جيدة
%62.2	51	%65.4	17	%66.6	16	%61.6	11	%50	7	عادية
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	سيئة
%100	82	%100	26	%100	24	%100	18	%100	14	المجموع

يبين الجدول رقم 24 تقييم المبحوثين لعملية التواصل بينهم وبين أفراد أسرهم قبل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وتشير النتائج أن 51 مفردة من أصل 82 ما يعادل 62.2% أقرروا بأن عملية التواصل بينهم وبين أفراد أسرهم قبل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كانت عادية في حين كشفت 31 مفردة ما يعادل 37.8% بأنها كانت جيدة.

ويمكن تفسير النتائج أن أغلب المبحوثين أقرروا بأن عملية التواصل كانت عادية قبل استخدامهم لمواقع التواصل هذا راجع إلى طبيعة التنشئة الأسرية وأن هناك عوامل أخرى تؤثر في عملية التواصل الأسري (كما قلنا سابقا في الجانب النظري) كقلة الاهتمامات المشتركة بين أفراد الأسرة، فيقتصر الحوار على الضرورة فقط والعكس صحيح بالنسبة للذين كانت عملية التواصل جيدة.

الجدول 25: جدول يوضح تقييم المبحوثين لعملية التواصل بينهم وبين أفراد أسرهم قبل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة تقييم عملية التواصل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%19.5	16	%11.5	3	%12.5	3	%27.8	5	%35.7	5	جيدة
%76.8	63	%88.5	23	%79.2	19	%66.7	12	%64.3	9	عادية
%3.6	3	%0	0	%8.3	2	%5.5	1	%0	0	سيئة
%100	82	%100	26	%100	24	%100	18	%100	14	المجموع

يبين الجدول رقم 25 تقييم المبحوثين لعملية التواصل بينهم وبين أفراد أسرهم بعد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وتشير نتائج الجدول أن أغلب المبحوثين ظلت عملية التواصل بينهم وبين أسرهم عادية ولكن الملاحظ أن النسبة زادت مقارنة بالجدول السابق، حيث أكدت على ذلك 63 مفردة من أصل 82 ما يعادل نسبة 76.8%، بعدها عملية التواصل للمبحوثين مع أسرهم بعد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بأنها جيدة بنسبة ضعيفة مقارنة بالجدول السابق فالنسبة انخفضت تقريبا بالنصف وأكدت على ذلك 16 مفردة من أصل 82 ما يعادل 19.5% فيما كانت في الجدول السابق 37.8%. في الأخير تقييم المبحوثين لعملية التواصل بعد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بأنها سيئة بنسبة متدنية قدرت 3.6% ما يعادل 3 مفردة من أصل 82 في حين في الجدول السابق كانت منعدمة.

ويمكن تفسير هذه النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على عملية تواصل الأفراد مع أسرهم ولكن ليس بالتأثير البالغ كون أغلب المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل معتدل، وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 06 ولكن لا يمكن القول بشكل قاطع أن الاستخدام المعتدل لمواقع التواصل الاجتماعي لا يؤثر على عملية التواصل فهذا يعتمد على طبيعة استخدام المستخدم لتلك المواقع وكيفية تأثيرها على حياته الشخصية أو الاجتماعية.

الجدول رقم 26: يوضح الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين على التواصل الأسري حسب متغير صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة الآثار الإيجابية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%12.1	24	%14.1	9	%9.1	5	%10.9	5	%45.1	5	تساعدني في قضاء وقت جيد مع أفراد الأسرة من خلال التواصل معهم عبر المحادثات والمجموعات
%25.7	51	%23.4	15	%30.9	17	%21.7	10	%27.3	9	لإبقاء التواصل مع أفراد الأسرة والعائلة الذين يعيشون بعيدا عني
%5	10	%4.7	3	%1.8	1	%10.9	5	%3	1	تساعدني في حل المشكلات الأسرية
%11.6	23	%10.9	7	%12.7	7	%8.7	4	%15.1	5	تسهم في معرفة آراء أفراد الأسرة حول موضوع معين
%11.1	22	%9.4	6	%10.9	6	%17.4	8	%6.1	2	تضفي نوعا من ثقافة الحوار في التعامل مع أفراد الأسرة
%13.6	27	%15.6	10	%14.5	8	%13	6	%9.1	3	تسهم في تعزيز عمليات النقاش وتقبل الآراء
%13.6	27	%9.4	6	%16.4	9	%10.9	5	%21.2	7	تزيد من النواحي المعرفية مما تعطي خلفية ثقافية لإدارة عملية التواصل
%7.1	14	%12.5	8	%3.6	2	%6.5	3	%3	1	تعمل هذه المواقع بزيادة قدرتي على الإقناع وينمي ذلك عملية التواصل داخل الأسرة
%100	198	%100	64	%100	55	%100	46	%100	33	المجموع

يبين الجدول رقم 26 الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين على التواصل الأسري وتشير النتائج إلى أن معظم المبحوثين أثرت مواقع التواصل الاجتماعي فيهم من وراء استخدامها لها بالدرجة الأولى لإبقاء التواصل مع أفراد الأسرة والعائلة الذين يعيشون بعيدا عنهم والتي قدرت نسبة إجاباتهم في هذا الخصوص بـ 25.7% لتأتي بعدها تسهم في تعزيز عمليات النقاش وتقبل الآراء وتزيد من النواحي المعرفية مما تعطي خلفية ثقافية لإدارة عملية التواصل بنفس النسبة والتي قدرت بـ 13.6% تليها تساعدني في قضاء وقت جيد مع أفراد الأسرة من خلال التواصل معهم عبر المحادثات

والمجموعات والتي قدرت نسبتها بـ 12.1% لتأتي بعدها تسهم في معرفة آراء أفراد الأسرة حول موضوع معين وتضفي نوعاً من ثقافة الحوار في التعامل مع أفراد الأسرة بـقيم متقاربة حيث قدرت الأولى بـ 11.6% والأخرى 11.1% لتأتي في الأخير تساعدي في حل المشكلات الأسرية بنسبة متدنية والتي قدر بـ 5%.

