

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال

استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية

دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة المتزوجين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل - أنموذجاً.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وتسويق

إشراف الأستاذ:

د. إبراهيم بوالفل

إعداد الطالبتين:

- نجاة درويش

- أمال سيوان

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الأستاذ (ة)
رئيساً	جامعة جيجل	د. كعواش عبد الرؤوف
مشرفاً	جامعة جيجل	د. إبراهيم بوالفل
مناقشاً	جامعة جيجل	أ. بوريدان عبد القادر

السنة الجامعية: 2018/2017

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال

استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية

دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة المتزوجين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل - أنموذجاً.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وتسويق

إشراف الأستاذ:

د. إبراهيم بوالفل

إعداد الطالبتين:

- نجاة درويش

- أمال سيوان

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الأستاذ (ة)
رئيساً	جامعة جيجل	د. كعواش عبد الرؤوف
مشرفاً	جامعة جيجل	د. إبراهيم بوالفل
مناقشاً	جامعة جيجل	أ. بوريدان عبد القادر

السنة الجامعية: 2018/2017



شكر و عرفان

إلى الله تعالى الذي بنعمته تم الصالحات وتنزل برحمته البركات وتنفرج بقدرته الأزمات خالق الأرض والسموات الذي أعاننا بفضلہ وكرمه على إنجاز هذه المذكرة فهو القائل: "ولئن شكرتم لأزيدنكم" وعليه أتوجه بالشكر الجزيل للأستاذ "إبراهيم بوالفلل" على توجيهاته ونصائحه المقدمة لنا في خروج هذا العمل على هذه الصورة، فجزاه الله خير الجزاء.

وإلى جميع أساتذة قسم الإعلام والاتصال وكل من ساعدنا وساندنا سواء من قريب أو من بعيد لإتمام هذه الدراسة.

والكمال لله وحده عز وجل وإليه يرجع الفضل والثناء كله هو نعم المولى ونعم النصير.

إهداء

إلى صاحب الفضل الأول والأخير إلى الهادي سواء السبيل... الله عز وجل.

إلى من قال فيهما الحق "واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا"
(الإسراء:24).

إلى قرة عيني، تلك التي جعلت الجنة تحت قدميها، تلك التي ربّنتي بلطف وعلمتني كلمتي الشرف
والحياء، إلى تلك المرأة العظيمة حبيبي أمي الحنونة.

إلى أعظم الرجال صبورا، رمز الحب والعطاء، إلى الذي تعب كثيرا من أجل راحتي وأفنى حياته من
أجل تعليمي، وتوسم في درجات العلى والسمو أبي الغالي.

إلى من زرع في نفسي كل معاني الحب والوفاء وأورث في نفسي كل دوافع التضحية والعطاء... شريك
حياتي.

إلى من هم لفؤادي مهجتي خير أنسي وبهاء... إخوتي وأخواتي.

إلى البراعم الصغار كتناكيت العائلة: روان، جنى، عبد المجيب.

إلى كل من ساندني بقول أو فعل إليكم جميعا أهدي هذا العمل المتواضع.

نجاة درويش

إهداء

إلى نبع الحب والحنان... إلى رمز التضحية والوفاء... إلى حبيبتي الغالية... إلى جنتي التي سهرت على راحتي والديتي الحبيبة والغالية.

إلى رمز العطاء الذي من أجلي حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم... إلى الذي بذل الكثير في تربيته... إلى القلب الكبير والدي العزيز أطل الله في عمره.

إلى القلوب الطاهرة الرفيعة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي إلى إخوتي وأخواتي الكرام، إلى الروح التي سكنت روحي رفيق حياتي حفظه الله لي.

إلى الذين أحببتهم وأحبوني أصدقائي.

إلى كل من ساندني في مشواري الدراسي.

إلى أساتذتي الكرام إلى من لم تسعهم مذكرتي وتسعهم ذاكرتي إلى هؤلاء أهدي ثمرة جهدي المتواضع.

أمال سيوان

الصفحة	المحتوى
	شكر وتقدير
	إهداء
	فهرس الموضوعات
	فهرس الجداول
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
12	تمهيد
13	أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
14	ثانياً: فرضيات الدراسة
15	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع
16	رابعاً: أهمية الدراسة
16	خامساً: أهداف الدراسة
17	سادساً: مفاهيم الدراسة
25	سابعاً: حدود الدراسة
25	7-1- المجال المكاني
26	7-2- المجال الزمني
26	7-3- المجال البشري
26	ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها
26	8-1- نوع الدراسة
27	8-2- منهج الدراسة
28	تاسعاً: مجتمع الدراسة والعينة
28	9-1- مجتمع الدراسة
28	9-2- عينة الدراسة

29	عاشرا: أدوات جمع البيانات
31	إحدى عشر: الدراسات السابقة
44	أثنى عشر: المقاربة العلمية للدراسة
53	خلاصة الفصل
54	مصادر ومراجع الفصل
الفصل الثاني: ماهية الفايسبوك	
59	تمهيد
60	أولا: نشأة الفايسبوك
62	ثانيا: مميزات الفايسبوك
65	ثالثا: إيجابيات وسلبيات الفايسبوك
65	3-1- إيجابيات الفايسبوك
66	3-2- سلبيات الفايسبوك
68	رابعا: خدمات الفايسبوك
69	خامسا: نماذج مستخدمي الفايسبوك
69	5-1- المتخفي
69	5-2- رفيق المدرسة
70	5-3- الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة
70	5-4- القريب
70	5-5- الأبوين
70	5-6- الأصدقاء الحقيقيون
71	5-7- المدير
72	خلاصة الفصل
73	مصادر ومراجع الفصل
الفصل الثالث: ماهية العلاقات الزوجية	
75	تمهيد

76	أولا: لمحة تاريخية عن الأسرة الجزائرية
77	ثانيا: مراحل بناء نظام الزواج في الأسرة الجزائرية
77	2-1- مرحلة التعارف
78	2-2- مرحلة الخطبة
78	2-3- مرحلة إبرام عقد الزواج
79	ثالثا: أنواع الزواج
79	3-1- الزواج الرسمي
79	3-2- الزواج غير الرسمي
79	3-1-2- الزواج العرفي
79	3-2-2- الزواج السري
79	3-2-3- الزواج المسار
80	3-2-4- زواج الشعار
80	3-2-5- زواج التحليل
80	3-2-6- زواج الهبة
80	3-2-7- زواج المتعة
80	رابعا: أهداف الزواج
81	خامسا: وظائف الزواج
82	سادسا: دعائم العلاقة الزوجية
82	سابعا: أسباب النزاعات الزوجية
83	ثامنا: أهم الحلول للمشاكل الزوجية
85	خلاصة الفصل
86	مصادر ومراجع الفصل
الفصل الرابع: استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية	
88	تمهيد
89	أولا: تحليل البيانات الشخصية

فهرس المحتويات

92	ثانيا: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك
104	ثالثا: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك
115	رابعا: الفايسبوك والعلاقات الزوجية
126	خامسا: النتائج العامة للدراسة
130	سادسا: إثبات ونفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة
132	خلاصة الفصل
133	خاتمة
134	توصيات الدراسة
135	الملاحق
142	قائمة المصادر والمراجع
150	ملخص الدراسة

الصفحة	عنوان الجدول.	الرقم
89	يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس.	01
90	يمثل توزيع المبحوثين حسب السن.	02
91	يمثل توزيع المبحوثين حسب المدة الزواج.	03
92	يمثل مدة استخدام المبحوثين للفايسبوك.	04
93	يوضح توزيع المبحوثين حسب ساعات استخدام الفاييسبوك.	05
94	يوضح عدد مرات تصفح أفراد العينة لموقع الفاييسبوك في اليوم الواحد.	06
95	يوضح الفترات المفضلة لاستخدام الفاييسبوك لدى أفراد العينة.	07
96	يبين أماكن استخدام أفراد العينة الفاييسبوك.	08
97	يوضح الوسيلة المستخدمة لدخول المبحوثين للفايسبوك.	09
98	يوضح مع من يستخدم أفراد العينة الفاييسبوك.	10
99	يبين أكثر الخدمات التي يستخدمها أفراد العينة وقت تصفحهم للفايسبوك.	11
100	يبين عدد أصدقاء أفراد العينة في موقع الفاييسبوك.	12
101	يوضح معايير اختيار أفراد العينة لأصدقائهم في الفاييسبوك.	13
102	يبين مشاركة أفراد العينة في المجموعات المفتوحة على الفاييسبوك.	14
103	يوضح نوعية المجموعات التي يشارك فيها أفراد العينة في الفاييسبوك.	15
104	يبين دوافع وحاجات استخدام أفراد العينة للفايسبوك.	16
106	يبين الهوية التي يدخل بها المبحوثين إلى الفاييسبوك.	17
107	يوضح أسباب استخدام المبحوثين للأسماء الحقيقية.	18
108	يوضح أسباب استخدام المبحوثين للهوية المستعارة للفايسبوك.	19
109	يوضح تصرف أفراد العينة على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء.	20
110	دوافع موافقة المبحوثين على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء.	21
111	يوضح شعور المبحوثين في حالة غيابهم عن موقع الفاييسبوك.	22
112	يبين إمكانية استغناء المبحوثين عن موقع الفاييسبوك.	23

113	يمثل كيفية تحديد علاقة المبحوثين بالفايسبوك.	24
114	يبين حصول المبحوثين على كلمة السر الخاصة برفههم الثاني في الفايسبوك.	25
115	يبين مدى شعور المبحوثين بالوحدة والعزلة عن رفرهم الثاني عند استخدامهم للفايسبوك.	26
116	يبين إجابات المبحوثين حول ما إذا كان الشعور للفراغ العاطفي جعلهم يهربون للفايسبوك.	27
117	يمثل إجابات المبحوثين حول الوقت الذي يقضونه مع معارفهم وأصدقائهم والوقت مع رفرهم الثاني.	28
118	يبين إجابات المبحوثين حول الشعور بأن تفاعله مع الطرف الثاني قل منذ بدؤوا يستخدمون الفايسبوك.	29
119	يمثل مدى تلقي المبحوثين للشكاوي من طرف رفرهم الثاني بسبب الوقت الطويل مع الفايسبوك.	30
120	يبين استخدام المبحوثين للفايسبوك ومساهمته في المحافظة على العلاقات الزوجية.	31
121	يبين الشكوك التي تطل المبحوثين من قبل رفرهم الثاني عن طريق استخدامهم للفايسبوك.	32
122	يمثل رأي المبحوثين حول الإحساس بالألفة والانتماء الاجتماعي مع أصدقائهم أكثر مما يحسون به مع رفرهم الثاني.	33
123	يمثل إجابات المبحوثين حول مساهمة الفايسبوك في تنشيط الحوار مع رفرهم الثاني.	34

لقد تطورت في الفترة الأخيرة أنماط التواصل بالنسبة للبشرية بطريقة متسارعة مع تطور أنماط المعيشة، والتقدم التكنولوجي الهائل الذي شهدته البشرية خلال القرنين 19 و 20، وتأتي في مقدمتها الإنترنت الذي أحدث ثورة وتغيرات كبيرة في الاتصال بين البشر، ونظرا لتميزه بخصائص كثيرة وإتاحتها لخدمات عديدة وتطبيقات مختلفة فقد فتحت المجال لما يسمى بموقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك، وذلك لما حققه من انتشار واسع عبر العالم، ومعها زادت المطالبة بمعرفة تأثير هذا الموقع على حياة الناس والمجتمعات ككل، بحكم أن الإنسان اجتماعي بطبعه يحتاج إلى التفاعل والقيام بعملية الاتصال وبناء علاقات وطيدة مع محيطه، مما كرس المثير من العلماء في الأسرة والاتصال القيام بالعديد من الدراسات حيث تعتبر الأسرة البنية الأساسية للمجتمع.

ومن هذا المنطق جاءت هذه الدراسة لرصد أثر استخدام الفيسبوك على العلاقات الزوجية، على عينة من الأساتذة المتزوجين، بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تاسوست بجيجل، وبذلك قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة جوانب (الجانب المنهجي، الجانب النظري، الجانب التطبيقي)، حيث ضم الجانب المنهجي، مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، فرضيات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة، حدود الدراسة (المكانية، الزمانية، البشرية) نوع الدراسة ومنهجها، بالإضافة إلى مجتمع الدراسة والعينة وأدوات جمع البيانات، الدراسات السابقة وأخيرا المقاربة العلمية للدراسة.

أما الجانب النظري فتضمنه فصلين، الفصل الأول كان بعنوان "مدخل نظري حول الفيسبوك" والذي تطرقنا فيه إلى: نشأة الفيسبوك، مميزات الفيسبوك، إيجابيات وسلبيات الفيسبوك، خدمات الفيسبوك، وأخيرا نماذج مستخدمي الفيسبوك. أما الفصل الثاني كان بعنوان: "مدخل نظري حول العلاقات الزوجية" والذي تضمن: لمحة تاريخية عن الأسرة الجزائرية، مراحل نظام الزواج في الأسرة



الجزائرية، أنواع الزواج، أهداف الزواج، وظائف الزواج، كذلك تطرقنا إلى دعائم العلاقات الزوجية أسباب النزاعات الزوجية وأخيرا أهم الحلول المناسبة لمشاكل الزواج.

أما الجانب الميداني الذي جاء تحت عنوان "استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية". اعتمادا على نتائج استمارة الاستبيان ثم تفسير وتحليل البيانات ونتائج الدراسة وذلك من خلال مبحثين اختص المبحث الأول بتفريغ وتفسير النتائج، أما المبحث الثاني فقد تناول النتائج العامة للدراسة، إثبات ونفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

تمهيد .

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

ثانياً: فرضيات الدراسة.

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع.

رابعاً: أهمية الدراسة.

خامساً: أهداف الدراسة.

سادساً: مفاهيم الدراسة.

سابعاً: حدود الدراسة (المكانية - الزمانية - البشرية).

ثامناً: نوع الدراية ومنهجها.

تاسعاً: مجتمع الدراسة والعينة.

عاشراً: أدوات جمع البيانات.

إحدى عشر: الدراسات السابقة.

أثنى عشر: المقابلة العلمية للدراسة.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

لا يمكن القيام بأي دراسة علمية في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية دون التطرق إلى ذكر عناصر الإطار المنهجي، حيث تعتبر هذه العناصر ضرورية بالنسبة للباحث، فمن خلالها تتضح جوانب الموضوع المراد دراسته.

لهذا سنتناول في هذا الفصل هذه العناصر بالترتيب، ابتداءً بمشكلة الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها مروراً بأسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها بالإضافة إلى ضبط مفاهيم الدراسة والحدود المكانية والزمنية والبشرية للدراسة وكذلك نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع الدراسة والعينة والأدوات المستخدمة في جمع البيانات، وأخيراً الدراسات السابقة والمقاربة العلمية المستخدمة في الدراسة.

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

يشهد العالم اليوم تطورات هائلة في مجالات مختلفة من العلوم، وقد أتاحت هذه التطورات تغيرات في جوانب مختلفة منها: الفكرية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، إذ ساهمت تكنولوجيا الاتصال في إحداث قفزة نوعية في مجال التواصل من خلال تطورات هائلة غيرت العديد من المفاهيم و الأدوار فالإنترنت لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات وإرسالها فقط، وإنما أصبح لها العديد من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية حيث تعد همزة وصل بين أجزاء هذا العالم بتقنياتها الواسعة والتي نجحت إلى حد كبير في تعبيد الطريق إلى التعارف و إقامة علاقات اجتماعية مع المحيطين به لتحقيق أهداف معينة، وتبادل الآراء الأفكار بين الأفراد لكسب التأييد أو لدعم الآراء والتعارف والحوار.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت ومن أشهرها الفيسبوك من أهم أشكال تكنولوجيا الاتصال وأكثرها إقبالا وشعبية، لما يملكه من خصائص تميزه عن المواقع الأخرى حيث أنه يتيح إمكانية الربط بين الزملاء والأصدقاء والتواصل بين الأشخاص والمجموعات المختلفة عن بعضها البعض في مختلف بقاع العالم عن طريق تبادل الرسائل و الدردشات، والمشاركات والتعليقات مما أدى إلى زيادة انتشارها يوما بعد يوم، فاستخدام الفيسبوك وإن كان يعبر عن صيحة تكنولوجية لافتة ساهم بشكل كبير في نقل العالم إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصا كبرى لتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود، حيث يعد موقع الفيسبوك على قمة مواقع التواصل الاجتماعي نموا وتسارعا في عدد المشتركين.

وبالرغم من الإيجابيات التي حققها موقع الفايسبوك، إلا أنه أثار جدلا واسعا حول الوقت الذي يقضيه معظم المستخدمون في التفاعل مع أشخاص لا يعرفونهم، إضافة إلى ما تشكله من خطر يهدد سلامة الأسرة و بالأخص العلاقات الزوجية محولا قوتها وتماسكها إلى فتور وبرود مما يؤدي إلى نوع من العزلة والانطواء عند كلا الزوجين وضعف التواصل الإيجابي بينهما، فعوض أن يتحاور الأزواج مع الزوجات حول رغباتهم ومشكلاتهم المنزلية والعاطفية يفضلون التوجه إلى الفايسبوك، وكأن البحث عن الحلول لمشكلاتهم في العالم الافتراضي أفضل من العالم الواقعي. وهذا ما يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيسي التالي:

• ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " على العلاقات الزوجية ؟.

ويندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية هي:

1- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " لدى المتزوجين؟.

2- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام المتزوجين لموقع الفايسبوك؟.

3- كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الزوجية في الجزائر؟.

ثانيا: الفرضيات.

1- تختلف طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " لدى المتزوجين من مستخدم

لآخر.

2- يدفع الفراغ الاجتماعي و العاطفي المتزوجين اللجوء إلى استخدام الفايسبوك.

3- يساهم الاستخدام المفرط للفايسبوك من طرف المتزوجين في إضعاف العلاقات الزوجية.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن عشوائيا، بل كان نتيجة لعدة أسباب نوجزها في النقاط التالية:

3-1- الأسباب الشخصية:

1- الرغبة في تناول هذا الموضوع وتوسيع معرفتنا ومحطتنا العلمية حوله.

2- اندراج المشكلة البحثية ضمن تخصصنا الدراسي.

3- ملاحظتنا الشخصية لتأثير موقع الفايسبوك في محيطنا الأسري.

3-2- الأسباب الموضوعية:

1- الاهتمام الكبير الذي حظي به هذا الموضوع في مجال الإعلام والاتصال.

2- المساهمة في إثراء المكتبة الجامعية بهذا البحث العلمي.

3- معرفة مدى استخدام الأسرة الجزائرية خاصة الأزواج للفايسبوك.

4- التعمق ومواصلة البحث وذلك لانتشار استخدام موقع الفايسبوك بشكل كبير بين مختلف

الفئات في الجزائر.