يمكن تفسير تأثير مواقع التواصل الاجتماعي إيجاباً على المبحوثين من خلال استخدامهم لها بالدرجة الأولى لإبقاء التواصل مع أفراد الأسرة والعائلة التي يعيشون بعيداً عنهم يمكن إرجاع ذلك إلى أن مواقع التواصل عملت على تقريب المسافات باختصار الوقت والمال والجهد وذلك عن طريق إتاحة الفرص للتواصل مع الأفراد الذين يعيشون بعيداً عن بعضهم البعض من خلال تطور الاتصال عبر المواقع صوتاً وصورة.

كما نفسر مساهمة مواقع التواصل في تعزيز النقاش وتقبل الآراء كون مواقع التواصل تطرح مواضع في مقابل ذلك تتيح للفرد إمكانية إعطاء رأيه بكل حرية على عكس الواقع فقد يلقي الفرد انتقاداً موجهه وبالتالي يجد عقبة أمام ذلك وهذا ما أكدته دراسة فاطمة الأحمري .

كما نفسر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المبحوثين وراء استخدامهم لها كونها تزيد من النواحي المعرفية مما تعطي خلفية ثقافية لإدارة عملية التواصل من خلال المواضيع المقدمة، كما تمنح للفرد الفرصة للمشاركة في ذلك الموضوع أو التعليق عليه وهذا في حد ذاته طريقة للتواصل وبالتالي تعطي للفرد خلفية ثقافية لإدارة هذه العملية.

كما نفسر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي من وراء استخدامهم لها كونها تساعدهم في قضاء وقت جيد مع أفراد الأسرة من خلال التواصل معهم عبر المحادثات والمجموعات خاصة مع تطور تقنيات الاتصال كتبادل وإرسال أمور للتسلية والترفيه لأجل إمضاء وقت جيد وزيادة الرد بين أفراد الأسرة .

نفسر تأثير هذه المواقع على المبحوثين من وراء استخدامه لها كونها تسهم في معرفة آراء أفراد الأسرة حول موضوع معين وتضفي نوعاً من ثقافة الحوار في التعامل مع أفراد الأسرة يكمن ذلك من خلال طرحها لموضوع ما منح فرصة للمبحوثين لإبداء رأيهم وهي بذلك تضفي نوعاً من ثقافة الحوار بطريقة مباشرة وغير مباشرة.

نفسر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المبحوثين من وراء استخدامهم لها كونها تساعدهم في حل المشكلات الأسرية بقيمة متدنية والسبب راجع لانشغال المبحوثين بقضايا العالم الافتراضي من

جهة ومن جهة أخرى كون هذه المواقع تقدم مجرد حلول مقترحة لا تجسدها على أرض الواقع، وهذا ما أكده آراء الباحثين حيال ذلك.

الجدول رقم 27: يوضح الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمبجوثين على التواصل الأسري حسب صفة الفرد داخل الأسرة.

المجموع		ابنة		ابن		أم		أب		صفة الفرد داخل الأسرة الآثار السلبية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%12.7	26	%16	10	%11.1	7	%16	8	%3.3	1	تأثر سلبي على عملية التفاعل داخل الأسرة
%26	53	%22.9	14	%31.1	20	%24	12	%23.3	7	تفرض نوعا من العزلة على أفراد الأسرة وهاته العزلة تؤدي إلى عدم الترابط الأسري
%5.9	12	%4.9	3	%6.3	4	%6	3	%6.7	2	عدم المشاركة في حل المشكلات الأسرية بسبب الانشغال بقضايا العالم الافتراضي
%14.2	29	%24.6	15	%9.5	6	%14	7	%3.3	1	في الأعياد أكتفي بتهنئة الأقران برسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي على غرار زيارتهم
%22	45	%19.7	12	%23.5	15	%20	10	%26.7	8	تعمل على تقليل الحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة
%11.8	24	%6.5	4	%14.3	9	%6	3	%26.7	8	ساعدت على نشر الأفكار الغير مناسبة مع عادات وتقاليد الأسرة الجزائرية داخل الأسرة
%7.3	15	%4.9	3	%3.2	2	%14	7	%10	3	عدم الشعور بالمسؤولية اتجاه أفراد الأسرة
%100	204	%100	61	%100	63	%100	50	%100	30	المجموع

يبين الجدول رقم 27 الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين على التواصل الأسري وتشير النتائج إلى أن معظم المبحوثين أثرت مواقع التواصل الاجتماعي فيهم سلباً من وراء استخدامهم لها بالدرجة الأولى والذي كانت إجاباتهم أنها تفرض نوعاً من العزلة على أفراد الأسرة وهاته العزلة تؤدي إلى عدم الترابط الأسري والتي قدرت نسبتها بـ 26%.

تأتي بعدها حسب رأي المبحوثين تعمل على تقليل الحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة والتي قدرت نسبتها بـ 22%.

في حين الذين كانت إجاباتهم في الأعياد أكتفي بتهنئة الأقران برسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي على غرار زيارتهم بنسبة 14.2%، وتؤثر سلباً على عملية التفاعل داخل الأسرة بقيمة أقل حيث قدرت بـ 12.7%.

تليها ساعدت على نشر الأفكار غير المناسبة مع عادات وتقاليد الأسرة بنسبة قدرت بـ 11.8%. في حين تؤثر مواقع التواصل على المبحوثين سلباً من وراء استخدامهم لها من خلال عدم الشعور بالمسؤولية اتجاه أفراد الأسرة وعدم المشاركة في حل المشكلات الأسرية بسبب الانشغال بقضايا العالم الافتراضي بـ 7.3% والأخرى بـ 5.9%.

يمكن تفسير تأثير مواقع التواصل الاجتماعي سلباً على المبحوثين من وراء استخدامهم لها بالدرجة الأولى أنها تفرض نوعاً من العزلة على الأفراد وهاته العزلة تؤدي إلى عدم الترابط الأسري يرجع إدمان المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي وعدم وعيهم بخطورة ذلك الإدمان.

كما يمكننا تفسير تأثير مواقع التواصل الاجتماعي سلباً على المبحوثين من وراء استخدامهم لها كونها تعمل على تقليل الحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة والسبب راجع إلى غياب الوعي وثقافة الحوار من طرف الآباء للتواصل مع أبنائهم وجهلهم بأهم الأسس التي يقوم عليها الحوار الناجح.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة:

من خلال الدراسة المنجزة تم التوصل إلى جملة من النتائج التي يمكن إيجازها في النقاط التالية:

البيانات الشخصية:

- 1- بينت نتائج الجدول رقم 01 أن هناك تقارب بين فئة المبحوثين من الإناث والذكور حيث قدرت نسبة الإناث بـ 53.7% ونسبة الذكور بـ 46.3%.
- 2- أشارت نتائج الجدول رقم 02 أن معظم المبحوثين من فئة البنات والأبناء جاءت نسبتهم متقاربة حيث قدرت الأولى بـ 31.7% والثانية بـ 29.3% تليها فئة الأمهات بـ 24.9% وفئة الآباء بنسبة 17.1%.
- 3- أسفرت نتائج الجدول رقم 03 أن أغلبية المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين 25 إلى 35 سنة بنسبة 42.7%.
- 4- أكدت نتائج الجدول رقم 04 المستوى التعليمي لغالبية أفراد العينة هو المستوى الجامعي بنسبة 57.3%.

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- 5- بينت نتائج الجدول رقم 05 أن معظم مفردات العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر من ثلاث سنوات بنسبة قدرت بـ 85.4%.
- 6- أشارت نتائج الجدول رقم 06 أن معظم المبحوثين يقضون في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة 42.7%.
- 7- أسفرت نتائج الجدول رقم 07 أن معظم مفردات العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي حسب الظروف بنسبة 48.8%.
- 8- أشارت نتائج الجدول رقم 08 أن غالبية المبحوثين يفضلون استخدام الهاتف النقال للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 89%.
- 9- بينت نتائج الجدول رقم 09 أن أكثر وسيط اتصالي استخداماً من قبل المبحوثين هو موقع الفيسبوك بنسبة 39.2%.
- 10- أظهرت نتائج الجدول رقم 10 أن مشاركة الفيديوهات هي الخدمة المفضلة لأغلب فئات الدراسة بنسبة 26.5%.
- 11- بينت نتائج الجدول رقم 11 أن من بين المواضيع التي تستهوي أفراد العينة هي المواضيع الاجتماعية و قدرت نسبتها بـ 20.8%.

12- أشارت نتائج الجدول رقم 12 أن معظم مفردات العينة يتعاملون مع المواضيع التي تستهويهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإعجاب بنسبة 39%.

المحور الثاني: دوافع وإشباع استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي

13- أظهرت نتائج الجدول رقم 13 أن أغلب المبحوثين يهتمون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التثقيف بنسبة 19.2%.

14- أسفرت نتائج الجدول رقم 14 أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يهتمون بالمواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 35.4%.

15- بينت نتائج الجدول رقم 15 أن أغلب المبحوثين يهتمون بالمواضيع التي تتعلق بالمشاكل الأسرية بنسبة 23.6%.

16- أشارت نتائج الجدول رقم 16 أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يشاركون في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها بنسبة 43.9%.

17- أظهرت نتائج الجدول رقم 17 أن أغلب المبحوثين يشاركون في المواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها بالتعليق عليها بنسبة 50.5%.

18- أكدت نتائج الجدول رقم 18 أن معظم المبحوثين غير منظمين للمجموعات التي تخص الأسرة وقضاياها بنسبة 80.3%.

19- كشفت نتائج الجدول رقم 20 أن الإشباع المحققة للمبحوثين من وراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي عن طريق التعبير عن آرائهم بكل حرية بنسبة 24.5%.

20- أسفرت نتائج الجدول رقم 21 أن غالبية مفردات العينة يشعرون بالفراغ من عدم تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 47.5%.

المحور الثالث: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري

21- دلت نتائج الجدول رقم 22 أن أغلب مفردات العينة يرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تقلل إلى حد ما من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم بنسبة 37.8%.

22- أظهرت نتائج الجدول رقم 23 أن معظم المبحوثين يقضون ساعتين أو أكثر يوميا يتجاذبون أطراف الحديث مع أفراد أسرهم بنسبة 46.3%.

23- أشارت نتائج الجدول رقم 24 أن أغلب المبحوثين أقرروا بأن عملية التواصل بينهم وبين أفراد أسرهم قبل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كانت عادية بنسبة 62.2%.