رابعاً: أهمية الموضوع:

يسعى الباحثون في أي مجال علمي لتحديد الأهمية لموضوع دراستهم وأي باحث يشير لتلك الأهمية في دراسته من أجل إعطاء سند موضوعي وعلمي لموضوع بحثه وتظهر أهمية دراستنا الراهنة في كون الأسرة إحدى العوامل الأساسية في بناء الكيان التربوي، وفي ظل تطور تكنولوجيا الاتصال حاولنا معرفة طبيعة وواقع العلاقات الأسرية في ظل استخدام الزوجين لموقع الفايسبوك ومعرفة العلاقة بينهما لأنهما من أهم عوامل نجاح الحياة الأسرية. ونظراً لهذه الأهمية تم تناول موضوع الدراسة وذلك من خلال:

- 1- اهتمام الباحثين مؤخراً بهذا الموضوع.
- 2- تزايد هذه الظاهرة في الواقع وانتشارها.
- 3- الانعكاسات التي خلفتها هذه الظاهرة على الأسرة والأزواج بصفة خاصة.

خامساً: أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا إلى:

- 1- معرفة عادات وأنماط استخدام موقع الفايسبوك من طرف الأزواج الجزائريين.
- 2- التعرف على الأسباب التي تدفع الأزواج للاشتراك في موقع الفايسبوك .
- 3- الكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية التي يخلفها موقع الفايسبوك على العلاقات الزوجية.

سادسا: مفاهيم الدراسات.

6-1- الفايسبوك:

"هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والمعارف والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها، وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة." (عفيفي، 2015، ص، 164).

● من خلال هذا التعريف نستنتج أن الفايسبوك موقع للتواصل الاجتماعي يساهم في توطيد العلاقات وربط صداقات مختلفة.

ويعرف أيضا: بأنه "ترجع فكرة إنشاء موقع الفايسبوك إلى صاحب هذه الفكرة وهو مارك زوكربيرج الذي أطلق هذا الموقع عام 2004، حيث قام بتصميم موقع على شبكة Net ليجمع أصدقائه في جامعة هارفارد الأمريكية ويمكنهم تبادل الآراء والأخبار والصور ويساعد على التواصل بينهم". (عباس، ص، 51).

● جاء في هذا التعريف التحدث عن نشأة الفايسبوك وكيفية وصوله إلى أكبر عدد من مستخدمييه.

ويعرفه: الأديب النمساوي (روبرت ميناسة) بأن الفايسبوك: هو شبكة لمن يريد أن يشارك، ويتعرف على الجديد فيها والوصول إلى أكبر عدد من القراء. (عفيفي، مرجع سابق، ص، 65).

- نستنتج من خلال هذا التعريف أن الفايسبوك شبكة عالمية، يقرب المسافات وذلك للتواصل بين أفراد المجتمع.

التعريف الإجرائي:

هو عبارة عن موقع يساعد على تكوين علاقات بين مستخدميه من أجل تبادل المعلومات والصور ومقاطع الفيديو والتعليقات.

6-2- الأثر:

لغة: أثر بمعنى بقية الشيء، والجمع آثار، أثر في الشيئين بمعنى ترك فيه أثرا. (ابن منظور، 2008، ص، 55).

اصطلاحا: هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على حد سواء، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي. (مكاوي، السيد، 1998، ص، 52).

. نلاحظ من خلال هذا التعريف أنه جاء تعريف الأثر مرتبط بعملية اتصالية، والتي تحدث بين المرسل والمستقبل في حين نجد أن الأثر لديه تعريف آخر أشمل من هذا التعريف.

. حيث يعرف أيضا بأنه: "هو ما تحدثه وسائل الإعلام من تغيرات على الأفراد، كما يستعمل لوصف اتجاه سائد في الدراسات المتعلقة بوسائل الإعلام، ومن جهة أخرى الأثر هو ما أحدثته التكنولوجيا الإعلامية سواء كان تأثير سلبي أو إيجابي، والأثر هو إحداث تغيرات في السلوك والتفكير. (العار، 2006، ص، 264).

. يتضح من خلال هذا التعريف أن التأثير ما هو إلا رد فعل ينتجه التعرض لوسيلة إعلامية، فهو إذن مرتبط بتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

التعريف الإجرائي:

هو التغير الذي يحدث للفرد نتيجة تعرضه لشيء ما على مستوى التفكير والسلوك.

6-3- العلاقات:

لغة: العلاقة هي جمع علائق وعلاقات ويقابلها باللغة الفرنسية بالإنجليزية Relation ومصدرها علق وهي ارتباط أو صداقة أو حب. (مسعود، 1992، ص، 649).

اصطلاحاً: يعرفها مُجد عاطف غيث بقوله "العلاقة الاجتماعية نموذج التفاعل الاجتماعي بين شخصين أو أكثر ويمثل هذا النموذج أبسط وحدة من وحدات التحليل السميولوجي، كما تنطوي على الاتصال الهادف والمعرفة المنسقة لسلوك الشخص الآخر. (غيث، 1990، ص، 109).

. نلاحظ من خلال هذا التعريف أن مُجد عاطف غيث حصر تعريف العلاقة ضمن العلاقات الاجتماعية و الاتصالية، حيث نجد أن مفهوم العلاقة أشمل مما جاء في هذا التعريف.

. وتعرف أيضاً: بأنها رابطة بين شيئين أو ظاهرتين فتلزم تغيير إحدهما تغيير الأخرى، وإن مبدأ العلاقة هي أخذ مبادئ التفكير لأن العمل الذهني هو عملية محاولة ربط بين طرفين أحدهما بالآخر. (مراد، 1998، ص، 2017).

. حسب ما ورد في هذا التعريف نلاحظ أن العلاقة هدفها التغيير، وهذا ليس بالضرورة، إلا أنه أصاب في تعريف العلاقة بأنها رابطة بين طرفين .

6-4- الأسرة :

لغة: الأسرة هي الدرع الحصينة، وأهل الرجل وعشيرته، والجماعة يربطها أمر مشترك، الجمع "أسر"

وأسرة الرجل: عشيرته ورطه الأدنون، لأنه يتقوى بهم. (أبو أسعد، 2014، ص، 20).

اصطلاحا: يعرفها أوغست كونت بأنها الخلية الأولى في جسم المجتمع، والنقطة الأولى التي يبدأ منها

التطور، والوسط الطبيعي والاجتماعي الذي يتزعرع فيه الفرد. (رشوان، 2003، ص، 24).

. من خلال هذا التعريف يتبين أن الأسرة هي نواة المجتمع إلا أن هذا التعريف غير شامل.

تعرف أيضا: هي جماعة اجتماعية أساسية ودائمة ونظام اجتماعي ورئيسي، وليست الأسرة أساس

وجود المجتمع فحسب بل هي مصدر الأخلاق والدعامة الأولى لضبط السلوك والإطار الذي يتلقى

فيه الإنسان أول دروس الحياة الاجتماعية. (الحوي، 2003، ص، 37).

. يتضح من خلال هذا التعريف أن الأسرة أرضية فسيحة تتصارع فوقها جميع الأنظمة الاجتماعية

والأخلاقية إلا أن هذا التعريف غير كامل.

وتعرفها: وهبة الزحيلي الأسرة هي: الجماعة المعتبرة نواة المجتمع، والتي تنشأ برابطة زوجية بين رجل وامرأة ثم يتفرغ عنها الأولاد، وتضل صلة وثيقة بأصول الزوجين من أجداد وجدات والحواشي من إخوة وأخوات بالقرابة من الأحفاد والعمات والأعمام. (الزحيلي، 200، ص، 20).

. من خلال هذا التعريف يتبين أن الأسرة هي نواة المجتمع والتي تقوم على أساس العلاقة بين الرجل والمرأة والتي ينتج عنها الأولاد.

التعريف الإجرائي: هي جماعة من الأشخاص يعيشون في مسكن واحد ويتفاعلون مع بعضهم البعض، وتربطهم روابط الدم والزواج، تتكون من الأم والأب والأبناء والإخوة والأخوات تجمعهم روح المودة والتعاون.

6-5-العلاقات الأسرية:

يعرفها مُجد يسري "على أنها مفهوم التربية الأسرية وتمثل الجهد التربوي عن طريق الأسرة بقصد تغيير وتنمية اتجاهات وقيم الفرد وهي طبيعة الحياة داخل الأسرة". (نجيب، 2003، ص، 12).

. نستنتج من خلال هذا التعريف أنه انحصر في مفهوم التربية الأسرية وكيفية تغيير اتجاهات وقيم الفرد إذ نجد أن مفهوم العلاقات الأسرية أشمل من هذا التعريف.. **وتعرف أيضا:** بأنها تلك العلاقات التي تقوم بين الزوج {ة} والأبناء أي أنها طبيعة الإتصالات والتفاعلات التي تقوم بين أعضاء الاسرة الذين يقيمون في منزل واحد، وتشمل العلاقات التي تقع بين الزوج والزوجة وبين الزوجين والأبناء وبين الأبناء أنفسهم. (جرار، 2012، ص، 145).

. يتضح لنا من خلال هذا التعريف أن العلاقات الأسرية هي مختلف الاتصالات والتفاعلات بين أعضاء الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد وهذا التعريف غير شامل، إذ نجد أن العلاقات الأسرية تشمل قرابات أخرى كالأجداد و الأعمام والعمات وغيرها من صلة القرابة.

التعريف الإجرائي:

هي العلاقة التي تبنى على أساس التفاعل المتبادل بين أفراد الأسرة من خلال الحقوق والواجبات.

6-6- الزواج:

لغة: نجد في المعجم الوجيز أن معنى الزواج هو: "تزوج امرأة وبها اتخذها زوجته، والزواج اقتران الزوج بالزوجة أو الذكر والأنثى". (مذكور، 1996، ص، 295)

اصطلاحاً: هو عبارة عن الرابطة الشرعية بين الجنسين ولا تتم هذه الرابطة إلا في الحدود التي يرسمها المجتمع ووفقاً للمصطلحات التي يقرها. (بوتفنوشت، 2005، ص، 11)

. من خلال هذا التعريف نلاحظ أن معنى الزواج ينصب على الاعتراف الاجتماعي باعتباره خاصية هامة من خواص الزواج.

ويعرفه: (ميردوك) الأنثربولوجي الشهير بأنه: علاقة بين رجل مع امرأة أو أكثر يعدها القانون أو العادات، وتنطوي على حقوق وواجبات معينة تترتب على اتحاد الطرفين، وعلى إنجاب الأطفال الذين يولدون نتيجة هذا الزواج. (سيد أحمد وآخرون، 2011، ص، 25)

. يشير هذا التعريف إلى استمتاع الرجل مع زوجته بل كذلك يمكنه أن يتعاشر مع غيرها من الزوجات في الحد المقرر قانونا وشرعا.

ويعرف أيضا: الزواج في الاصطلاح الشرعي هو: "عقد وضعه الشارع يفيد حل استمتاع كل من الزوجين بالآخر على الوجه المشروع، وعلى سبيل القصد والنقيد بالقصد لئلا يشمل العقد الذي يفيد الحل حل ضمينا ملك اليمين الذي يبيث شراء أو هبة أو ميراث، فإنه يحل لمالك الجارية الاستمتاع بها" (الشرقاوي، 1966، ص، 10).

. يعتبر هذا التعريف الأكثر شمولية سواء من حيث الغاية أو من حيث القصد من الزواج وهو النوع ذو الانتشار الواسع عند كل الأجناس البشرية .

-التعريف الإجرائي: هو عقد يتم بين رجل وامرأة على الوجه الشرعي، بغية المحافظة على النسل وإحسان كل من الزوجين.

6-7- العلاقات الزوجية:

تعرف بأنها "علاقة عقلية قبل أن تكون علاقة قانونية، ترتبط أساسا وتنمو بحب زوجي، حيث وصفها "أندري لمارش" بأنها لا تقتصر على عيش شخصيين معا بمقتضى ارتباط قانوني بقدر ما هي استمرارية في العلاقة على أساس وجود حياة مشتركة بين شخصيين يتعلم من خلالها الشخص العيش مع شخص آخر" (بلعباس، (2016/2015)، ص، 60)

. يلاحظ من خلال هذا التعريف أن العلاقة الزوجية لا تقتصر على ارتباط قانوني فقط بل تتعداها

حيث عرفها أندري لامارش أنها علاقة تعتمد بشكل أساسي على المشاركة بين شخصين لتحقيق

حياة سعيدة

. تعريف أيضا: العلاقة الزوجية هي أساس البناء الأسري وسبب لاستمرار بقاء الإنسان وامتداد نسله

وتكثير سواد الأمة وقد حث نبينا مُحَمَّد ﷺ على ذلك بقوله "النكاح من سنتي، فمن لم يعمل بسنتي

فليس مني، وتزوجوا مني، وتزوجوا فإني مكاثر بكم الأمم"

(.http:// www.alukah.net.)

. من خلال هذا التعريف نستنتج أن من خلال العلاقة الزوجية يستطيع الزوجان المحافظة على

الاستمرارية وتكوين أسرة يسودها الحب والسكينة .

يعرفها: خليفة بركات "هي علاقة تجمع بين علاقة الصداقة والميل الجنسي وعاطف الحب، وهي

تتضمن علاقات أخرى بين الزوجين مبنية على ما يشتركان فيه من أهداف و آمال، فقد تكون بين

الزوجين علاقات متصلة بالنواحي الاقتصادية أو الاجتماعية الأخرى كلما تقدمت الحياة الزوجية

شعر الزوجان بقوة الرباط الذي يجمعهما، وقد تؤدي الضغوط الداخلية أو الخارجية إلى مشاكل

وتضيق العلاقة. (بلعباس، مرجع سابق، ص، 61).

. من خلال هذا التعريف نستنتج أن العلاقة الزوجية عبارة عن علاقة اجتماعية قانونية وعقلية تعتمد

على التفاعل بين الزوجين، ووجود بعض الضغوطات مما يؤدي إلى وجود خلل في العلاقة الزوجية.

- التعريف الإجرائي: العلاقة الزوجية هي عبارة عن علاقة وطيدة تعتمد على التفاعل الإيجابي بين الزوجين، وذلك لتحقيق الحياة الزوجية السعيدة التي يسودها الحب والرحمة والسكينة.

سابعاً: حدود الدراسة:

لكل دراسة مجالات لا بد من تحديدها وإبرازها، وهذه العملية خطوة أساسية في كل بحث علمي وتتوقف هذه الدراسة على ثلاث مجالات هي:

7-1- المجال المكاني:

ويقصد به الإطار الذي أجريت فيه الدراسة، وقد تم إجراء دراستنا هذه بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى - جامعة جيجل - "والتي تقع في بلدية الأمير عبد القادر والمنطقة العمرانية تاسوست، يحدها من الغرب مدينة جيجل ومن الجهة الشمالية كل من السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43، ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست، تبلغ مساحتها 39.8 هكتار، تضم الجامعة أربع كليات وهي: كلية الأداب واللغات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية والتسيير، وكذا كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" (بوضيف، زعرة، 2014/2015)، ص، 105).

7-2- المجال البشري:

هو المجتمع الذي يقوم الباحث بتحديد وتحديده نوعية وخصائص هذا المجتمع البشري الذي يقوم بجمع المعلومات والبيانات اللازمة عنه، ويتضمن المجال البشري لهذه الدراسة مجموعة من الأساتذة المتزوجين.

7-3- المجال الزماني:

أنجزت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2017/2018. وقد شرعنا في إعداد الجانب المنهجي والنظري للدراسة بداية من شهر ديسمبر 2017، وقد تم إنهاء ذلك في شهر مارس 2018، حيث قمنا بتصميم استمارة الاستبيان وتوزيعها على الأساتذة التي سنجري عليهم الدراسة بداية من شهر أفريل 2018، وفي الأخير تفرغ البيانات في جداول، وإجراء العمليات الإحصائية، واستخلاص النتائج، وبذلك أنهينا الدراسة في أوائل شهر ماي 2018، وبذلك امتدت الدراسة بجوانبها الثلاث المنهجي والنظري والتطبيقي من شهر ديسمبر 2017 إلى شهر ماي 2018.

ثامنا: نوع الدراسة ومنهجها:

8-1- نوع الدراسة:

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية الاستكشافية حيث تعرف بأنها: كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها (بن مرسل، 2009، ص، 282). وفي دراستنا هذه نحاول معرفة استخدام الفايسبوك

وتأثيره على العلاقات الزوجية في بعدها الحاضر، وكيف يؤثر موقع الفايسبوك على الحياة الزوجية للأستاذة.

8-2- منهج الدراسة:

إن اختيار منهج الدراسة في البحوث الاجتماعية والإنسانية يتم وفق الأهداف التي يريد الباحث الوصول إليها، وهذا انطلاقاً من طبيعة الموضوع، والأبعاد التي يهتم بها، فالمنهج هو "الطريق أو الأسلوب الذي يسلكه الباحث العلمي في تقصيه الحقائق العلمية في أي فرع من فروع المعرفة، وفي أي ميدان من ميادين العلوم النظرية والعملية". (عنايية، 2008، ص، 17).

واعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي الذي يعرف: "هو المنهج الذي يركز على وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطوير يشمل فترات زمنية عدة". (عبيدات وآخرون، 1999، ص، 43).

كما يعرف بأنه: "مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة، أو الموضوع اعتماداً على جمع الخصائص والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً، لاستخلاص دلالاتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة". (زرزواقي، 2002، ص، 191).

وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي لعدة أسباب منها:

- أن عنوان الدراسة يتناسب مع المنهج الوصفي، من أجل دراسة استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية.

- يتيح هذا المنهج استخدام العديد من أدوات جمع البيانات والتي من خلالها يتيح الحصول على إجابات المبحوثين حول موضوع الدراسة.

تاسعا: مجتمع البحث وعينة الدراسة:

9-1- مجتمع الدراسة:

إن مجتمع البحث يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة (عليان، 2009، ص، 137). ويشتمل مجتمع البحث في هذه الدراسة الأساتذة المتزوجين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي . الفاييسبوك . بجامعة مُجَّد الصديق بن يحيى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والذي يبلغ عدد الأساتذة (40) وهو ما يمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه.

9-2- عينة الدراسة:

مما لاشك فيه أن البحوث الاجتماعية والإنسانية ومنها البحوث الميدانية لا يمكن الاستغناء عن العينة، فمن خلالها يتمكن أي باحث من جمع المعلومات والبيانات التي تساعده في دراسة وتحليل وتفسيره لظاهرة مدروسة.

وتعرف العينة بأنها: "جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وتضم عددا من الأفراد من المجتمع الأصلي" (الدعيج، 2010، ص، 91).

كما عرفها سعيد سبعون: "أنها ذلك الجزء من الكل الذي يتم استخدامه من أجل إمكانية التحقق من الفرضيات". (سبعون، 2012، ص، 135).

بعد التعرف على العينة نجد بها العديد من الأنواع تفرضه طبيعة الموضوع فعندما لا يمكن للباحث اختيار العينة بطريقة عشوائية من المجتمع الأصلي لدراسته، فتكون رغبة الباحث إلى اختيار عينة تعرف بالعينة (القصدية) والتي تندرج ضمن العينة غير العشوائية .