24- بينت نتائج الجدول رقم 25 أن أغلب المبحوثين أصبحت عملية التواصل بينهم وبين أفراد أسرهم عادية بنسبة 76.8%.

25- كشفت نتائج الجدول رقم 26 أن إبقاء التواصل مع أفراد الأسرة والعائلة الذين يعيشون بعيدا عني من أبرز الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري بنسبة 25.7%.

26- أسفرت نتائج الجدول رقم 27 أن من أبرز الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري أنها تفرض نوعا من العزلة على أفراد الأسرة بنسبة 26%.

ثالثا: مناقشة النتائج في ظل الدراسات السابقة:

أظهرت النتائج الميدانية للدراسة:

• أن معظم المبحوثين يقضون في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات.

وهذا ما عززته إلهام بنت فرج في دراستها " أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة" حيث توصلت:

- أن أغلب أفراد المبحوثين يقضون أقل من ثلاث ساعات في استخدام شبكة الانترنت بنسبة 77%.

• توصلت دراستنا أن أغلب المبحوثين يهتمون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التثقيف.

غير أن ما وصلت إليها دراسة بن عبود نسرین "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري"

- أن أغلب المبحوثين يهتمون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدافع الدردشة بنسبة 30%.

• توصلت دراستنا أن معظم المبحوثين يهتمون بالمواضيع التي تتعلق بالمشاكل الأسرية بنسبة 23.6%.

وهذا ما أكدته دراسة بن عبود نسرین حيث توصلت أن أغلب المبحوثين يهتمون بالمواضيع التي تتعلق بالمشاكل الأسرية بنسبة 27.7%.

• جاءت دراستنا أن معظم المبحوثين أثرت مواقع التواصل الاجتماعي فيهم إيجابا من وراء استخدامهم لها بالدرجة الأولى لإبقاء التواصل مع أفراد الأسرة والعائلة الذين يعيشون بعيدا عنهم.

فيما دراسة فاطمة الأحمری "أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري" توصلت إلى أن أعلى نسبة أنها تضيي نوعا من ثقافة الحوار والتعامل مع أفراد الأسرة.

• توصلت دراستنا أن معظم المبحوثين أثر فيهم مواقع التواصل الاجتماعي سلبا من وراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أنها تفرض نوعا من العزلة على أفراد الأسرة.

- وهذا ما عززته دراسة عديلة عميور وصفية لفيلف في دراستهما "تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها على الاتصال داخل الأسرة" حيث توصلت أن من أهم الآثار التي تخلفها تكنولوجيا الاتصال الحديثة هو الشعور بالعزلة.

رابعاً: مقترحات الدراسة:

يمكن القول أن في ظل التقدم التكنولوجي وتطر الحياة الإنسانية وتعقدها من جهة والاستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي من جهة أخرى، خاصة أن هذه المواقع أصبحت جزءاً لا يتجزأ في حياة الأفراد والمجتمعات، فإنه لا ليس من الحكمة معالجة تأثيرها على الأفراد والمجتمعات بمنع استخدامها، ولكن المعالجة لابد أن تكون من خلال إيجاد الميكانيزمات والإستراتيجيات اللازمة التي من شأنها التكفل بحماية الأسرة التفكك والتباعد بين مختلف أفرادها وعليه لابد من ما يلي:

- ضرورة ترشيد جميع أفراد الأسرة بالطريقة الصحيحة للتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الاستفادة منها واستغلالها فيما يفيدهم وينفعهم لا من أجل إضاعة الوقت.
- نشر ثقافة الحوار في نفوس الأبناء منذ الصغر وتعويدهم على الحوار مما ينعكس إيجاباً على اتجاهاتهم وسلوكهم وتعاملهم مع الآخرين في الأسرة والمجتمع.
- ضرورة حث الأولياء على مصاحبة ومتابعة الأبناء وتقديم النصيحة والإرشاد.
- استثمار قيم الدين الإسلامي الحنيف لتوجيه الأبناء بالشكل الذي يسهم في تنمية مفاهيمهم اتجاه أسرهم واتجاه أقاربهم والمجتمع الذي يعيشون فيه.
- ضرورة تضمن الخطاب المسجدي لموضوعات تتناول الآثار السلبية الناتجة عن إدمان مواقع التواصل الاجتماعي التي من شأنها أن تسبب العزلة.
- تثمين المؤتمرات والندوات وضرورة إجراء المزيد من الدراسات والبحوث التي تهتم بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري.
- ضرورة تقبل الأولياء العصر الحالي واندماجهم في عصر التكنولوجيا.

خلاصة الفصل:

بعد عرض وتحليل البيانات الميدانية ومعالجتها وفق الأسلوب الكيفي والكمي، ثم الوصول إلى تحليلات منطقية ساعدت على فهم الدراسة ليتم فيما بعد مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة وهذا ما سمح بتقديم جملة من التوصيات المقترحة التي أفرزتها الدراسة الحالية.