تعرف العينة القصدية على أنها: "تتم عن طريق اختيار الباحث لمجموعة من الأفراد تتلاءم مع الغرض من البحث كأن تكون هذه العينة عاشت ظاهرة معينة". (الأسطل، 2012، ص، 9)

والعينة هنا وحسب طبيعة موضوعنا الذي تطلب منا العينة وهي الأساتذة المتزوجين والذين يملكون حساب في الفايسبوك والذي يبلغ عددهم 40.

عاشرا: أدوات جمع البيانات:

إن عملية جمع البيانات مهمة جدا في أي بحث علمي، وخاصة في البحوث الاجتماعية والإنسانية، بحيث أن دقة النتائج التي يتوصل إليها الباحث ومدى صحتها وتطابقها مع الواقع على الاختيار المناسب لأدوات جمع البيانات، وهذه الأخيرة عبارة عن: "تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر". (بن مرسل، 2007، ص، 202).

إن طبيعة الدراسة هي التي تحدد طبيعة أدوات جمع البيانات التي يجب أن يتخذها الباحث كوسيلة لجمع البيانات، وفي دراستنا هذه اعتمدنا على أداتين وهما:

10-1- استمارة الاستبيان:

حيث تعرف هذه الأخيرة على أنها: "مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث" (إبراهيم، ص، 165). عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي يتم الإجابة عليها من قبل المفحوص بدون مساعدة الباحث الشخصية أو من يقوم مقامه". (المرجوي، 2010، ص، 17).

تكونت الاستمارة من 34 سؤالاً، وهذا بعد تحكيمها من قبل مجموعة من الأساتذة في علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى - جامعة جيجل - وهم بوبعة عبد الوهاب، بوسعدية مسعود، بولعويادات حورية، فاطمة بوخديش، صيغت في شكلها النهائي، حيث انقسمت إلى أربع محاور، المحور الأول ويتضمن البيانات الشخصية للمبحوثين، المحور الثاني ويتعلق بالفرضية الأولى، تحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى الكشف عن عادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك من طرف الأزواج، أما المحور الثالث ويتعلق بالفرضية الثانية ويتضمن أسئلة حول دوافع وأسباب استخدام موقع الفيسبوك من طرف الأزواج، أما المحور الرابع ويتعلق بالفرضية الثالثة ويعتبر من أهم محاور الاستبيان لأنه يركز على إبراز أثر استخدام موقع الفيسبوك على العلاقات الزوجية.

اندرج كل محور على مجموعة من الأسئلة.

تعتبر الملاحظة من الأدوات الرئيسية لجمع المعلومات وهي النواة التي يمكن أن تعتمد عليها للوصول إلى المعرفة العلمية، والملاحظة في أبسط صورها في النظر إلى الأشياء وإدراك الحالة التي هي عليها. (البديوي، 2007، ص، 400) فعند توزيعنا للاستمارة قمنا بملاحظة ردود أفعال لمبحوثين (الأساتذة) وكذلك ملاحظة تصرفاتهم أثناء استلامهم للاستمارة ومعرفة عنوان الدراسة إذ أن أغلبية الأساتذة لم يقوموا بوضع معلومات واقعية، كذلك تلقينا الرفض من قبل بعضهم .

إحدى عشر: الدراسات السابقة:

لقد اعتمدنا لانجاز هذا البحث على عدد من الدراسات التي لها ارتباط باستخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها، ولو أن أغلبها لم تعالج تأثير الشبكات الاجتماعية على العلاقات الزوجية تحديدا وعلى رأسهم موقع الفايسبوك.

11-1- الدراسات الأجنبية:

● الدراسة رقم (01):

دراسة من إعداد Keithn Hampoton وآخرون وهي بعنوان "موقع الشبكات الاجتماعية وحياتنا"، عملت على محاولة التأثير الاجتماعي لاستخدام موقع الشبكات الاجتماعية مثل: Myspace و LinkedIn و Dacebook و Twiter وأجريت بتاريخ 16 جوان 2011م.

طرحنا الإشكالية على النحو التالي:

- هل عزلت الشبكات الاجتماعية الأشخاص وقطعت علاقاتهم الاجتماعية؟ أم أنها ساعدت في ربطهم بآخرين؟ وقد قرر كل من مركز أبحاث pew للانترنت و American life project دراسة الشبكات الاجتماعية من خلال مسح شامل لها وكيف ارتبط استخدامها بمفهوم الثقة، التسامح الدعم الاجتماعي والمشاركة السياسية.

وكانت نتائج الدراسة ما يلي:

- من خلال العينة المدروسة تبين أن 79% من البالغين الأمريكيين يستخدمون الانترنت تقريبا تصف عددهم أي حوالي 47% من أصل 59% من مستخدمي الانترنت على الأقل موقع واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية، وهذا ما يقارب ضعف نسبة البالغين الذين استخدموا الشبكات الاجتماعية في 2008م والتي كانت حوالي 26% من أصل 34% من مستخدمي الانترنت أضف إلى ذلك أن متوسط عمر هؤلاء البالغين المستخدمين للانترنت قد تغير من 33 سنة إلى 38 سنة في 2010م. وحوالي نصفهم هم في عمر 35. و56% من المستخدمين هم لإناث.

ومن خلال المسح توضح أن Facebook هو الشبكة الاجتماعية الأوسع استخداما حيث 92% من العينة يستخدمونه في حين يستخدم 29% موقع Myspace، 18% يستخدمون LinkedIn و13% يستخدمون موقع Twitter.

هناك فرق كبير في طريقة استخدام الأشخاص لمختلف مواقع الشبكات الاجتماعية حيث أن 52% من مستخدمي "الفايسبوك" و3% من مستخدمي Twiter يلجؤون إليهما بصورة يومية في حين 7% من مستخدمي و6% يفعلون ذلك . أما متوسط استخدام "الفايسبوك" في اليوم الواحد النتائج أن:

- 5% يتحدثون صفتهم الشخصية.

- 22% يعلقون على صفحات الآخرين الشخصية وعلى ما ينشرونه.

- 20% يعلقون على صور الآخرين.

- 26% يحبون المضمون الذي يضعه الآخرين.

- 10% يرسلون رسائل خاصة للمستخدمين الآخرين.

كما توصلت الدراسات إلى أن العلاقات الاجتماعية في أمريكا أصبحت أكثر حميمية مما كانت عليه قبل عامين وتوصلت أيضا إلى أن استخدام "الفايسبوك" ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين الأفراد، وجزء صغير فقط من مستخدمي "الفايسبوك" في أمريكا لم يلتقوا بأصدقائهم في "الفايسبوك" من قبل. (نومار، (2016/2015)، ص، ص، 21، 22).

أوجه الاختلاف والشبه:

تختلف دراستنا عن هذه الدراسة من العنوان فهذه الدراسة عنوانها "موقع الشبكات الاجتماعية وحياتنا"، فهي تدرس التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، أما دراستنا فندرس

أثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الزوجية، أما من ناحية التشابه فهي تتشابه مع دراستنا من حيث أخذ الفايسبوك نموذجاً.

• الدراسة رقم (02):

دراسة "ميشيل فانسون" (2010) بعنوان "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية" وهي دراسة استطلاعية مسمية بريطانية طبقت على عينة قوامها (1600) شاب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في بريطانيا، هدفت إلى البحث في أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد أظهرت النتائج أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها الفايسبوك، يوتوب، قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الانترنت من ذلك الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم وأظهرت الدراسة أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، ويلعبون عدداً أقل من الألعاب الكمبيوترية ويبدؤون في إرسال كم من الرسائل النصية وكذلك البريدية، وقد بينت الدراسة انه نحو 53% من الذين شاركوا في الدراسة المسحية بأن شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت تسببت بالفعل بتغيير أنماط حياتهم وكشفت الدراسة أن نصف مستخدمي الانترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة ب 27% فقط في فرنسا، و33% في اليابان و40% في الولايات المتحدة الأمريكية. (عوض، 2012، ص، 11).

أوجه الاختلاف والشبه:

تختلف دراستنا الحالية عن هذه الدراسة في معالجتها الموضوع ففي دراستنا نعالج من زاوية استخدام الزوج (ة) لموقع الفيسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية بينما الدراسة السابقة فهي تدرس أفر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية وعلى رأسهم الفيسبوك فهي تشبه دراستنا من ناحية أخذ الفيسبوك نموذجا.

11-2- الدراسات العربية:

● الدراسة رقم (01):

قام بها الدكتور حلمي خضر بعنوان تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) هدفت الدراسة إلى معرفة تأثيرات الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري. ومن أجل تحقيق هذا الهدف اختبر (471) فردا من دولة قطر بطريقة عشوائية وزعت عليهم استبانة تتألف من 21 سؤالاً وأما متغيرات الدراسة فكانت: النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي والوضع المهني والحالة الاجتماعية وعدد ساعات استخدام الانترنت في اليوم، فضلا عن سنوات الخبرة في الاستخدام. وقد توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة من كلا الجنسين يستخدمون الانترنت في حياتهم اليومية بنسب متفاوتة، لكن تأثير الانترنت في الإناث كان أكثر من تأثيره في الذكور كما تبين أيضا أن الاتصال عبر الانترنت ترك تأثيرا في اتصال أفراد العينة الشخصي المباشر مع أسرهم بنسبة 44.4% وتأثيرا في اتصالاتهم بأصدقائهم ومعارفهم بنسبة 43% كما تبين أن هناك قدرة الاتصال عبر الانترنت في تكوين علاقات عاطفية قوية جعلت ما نسبته 28.8% منهم لا يمانع في فكرة الزواج عبر الانترنت. واتصلت الدراسة أيضا إلى وجود تأثير

للانترنت في نسق التفاعل الاجتماعي بين أفراد العينة وبين أقاربهم تمثل في تراجع عدد زياراتهم لأقاربهم بنسبة 44.7% وتراجع في النظم الاجتماعية بنسبة 43.9% ومن النتائج الأخرى التي توصلت إليها الدراسة قدرة الانترنت على توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة بنسبة 64.5% ويشعر استخدامها ما نسبته 40.3% منهم بالاغتراب عن مجتمعه المحلي. (خضر، 2008، ص، 29).

أوجه الاختلاف والشبه:

تختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث العنوان فهذه الدراسة عنوانها "تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية"، أما دراستنا فندرس "أثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الزوجية"، ويكمن الاختلاف كذلك في نوع العينة حيث نجد أنهم اختاروا أفراد العينة بطريقة عشوائية أما دراستنا فاستخدمت العينة القصدية، في حين تشبه هذه الدراسة مع دراستنا من حيث استخدام أفراد المجتمع ومن بينهم الأزواج بمواقع التواصل الاجتماعي.

● الدراسة رقم (02):

دراسة حنان بنت شعشوع الشهري (1434هـ) حول "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية - فيسبوك وتويتر نموذجاً- " وهي مذكرة ماجستير، بجامعة الملك عبد العزيز، من خلال دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة.

حيث هدفت هذه الدراسة على التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع.

استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من (150) طالبة تم اختبارهن بطريقة قصدية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام فيسبوك وتويتر في سهولة للتعبير عن آرائهن واتجاهاتهم الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع وقد بلغت نسبتهن 67% .
- كما توصلت النتائج أن أغلب مستخدمات الفيسبوك يبحثن عن صداقات جديدة، والتقارب مع أقاربهن البعيدين مكانياً.
- وتشير النتائج أن لاستخدام الفيسبوك وتويتر أتاح لغالبية المبحوثات فرصة التعرف على أشخاص من خلفيات ثقافية واجتماعية مختلفة عن المجتمع السعودي مما أغنى تجربتهن الفكرية والثقافية.
- فيها جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية.
- في حين أثبتت أيضا وجود علاقات ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات كما توجد علاقة ارتباطية

موجبة بين متغيري عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات.

- كما أثبتت النتائج وجود علاقات ارتباطية طردية بين متغير طريفة الاستخدام وبين أسباب وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات المعينة. (الشهري، (2013/2012)، ص، ص، 56-78).

أوجه الاختلاف والشبه:

تختلف دراستنا الحالية عن هذه الدراسة بداية من العنوان ففي درابتنا تناول استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية، بينما الدراسة السابقة تناولت استخدام شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية، حيث تناولت هذه الدراسة موضوع مهم وهو التكنولوجيا وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية ، وركزت في تناولها شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك وتويتر الذي لم نتناوله في دراستنا فهي تشبه دراستنا من ناحية معالجتها للفايسبوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمادها على أداة جمع البيانات الاستمارة.

اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي في حين اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي لأنه الأكثر ملائمة مع دراستنا.

11-3- الدراسات المحلية:

● الدراسة رقم (01): دراسة "مريم نريمان نومار" (2011 - 2012)

حول "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية"

- دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر وهي مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية بجامعة باتنة، الجزائر. هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، وكانت البداية من طرح التساؤلات التالية:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجزائريين؟
- 2- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيسبوك؟
- 3- كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

في حين اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت الملاحظة والاستبيان كأداتين لجمع البيانات، حيث وجه الاستبيان إلى عينة قصدية من المستخدمين الجزائريين لموقع الفايسبوك ممثلة في 280 مفردة.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- نجح موقع فايسبوك في تجسيد ثقافة الكترونية تواصلية جديدة بين الأفراد أنتجت مشاعر جديدة حيث أصبح الأفراد يتواصلون عن طريق فايسبوك أكثر من تواصلهم وجها لوجه وأصبحوا يقضون وقتا أكثر في الحديث مع أصدقائهم فيسمح لهم ذلك بنقل آرائهم واتجاهاتهم والتعبير عن مشاعرهم بطريقة أفضل.

- يؤثر استخدام موقع فايسبوك على التفاعل الاجتماعي للمستخدم مع عائلته وأصدقائه ومعارفه ففضاء وقت طويل في تصفح الموقع ووضع المشاركات والرد على التعليقات يجعل المستخدم ينسى نفسه مع تراجع المشاركة في مختلف النشاطات الاجتماعية.

- ساهم موقع الفايسبوك من جهة أخرى في توسيع العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها، فقد نجح هذا الموقع في أن يجمع عددا كبيرا من أصدقاء المدرسة والرفاق وسهل التواصل مع الأقارب خاصة منهم الذين يقطنون في مناطق بعيدة.

- يؤثر استخدام موقع الفايسبوك على الانتماء الاجتماعي، فبعد اندماج الفرد وإلغاء المسافات فيما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن المستخدم يعبر عن شعوره بالوحدة والعزلة عن محيطه الاجتماعي وأيضا الشعور بالفراغ الاجتماعي العاطفي مما يخلق حالة من التباعد النفسي والاجتماعي بينه وبين من تربطه بهم علاقات اجتماعية فيبدأ بالانسحاب من الواقع ليهرب من مكان آخر يلبي من خلاله حاجاته ورغباته، كما يمكن اعتبار قلة تواصل المستخدم مع عائلته وأصدقائه وتراجع مشاركته في النشاطات الاجتماعية أحد المؤشرات عن اغتراب المستخدم عن مجتمعه. (نومار، 2012/2011)، ص، ص، (5-210).

أوجه الاختلاف والشبه:

يكمن اختلاف دراستنا الحالية عن دراسة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية بداية من العنوان في حين تدرس دراستنا استخدام الفايسبوك وتأثيره على

العلاقات الزوجية، في حين تشتهر هذه الدراسة مع دراستنا من ناحية معالجتها لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك بالإضافة إلى نفس المنهج وهو الوصفي والعينة القصدية.

● الدراسة رقم (02): قام بها إبراهيم بعزيز: (2007 – 2008)

بعنوان منتديات المحادثة والردشة الاللكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع مذكرة ماجستير جامعة الجزائر .

وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية انطلقت من الإشكالية التالية:

ما هي دوافع استخدام منتديات المحادثة الاللكترونية، وما هي انعكاساتها على الفرد والمجتمع؟

وتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الفئات الأكثر استخداما لمنتديات الدردشة؟
- ما هي الحاجات التي يسعى مستعملو الانترنت إلى إشباعها من خلال المحادثة الاللكترونية؟
- ما هي الحالات التي تستخدم فيها منتديات المحادثة الاللكترونية؟
- ما هي أسباب استعمال منتديات الدردشة الاللكترونية أكثر من خدمات الانترنت الأخرى؟
- ما هي الانعكاسات والآثار المترتبة عن استعمال منتديات الدردشة الاللكترونية؟
- هل أثر استخدام منتديات المحادثة الاللكترونية على استخدام وسائل الإعلام الأخرى؟

- هل فعلا تعتبر المحادثة الاليكترونية سلبية أم إيجابية إلى حد ما؟

اقتضت طبيعة الدراسة وهدفه استخدام المسح الميداني بالعينة من خلال استمارة اشتملت على 220 مفردة.

وقد تمت عملية توزيع الاستمارة في 11 مقهى انترنت، متوزعة في المناطق التالية: بني مسوس، بوزريعة باب الزوار، بن عكنون، شارع حسيبة بن بوعلي، شارع ديدوش مراد، كما تم توزيع بعض الاستثمارات على بعض الأشخاص الذين يملكون شبكة الانترنت بالمنزل. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- تبين من خلال الدراسة معظم المبحوثين (50%) يستعملون منتديات الدردشة لأكثر من سنتين والفئات الأكثر استخداما لها هي التي تتراوح أعمارهم ما بين 15 و25 سنة وذلك بنسبة 58% .

- اللغة الأكثر استخداما هي العربية ثم الانجليزية ثم الفرنسية، ثم تأتي اللهجة العامية.

- معظم المبحوثين يستخدمون منتديات المحادثة الاليكترونية في مقاهي الانترنت.

- غالبية المبحوثين يفضلون الدردشة الفردية على الجماعية.

- معظم المستجوبين يفضلون الدردشة الفردية على الجماعية.

المعايير التي يختار على أساسها المدرشون الشخص الذي يتحدثون معه كان ترتيبها كما يلي:

المستوى الثقافي و العلمي 29 %، الجنس 25.3 %، البلد 19.5 %، اللغة 16.3 %، الديانة 09.04 % .

- معظم المبحوثين يفضلون العلاقات الحقيقية المباشرة %73 أكثر من العلاقات الافتراضية عبر الانترنت 20.5%.

- هناك تقريبا نصف المبحوثين 48,5% تقابلوا مع شخص تعرفوا عليه عبر الدردشة الاليكترونية 12% منهم إناث.

- غالبية المستجوبين لا يشعرون بالوحدة والعزلة عن المحيط الاجتماعي بفعل الدردشة، لكن مع الإشارة إلى وجود نسبة هامة 27.5% ممن يشعرون بالوحدة، مرتبطة بشكل مباشر بنسبة استخدام منتديات الدردشة.