خاتمة

خاتمة:

لقد سعينا من خلال دراستنا هذه إلى تناول موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثير هذا الاستخدام على التواصل الأسري، محاولين الكشف عن هذا الأثر من خلال الدور الذي تلعبه هذه المواقع، إذ صارت واقعا مفروضا لا أحد يستطيع أن ينكره أو يتهرب منه، ومن لم يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي الآن أصبح خارج الزمن الذي نعيش فيه، ولذلك محاولة إلغائها أو محوها من أي سلطة كانت تعتبر معركة خاسرة قبل بدايتها، فالإشكال الحقيقي ليس في توقيفها أو تعطيلها وإنما في كيفية محاولة الاستفادة منها بطريقة إيجابية والعمل على التقليل من خطورتها وأضرارها على الفرد والأسرة والمجتمع ككل، ولن يأتي ذلك إلا عن طريق ترشيد استخدامها وتوعية الآباء والأبناء في كيفية استثمارها بشكل سليم لا يؤثر على تماسك الأسرة واستقرارها فما لها من إيجابيات من خلال التواصل مع أفراد الأسرة الذي يعيشون بعيدا وكذلك الاستفادة من المواضيع الاجتماعية والثقافية وحتى دينية يزيد من الرصيد المعرفي وقد يكون سببا في حل مشكلات كانت عالقة منذ زمن ولكن ما إن استخدمت بدواعي الخيانة الزوجية أو أصبحت هذه المواقع سببا في انعزال الأفراد عن واقعهم المعيشي وعن أسرتهم بسبب إدمانهم العالم الافتراضي هنا يكمن الخطر على الأسرة مما يستدعي إجراءات احتياطية ولن يأتي ذلك إلا عن طريق التوعية ونشر ثقافة الحوار والتواصل بين أفراد الأسرة الواحدة وتبيان مدى خطورة هذه المواقع إذا ما أسيء استعمالها.

في الأخير تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل الأسري، لنفتح المجال لباحثين آخرين في التعمق في البحث واستكشاف مقاربات لم تتعرض لها هذه الدراسة الحالية.

قائمة المصادر

والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية.

القرآن الكريم:

1- سورة الروم الآية 21.

الكتب العربية:

الكتب:

2- أحمد جرار، ليلي. (2012). الفيسبوك والشباب العربي. (ط1). عمان: مكتبة الفلاح.

3- أحمد، محمد أحمد، وجبريل بن حسن، العريشي، ووفاء، بن رشاد، وعيد، عبد الواحد علي. (2003). التربية الأسرية ومؤسسات التنشئة الاجتماعية. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

4- بريقع، محمد جابر، وايهاب فوزي، البديوي. (2014). أساليب البحث العلمي والضبط الإحصائي. الإسكندرية: منشأة المعارف.

5- البستجي، عبد الله. (2006). علم التغيير الاجتماعي. (ط1). عمان: مكتب المجتمع للنشر والتوزيع.

6- بكار، عبد الكريم. (2009). التواصل الأسري "كيف نحمي أسرنا من التفكك". (ط1). القاهرة: دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة.

7- بوحوش، عمار، ومحمود، الذبيبات. (2011). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. (ط6). الجزائر: دار المطبوعات الجامعية.

8- البياتي، ياسر خضير. (2014). الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة. (ط1). عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.

9- بيومي، محمد أحمد. (2007). أسس وموضوعات علم الاجتماع. (ط1). الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

- 10- جبريل، أحمد عبد الناصر عوض. (2012). النزاعات الأسرية من منظور الخدمة الاجتماعية. (ط1). الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- 11- الجنابي عبد مرزوك، محمد الأمين أحمد. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي "الاعتماد المتبادل". (ط1). برلين: مركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
- 12- حارث، عبود، ومزهر، العاني. (2014). الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي. (ط1). عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.
- 13- الحاوري، عبد الغني أحمد علي. (2021). العلاقات الأسرية في ظل الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي. (ط1). برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
- 14- حسن أبو سكينه، نادية، ومنال عبد الرحمان، خضر. (2011). العلاقات والمشكلات الأسرية. (ط1). عمان: دار الفكر.
- 15- خضر، إبراهيم حيدر. (2018). الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي. (ط1). بيروت: دار الكفيل.
- 16- الخولي، سالم إبراهيم. (2015). الأسرة والتربية والمجتمع. (ط1). القاهرة: دار فرحة للنشر والتوزيع.
- 17- الدليمي، عبد الرزاق. (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع .
- 18- الدليمي، عثمان محمد. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب. (ط1). عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- 19- الديهي، محي الدين إسماعيل. (2015). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين. (ط1). الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية.

- 20- رشوان، أحمد حسين عبد الحميد. (2003). الأسرة والمجتمع دراسة في علم الاجتماع الأسرة. (ط1). الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
- 21- زرارة، فيروز مامي، وفضيلة، زرارة. (2005). السلوك العدواني لدى المراهقين بين التنشئة الاجتماعية وأساليب المعاملة الوالدية. (ط1). عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- 22- سالم، أسامة فاروق مصطفى. (2014). اضطرابات التواصل: بين النظرية والتطبيق. (ط1)، عمان: دار المسيرة .
- 23- السناد، جلال غربول. (2015). البحث العلمي وكتابته. (ط1). عمان: دار الإعصار العلمي.
- 24- السوداني، حسن، ومحمد، المنصور. (2016). شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين. (ط1). عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.
- 25- السيد، عبد العاطي، ومحمد، بيومي، وسامية محمد، جابر، وحسن محمد، حسن، والسيد رشاد، غنيم. (2006). الأسرة والمجتمع. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 26- الشاعر، عبد الرحمان بن براهيم. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 27- شفرة، علي خليل. (2014). الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 28- الشمالية، ماهر عودة ، ومحمود عزت، اللحام، ومصطفى يوسف، كافي. (2015). الإعلام الرقمي الجديد. (ط1). عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 29- الشمالية، ماهر عودة، ومحمود عزت، اللحام، ومصطفى، الكافي. (2015). تكنولوجيا الإعلام والاتصال. (ط1). عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