- هناك نسبة معتبرة من الذين يحسون بالألفة والانتماء إلى الجماعة الافتراضية جماعة الدردشة، أكثر من جماعتهم الأولية.

- يرى 59% من المبحوثين أن الدردشة الاليكترونية تساعد على التخلص من شعور الوحدة.

- الأغلبية الكبيرة من المبحوثين 61.5% لا يثقون في الأشخاص الذين يدرشون معهم ولا يصدقون البيانات التي تقدم لهم. (بعزيز، 2008/2007).

أوجه الاختلاف والشبه:

تختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث العنوان فهذه الدراسة عنوانها "منتديات المحادثة والدردشة

الاليكترونية" أما دراستنا فعنوانها "استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية" إضافة إلى

الاختلاف في اختيار العينات، أما من ناحية التشابه فهي تتشابه مع دراستنا في اتخاذها لنفس أداة جمع البيانات وهي الاستمارة واتخاذ الفايبيوك نموذجاً.

اثني عشر: المقاربة النظرية للموضوع:

تعد النظرية قالب فكري، منظم يبدأ بمجموعة من التخيلات العقلية والتي تسمى بالفروض العلمية، حيث تقوم بربط مجموعة من المتغيرات وتساعد الباحث على تفسير العلاقة بين هذه المتغيرات تفسيراً منهجياً (المعجم العربي الأساسي، 1989، ص206). فالنظرية تكتسي أهمية كبيرة في البحث العلمي، وتعد مرحلة ضرورية "لا يمكن الاستغناء عنها، حيث تساعد الباحث على تنظيم الوقائع وبناء الفرضيات والوصول إلى النتائج" (درويش، 2005، ص27).

أما فيما يخص النظرية التي رأيناها مناسبة في تقديم وحدات التحليل، والتزويد بآليات التفسير للموضوع محل الدراسة، وبما أن موضوع دراستنا حول استخدام الفايبيوك وتأثيره على العلاقات الزوجية . ارتأينا أن نظريتي الاستخدامات والإشباعات ونظرية التفاعلية الرمزية مناسبتان لإسقاطهما على موضوع بحثنا.

12-1- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات:

هي نظرية تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية

الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام. (مكاوي، ص، 239).

12-1-1-1- فروض النظرية:

يلخص كارتز وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط التالية:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الجمهور.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد. (بوزيان، 2010، ص، 41)
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الوسائل فقط. (مكاوي، السيد، 1998، ص، 241).

12-1-2- الأهداف التي تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع لتحققها:

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى ترسيخ وشرح مفهوم الجمهور "النشط" الذي تقوم

عليه في الأساس، إضافة إلى أهداف أخرى نذكر منها:

1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري. (مكاوي، السيد، 2011، ص، 37).

4- الكشف عن الإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام.

5- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و"أنماط التعرض لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك".

6- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث ومدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها. (المزاهرة، 2012، ص، ص، 186، 187).

12-1-3- النقد الموجه لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

من أبرز الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية هي:

1. أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين " open Ended-way " حول الإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام.
2. لم تحاول هذه الدراسات أن تكشف الرابط بين الإشباع التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية النفسية للحاجات التي يتم إشباعها.
3. فشلت هذه الدراسات في بحث العلاقات المتداخلة فيها الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضا كمييا أو مفاهيميا. (المشاقبة، 2011، ص، 86).
4. تعتبر مقارنة نفسية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.
5. دخول وسائل جديدة إلى الواقع مثل الانترنت، وهذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها.
6. إن المدخل لم يفرق بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور، والإشباع التي تحققت عند المشاهدة، علما أن هذا الفرق يوضح به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثنائها أو بعدها وهذا لم يحدد في المدخل ولم يتم التطرق إليه بدقة. (المزاهرة، مرجع سابق، ص، 206).

4-1-12- علاقة النظرية بالدراسة:

- هناك عدة أسباب تربط العلاقات الزوجية وطرق استخدام شبكة الفايسبوك نذكرها فيما يلي:
- . نجد في العلاقات الزوجية عدة توترات وصراعات مما يدفع بالفرد إلى استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك للتخفيف من حدة التوترات.
- . هناك عدة ظروف اجتماعية تجعل الأفراد يتجهون للفايسبوك لإشباع حاجاتهم النفسية والعاطفية.

. يمكن للفرد أن يلجأ لشبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك للحصول على المعلومات التي تعمل على تنشيط الحوار والتواصل داخل الأسرة.

" كما يعتبر تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباعيات اليوم في مواقع التواصل الاجتماعي . الفايسبوك . ذو أهمية بالغة، حيث وجد park وآخرون سنة 2009 عوامل الاستخدام والاشباعيات الرئيسية الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك هي: خلق صداقات، التسلية، التعريف بالذات، الحصول على المعلومات في حين وجد la rose و eastin إلى عوامل أخرى تتمثل في الإشباعيات الاجتماعية، التعريف بالذات، الحصول على المعلومات " (رويدي، (2013/2014)، ص، 24).

12-2- نظرية التفاعلية الرمزية:

يتجه أنصار التفاعلية في عملهم من الذات إلى خارجها، حيث من المؤكدين على أن الناس يؤسسون المجتمع ، ويطلق على هذا المنظور في بعض الأحيان التفاعلية الرمزية، نظرا لتأكيدده على أهمية المعاني الرمزية للاتصال، لما يشمله من لغة وإشارات ويسلم أنصار التفاعلية بالقول بأن المجتمع يصنع الأفراد ويشكلهم، ومع ذلك فهم يعتقدون أن هناك فرصا مستمرة للفعل الإبداعي. (عبد الجواد، 2011، ص، 483).

ويؤكد أصحاب التفاعلية الرمزية على الدور الذي يلعبه التفاعل الاجتماعي في الحياة الاجتماعية لدى الأفراد والجماعات، فقد لاحظوا أن الناس يدخلون في عملية التفاعل طوال حياتهم، وتلك العملية هي عبارة عن حلقات الاتصال الدائمة بين شخصين أو أكثر.

يقول بلومر **Blumer**: إن التفاعل الرمزي يشير إلى الطبيعة الخاصة والمميزة للتفاعل الذي يحدث بين الكائنات البشرية، وتكمن خصوصية التفاعل في أن الكائنات البشرية تفسر أفعال بعضها عن طريق الرموز ذات المعاني المشتركة. (القريشي، 2011، ص، 403).

ويعطينا "هربرت بلمر" (1969) صياغة للفرضيات التفاعلية :

. إن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء لهم .

. هذه المعاني هي نتاج للتفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني .

. هذه المعاني تتغير وتعدل ويتم تداولها عبر عملية تأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات

التي يواجهها. (الحوارني، 2007، ص، 28).

وبناء على ما تقدم فإن الناس يدخلون في عملية التفاعل من أجل تحقيق مصالح وأهداف معينة

وإشباع حاجاتهم ورغباتهم بأقصى درجة ممكنة، وتلعب قوى الإنتاج دورا هاما في التأثير على عملية

تفاعلهم، كما أن البيئة الاجتماعية بدورها تتأثر بمختلف العوامل النفسية والفكرية والإيدلوجية.

(القريشي، مرجع سابق، ص، 405).

وتركز هذه النظرية على دراسة العلاقات بين الزوج والزوجة، وبين الوالدين والأولاد فهي تنظر إلى الأسرة على أنها وحدة من الشخصيات المتفاعلة، لأن الشخصية في نظر أصحاب هذا الاتجاه ليست كيان ثابت بل هي ديناميكي .

في الحقيقة أن ما جاءت به هذه النظرية خدم موضوع دراستنا الحالية في عدة جوانب سنعرض بعض أجزاء النظرية التي يمكن إسقاطها على موضوع دراستنا:

12-2-1- النظام الرمزي أو اللغة مهم في عملية التفاعل الاجتماعي:

اهتم (ميد هيرت) بدراسة علاقة الفرد بالجماعة والمجتمع، وخاصة من خلال عملية التفاعل الرمزي في الجماعات الصغيرة، وكيف يتم تشكل الذات والعقل من ناحية وتشكل ما هو اجتماعي ثقافي من ناحية أخرى، ثم العلاقات بين الجانبين وارتباط هذه بالسلوك والعقل الإنساني. (عثمان، 2008، ص، 119).

من خلال تفاعل المستخدمين في الفيسبوك واتصالهم بمستخدمين آخرين في العالم الافتراضي، إضافة إلى تكوينهم علاقات اجتماعية افتراضية، يكتسبون دلالات ومعاني للرموز واللغة المتداولة بينهم حيث تصبح لديه القدرة على التفاعل في العالم الافتراضي، حيث أن التفاعلات اليومية والعلاقات الحميمة تطورا للرموز بين الأفراد فالتفاعل الاجتماعي يولد المعاني والمعاني تشكل عالمنا. (كريب، 1999، ص، 119).

12-2-2- التفكير الرمزي يحررنا من الخبرة الحسية:

"يزعم (ميد هيرت) أن اللغة تتيح لنا أن تصبح كائنات واعية بذاتها، وأن الرمز هو العنصر الأساسي في هذه العملية"، فالوردة كائن حي نباتي ذات أنواع وألوان، لكنها عندما تقدم كهدية في

أي مناسبة تصبح رمزا يدل على الحب والصدقة. من خلال ما قاله ميد بأن التفكير الرمزي يحررنا من حصار خبراتنا التي نشاهدها ونسمعها حيث تصبح أيقونات الشعور واختصارات الكلمات رموز لها دلالات ومعاني حول حالات الأفراد الذين يتحاورون معهم على موقع الفايسبوك. (خلف، مرجع سابق، ص، 483).

12-2-3- المجتمع هو نتاج تفاعل بين الذات والعقل :

يرى (شارلس كولي) أن تصورات الإنسان لذاته وذوات الآخرين، وتصوراتها لما هو اجتماعي الحقائق السياسية لحقيقة المجتمع، فالمجتمع ليس له وجود موضوعي مستقل عن تصورات الأفراد في إطار تفاعلهم، فالمجتمع نسيج من تصورات العقلي.

كما يرى أن الذات والعقل لا تولد مع الإنسان، وإنما يتم تشكيلها من خلال عملية التفاعل مع الآخرين. (عثمان، مرجع سابق، ص، 117).

. يمكن القول أن التفاعلات في العالم الافتراضي يمكن وصفها بالمجتمعات الافتراضية حيث أن المستخدمين للفايسبوك من خلال تفاعلهم مع باقي المستخدمين يتشكل لديهم تصورا حول هؤلاء المستخدمين .

12-2-4- تغيير الفرد صورته حسب المواقف:

اهتمت هذه النظرية بفعل الفاعل بمعزل عن تأثيرات كل المتغيرات التي يعيشها في أسرته وطبقته ومجتمعه المحلي وثقافته ودخله .

وحسب (ارفينج جوفمان) يقوم كل فاعل بتحسين صورته أمام الآخرين في عالمه الواقعي، لكنه في العالم الافتراضي قد يتخلى على ذلك القناع، فالعالم الافتراضي بسرته يفتح المجال أمام مستخدميه من تقمص شخصيات مثالية واستخدام أسماء مستعارة حيث يصبح هذا الفرد يقيم علاقات مع الجنس الآخر. (خليل، 1997، ص، 31).

خلاصة الفصل:

في الأخير يمكن القول بأنه من أجل إلمانا بموضوع الدراسة كان لابد من التطرق إلى عناصر الإطار المنهجي الذي يعطي تصورا حول موضوع الدراسة، حيث استعرضنا فيه المراحل اللازمة من الناحية النظرية أو المعرفية سواء تعلق الأمر بالمشكلة التي تمثل مرحلة ضرورية، إذ يتوقف عليها نوعية البيانات والمعلومات المتحصل عليها وكذلك التقنيات المستخدمة، والعينة الواجب الاستعانة بها وارتباطها بالفرضيات التي يستند عليها بحثنا بالإضافة إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات المستعملة في البحث، إذ يساهم بتفادي سوء الفهم والغموض في كل جهات البحث، كما تطرقنا إلى مجتمع

الإطار المنهجي للدراسة

الدراسة من خلال استخدامنا للاستمارة والملاحظة باعتماد المنهج الوصفي التحليلي الملائم لموضوع دراستنا.

كما أن البحث الاجتماعي يتطلب منا إعطاء نظرة موجزة عن النظريات التي جاء بها أو بتصورات وتحليلات حول الموضوع الذي تدور حوله دراستنا.

مصادر ومراجع الفصل:

- 1- إبراهيم بعزیز. (2008/2007). منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع. مذكرة ماجستير غير منشورة. الجزائر: جامعة بن يوسف بن خدة، قسم علوم الإعلام والاتصال.
- 2- إبراهيم بن عبد العزيز الدعيج. (2010). **مناهج وطرق البحث العلمي**. عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 3- إبراهيم عيسى عثمان. (2008). **النظرية المعاصرة في علم الاجتماع**. عمان: دار الشروق.
- 4- إبراهيم مذكور. (1996). **المعجز الوجيه**. معجم اللغة العربية.
- 5- ابن منظور. (2008). **لسان العرب**. الجزائر: دار الأبحاث.
- 6- أحمد بن مرسلي. (2007). **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**. بن عكنون الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 7- أحمد عبد اللطيف أبو أسعد. (2008). **الإرشاد الزوجي والأسري**. دار الشروق.
- 8- إيان كريب. (1999). **النظرية الاجتماعية من بارسوتر إلى هابرماس**. ترجمة مُجدّ حسين علوم. الكويت: عالم المعرفة.
- 9- بسام عبد الرحمان المشابقة. (2011). **نظريات الإعلام**. عمان: دار أسامة.
- 10- بلعباس نادية. (2015، 2016). **أنماط الاتصال وعلاقتها بجودة الحياة الزوجية**. رسالة دكتوراة منشورة. جامعة وهران2: قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطفونيا.
- 11- بوزيان عبد الغني. (2010). **استخدام الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباع المحققة منها**. جامعة باجي مختار عنابة: قسم علوم الإعلام والاتصال.

- 12- جبران مسعود. (1992). قاموس الرائد. بيروت: دار الملايين.
- 13- جميل الشرقاوي. (1966). الأحوال الشخصية لغير المسلمين والأجانب. (ط2). القاهرة: دار النهضة العربية.
- 14- حسن عبد الحميد رشوان. (2003). الأسرة والمجتمع في علم اجتماع الأسرة. الإسكندرية: دارا لناشر.
- 15- حسن عماد مكاوي، السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 16- حسن عماد مكاوي، ليلي، حسن عماد السيد. (2001). الاتصال ونظرياته المعاصرة. (ط2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 17- حسني عوض. (2012/05/06). أثر استخدام الفايسبوك على تقدير الذات لدى فئة الشباب في محافظة طولكرم. موقع صحيفة القدس.
- 18- حلمي خضر ساري. تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية. المجلد 24. دمشق: مجلة جامعة دمشق.
- 19- حنان بنت شعشوع الشهري. (2013/2012). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية. رسالة ماجستير منشورة. السعودية: جامعة محمد عبد العزيز، كلية الأدب والعلوم الإنسانية: قسم علم الاجتماع.
- 20- ربحي مصطفى عليان. (2009). طرق جمع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

- 21- رشيد رزواتي. (2002). تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. (ط1). الجزائر.
- 22- زياد على محمود الجرجاوي. (2010). القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان. (ط2). فلسطين: مطبعة أبناء الجراح.
- 23- زينب رويدي. (2012، 2013). علاقة استخدام الشباب لشبكة التواصل الاجتماعي بتماسك علاقاتهم الأسرية. جامعة مُجَّد الصديق بن يحيى - جيجل -: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 24- سعيد سبعون. (2012). الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع. (ط2). الجزائر: دار القصة للنشر والتوزيع.
- 25- سناء الخولي. (2009). الأسرة والحياة العائلية. بيروت: دار النهضة العربية.
- 26- عبد الرحيم درويش. (2005). مقدمة في علم الاتصال. دمياط: مكتبة نانسي للنشر.
- 27- عبد الفتاح مراد. (1998). موسوعة مصطلحات البحث العلمي وإعداد الرسائل والأبحاث والمؤلفات. الإسكندرية: دار الفكر والقانون.
- 28- عبد الله مُجَّد عبد الرحمان مُجَّد علي. (2007). مناهج وطرق البحث الاجتماعي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 29- علاء الدين مُجَّد عفيفي. (2015). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية. القاهرة: دار التعليم الجامعي.
- 30- غازي عناية. (2008). منهجية إعداد البحث العلمي. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 31- غريب سيد أحمد وآخرون. (2011). علم اجتماع الأسرة. الأزايطة: دار المعرفة الجامعية.

- 32- غني ناصر حسين القريشي. (2011). المداخل النظرية لعلم الاجتماع. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 33- ليلي أحمد جرار. (1012). الفاييبوك والشباب العربي. الكويت: مكتب الفلاح.
- 34- مُجَّد جمار العار. (2006). المعجم الإعلامي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 35- مُجَّد عاطف غيث. (1990). علم اجتماع: مدخل نظري. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 36- مُجَّد عبد الكريم الحوراني. (2007). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. عمان: دار مجدلاوي.
- 37- مُجَّد عبيدات وآخرون. (1999). منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات. عمان: دار وائل.
- 38- مروان عبد المجيد أبراهيم. أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. الأردن: مؤسسة الوراق.
- 39- مريم ناريمان نومار. (2012/2011). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. رسالة ماجستير منشورة. جامعة باتنة: قسم العلوم الإنسانية، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- 40- مصطفى بوتفنوشت. (2005). الزواج والشباب الجزائري في أين؟! الجزائر: دار المعرفة.
- 41- مصطفى خلق عبد الجواد. (2011). نظرية علم الاجتماع المعاصر. (ط2). عمان: دار السيرة للنشر والتوزيع.
- 42- معين خليل عمر. (1997). نظريات معاصرة في علم الاجتماع. (ط1). الأردن: دار الشروق.
- 43- منال مُجَّد عباس. القيم الاجتماعية في عالم متغير. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

- 44- منال هلال المزاعرة. (2012). نظريات الاتصال. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 45- موسى نجيب. (2003). أساليب المعاملة الوالدية للأطفال موهوبين. دراسة مطبقة على مركز سوزان مبارك لاستكشاف العلوم. جامعة جلوان مصر: كلية الخدمة الاجتماعية.
- 46- وهيبة الزحيلي. (2000). الأسرة المسلمة في العالم المعاصر. دمشق: دار الفكر.

الفصل الثاني: ماهية الفايسبوك.

تمهيد.

أولاً: نشأة وتطور الفايسبوك.

ثانياً: مميزات الفايسبوك.

ثالثاً: إيجابيات وسلبيات الفايسبوك.

رابعاً: خدمات الفايسبوك.

خامساً: نماذج مستخدمي الفايسبوك.

خلاصة الفصل.