- 30- شمسي باشا، حسان، وماجد حسان، شمسي باشا. (2020). وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق. (ط1). دمشق: دار القلم للنشر والتوزيع.
- 31- صبطي، عبدة. (2018). الإعلام الجديد والمجتمع. القاهرة: المركز العربي للنشر والتوزيع.
- 32- صديق، خليفة. (2016). مناهج البحث في الإعلام الجديد. (ط1)، عمان: دار الإعصار العلمي.
- 33- الطوارب، سيد محمود. (2015). البحث العلمي: أسس وأساليب. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
- 34- الظفيري، عزيز بهلول، وبدر محمد، الغضوري. (2018). خطر مواقع التواصل نافذة لتعاطي المخدرات. الكويت.
- 35- العريشي، جبريل بن حسن، وسلمى بن عبد الرحمان محمد، الدوسري. (2015). الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية. (ط1). عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.
- 36- العفيفي، علاء الدين محمد. (2015). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية. (ط1). القاهرة. دار التعليم الجامعي.
- 37- علي، عبد الفتاح علي. (2014). الإعلام والتنشئة الاجتماعية. (ط1). عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- 38- عليان، ربحي مصطفى، وعثمان، محمد تميم. (2010). أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيق العملي. عمان: دار الصفاء.
- 39- الغندور، محمد جلال. (2015). البحث العلمي بين النظرية والتطبيق. (ط1). القاهرة: دار الجوهرة.
- 40- فهمي، محمد سيد. (2016). العنف الأسري "التحديات وآليات المعالجة". (ط2). الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

- 41- فيصل محمد، عبد الغفار. (2016). شبكات التواصل الاجتماعي. (ط1). الأردن: دار الجنادرية للنشر والتوزيع.
- 42- قاسم، أحمد، وسليم، حادي. (2019). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية. (ط1). برلين: المركز الديمقراطي للدراسات الإستراتيجية والاقتصادية والسياسية.
- 43- كافي، مصطفى يوسف. (2015). الرأي العام ونظريات الاتصال. (ط1). عمان: دار الحامد.
- 44- كريم شامخ، بسمة. (2014). المرونة الأسرية والسلوك الإنساني. (ط2). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 45- ليفسنون، بول. (2015). أحدث وسائل الإعلام الجديدة. (ترجمة هبة ربيع). (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 46- محمد سرحان، علي المحمودي. (2019). مناهج البحث العلمي. (ط3). الجمهورية اليمنية: دار الكتب صنعاء.
- 47- محمود الناشف، هدى. (2011). الأسرة وتربية الطفل. (ط2). عمان: دار المسيرة.
- 48- المشاقبة، بسام عبد الرحمان. (2010). نظريات الإعلام. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 49- المشهداني، سعد سليمان، وفراس حمود، العبيدي. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة. (ط1). عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- 50- مصطفى قاسم، ميادة. (2018). التفكك الأسري وآثاره على المجتمع "دراسة سوسيولوجية". (ط1). بيروت: مكتبة نحو علم الاجتماع.

51- المقدادي يوسف، خالد غسان. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية: الاجتماعية الاقتصادية والسياسية على الوطن العربي والعالم. (ط1). عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.

52- مكايي، حسناء عماد، وليلى حسين، السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. (ط1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

53- منصور، عصام، ويحيى، نبهان. (2014). علم الاجتماع المعاصر. (ط1). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

54- نبيح، أمينة. (2009). الاتصال الرقمي والإعلام الجديد موقع Facebook نموذجاً. (ط1). عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

55- هتمي، حسين محمود. (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

الدوريات والمجلات العلمية:

56- إبراهيم، خديجة العبد العزيز علي. (2014). واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمي بجامعة صعيد مصر: دراسة ميدانية. مجلة التربوية، 22، (3)، 415-476.

57- أبو شينة، المبروك مفتاح. (2002). مجلة البحوث العلمية.

58- بورني نسيم. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأسرة. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 09، (03)، 289-314.

59- بوعمر، سهيلة، ونصر الدين، جابر، ومحمد، العادل. (2021). شبكات التواصل الاجتماعي: أدوات تواصل متنوعة وتأثيرات نفسية واجتماعية متعددة. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 13، (2)، 181-192.

- 60- جديد عبد الحميد، أولاد حيمودة جمعة، وبن طاهر، تيجاني. (2018). مستوى الاتصال الأسري ومظاهر الانتقال من عصر الأدوار إلى عصر العلاقات. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، (34)، 71-84.
- 61- حلوش، مصطفى. (2020). دور التواصل الزوجي في تحقيق التوافق الزوجي ومعالجة المشكلات الأسرية. المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، (01)، 79-100.
- 62- خيرة، قاسم. (2014). الأسرة الجزائرية في ظل العولمة. مجلة الرستمية، (01)، 66-77.
- 63- الدروبي، أحمد على. (2018). مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية. مجلة العربية للنشر العلمي، (01).
- 64- طاهري، طه س. (2022). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الانستغرام في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية: دراسة وكالة أماكن للسياحة بالجلفة. مجلة الاقتصاديات الأعمال والتجارة، 7، (01)، 335 - 349 .
- 65- فوزي شاهين، إيمان. (2017). أنماط التواصل الأسرى وعلاقتها بالمرونة النفسية لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الطائف. مجلة الإرشاد النفسي علمية تخصصية محكمة دورية، (49).
- 66- قيصران، هناء. (2019). دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي وتأثيره على الثقافة السياسية. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 16، (4)، 34-48.
- 67- محمود عبد الغفار، نهى. (2021). أساليب المعاملة الوالدية وعلاقتها بالتوصل الأسري كما يدركها الأبناء في مرحلة المراهقة. مجلة بحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية، (04).