مدخل نظري حول الفايسبوك:

تمهيد الفصل:

أفرز التطور التكنولوجي الحديث مجالات تفاعل افتراضية جديدة لم تكن معروفة من قبل ناتجة عن الاستحداثات التكنولوجية والتي تتمثل في وسائل الاتصال الحديثة وعلى رأسها الفايسبوك، حيث استطاع أن يحطم الكثير من الحواجز واختصار المسافات، وهو ماحول الواقع إلى دائرة مليئة بالمستجدات اليومية، مما أتاح الاتصال الواسع والمتفرع رغم بعد المسافات، وأعطى مستخدميها فرصا أكبر للتفاعل والتواصل عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود لا يكاد يذكر.

حيث سنتناول في هذا الفصل نشأة وتطور الفايسبوك، بالإضافة إلى مميزات الفايسبوك وأهم إيجابياته وسلبياته وكذلك الخدمات الأساسية التي يقدمها موقع الفايسبوك، وسنتطرق أيضا إلى نماذج مستخدمي الفايسبوك.

أولاً: نشأة الفايسبوك:

ترجع فكرة إنشاء موقع facebook إلى الأمريكي "مارك زوكر بيرج Mark Zuckr Berg" وقد كان طالبا بجامعة هارفارد الأمريكية، واستعان باثنين من زملائه هما "داستين موسكوفيتز Dustin Moskowitz" و"كريس خيوز Ckris Hughes" حيث قاموا بتصميم موقع للتواصل بين طلاب الجامعة ليتمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم. (نومار، (2011/2012)، ص، 56).

انطلق موقع facebook في البداية بمسماه الحقيقي fe من موقع FaceMatch التابع لجامعة هارفارد وهو موقع يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم يتم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية من بين تلك الصور، وقد قام Zucker Berg بابتكار FaceMatch في 28 أكتوبر 2003 وكانت العضوية قاصرة في البداية على طلاب جامعة هارفارد فقط حيث كانت فكرته هي جمع طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج. (بركات، (2015/2016)، ص، 160).

وقد لجأ زوكر بيرج إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي، كي يتمكن من الحصول على تلك الصور التي وضعها في الموقع، ثم قام بتوجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، لكن ونتيجة لذلك الاختراق الذي قام به زوكر بيرج، قامت إدارة الجامعة بإغلاق الموقع بعد بضعة أيام من انطلاقه واتهمت زوكر بيرج بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر، وكذلك انتهاك خصوصية

الأفراد، وكانت هذه التهم كافية لطرده من الجامعة، ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر. (جرار، 2012، ص، 52). فقام بتأسيس موقع الفايسبوك تحديدا في 04 نوفمبر 2004، كانت عضوية الموقع في البداية قاصرة على طلبة هارفارد كولييدج أقدم كليات جامعة هارفارد وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف طلبة الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة وفي شهر مارس 2004 فتح الفاييس بوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد، وكولومبيا وبييل، بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية. (مختار، 2010، ص، 12).

وفي يونيو 2004، تم نقل مقر (الفايسبوك) إلى مدينة بالو آلتوني ولاية كاليفورنيا، كما قام الفاييسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر عام 2005 وخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات من بينها شركة ابل المندمجة وشركة مايكروسوفت وفي 26 سبتمبر من عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد من ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح. (نصر، 2010، ص، 10، 17).

هذا النجاح السريع واللافت الذي حققه الموقع، جعل زوكر بيرج يرفض عرضا تلقاه لشراء موقعة بمبلغ مليار دولار، وقد علل زوكر بيرج رفضه للعرض إلى أن قيمة موقعه أعلى بكثير من المبلغ المعروض وفي أكتوبر 2007، وبعد تنافس محكم بين شركتي جوجل وماكروسوفت، أعلنت شركة ميكروسوفت

عملاقة البرمجيات الأمريكية أنها قامت بشراء حصة في (فيس بوك) بلغت 6.1% بقيمة 240 مليون دولار، حيث قدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار.

وفي أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة (الفايسبوك) اتخاذ مدينة دبلن عاصمة إيرلندا مقرا دوليا له. (جرار، مرجع سابق، ص، 53-54).

ثانيا: مميزات الفايسبوك.

2-1- الصفحة الرئيسية Home:

يظهر بهذه الصفحة كل جديد من تعليقات وصور وروابط والأصدقاء المضافين وقد تظهر كذلك التعليقات وصور أصدقاء الأصدقاء، وذلك حسب ما يتيح المستخدم عبر إعدادات الصلاحية بأن يشاهد محتويات صفحته. (خضر، 2010، ص، 16).

2-2- الصفحة الشخصية profile :

هي الصفحة الخاصة بالمستخدم وتحتوي على كل ما يخصه من معلومات وصور ومقاطع فيديو وروابط وأحداث وأنشطة وأصدقاء وغيرها، كما يستطيع أصدقاء المستخدم والمستخدمون الآخرون الاطلاع عليها، ويسمح facebook للمستخدمين بالتحكم بالمعلومات التي يتبادلونها مع التمتع بالخصوصية.

2-3- الأحداث والمناسبات Events:

هي طريقة يعرف بها المستخدمون الأحداث القادمة وتنظيمها والتخطيط لها للتجمعات وإلى جانب الترتيب وربط الأحداث يستطيع الأعضاء أيضا دعوة وقبول دعوة الآخرين للتحدث. (مختار، مرجع سابق، ص، ص، 38،40)

2-4- إنشاء مجموعة Groups:

نستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الإنترنت أن ننشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة سياسة كانت أم اجتماعية أم رياضية... الخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

2-5- خاصية الصور Photos :

وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية من الموقع وعرضها. (المقدادي، 2013، ص، ص، 35،36).

2-6- خاصية Statut الحالة أو المنشور:

تتيح إمكانية إبلاغ الأصدقاء بأماكنهم و ما يقومون به و بما يفكرون فيه ... و هي عبارة عن إطار أعلى الصفحة مكتوب فيه (أكتب شيئا... أو بما تفكر الآن؟ أو ماذا تتمنى الآن؟...).

2-7- خاصية التعليقات Comment :

هي خاصية متاحة بين الأصدقاء والمجموعات في الصفحات المنضمين إليها، وذلك يعتمد على الصلاحيات الممنوحة من صاحب الصفحة الشخصية لأصدقائه، حيث يمكن للمستخدم كتابة تعليق في مساحة التعليقات والضغط على إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكن له إضافة صورة أو رابط أو رمز تعبيرى... (بركات، مرجع سابق، ص، 165).

2-8- خاصية الهدايا Gifts :

هي ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، وتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية معها.

2-9- الإشعارات Notification:

تستخدم للحفاظ على بقاء المستخدم على الاتصال بآخر التحديثات التي قام بنشرها أو التعليق عليها.

2-10- التغذية الإخبارية Neusfeed:

هي القائمة التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم. (المقدادي، المرجع سابق، ص، 34).

2-11- خاصية الإعجاب Like :

هي خاصية متاحة بنفس آلية التعليقات ومتاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها، وذلك أيضا يعتمد على الصلاحيات الممنوحة للمستخدم التي تمكنه من أن يقوم بعمل إعجاب like أو لأي نص أو صورة أو فيديو.

2-12- النكزات Pokes :

تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به. (بركات، المرجع السابق، ص، ص، 165-166).

ثالثا: إيجابيات وسلبيات الفايسبوك:

3-1- إيجابيات الفايسبوك:

1- يساعد المستخدم في إزالة الضغوطات النفسية والشعور بالوحدة والفراغ، حيث يشعر المستخدم

أنه على تواصل مع الآخرين وأنه معهم في كل مناسباتهم في أي بقعة كانوا من العالم.

2- يساعد على الشعور بقرب المسافة وتقليل حدة الاشتياق للأهل أو الأقارب أو بعض الأصدقاء

والأشخاص المهمين. (الرحباني، 2014، ص، ص، 165).

3- تكوين أصدقاء جدد تقاسمهم نفس الاهتمامات.

4- متابعة نشاطات الأصدقاء وأخبارهم.

5- التسلية والترفيه.

6- إرسال هدايا افتراضية وتهاني الميلاد.

7- ترويج ونشر الأفكار. (بركات، مرجع سابق، ص، 169).

8- موقع الفايسبوك مفتوح للجميع، الأساتذة الجامعيين وأدباء، وكتاب وفنانين وغيرهم من مختلف

الفئات العمرية. (بوخلوط، كحلات، (2017/2016)، ص، 69).

9- أصبح هذا الموقع يستخدم للمواد الترويجية والدعاية والإعلان.

10- أصبح الصحافي يكتب ما لا يسمح له بكتابته عبر الصحف الورقية، وأصبحت المرأة تعرض ما

يخلو لها من طهي ومكياج وغير ذلك، كما أصبح الإعلامي يقوم بعرض برامجه بالصورة والصوت

سواء برامج إذاعية أم تلفزيونية.

11- إمكانية التعبير عن مشاعر الفرح ومشاعر الحزن والصدمات والمفاجآت... الخ. (الرجباني، مرجع

سابق، ص، 165-166).

3-2- سلبيات الفايسبوك:

على الرغم من أن هذا الكوكب الالكتروني يحمل سمات إيجابية، إلا أنه لا يخلو من السلبيات

وهي على النحو التالي:

1- يتيح هذا المستخدمين فرصة لمعرفة خصوصيات الآخرين والاضطلاع على أسرارهم وتحركاتهم.

- 2- يساهم هذا الموقع في انتقال صفة الغير للدخول إلى الموقع بأسماء مستعارة وصورة وهمية لتحقيق مكاسب مادية أو اجتماعية، أو جلب مشكلات أو لتكوين سمعة بعض الأفراد أو في التحسس للتعرف على أحوال الدول العربية والإسلامية من خلال مواطنهم. (بوخلوط، كحلات، مرجع سابق، ص، 70).
- 3- إضاعة الوقت بمجرد دخول المستخدم للموقع يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على الصور والمقالات ومختلف المنشورات.
- 4- الإدمان وإضعاف مهارات التواصل.
- 5- الإعلانات الدعائية المزعجة التي تهدف إلى كسب المال أو التي تدعو لزيارة مكان أو موقع ما.
- 6- انتهاك الخصوصية، حيث يمكن لموقع استخدام صورة المستخدم وبياناته الشخصية دون إعلامه بذلك. (بركات، مرجع سابق، ص، 170).
- 7- إشاعة الفتن.
- 8- الخيانات وارتفاع نسبة حالات الطلاق.
- 9- غياب الرقابة.
- 10- التجسس. (الرجباني، مرجع سابق، ص، 172).

رابعاً: خدمات الفايسبوك:

1- إتاحة للمستخدمين القدرة على إضافة روابط وحسابات تويتر وتساب لملفاتهم الشخصية، إذ أصبح بإمكانهم إضافة هذه الروابط بالموقع مما يسهل عليهم التواصل مع غيرهم، ولا تزال هذه الميزة الجديدة قيد التجربة والاختيار.

2- خدمة المواعدة حيث تعتبر هذه الخدمة الجديدة تحول نوعي لموقع الفايسبوك حيث يحاول إبعاد الناس عن العلاقات الافتراضية وتكوين علاقات واقعية مع أشخاص حقيقيين.

(<https://www.elshaal.org>)

3- يقدم خدمة لوحة الحائط المخصصة لوصف اليوميات وإرسال الرسائل وخدمة تحميل الصور والألبومات والتعليق والصور والفيديوهات ومع مرور الوقت طور الموقع نفسه، بإدراج خدمة التغذية الإخبارية التي تقدم بيانات خاصة بكل المتغيرات والأحداث الموجودة على الصفحة، الإعلام بأعياد الميلاد والعلاقات الشخصية والملف الشخصي، وكذلك تطورت خدمة التحكم في البيانات إضافة إلى تخصيص مجال أكثر خصوصية كالرسائل الشخصية. (غرّوبة، 2013، ص، 304).

4- خدمة طلب تحويل الأموال هذه الخدمة جعلت لمستخدمين الفايسبوك القدرة على تحويل الأموال وذلك من خلال تطبيق ماسنجر. (<https://www.vapulus.com>).

5- وامتدت شهرة الموقع لتصل المجال الاقتصادي والخدماتي كوسيلة ناجحة للتسويق، كما دخل المجال الاجتماعي والسياسي بقوة من خلال المجموعات الكبيرة التي وجدت فيه ضالتها من خلال

اهتماماتها المشتركة عن طريق تبادل وجهات النظر ووصولاً إلى ضرب المواعيد والدعوة لحضور مكثف للتظاهرات المختلفة. (غروية، مرجع السابق، ص، 304).

6- وكذلك يقدم الفايسبوك خدمات عديدة منها ما يتيح فرص التواصل مع الآخرين سواء كانوا أصدقاء أو العائلة أو الأقارب وكذلك تكوين أصدقاء جدد تقاسمهم نفس الاهتمامات وكذا خدمة التسلية والترفيه وإرسال هدايا افتراضية وإيجاد وظيفة أو موظفين وخدمة ترويج ونشر الأفكار. (بركات، مرجع سابق، ص، 169).

خامساً: نماذج مستخدمي الفايسبوك:

كتب كل من "خالد الكوطبط" وكاتبة ألمانية "ايلينارمغر" عن نماذج مستخدمي الفيس بوك واعتبر أن مستخدمي الفيس بوك من مشتركين ينقسمون ضمن سبع نماذج نحاول عرضها كالتالي:

5-1- النموذج الأول: المتخفي: ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعنهم ويقول الكاتبان هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة والاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين. (حميد، مالكي، 2012، ص، 86).

5-2- النموذج الثاني: رفيق المدرسة: (لم نلتقي منذ وقت طويل) هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالبا ما يكونوا زملاء من أيام المدرسة ورسالة فقط تثير

فضولا كبيرا عما أصبحت عليه أحوال الآخر، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يختفي، ولا يبقى سوى اسمه في لائحة الأصدقاء. (المنصور، 2012).

3-5- النموذج الثالث: الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة: هم أصدقاء غير مريحين يتجسسون على صفحات المشتركين في الفيس بوك، وقد يثيرون بعض المشاكل غير المثيرة لصاحب الصفحة، كون أنهم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة، وخلق المشاكل في علاقاته مع أصدقائه الجدد. (غففي، 2015، ص، ص، 168-169).

4-5- النموذج الرابع: القريب: لا داعي لمكالمة القريب البعيد، لمعرفة كيف حاله فالخبر يمكن قراءته على الفيس بوك ولا حاجة للحديث عن الجدة وعن أشياء لا أهمية لها، فالفيس بوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم. (<https://www.maghrss.com>)

5-5- النموذج الخامس: الأبوين: لا شك أن الكثير من الآباء و الأمهات لا يعرفون على الفيس بوك ما يكفي إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتماماتهم بهذا التواصل الاجتماعي والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقة أبنائهم. (حوش، بوزريعة، (2016/2017)، ص، 52).

5-6- النموذج السادس: الأصدقاء الحقيقيون: الصديق الحقيقي هو الصديق الذي تعرفه منذ وقت طويل، وفي هذه الحالة لا يحتاج المرء للفايسبوك للحفاظ على الصداقة لكن ضم هؤلاء الأصدقاء إلى لائحة الأصدقاء على الفيس بوك هو أمر طبيعي على الرغم من قلة أم عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء. (المنصور، مرجع سابق).

5-7- النموذج السابع: المدير: هذا هو النموذج الوحيد الذي يستخدم الفيس بوك لأهداف مهنية

ليجعل الشبكة الاجتماعية مكانا غير رسمي لقضاء أشغاله، ربما علل لفي سبوك في دورة تكوينية

خاصة بالمدراء، حيث أخبره أحدهم أن الحياة الحقيقية ستدور هناك في المستقبل وعندما يفتح

صفحته الشخصية يدعوا كل زملائه ليكونوا أصدقائه، دعوة يصعب على العاملين رفضها، هذا ما

يشغله نموذج المدير. (حوش، بوزريرة، مرجع سابق، ص، ص، 52-53).

خلاصة الفصل:

يعتبر الفايسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، بالرغم من أنه لم ينل هذه الشهرة إلا في السنوات الأخيرة، حيث زادت شهرته مع ثورات الربيع العربي، كما ساهم الفاسبوك بخصائصه وتقنياته التكنولوجية وخدماته المتنوعة في تحويل العالم إلى قرية صغيرة، يعبر فيها المستخدم عما يجول بخاطره بحرية مطلقة يسعى فيها لإبراز تواجده والحصول على المعلومات والأخبار والترفيه وتمضية الوقت.

مصادر ومراجع الفصل:

- 1- بسمة، بخلوط، عزيزة، كحلان. (2016/2017). الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي. رسالة غير منشورة. جامعة مُجَّد الصديق بن يحيى - جيحل - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 2- جمال مختار. حقيقة الفايسبوك: عدو أم صديق؟. مصر: عالم الكتب القاهرة.
- 3- حميد، سامية، ماكي، حنان. (9-10/ديسمبر/2013). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير الاجتماعي. بسكرة: جامعة مُجَّد خيضر.
- 4- خالد غسان يوسف المقدادي. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية والاقتصادية. (ط1). دار النفائس.
- 5- دليلة غروبة. الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد. مجلة الحكمة. العدد 15.
- 6- عبير شفيق الرحباني. (2015). الاستعمار الإلكتروني والإعلام. (ط1). عمان: دار أسامة.
- 7- علي، حموش، مُجَّد، بوزيرة. (2016/2017). استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والإشاعات المحققة. رسالة منشورة. جامعة مُجَّد الصديق بن يحيى - جيحل - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 8- ليلي أحمد جرار. (2012). الفايسبوك والشباب العربي. (ط1). الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- 9- مهاب نصر. (2010/11/5). صور المثقف وسيرته العصرية. جريدة النشر الكونية. العدد 14346.

10- نوال بركات. (2016/2015). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط

العلاقات الاجتماعية. رسالة دكتوراه في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة. جامعة بسكرة.

11- وائل مبارك خضر فضل الله. أثر الفايسبوك على المجتمع. مدونة شمس النهضة متاح على:

<http://www.4shored.com/office/xawmgavxbahtml>.

12- <http://www.maghress.com>.15 mars.2018.heur 20:11.

13- <http://www.welshaal.org>.15 mai.2018.heur 16 :14.

الفصل الثالث: ماهية العلاقات الزوجية.

تمهيد.

أولاً: لمحة تاريخية عن الأسرة الجزائرية.

ثانياً: مراحل نظام الزواج في الأسرة الجزائرية.

ثالثاً: أنواع الزواج.

رابعاً: وظائف الزواج.

خامساً: دعائم العلاقات الزوجية.

سادساً: أسباب النزاعات الزوجية.

سابعاً: أهم الحلول للمشاكل الزوجية.

خلاصة الفصل.

مدخل نظري حول العلاقات الزوجية:

تمهيد:

يحتل موضوع الزواج مجالا واسعا لدراسات مختلفة كعلم الأحياء، الأني والأنترولوجيا وغيرها من الدراسات، حيث يعتبر الزواج من أهم النظم الاجتماعية التي تعمل على حفظ توازن وتماسك واستقرار المجتمع، ومع التطورات الاجتماعية والتكنولوجيا التي تعرضت لها المجتمعات أثرت على نوعية العلاقات داخل الأسرة، من حيث علاقة الزوج والزوجة وما ينتج عنها من مشاكل تؤدي إلى التفكك الأسري.

وهذا ما نوضحه من خلال هذا الفصل انطلاقا من لمحة تاريخية عن الأسرة الجزائرية، مراحل نظام الزواج في الأسرة الجزائرية، أنواع وأهداف الزواج ووظائفه، كذلك سنتطرق إلى دعائم العلاقات الزوجية، أسباب النزاعات الزوجية، وأخيرا أهم الحلول المناسبة لمشاكل الزواج بين الزوجين.

أولاً: لمحة تاريخية عن الأسرة الجزائرية:

تعتبر الأسرة الجزائرية من الأسر التي اتسمت منذ القديم بالعديد من الخصائص والوظائف المماثلة لنظيراتها ونتيجة لخضوعها لتأثير العديد من العوامل تغير تدريجياً نمطها من شكل الأسرة الممتدة إلى شكل الأسرة النوواة، مما أثر في طبيعة الخصائص التي كانت تتميز بها.

"فالحياة العائلية قبل الثورة الجزائرية كانت تسودها السيطرة الأبوية على الزوجة والأولاد، كما كانت القبيلة هي محور العلاقات السياسية والاجتماعية والدينية فهي مجموعة عائلات ممتدة توحدتها الرقعة الجغرافية، وكان هدف فرنسا الأساسي هو تفكيك الأسرة الجزائرية، وهذا ما جعل الأسرة الجزائرية تعيش حالة من التهميش، البطالة، التشريد ومصادرة الأراضي". (عابدي، 2014، ص، 154).

"لما قامت الثورة المجيدة عجلت على تغيير الأدوار داخل الأسرة خاصة في دور المرأة حيث أصبح لها دور ومسؤولية كما كانت عليه، فلقد شاركت في النضال إلى جانب الرجل". (هلال، 1982، ص، 122).

بالإضافة نجد الأسرة الجزائرية تأثرت نتيجة للغزو الثقافي الذي "أثر على العلاقات بين الأسرة عامة وبين أفرادها خاصة، وبالتحديد العلاقة بين الزوجين من حيث تغير مكانة الفتاة الجزائرية، الذي جعلها تقتحم مجا العمل ولها الحق في اختيار الشريك على عكس ما كانت عليه، مكن في الفترة ما بين الاستقلال شهدت عدة أحداث وتطورات من بينها إقرار الملكية الفردية ووضع إستراتيجية جديدة للتنمية الريفية في إطار التخطيط العمراني. والموافقة بين البنية التحتية. الأسرة. البنية الفوقية.

الاقتصاد. لتجسيد مفهوم العائلة الزوجية". (قارة، (2012/2011)، ص، 46).

فالأسرة موجودة عبر التاريخ ولكن في أشكال مختلفة فهي ضرورة حتمية لأنها تقوم بانجاز العديد من الوظائف للحفاظ على بقاء واستمرارية الحياة الاجتماعية.

ثانيا: مراحل بناء نظام الزواج في الأسرة الجزائرية:

مرت الأسرة الجزائرية عبر الزمن بأحداث ساهمت في قوة وتماسك الأسرة وكيف ساهمت في نيل الاستقلال، هذه الأسرة التي لا تزال تقدر الزواج كطريق لتشكيل الخلية الأساسية في المجتمع. ولا تقبل بغير نظام الزواج ينظم ويضبط علاقات الأفراد فيما بينهم.

لقد عرف هذا النظام عدة تحولات حيث ترجع دوافع تلك التحولات إلى طبيعة المجتمع الجزائري وتنوع في العادات والتقاليد من منطقة إلى أخرى.

وحتى يتحقق استقرار ودوام الحياة الزوجية لابد أن تقوم على أسس وقواعد صلبة عبر مراحل هامة وضرورية نذكر أهمها:

2-1- مرحلة التعارف:

إن مرحلة التعارف في الماضي كانت محددة المجال، ولهذا يمكن تعريف التعارف على أنه: "أحد الوسائل المشروعة التي بها تم معرفة المخطوبة أو من يريد خطبتها غير النظر، ويتمثل التعارف في استشارة العقلاء وأهل الرأي في أمرها، إن كان لا يمكن الالتقاء بها بادئ الأمر. (حداد، 2006، ص، 9).

ومع تطور المجتمع ومواكبة التقدم الحاصل بالعالم، مما أدى بتغيير المجتمع كما تشير إلى ذلك المادة 53 من الدستور الجزائري ... " تم انتشار الوعي عن طريق إجبارية التعليم ومجانيته ". (المادة 53 من دستور الجزائر، 1996).

فمرحلة التعارف من أهم مراحل النظام الزواج لبناء أسرة مستقرة.

2-1- مرحلة الخطبة:

تعد مرحلة الخطبة همزة وصل بين التعارف وعقد الزواج، الهدف منها هو تبادل الرضا والقبول بين الأُسرتين بغرض الزواج، حيث تعرف الخطبة في الشرع بأنها:

"تواعد متبادل بين رجل وامرأة أو بين من يمثلهما في عقد الزواج مستقبلا". (مطلوب، 1984، ص، 15).

أما قانون الأسرة الجزائري نجده يعرفها على أنها: "وعد بالزواج". (المادة 5 من قانون الأسرة الجزائري، 2005، ص، 09).

3-1- مرحلة إبرام عقد الزواج:

في هذه المرحلة يتم إبرام عقد الزواج بين الزوج والزوجة حتى يكتسي العقد صفة الشرعية والقانونية.

ومما سبق نستنتج أن نظام الزواج في الجزائر تحكمه عدة معايير أهمها: الاستقرار المادي، السكن وغيرها من المعايير التي تحقق السكينة والطمأنينة والراحة النفسية للزوجين. (حداد، مرجع سابق، ص، 10).

ثالثاً: أنواع الزواج:

لقد تعددت أنواع وأشكال الزواج كما كان متعارف عليها من قبل ومن بين هذه الأنواع نجد:

3-1- الزواج الرسمي "الشرعي":

ويعرف الزواج الشرعي بأنه عقد بين رجل وامرأة تحل له شرعاً، غايته السكن والإحصان وقوة

الأمة وهذا النوع من الزواج هو الشائع في المجتمعات الإسلامية. (أبو سكينه، خضر، 2011، ص، 112).

3-2- الزواج غير الرسمي:

حيث يضمن هذا النوع من الزواج أكثر م صورة وسوف نتعرف عليها كما يلي:

3-2-1- الزواج العرفي: هو كل عقد زواج لم يوثق لدى الجهات الرسمية المختصة، سواء اكتملت

أركانه وشروطه أو اختل أمر منهما.

3-2-2- الزواج السري: إن مفهوم الزواج السري في الواقع المعاصر اختلط بالزواج العرفي فأصبح

يطلق على الزواج الذي لا يوثق لدى الجهات المختصة، إضافة لعدم الإشهاد عليه، أو الإشهاد عليه

على جهة الإسرار، إضافة لخلوه عن الولي.

3-2-3- زواج المسار: عرفه الزحيلي "هو زواج مكتمل الأركان، وحيث يوجد الإيجاب والقبول من

الطرفين، مع حضور ولي العدل، وشاهدي عدل ثقات، ذكور مسلمين بالغين عاقلين، ولكن تتنازل

المرأة عن شيئين: حقها في القسم وحقها في النفقة. (عطية بحر، (2006/2005)، ص، ص، ص، 38، 56، 72).

3-2-4- زوج الشعار: يقصد به زواج البدل حيث يتزوج الرجل ابنة الرجل على أن يزوجه ابنته ولا يكون بينهما صداق وتكون كل منهما مهرا للأخرى، وهو زواج باطل نهي الرسول ﷺ عنه.

3-2-5- زواج التحليل: يقصد به زوج الرجل للمرأة المطلقة طلاقاً بائناً بينونة كبرى ليحللها لزواجها الأول فيعقد على المرأة وينوي طلاقها بعد أ، يصيبها ليخل زواجها من مطلقها، وهذا الزواج باطل وحرام.

3-2-6- زواج الهبة: ويقصد بهذا الزواج أن تهب المرأة نفسها للرجل ويتم بصيغة تقول فيها المرأة "وهبتك".

3-2-7- زواج المتعة: ويقصد به زواج يتم فيه الرجل بالمرأة مدة يحددها ثم يخل سبيلها، فهو زواج مؤقت يهدف إلى الاستمتاع الجنسي وليس الإنجاب. (أبو سكينه، خضر، مرجع سابق، ص، 116).

رابعاً: أهداف الزواج:

من أبرز أهداف الزواج نوجزها في النقاط التالية:

1- إشباع الجوانب الجنسية والعاطفية.

2- تكوين صداقة دائمة وأسرة مستقرة.

3- الحصول على الدعم والاستقرار النفسي.

4- تكوين أسرة مستقرة. (أبوأسعد، 2014، ص، 16).

كما توجد أهداف أخرى أهمها:

1- سلامة المجتمع من الانحلال.

2- سلامة المجتمع من الأمراض. (أبو سكينه، خضر، مرجع سابق، 2011، ص، 166).

خامسا: وظائف الزواج:

هناك عدة وظائف أهمها:

1- وظائف المكانة العائلية.

2- الوظائف الاقتصادية.

3- الوظائف التربوية. (تكية، 2015، ص، 82).

كما توجد وظائف أخرى من وجهة نظر الإسلام وهي:

1- "وظائف نفسية: حيث أن علاقة الرجل بالمرأة عن طريق الزواج تهدف إلى تحقيق غاية نفسية وهي

الوصول إلى السكينة والطمأنينة النفسية.

2- وظيفة دينية: وهذه وظيفة عامة تشكل كل ما يصدر عن المسلم من سلوك أو استجابة ما دام

يتوجه بها إلى الله بها مرضاته. " (الخولي، 2015، ص، 38).

خامسا: دعائم العلاقة الزوجية:

1- تحكيم دين الله في الحقوق والواجبات لكل من الزوجين، مما يتيح فرصة للسعادة و التي تعم بيت الزوجية.

2- التعاون بين الزوجين وتحمل مسؤولية الحياة المشتركة تحت شعا الإيثار والتضحية: حيث تقود الحياة الزوجية العمل على تحقيق أهداف سامية اتجاه علاقتهما كزوجين واتجاه أسرتهما بأكملها. (بن سعيد، العويضي، 2004، ص، 54).

3- الحب والمودة والسكن بين الزوجين: إن العلاقة الطبيعية التي يجب أن تسود بين الزوجين هي التي تقوم على السكن والمودة والرحمة مصادق لقوله تعالى في كتابه العزيز:

(ومن آياته أن خلق لكم من أنفسكم أزواجا لتسكنوا إليها وجعل بينكم مودة ورحمة). سورة الروم آية (21).

4- الاحترام المتبادل: لقد درج الإسلام على تركيز احترام أعضاء الأسرة بعضهم البعض في نفوس أعضائها. (بدران، 2013، ص، ص، 46-47)، فالاحترام أساس العلاقة الأسرية السليمة.

سادسا: أسباب النزاعات الزوجية:

توجد عدة أسباب تؤدي إلى وجود نزاعات وخلافات بين الأزواج نذكر أهمها :

1- الكذب موجود في حياة الإنسان بشكل أو بآخر وبمختلف درجاته.

2- عدم تحمل المسؤولية من أكثر الظواهر الاجتماعية انتشارا بين الأزواج .

3- خروج المرأة للعمل. (الصغير، 2014، ص، ص، 356-357).

كما نجد أسباب أخرى تتمثل في:

1- عدم القدرة من جانب أحد الزوجين أو كليهما على أنجاب الأطفال.

2- صراع الأديار وزيادة الضغوط على أحد الزوجين أو عدم تفهم أحدهما أو كليهما لأدوارهما في الأسرة.

3- الفارق في السن والاختلاف في العادات والتقاليد. وفي وجهات النظر. (جبل، 2012، ص، ص، 66-67).

سابعاً: أهم الحلول للمشاكل الزوجية:

1- التركيز على حل المشكلة الحالية بعيداً عن استذكار المشاكل الماضية.

2- التحلي بالصبر حتى إيجاد حل قطعي نهائي للمشكلة.

3- السعي قدر الإمكان لفهم وجهة نظر الشريك وإيصال هذه الفكرة له.

4- محاولة ذكر المزايا الإيجابية لدى الشريك أثناء النقاش حول مشكلة معينة حتى يشعر الطرف

الآخر بالاهتمام. (<https://mawdoo3.com>)

5- تحديد موضوع النزاع والتركيز عليه، وعدم الخروج عنه بذكر أخطاء أو تجاوزات سابقة، ففي

هذا توسيع لنطاق الخلاف.

6- أن يتحدث كل واحد منهما عن المشكلة حسب فهمه لها، ولا يجعل فهمه صواباً غير قابل

للخطأ أو أنه حقيقة مسلمة لا تقبل الحوار أو النقاش.

7- الاعتراف بالخطأ عند استبانته، وأن يكون عند الجانبين كل من الشجاعة والثقة بالنفس.

8- غض الزوجين عن الهفوة والزلة والخطأ غير المقصود. ([https:// www.daily medicalinfo.com](https://www.daily medicalinfo.com))

خاتمة الفصل:

يمثل الزواج صورة للتفاعل والتواصل الفكري والاجتماعي والبيولوجي سواء كان هذا التفاعل معنوي كإبداء مشاعر الحب والمودة والرحمة، أو ماديا كتبادل المتعة الجنسية، غير أن هناك ما يعرقل صفوة الحياة الزوجية من خلال وجود خلل يتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، وهذا ما يجعلها تخلو من التفاهم والانسجام مما يجعل الزواج يفقد قيمته الحقيقية.

مصادر ومراجع الفصل:

- 1- أحمد عبد اللطيف أبو أسود. (2014). الإرشاد الزوجي الأسري. دار الشروق.
- 2- إلهام بنت فريج بن سعيد العويضي. (2014). أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة. رسالة ماجستير منشورة. جامعة المملكة السعودية: قسم اقتصاد منزلي.
- 3- بهاء الدين خليل تركية. (2015). علم الاجتماع العائلي. دار المسيرة.
- 4- حمدي أحمد بدران. (2013). العنف الأسري: دوافعه وأثاره والمكافحة. عمان: دار الوراق.
- 5- الخولي، سالم الخولي. (2015). الأسرة والتربية والمجتمع. القاهرة: دار جوان.
- 6- سمية عبد الرحمان عطية بحر. (2006/2005). عقود الزواج المعاصرة في الفقه الإسلامي. مذكرة لنيل درجة الماجستير في الفقه المقارن. غزة: كلية الشريعة في الجامعة الإسلامية.
- 7- عابدي لادمية. (2014). الاتصال الأسري في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال. رسالة دكتوراه منشورة. جامعة باجي مختار عنابة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 8- عبد الحميد مطلوب. (1984). أحكام الأسرة في الفقه الإسلامي. القاهرة: دار النهضة العربية.
- 9- عبد الناصر عوض أحمد جبل. (2012). النزاعات الأسرية من منظور الخدمة الاجتماعية. الإسكندرية: دار الوفاء.
- 10- عمار هلال. (1982). أبحاث ودراسات في تاريخ الجزائر المعاصر. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

11- قارة ساسية. (2012/2011). الأسرة والسلوك الانحرافي للمراهقين. رسالة ماجستير. جامعة منتوري قسنطينة. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

12- كاوجة مُجد الصغير. (سبتمبر 2014). تمثيلات التوافق الزوجي وعلاقته بأساليب المعاملة الزوجية والخلافات الزوجية. ورقة: مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، العدد 16.

13- المادة 5 من قانون الأسرة الجزائرية. (2015). دار المسيرة.

14- نادية حسن أبو سكينه، أ. د منال عبد الرحمان خضر. (2011). العلاقات والمشكلات الأسرية. عمان: دار الفكر.

15- <http://www.daily nederalifo.com>. 14 avril. 2018. heure 08 :06.

16- <http://www.mawdoo.com>. 14 avril. 2018. heure 17 :36.

الفصل الرابع: استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية.

تمهيد.

أولاً: تحليل البيانات الشخصية.

ثانياً: عادات وأنماط الفايسبوك.

ثالثاً: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك.

رابعاً: الفايسبوك والعلاقات الزوجية.

خامساً: النتائج العامة للدراسة.

سادساً: إثبات ونفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة.

خلاصة الفصل.

الفصل الرابع: استخدامات الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية.

تمهيد:

بعد ما تطرقنا إلى الإطار المنهجي الذي وضعنا من خلاله الجوانب المنهجية بكل تفاصيله عن موضوع الدراسة، والجانب النظري الذي حاولنا من خلاله الإلمام بكل البيانات والمعلومات المتعلقة بالموضوع، حيث سنتطرق في هذا الفصل إلى الإطار التطبيقي والذي سنحاول فيه الإجابة عن التساؤل الرئيسي لموضوع الدراسة انطلاقاً من إعداد استمارة استبيان وضبطها وتحكيمها ومن ثم قمنا بتوزيعها على أفراد العينة وبعد استرجاعها قمنا بتفريغ البيانات وتفسيرها وتحليلها في ضوء الدراسات السابقة، مع جمع ما تم ملاحظته من معلومات من خلال الأداة المساعدة الثانية والمتمثلة في الملاحظة وفي الأخير استخلاص النتائج العامة للدراسة وإثبات ونفي الفرضيات.

أولا تحليل البيانات الشخصية:

الجدول رقم (01): يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغيرات الجنس.

النسبة	التكرار	الجنس
62.5%	25	الرجال
37.5%	15	النساء
100%	40	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

يوضح الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب الجنس، حيث بلغت نسبة الرجال (62.5%)، بينما قدرت نسبة النساء (37.5%)، وبذلك يتجاوز عدد الرجال عدد النساء بنسبة كبيرة، وبما أن عينة الدراسة تتمثل في الأساتذة المتزوجين والذين يملكون حساب في الفايسبوك وبما أن النسبة الغالبة تتمثل في الرجال، فإن السبب يرجع إلى أن جنس النساء تشهد عنوسة في المجتمع الجزائري مما دفع بالمرأة إلى الاتجاه نحو العمل ومواصلة الدراسة للحصول على مراتب عمل تضمن لهن المستقبل.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع مفردات العينة على أساس السن.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الفئات
%20	8	%40	6	%08	2	من 31-26
%22.5	9	%26.67	4	%20	5	من 37-32
%25	10	%20	3	%28	7	من 43-38
%32.5	13	%13.33	2	%44	11	44 سنة فما فوق
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

يوضح الجدول خصائص توزيع العينة حسب السن، حيث أن أغلبية أفراد العينة من جنس الرجال تتراوح أعمارهم من 44 سنة فما فوق بنسبة (44%)، تليها من 43-38 سنة (28%)، ثم الفئة العمرية ما بين 37-32 سنة (20%) وأخيرا من 31-26 سنة (8%).