الرسائل العلمية:

- 68- الأحمري، فاطمة بنت محمد. أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري: الهاتف الجوال والشبكة العنكبوتية (الانترنت). رسالة ماجستير في علم الاجتماع، قسم الدراسات الاجتماعية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.
- 69- بركات نوال. (2016). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية. أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيصر، بسكرة، الجزائر.
- 70- بطار، هشام. (2011). أشكال الاتصال الإلكتروني عبر تطبيق ماسنجر. أطروحة دكتوراه، قسم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، الجزائر.
- 71- بوبصلة، أمنية. (2022). استخدام تلميذ المرحلة الثانوية لمواقع التواصل وعلاقته بالاغتراب الأسري. أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر.
- 72- بوزينة، نعيمة. (2018). شبكات التواصل الجماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري: دراسة مسحية عن الشباب الجامعي جامعة الجلفة نموذجا. أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- 73- دحمان، نور الدين. (2019). توظيف الأحزاب السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي وأثره على المشاركة السياسية في الجزائر. أطروحة دكتوراه، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- 74- الشهري، حنان بنت شعشوع. (1434 هـ). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية -الفاسبوك وتويتر نموذجا-. رسالة ماجستير، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية.
- 75- صوالحية، غنية. (2019). دراسة ميدانية في المجتمع الجزائري. أطروحة دكتوراه الدولة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر.

- 76- الصوفي، عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد. (2015). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي. رسالة ماجستير في التربية، تخصص إرشاد نفسي، جامعة نزوى، محافظة شمال الشرقية، سلطنة عمان.
- 77- عصام محمد اليوسف، أسماء. (2016). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية. رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة اليرموك، محافظة أربد، الأردن.
- 78- العويضي، إلهام بنت فريج بن سعيد. أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة. رسالة ماجستير في الاقتصاد المنزلي، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية بجدة، قسم السكن وإدارة المنزل، المملكة العربية السعودية.
- 79- كتانة، دعاء عمر محمد. (2015). وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة دراسة فقهية. أطروحة ماجستير في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- 80- محمد إبراهيم، سهير إبراهيم. (2001). العلاقة بين شبكة الاتصال داخل الأسرة وبين اختيار المراهق لجماعة الرفاق غير السوية. رسالة ماجستير، قسم علم النفس، جامعة عين شمس، مصر.
- 81- نبيح أمينة. (2013). اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي. أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر.
- 82- نومار، مريم نريمان. (2012). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثره في العلاقات الاجتماعية. رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.

الموسوعات والقواميس والمعاجم.

83- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم. (2007). لسان العرب. (ط1). بيروت: دار صادر.

84- بن النعمان، أحمد. (2001). المفتاح قاموس عربي أبجدي مبسط . (ط1). الجزائر: دار الأمة.

85- الزاوي، الطاهر أحمد. مختار القاموس: مرتب على طريقة مختار الصحاح والمصباح المنير. ليبيا: الدار العربية.

86- الفار، محمد جمال. (2014). معجم المصطلحات الإعلامية: أول معجم شامل في المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم وتعريفاتها. عمان: دار أسامة.

87- مستيجر، أحمد، وآخرون. (2008). معجم المصطلحات الإعلامية. القاهرة : مجمع اللغة.

المؤتمرات والملتقيات والبحوث

88- بن زاف، جميلة، وسامية، عزيز. (09-10 أبريل 2013). التواصل الأسري كأداة لتحقيق التماسك الأسري. الملتقى الوطني الثاني حول الاتصال وجودة الحياة في الأسرة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

89- سكنية، محمود التهامي. (2022). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية.

90- شياب، محمد الأمين، وشيماء، مبارك. (9-10 أبريل 2013). التواصل الأسري ودوره في تنمية قيم المواطنة. الملتقى الوطني الثاني حول الاتصال وجودة الحياة في الأسرة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

91- الصاعدي، سلطان مسفر. (2011). الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة. بحث مقدم لشبكة الألوكة المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، المملكة العربية السعودية.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

92- Peterson,rich, and stephen green.2009. **families first : keys to successful family functioning communication**. Virginia cooperative extension, virginia state university.

المواقع الإلكترونية:

93- حمشو، عمار. "وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة المسلمة"، [مقال

على الشبكة]، <https://sy-sic.com> ، (28 أبريل 2023).

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



قسم: علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان بعنوان:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على التواصل الأسري

-دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة جيجل-

ملاحظة 01: نضع بين أيديكم استمارة استبيان في إطار الحصول على شهادة الماجستير في السمعيات بصري، نرجو منكم الإجابة عن كل الأسئلة بصدق وموضوعية ونعدكم بالحفاظ على سرية المعلومات.

إشراف الدكتورة:

إعداد الطالبات:

- أمينة بوبصلة

- عائشة عساوس

- رقية بوسنة

- زليخة علوش

ملاحظة 02: ضع علامة (x) مكان الإجابة المناسبة

السنة الجامعية: 2022-2023 م

البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- مكانة الفرد داخل الأسرة: أب أم ابن
- 3- السن: من 15 إلى 24 سنة من 25 إلى 34 سنة 35 سنة فما فوق

- 4- المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- 5- منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
- منذ أقل من سنة
- من سنة إلى ثلاث سنوات
- أكثر من ثلاث سنوات
- 6- ما هو معدل الساعات التي تقضيها مع مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي؟
- أقل من ساعة
- من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات
- من ثلاث ساعات إلى خمس ساعات
- أكثر من خمس ساعات
- 7- ما هي الفترة المفضلة لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

- الفترة الصباحية الفترة المسائية الفترة الليلية حسب الظروف

- 8- ما هي الوسيلة التقنية التي تستخدمها للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي؟

- حاسوب عادي حاسوب محمول هاتف نقال لوحة إلكترونية

- 9- ما هي مواقع التواصل الأكثر استخداماً بالنسبة لك؟

- الفيسبوك انستغرام يوتيوب

أخرى تذكر:.....

10- ما هي خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديك؟

- مشاركة الصور مشاركة الروابط التطبيقات مشاركة الفيديوهات التعليقات الدردشة

أخرى تذكر:

11- ما طبيعة المواضيع التي تستهويك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ثقافية اجتماعية تربوية تعليمية علمية رياضية دينية

أخرى تذكر:

12- كيف تتعامل مع هذه المواضيع التي تطلع عليها؟

- الإعجاب التعليق عليها المشاركة التجاهل

المحور الثاني: دوافع وإشباع استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي

13- ما الذي يدفعك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- الهروب من الواقع التسوق عبر الصفحات التخلص من الروتين داخل الأسرة الدردشة مع الأصدقاء الترفيه والتسلية التعرف على أشخاص جديد مواكبة الأحداث الجارية التثقيف تضيئة الوقت البحث عن معلومات دينية

14- عندما تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي هل تهتم بالمواضيع التي تخص الأسرة وقضاياها؟

- دائما غالبا أحيانا نادرا

• ما طبيعة هذه المواضيع الأسرية؟

- مواضيع خاصة بالتواصل بين الأزواج
- مواضيع خاصة بالتواصل بين الوالدين والأبناء
- مواضيع خاصة بالتواصل بين الأخوة
- مواضيع تتعلق بالمشاكل الأسرية
- مواضيع خاصة بتربية الأطفال
- مواضيع خاصة بتعليم الأطفال

أخرى تذكر:

15- هل تشارك بالمواضيع التي تتعلق بالأسرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- دائماً غالباً أحياناً نادراً

- ما طبيعة هذه المشاركة؟

- صور تعليقات مقالات أخبار فيديوهات

16- هل أنت عضو في إحدى المجموعات المهتمة بالأسرة وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم لا

- إذا كانت الإجابة بنعم فاذكر اسم المجموعة:

17- ما هي الإشباع التي تحققها عند استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- إيجاد حلول للمشاكل الأسرية
- التعبير عن آرائك بكل حرية
- إشباع رغباتك الاجتماعية
- الإطلاع على الفتاوى
- تعلم لغات أخرى
- تكوين علاقات اجتماعية
- الاندماج في المجتمع

- إشباع الفضول

18- عدم تصفحك مواقع التواصل الاجتماعي لفترة هل تشعرك؟

القلق والاضطراب الفراغ لا تشعرك بشيء

أخرى تذكر:

المحور الثالث: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري

19- هل ترى أنّ استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يقلل من الوقت الذي تقضيه مع أسرتك؟

نعم بقدر كبير نعم إلى حدّ ما لا لا أشعر بذلك

20- ما هو معدل الساعات التي تقضيها مع أحد من أفراد أسرتك يوميا داخل المنزل تتجاوزون أطراف الحديث سويا؟

أقل من ساعة أقل من ساعتين ساعتين أو أكثر لا أخوض معهم في أحاديث

21- حسب رأيك كيف تقيم عملية التواصل بينك وبين أفراد أسرتك قبل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

جيدة عادية سيئة

22- كيف تقيم عملية التواصل بينك وبين أفراد أسرتك بعد استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

جيدة عادية سيئة

23- ما هي الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري؟ (يمكنك الاختيار أكثر من إجابة)

- تساعدني في قضاء وقت جيّد مع أفراد الأسرة من خلال التواصل معهم عبر المحادثات والمجموعات
- لإبقاء التواصل مع أفراد الأسرة والعائلة الذين يعيشون بعيدا عني
- تساعدني في حلّ المشكلات الأسرية
- تسهم في معرفة آراء أفراد الأسرة حول موضوع معين
- تضيف نوعا من ثقافة الحوار في التعامل مع أفراد الأسرة

- تسهم في تعزيز عمليات النقاش وتقبل الآراء
- تزيد من النواحي المعرفية مما تعطي خلفية ثقافية لإدارة عملية التواصل
- تعمل هذه المواقع بزيادة قدرتي على الإقناع وينمي ذلك عمليات التواصل داخل الأسرة
- 24- ما هي الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري (يمكنك الاختيار أكثر من إجابة)
- تؤثر سلبا على عملية التفاعل داخل الأسرة
- تفرض نوعا من العزلة على أفراد الأسرة وهاته العزلة تؤدي إلى عدم الترابط الأسري
- عدم المشاركة في حلّ المشكلات الأسرية بسبب الانشغال بقضايا العالم الافتراضي
- في الأعياد أكتفي بتهنئة الأقرباء برسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي على غرار زيارتهم
- تعمل على تقليل الحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة
- ساعدت على نشر الأفكار غير المناسبة مع عادات وتقاليد الأسرة الجزائرية داخل الأسرة
- عدم الشعور بالمسؤولية اتجاه أفراد الأس