أما أغلبية أفراد العينة لفئة النساء تتراوح أعمارهم من 31-26 سنة بنسبة (40%)، تليها من 37-32 سنة بنسبة (26.67%) كذلك من 43-38 سنة بنسبة (20%)، وأخيرا من 44 فما فوق بنسبة (13.33%).

نستنتج أن جنس الرجال يشهد تأخر في الزواج وذلك راجع لسوء الأوضاع المعيشية وكذلك لأن الشباب الجزائري المثقف أي ذو مستوى تعليمي عال تجده مهتم بالدراسة العليا حتى يجد منصب عمل مباشرة بعد التخرج لهذا تجده متأخر عن الزواج.

في حين أن المرأة بعكس الرجل فقد تجدها تدرس وهي متزوجة في نفس الوقت.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع مفردات العينة على أساس مدة الزواج.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%35	14	%46.66	7	%28	7	من سنة إلى 5 سنوات
%40	16	%40	6	%40	10	من 6 إلى 10 سنوات
%25	10	%13.34	2	%32	8	من 11 فما فوق
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

بفحص الجدول رقم (03) يتبين لنا أن نسبة (40%) من المبحوثين تتراوح مدة زواجهم من 6 إلى 10 سنوات هذا ما يؤكد الرجال بنسبة (40%)، والنساء بنفس النسبة (40%)، تليها من سنة إلى 5 سنوات بنسبة (35%)، وهو ما يمثل الرجال بنسبة (28%) والنساء بنسبة (46.66%)، وفي الأخير نجد من 11 سنة فما فوق بنسبة (25%) والمتمثلة في الرجال بنسبة (32%) والنساء بنسبة (13.34%). ومن خلال نتائج الجدول نستنتج أن أغلبية أفراد العينة تتراوح فترة زواجهم من 6 سنوات إلى 10 سنوات.

ثانيا: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك.

الجدول رقم (04): يوضح منذ متى والمبحوثين يستخدمون الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%5	2	%6.67	1	%4	1	منذ أقل من سنة
%27.5	11	%26.67	4	%28	7	من سنة إلى ثلاث سنوات
%67.5	27	%66.66	10	%68	17	من ثلاث سنوات إلى ست سنوات
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

من خلال القراءة التحليلية للجدول (04) يتضح لنا أن أغلبية أفراد العينة تتراوح مدة استخدامهم للفايسبوك من ثلاث سنوات إلى ست سنوات بنسبة (67.5%) هذا ما يؤكد الرجال بنسبة (68%) والنساء بنسبة (66.66%)، تليها من سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة (27.5%)، وهو ما يمثل الرجال بنسبة (28%) والنساء بنسبة (26.67%)، ثم أخيرا تحتلها منذ أقل من سنة بنسبة ضئيلة تقدر بنسبة (05%)، حيث نجد الرجال بنسبة (04%) والنساء بنسبة (6.67%).

وهذا ما أكدته دراسة الدكتور حلمي خضر سنة (2008) حيث توصل إلى نتيجة مفادها "أن أفراد العينة من كلا الجنسين يستخدمون الانترنت في حياتهم اليومية بنسب متفاوتة". (خضر، مرجع سابق، ص، 295).

ومن خلال ذلك نستنتج بأن معظم أفراد العينة تتراوح مدة استخدامهم لموقع الفايسبوك من ثلاث سنوات إلى ست سنوات، وهذا راجع إلى الاهتمامات الكبيرة في الآونة الأخيرة لشبكة الفايسبوك التي تعد الأكثر استخداماً على غرار باقي المواقع الاجتماعية الأخرى.

الجدول رقم (05): يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على موقع الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%37.5	15	%53.33	8	%28	7	أقل من ساعة
%42.5	17	%26.67	4	%52	13	من ساعة إلى ساعتين
%20	8	%20	3	%20	5	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

يبين الجدول (05) عدد ساعات استخدام "الفايسبوك" بشكل يومي بالنسبة لأفراد العينة، ونلاحظ بأن أغلبهم يقضون في تصفحهم للموقع من ساعة إلى ساعتين وذلك بنسبة (42.5%)، هذا ما يؤكد الرجال بنسبة (52%) والنساء بنسبة (26.67%)، في حين يقضي (37.5%) منهم أقل من ساعة في استخدام الفايسبوك، وهو ما يمثل الرجال بنسبة (28%) والنساء بنسبة (53.33%)، يليها من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة (20%)، وهو ما يمثل الرجال بنسبة (20%) والنساء بنفس النسبة كذلك وهي (20%).

حيث توصلت دراسة حنان شعشوع إلى نتيجة "أكدت على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام". (شعشوع، مرجع سابق، ص، 78)

إذ نستنتج من خلال النتائج الموضحة في الجدول أن الوقت الذي يقضيه أفراد العينة تختلف من حيث الجنس، وذلك راجع لكون المرأة لديها انشغالات أكثر من الرجل خاصة وأن المرأة المتزوجة والعاملة والتي لديها أولاد لا تجد وقت للراحة، في حين أن الرجل عند انتهائه من العمل تجد يقضي وقته في التواصل عن طريق الفايسبوك في اليوم الواحد من ساعة إلى ساعتين. مما يؤدي بتقليل مساحة التفاعل بين الزوجين.

الجدول رقم (06): يوضح عدد تصفح المبحوثين لموقع الفايسبوك في اليوم الواحد.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%22.5	3	%26.67	4	%20	5	مرة واحدة
%37.5	15	%20	3	%48	12	من مرتين إلى ثلاث مرات
%40	16	%53.33	8	%32	8	أكثر من ثلاث مرات
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

من خلال نتائج الجدول (06) يتبين لنا أن (40%) من المبحوثين يتصفحون موقع الفايسبوك في اليوم الواحد أكثر من ثلاث مرات، هذا ما يؤكد الرجال بنسبة (32%) والنساء بنسبة (53.33%)، تليها من مرتين إلى ثلاث مرات بنسبة (37.5%) وهو ما يمثله الرجال بنسبة (48%) والنساء بنسبة (20%) ثم نجد أخيراً يتصفحونه مرة واحدة بنسبة (22.50%) وهو ما يؤكد الرجال بنسبة (20%) والنساء بنسبة (26.67%).

نستنتج من خلال النتائج المبينة في الجدول أن أغلبية المبحوثين يتصفحون موقع الفايسبوك في اليوم الواحد أكثر من ثلاث مرات وهذا راجع إلى معرفة ومواكبة كل جديد من خلال التواصل مع الأصدقاء ومعارفهم بالإضافة إلى تضيئة وقت فراغهم.

الجدول رقم (07): يوضح فترات تصفح المبحوثين لموقع الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%13.04	6	%13.33	2	%12.90	4	صباحا من 6سا- 12سا
%17.40	8	%13.33	2	%19.35	6	مساء من 12سا- 18سا
%63.04	29	%73.33	11	%58.06	18	ليلا من الساعة 18سا إلى منتصف الليل
%6.52	3	-	-	%9,67	3	هزيعا من منتصف الليل إلى 6سا
%100	46	%100	15	%100	31	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

بفحص نتائج الجدول (07) يتبين لنا (%63.04) من المبحوثين يتصفحون الفايسبوك في الفترة الليلية ما بين 18سا إلى منتصف الليل، هذا ما يؤكد الرجال بنسبة (%58.06) والنساء بنسبة (%73.33) تليها فترة المساء من الساعة 12 إلى الساعة 18 بنسبة (%17.40) وهو ما يمثاه الرجال بنسبة (%19.35) والنساء بنسبة (%13.33) ثم نجد صباحا من الساعة 6 إلى 12 بنسبة (%13.04) بنسبة أخيرا نجدها تتمثل في هزيعا من منتصف الليل إلى الساعة 6 بنسبة (%6.52).

حيث توصلت دراسة حنان شعشوع سنة (2013/2012) إلى نتيجة مفادها "أن أغلب المبحوثين يفضلون دخول الفايسبوك ليلاً". (شعشوع، مرجع سابق، ص، 77)

ويعود السبب في تعرض المبحوثين لتصفح الفايسبوك في الفترة ما بين 18 سا إلى منتصف الليل إلى أنها تعتبر فترة الراحة للمبحوثين من انشغالهم العملية، حيث يطلعون على كل ما هو جديد في موقع الفايسبوك خاصة وأنها تحتوي على كم هائل من المعلومات وكذلك كون هذه الفترة من أكثر الفترات للتسلية والترفيه من خلال الدردشة عبر تصفح الفايسبوك، إضافة إلى أن هذه الفترة معروفة باجتماع أفراد العائلة.

الجدول رقم (08): يوضح مكان دخول المبحوثين لموقع الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%80.43	37	%82.36	14	%79.31	23	المنزل
-	-	-	-	-	-	مقهى الإنترنت
%19.57	9	%17.64	03	%20.69	6	الجامعة
%100	46	%100	17	%100	29	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

بفحص نتائج الجدول (08) والذي يوضح مكان تصفح المبحوثين لموقع الفايسبوك يتبين لنا أن (%80.43) يدخلون إلى موقع الفايسبوك من المنزل وهو ما يؤكد الرجال بنسبة (%79.31) والنساء بنسبة (%82.35)، تليها في الجامعة بنسبة (%19.57) يدخلون إلى الفايسبوك من الجامعة وهو ما يمثل الرجال بنسبة (%20.69) والنساء بنسبة (%17.64).

ومن خلال ذلك نستنتج بأن معظم الأزواج يدخلون إلى موقع الفايسبوك من المنزل وذلك راجع إلى أنهم يستخدمون الفايسبوك في أوقات فراغهم العملي وهو ما يدل كذلك على وجود الإنترنت في المنزل.

الجدول رقم (09): يوضح الوسيلة المستخدمة لدخول المبحوثين لشبكة الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%46.56	27	%52.39	11	%43.24	16	الهاتف النقال
%5.17	9	%4.76	1	%5.40	2	لوحة إلكترونية
%48.27	28	%42.85	9	%51.36	19	الحاسوب
%100	58	%100	21	%100	37	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

تستنتج من الجدول أعلاه أن (48.27%) من المبحوثين يدخلون إلى الفايسبوك باستخدام الحاسوب وهذا ما يؤكد الرجال بنسبة (51.36%) والنساء بنسبة (42.85%)، تليها عن طريق الهاتف النقال بنسبة (46.56%) وهو ما يمثله الرجال بنسبة (43.24%) والنساء بنسبة (52.39%)، والمتمثلة في الرجال بنسبة (5.40%) والنساء بنسبة (4.76%).

إذ نستنتج أن الوسيلة المستخدمة لدخول المبحوثين لشبكة الفايسبوك تختلف من الرجال إلى النساء وهذا ما لاحظنا من خلال النتائج المبينة في الجدول، كذلك نستنتج أن أفراد العينة لديهم انفتاح على مختلف التطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم.

الجدول رقم (10): يوضح كيفية استخدام المبحوثين لموقع الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%58.18	32	%34.61	9	%79.31	23	لوحده
%7.27	4	%11.53	3	%3.44	1	مع أصدقائه
%7.27	4	%15.39	4	-	-	مع أحد أفراد عائلته
%27.28	15	%38.47	10	%17.25	5	مع زوجك(ة)
%100	55	%100	26	%100	29	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) أن نسبة (58.18%) من المبحوثين يفضلون الدخول لموقع الفايسبوك لوحدهم، وهذا ما يؤكد الرجال بنسبة (79.31%) والنساء بنسبة (34.61%)، تليها مع أزواجهم بنسبة (27.28%) وهو ما يمثله الرجال بنسبة (17.25%) والنساء بنسبة (38.47%)، ثم أخيراً نجد مع أصدقائهم ومع أحد أفراد عائلتهم بنفس النسبة وهي (7.27%).

ومن خلال ذلك نستنتج أن أغلبية المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك لوحدهم وهذا ما يشير إلى أن لديهم أمور شخصية يتعاملون فيها مع موقع الفايسبوك ومن غير اللائق أن يجلس معهم أحد وقت الاستخدام.

الجدول رقم (11): يبين خدمات الفايسبوك عند المبحوثين.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%15.06	14	%12.5	4	%16.40	10	مشاركة الصور
%25.80	24	%18.75	6	%29.50	18	مشاركة الروابط
%11.82	11	%9.38	3	%13.11	8	مشاركة الفيديو
-	-	-	-	-	-	الألعاب
%25.80	24	%34.38	11	%21.31	13	الدردشة
%3.22	03	%3.12	01	%3.28	02	التطبيقات
%18.28	17	%21.87	07	%16.40	10	التعليقات
%100	93	%100	32	%100	61	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

بالنظر إلى نتائج الجدول (11) يتبين لنا أن أكثر خدمة يفضلها أفراد العينة هي خدمة مشاركة الروابط والدردشة بنفس النسبة وهي (25.80%) وهو ما يؤكد الرجال بنسبة (50.81%) والنساء بنسبة (53.13%)، تليها خدمة التعليقات بنسبة (18.28%) وهو ما يمثله الرجال بنسبة (16.40%) والنساء بنسبة (12.87%)، ثم نجد خدمة مشاركة الصور بنسبة (15.06%) والمتمثلة في الرجال بنسبة (16.40%) والنساء بنسبة (12.5%)، تليها خدمة مشاركة الفيديوهات ثم أخيراً تحتلها التطبيقات بنسبة ضئيلة وهي (3.22%).

وهذا ما أكدته دراسة إبراهيم بعزيز سنة (2008/2007) "بأن معظم المبحوثين يستعملون منتديات الدردشة بنسبة 50%". (بعزيز، مرجع سابق).

ومنه نستنتج من خلال نتائج الجدول أن أغلب المبحوثين يفضلون خدمة مشاركة الروابط ومن أجل التعرف على كل جديد في مختلف المجالات التي يرغبون في والولوج إليها والتعرف عليها بالإضافة إلى الدردشة من خلال التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء المهنة.

الجدول رقم (12): يوضح عدد أصدقاء المبحوثين في الفاييسوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
52.5%	21	86.67%	13	32%	8	أقل من 50
7.5%	3	6.67%	1	8%	2	من 50-100
40%	16	6.66%	1	60%	15	أكثر من 100
100%	40	100%	15	100%	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

يوضح الجدول أعلاه عدد أصدقاء المبحوثين في الفاييسوك حيث نجد أن أغلبية أصدقائهم أقل من 50 صديق بنسبة (52.5%)، وهذا ما يؤكد الرجال بنسبة (32%) والنساء بنسبة (87.67%)، تليها ما نسبته (40%) يمتلكون أكثر من 100 صديق، وهو ما يمثله الرجال بنسبة (60%) والنساء بنسبة (6.66%)، ثم أخيرا نجد ما نسبته (7.5%) يمتلكون من 50 إلى 100 صديق والمتمثلة في الرجال بنسبة (8%) والنساء بنسبة (6.67%).

إذ نستنتج أن عدد الأصدقاء في الفاييسوك تختلف باختلاف الجنس حيث أن المرأة المتزوجة يكون عدد أصدقائها محدود. في حين أن الرجال بفضل التعارف على أصدقاء جدد من أجل تبادل وجهات النظر والعادات والتقاليد لكل بلد أو منطقة ما.

الجدول رقم (13): يوضح أساس اختيار الباحثين لأصدقائهم في موقع الفاييسوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%39.39	26	%44	11	%36.59	15	المستوى المعرفي والثقافي
%34.85	23	%40	10	%31.70	13	علاقة الصداقة والقربانة
%21.21	14	%16	4	%24.40	10	الاهتمام المشترك
%4.55	3	-	-	%7.31	3	لا يوجد أي معيار
%100	66	%100	25	%100	41	المجموع

(جدول من إعداد الطالبتين)

بفحص نتائج الجدول (14) يتبين لنا أن (39.39%) من الباحثين يختارون أصدقائهم في موقع الفاييسوك بناء على المستوى المعرفي والثقافي، هذا ما يؤكد الرجال بنسبة (36.59%)، والنساء بنسبة (44%)، تليها علاقة الصداقة والقربانة بنسبة (34.85%) وهو ما يمثله الرجال بنسبة (31.70%) والنساء بنسبة (40%) ثم نجد من حيث الاهتمام المشترك بنسبة (21.21%) والمتمثلة في الرجال بنسبة (24.40%) والنساء بنسبة (16%)، ثم أخيراً تحتلها لا يوجد معيار في اختيارهم لأصدقائهم بنسبة (4.55%) أجابت عليها عينة من الرجال.

وهذا ما يؤكد إبراهيم بعزیز في دراسته سنة (2008/2007) بأن "المبحوثين يختارون أصدقائهم على أساس المستوى الثقافي والعلمي". (بعزیز، مرجع سابق).

ومن خلال ذلك نستنتج بأن أفراد العينة يتعاملون بنوع من الوعي في استخدامهم للفايسبوك من حيث اختيار الأصدقاء، حيث نلاحظ بأنهم لا يختارون أصدقائهم بعشوائية وإنما يقومون بانتقائهم بهدف الاستفادة وهذا ما نستنتجه من خلال اختيار أغلبيتهم لأصدقائهم بحسب المستوى المعرفي والثقافي.

الجدول رقم (14): يوضح مشاركة المبحوثين في المجموعات المفتوحة على الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%72.5	29	%73.34	11	%72	18	نعم
%27.5	11	%26.66	4	%28	7	لا
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(جدول من إعداد الطالبتين)

- يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين يشاركون كأعضاء في المجموعات المتاحة على موقع الفايسبوك، وذلك بنسبة (72.5%)، وهذا ما يؤكد الرجال بنسبة (72%)، والنساء بنسبة (73.34%) وهذا ما يشير إلى أن المجموعات الموجودة على الفايسبوك تحظى بأهمية كبيرة عند المبحوثين، باعتبارها مصدر هام للحصول على المعلومات في مختلف المجالات وهو ما يساعد المستخدم على التواصل مع من يشاركونه الاهتمام ويناقش معهم مختلف المواضيع سواء كانت سياسية، اقتصادية، إعلامية وغيرها....

الجدول رقم (15): يوضح توزيع المبحوثين وفقا للمجموعات التي يشاركون فيها على الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%8.83	6	-	-	%13.63	6	سياسية
%27.95	19	%33.33	8	%25	11	اجتماعية
%30.88	21	%29.18	7	%31.82	14	ثقافية
%8.82	6	%20.83	5	%2.28	01	ترفيهية
%13.23	9	%8.33	2	%15.91	7	إعلامية
%10.29	7	%8.33	2	%11.36	5	دينية
%100	68	%100	24	%100	44	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

أما فيها يتعلق بنوع المجموعات التي يشارك فيها المبحوثين من رجال ونساء فقد أوضحت بيانات الجدول رقم (16) أن المجموعات الثقافية هي أكثر المجموعات التي يشارك فيها الأفراد المبحوثين، وذلك بنسبة (30.88%) وهذا ما يؤكد الرجل بنسبة (31.82%)، والنساء بنسبة (29.18%)، تليها مباشرة المجموعات الاجتماعية بنسبة (27.95%)، ممثلة في الرجال بنسبة (25%)، والنساء بنسبة (33.33%)، والمجموعات الإعلامية بنسبة (13.23%)، والمجموعات الدينية بنسبة (10.29%) ، تليها أخيرا المجموعات السياسية بنسبة (8.83%)، نلاحظ من خلال الجدول أن الرجال يشاركون في المجموعات السياسية بينما نجد النساء ليس لديهم اشتراك فيها.

ومن خلال ما سبق يمكن أن نلخص إلى أن أكثر المجموعات مشاركة من طرف المبحوثين المجموعات الثقافية والاجتماعية والإعلامية، ويرجع سبب ميل المبحوثين إلى المشاركة في المجموعات الثقافية من أجل الحصول على المعلومات والمعارف، أما عن المشاركة في المجموعات الاجتماعية لأن هذه الأخيرة تفتح المجال للمستخدم للتعبير عن همومه ومشاكله الاجتماعية ويبحث عن الحلول لها، وعن مشاركة المبحوثين في المجموعات الإعلامية، فهذا يعود إلى مواكبة الفايسبوك إلى الأحداث الجارية في مختلف بقاع العالم.

ثالثا: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفايسبوك"

الجدول رقم (16): يوضح دوافع وحاجات استخدام المبحوثين "للفايسبوك".

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
4.31%	4	2.70%	1	5.35%	3	الترفيه والتسلية
19.35%	18	18.92%	7	19.65%	11	التثقيف
22.58%	21	21.62%	8	23.22%	13	زيادة المعلومات والمعارف
22.58%	21	24.33%	9	21.42%	12	التواصل مع الأصدقاء والأهل
1.08%	1	-	-	1.78%	1	لتمضية الوقت
-	-	-	-	-	-	التعرف على أصدقاء جدد
30.10%	28	32.43%	12	28.58%	16	للتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية

-	-	-	-	-	-	الهروب من الواقع
-	-	-	-	-	-	للتخلص من الفراغ العاطفي
-	-	-	-	-	-	للتخلص من القلق والملل
%-100	93	%100	37	%100	56	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

ومن خلال دراسة استخدام المبحوثين لموقع الفايسبوك، تبين لنا من خلال الجدول رقم (17) أن (30.10%) من المبحوثين يستخدمون الفايسبوك بدافع التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية، تليها زيادة المعلومات والمعارف بنسبة (22.58%)، والتواصل مع الأصدقاء والأهل بنفس النسبة (22.58%)، فالتثقيف بنسبة (19.35%)، ونجد بأن نسبة (1.08%) من المبحوثين يستخدمونه من أجل تضيئة الوقت، ونستنتج من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك من أجل التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية، وذلك من خلال ما يوفره الموقع من الصور والصوت لمختلفة الأحداث والوقائع في العالم التي لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية في حين تتناولها مواقع التواصل الاجتماعي دون قيد ولا رقابة.

ومما سبق نستنتج أن استخدام الفايسبوك من طرف المبحوثين لا يقتصر على التسلية والترفيه والتخلص من القلق والملل، بل يتجاوز إلى الدوافع النفعية كمواكبة الأحداث الجارية والتواصل مع الأهل والأصدقاء.

الجدول رقم (17): يبين الهوية التي يدخل بها المبحوثين إلى الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%65	32	%46.66	7	%100	25	تفضل استخدام اسمك الحقيقي
%35	8	%53.34	8	-	-	تفضل استخدام اسم مستعار
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(جدول من إعداد الطالبتين)

نلاحظ من خلال نتائج الجدول (18) أن جميع المبحوثين من جنس الذكور يدخلون إلى موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" بهوية حقيقية مستخدمين اسمهم الحقيقي وذلك بنسبة (100%) أما من جنس الإناث نجدها نسبته (16.66%) يستخدمون أسماء حقيقية في فتح حسابهن في الفايسبوك في حين تدخلن ما نسبته (53.34%) بأسماء مستعارة.

و مما سبق نستنتج أن الإناث أكثر استخداماً للأسماء المستعارة من الذكور وقد يكون هذا بسبب تجنبهن للإزعاج والمشاكل من طرف محيطهن الاجتماعي بالإضافة إلى التصرف بكل حرية في الموقع تفادياً للإزعاج.

الجدول رقم (18): يوضح أسباب استخدام المبحوثين للأسماء الحقيقية.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%65	26	%63.64	7	%65.62	19	حتى يجدرك معارفك بسهولة
%35	14	%36.36	4	%34.48	10	حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك
%100	40	%100	11	%100	29	المجموع

(جدول من إعداد الطالبتين)

- يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنه لا يوجد اختلاف كبير في أسباب استخدام الهوية الحقيقية بين مختلف الجنسين من أجل أن يجدهم معارفهم بسهولة بنسبة (65%)، حيث نجد أن (65.52%) من الذكور، (63.64%) من الإناث، في حين نجد نسبة (35%) يستخدمون الهوية الحقيقية حتى يحظون بثقة المتفاعلين معهم، حيث نجد نسبة (34.48%) من الذكور، ونسبة (36.36%) من الإناث.
- ونلاحظ من خلا الجدول أنه لا توجد فروق كبيرة في النسب بين أجابة المبحوثين الموزعة على الاختيارين الأول "حتى يجدرك معارفك بسهولة" والثاني "حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك".

الجدول رقم (19): يوضح أسباب استخدام المبحوثين للهوية المستعارة للفايسوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	7	%100	7	-	-	رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرف عليك أحد
-	-	-	-	-	-	الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية
-	-	-	-	-	-	رغبة منك في تقمص شخصية غير شخصيتك
%100	7	%100	7	%0	0	المجموع

(جدول من إعداد الطالبتين)

- أما من خلال ما نلاحظه من الجدول رقم (20) فإن استخدام الأسماء المستعارة عند المبحوثين من جنس الإناث إستحوذ على نسبة (100%) حول رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرف عليك أحد.

ومما سبق نستنتج بأن الإناث أكثر ميلا لاستخدام الأسماء المستعارة مقارنة بالذكور تجنباً للإزعاج والمشاكل التي يمكن أن يتعرضن لها في محيطهن الاجتماعي.

الجدول رقم (20): يوضح تصرفات أفراد العينة على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%22.5	9	%13.34	2	%28	7	نعم
%77.5	31	%86.66	13	%72	18	لا
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(جدول من إعداد الطالبتين)

انطلاقاً من بيانات الجدول رقم (21)، يبين أن (77.5%) من المبحوثين لا يوافقون على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء، وهذا ما يؤكد الذكور بنسبة (27%) والإناث بنسبة (86.66%)، بينما نجد ما نسبته (22.5%) من المبحوثين يوافقون على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء، وهو ما يمثل (28%) من الذكور، و(13.34%) من الإناث.

من خلال هذا التحليل يمكن أن نلخص إلى أن أكثر من نصف المبحوثين المستخدمين لموقع الفايسبوك لا يوافقون على طلبات الصداقة من الأشخاص الغرباء وذلك خوفاً من عمليات القرصنة على مواقعهم، وعدم قبول هذه الطلبات خاصة من أشخاص غرباء هدفهم إشباع رغبات عاطفية وهو ما لا يقبله المستخدم لأنه متزوج وينا في أخلاقنا وديننا الإسلامي.

الجدول رقم (21): يوضح توزيع المبحوثين وفقا لدوافع موافقتهم على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%20	2	%50	1	%12.5	1	التعرف على أشخاص جدد
-	-	-	-	-	-	التسلية وتمضية الوقت
-	-	-	-	-	-	تكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر
%60	6	%50	1	%62.5	5	تبادل وجهات النظر
%20	2			%25	2	المناقشة في مواضيع عامة
%100	10	%100	2	%100	8	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

أما فيما يتعلق بالأشخاص الذين يوافقون على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء والذين بلغت نسبتهم (22.5%) من المبحوثين، فقد أوضحت بيانات الجدول رقم (17)، بأن موافقة المبحوثين على طلبات الصداقة كان لدوافع عديدة، أولها تبادل وجهات النظر وذلك بنسبة (60%)، وهذا ما يؤكد الذكور بنسبة (62.5%) والإناث بنسبة (50%)، تليها نسبة (20%) لكل من المناقشة في مواضيع عامة والتعرف على أشخاص جدد بنسبة (20%) كذلك.

ومن خلال ذلك يتبين أن دوافع قبول المبحوثين لطلبات الصداقة من أشخاص غرباء تمثلت في تبادل وجهات النظر حول مختلف المواضيع، والتعرف على أشخاص جدد والمناقشة في مواضيع عامة.

الجدول رقم (22): يوضح شعور المبحوثين في حالة غيابهم عن موقع الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
-	-	-	-	-	-	القلق والاضطراب
%17.5	7	%13.34	2	%20	5	الفراغ
%82.5	33	%86.66	13	%80	20	لا يشعر بشيء
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

تبين لنا من نتائج الجدول رقم (20) أن ما يقارب جل عدد المبحوثين لا يشعروهم غيابهم عن موقع الفايسبوك بشيء بنسبة (%82.5)، وهذا ما يؤكد الذكور بنسبة (%80) والإناث بنسبة (%86.66) بينما نجد (%17.5) منهم يشفرون بالفراغ عم غيابهم عن الفايسبوك، وهذا ما يؤكد فئة الذكور بنسبة (%20)، والإناث بنسبة (%13.34).

ومنه نستنتج أن المستخدمين الذين لا يشعرون بشيء عند غيابهم عن الفايسبوك هو مؤشر عدم وقوعهم ضحايا الإدمان على الموقع، وهو ما يساعد المبحوثين على أداء وظائفهم بطريقة عادية، دون أي ضغط نفسي.

الجدول رقم (23): يبين رأي المبحوثين حول إمكانية الاستغناء عن الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%70	28	%73.34	11	%68	17	نعم
%30	12	%26.66	4	%32	8	لا
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

من خلال الجدول رقم (24) والذي يمثل رأي المبحوثين حول إمكانية الاستغناء عن الفايسبوك نلاحظ أن أغلبية هؤلاء المبحوثين يمكنهم الاستغناء عن الفايسبوك وذلك بنسبة (70%) وهذا ما يؤكد الذكور بنسبة (44%) والإناث بنسبة (66.66%) وتأتي في المرتبة الثانية نسبة (30%) من المبحوثين يصرحون بعدم إمكانية استغنائهم عن الفايسبوك، وهذا ما يؤكد الذكور بنسبة (32%) والإناث بنسبة (26.66%) ويفسر سبب إجابة المبحوثين بـ "نعم" إلى أنهم يتعاملون مع موقع الفايسبوك في مجال العمل ومواكبة الجديد والتواصل دون التعامل مع الموقع على أنه الرابط الوحيد الذي به تستمر الحياة.

من خلال الجدول نستنتج أن أغلبية المبحوثين يمكنهم الاستغناء عن موقع الفايسبوك وهذا ما يبين بأنهم يتعاملون مع الموقع بشكل عقلائي بعيد عن التضخيم.

الجدول رقم (24): يمثل كيفية تحديد علاقة المبحوثين بالفايسوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	40	%100	15	%100	25	علاقة عادية
-	-	-	-	-	-	إدمان
-	-	-	-	-	-	هروب من الواقع
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(جدول من إعداد الطالبتين)

يبدو من خلال الجدول رقم (25) أن علاقة المبحوثين مع الفاييسوك هي علاقة عادية وذلك بنسبة (100%)، وذلك ما يؤكد الذكور بنسبة (100%) والإناث بنسبة (100%).

ومن هنا نستنتج بأن المبحوثين يحددون علاقتهم مع الفاييسوك بأنها علاقة عادية، وهذا لما يرون في الموقع هدرا للوقت، واستخدامه يكون على حساب أعمال أخرى كالعمل والواجبات المختلفة ما جعلهم يتعاملون مع الموقع بطريقة عادية تفاديا لوقوع مشاكل لا يحمد عقباها.

الجدول رقم (25): يبين حصول المبحوثين على كلمة السر الخاصة بطرفهم الثاني في الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%52.5	21	%66.66	10	%44	11	نعم
%47.5	19	%33.34	5	%56	14	لا
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(جدول من إعداد الطالبتين)

يتضح من بيانات الجدول رقم (26) أن أغلبية المبحوثين يمتلك طرفهم الثاني لكلمة السر الخاصة بحسابهم على موقع الفايسبوك بنسبة (%52.5)، هذا ما يؤكد الذكور بنسبة (%44)، والإناث بنسبة (%66.66) في المقابل يوجد ما نسبته (%47.5) يصرحون بعدم امتلاك طرفهم الثاني لكلمة السر الخاصة بحسابهم، وهو ما يؤكد الذكور بنسبة (%56)، والإناث بنسبة (%33.34).

ويمكن إرجاع نتائج إجابة المبحوثين في الجدول رقم (26) أن أغليبتهم يتبادلون لكلمة السر مع طرفهم الثاني وهذا ما يبين إخلاص النية في التعامل وتبادل الآراء والأفكار مع بعضهم البعض حول مواضيع تطرح على الفايسبوك، وهو ما يبين بأن كلاهما يمثلان طرفا واحدا لا وجود لأسرار يمكن أن يخفيها طرف عن الآخر.

رابعا: "الفايسبوك" والعلاقات الزوجية.

الجدول رقم (26): يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول الشعور بالوحدة والعزلة عن طرفهم الثاني عند استخدام الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%7.5	3	%13.33	2	%4	1	موافق بشدة
%2.5	1	-	0	%4	1	موافق
%20	8	%20	3	%20	5	محايد
%45	18	%53.34	8	%40	10	غير موافق
%25	10	%13.33	2	%32	8	غير موافق بشدة
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

بفحص نتائج الجدول (26) يتبين لنا نسبة (45%) من المبحوثين غير موافقين على أن استخدام الفايسبوك يشعرهم بالوحدة والعزلة عن طرفهم الثاني وهو ما يؤكد الرجال بنسبة (40%) والنساء بنسبة (53.34%)، وغير الموافقين بشدة بنسبة (25%) وهو ما يمثله الرجال بنسبة (32%) والنساء بنسبة (13.33%) تليها نسبة (20%) من المحايدين، و(75%) من الموافقين بشدة وأخيرا ما نسبته (2.5%) من الموافقين.

وهذا ما تؤكدته دراسة إبراهيم بعزيز سنة (2008/2007) بأن "أغلبية المبحوثين لا يشعرون بالوحدة والعزلة عن محيطهم الاجتماعي بفعل الدردشة". (بعزيز، مرجع سابق) .

ويتبين من خلال هذه النتائج أن أغلب المبحوثين يصرحون بأنهم غير موافقين على فكرة أن الفايسبوك يشعروهم بالوحدة والعزلة عم طرفهم الثاني، وهو ما يبين إخلاص النية نحو الطرف الثاني وعدم فسح المجال للفايسبوك في القضاء على علاقاتهم الزوجية وبالتالي تفادي السير نحو تدميرها.

الجدول رقم (27): يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول ما إذا كان الشعور بالفراغ العاطفي جعلهم يهربون إلى الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%2.5	1	-	0	%4	1	موافق بشدة
%5	2	%6.67	1	%4	1	موافق
%10	4	%6.67	1	%12	3	محايد
%35	14	%33.33	5	%36	9	غير موافق
%47.5	19	%53.33	8	%44	11	غير موافق بشدة
%100	40	%100	14	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

عند فحص نتائج الجدول (27) يوضح لنا بأن نسبة (47.5%) من المبحوثين غير موافقين بشدة حول فكرة أن الشعور بالفراغ العاطفي جعلهم يهربون إلى الفايسبوك، وهو ما يؤكد الرجال بنسبة (44%) والنساء بنسبة (53.33%)، تليها غير الموافقين بنسبة (35%) وهو ما يمثله الرجال بنسبة (36%)

والنساء بنسبة (33.33%)، في حين نجد ما نسبته (10%) يصرحون بالحياد و(5%) موافقون، وأخيرا ما نسبته (2.5%) من الموافقين بشدة.

ومن خلال ما سبق يمكن أن نستخلص بأن أغلب المبحوثين لا يوافقون بشدة حول فكرة الشعور بالفراغ العاطفي يجعلهم يهربون إلى الفايسبوك، وهو ما يؤكد بأن استخدامهم للفايسبوك يكون من أجل علاقات العمل والتواصل مع الأصدقاء والأقارب الذي جعلهم يلجأون إلى استخدام موقع الفايسبوك.

الجدول رقم (28): يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول إذا كانوا يقضون وقتا في التحدث مع معارفهم وأصدقائهم عبر الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسون فيه مع طرفهم الثاني.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%2.5	1	-	0	%4	1	موافق بشدة
%10	4	%13.33	2	%8	2	موافق
%7.5	3	-	0	%12	3	محايد
%50	20	%33.33	5	%60	15	غير موافق
%30	12	%53.34	8	%16	4	غير موافق بشدة
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

بفحص نتائج الجدول (28) يتبين لنا أغلبية أفراد العينة لا يوافقون على أن الوقت المخصص لطرفهم الثاني في حياتهم الزوجية أقل من الوقت الذي يقضونه في التحدث مع معارفهم وأصدقائهم في

الفايسبوك، حيث يمثل غير الموافقين بنسبة (50%)، وهذا ما يؤكد الرجال بنسبة (60%) والنساء بنسبة (33.33%) وغير الموافقين بشدة بنسبة (30%)، إذ يمثل الرجال بنسبة (16%) والنساء بنسبة قدرها (53.34%) تليها نسبة (10%) من الموافقين، وهو ما يؤكد (8%) من الرجال وما نسبته (13.33%) من النساء، ثم نجد المحايد بنسبة (7.5%)، والموافقين بشدة بنسبة تمثل (2.5%).

ويتبين من هذه النتائج أن أغلب المبحوثين يصرحون بأنهم لا يقضون وقتاً في التحدث مع معارفهم وأصدقائهم على الفايسبوك مقارنة بالوقت الذي يجلسون فيه مع طرفهم الثاني، وهو ما يبين بأن موقع الفايسبوك لا يحتل مكانة كبيرة في حياتهم، إذ يخصص له وقت والجلوس مع الطرف الثاني له وقته عند كل من الرجال والنساء.

الجدول رقم (29): يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول ما إذا كانوا يشعرون بأن تفاعلهم مع الطرف الثاني من حياتهم قل منذ بدؤوا يستخدمون الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%5	2	%6.6	1	%4	1	موافق بشدة
%5	2	-		%8	2	موافق
-	0	-		-	0	محايد
%52.5	21	%46.66	7	%56	14	غير موافق
%37.5	15	%46.66	7	%32	8	غير موافق بشدة
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

بفحص نتائج الجدول رقم (29) يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة لا يوافقون على أن تفاعلهم مع طرفهم الثاني في حياتهم الزوجية قل منذ بدؤوا يستخدمون الفايسبوك بنسبة (52.5%)، وهذا ما يؤكد الرجال بنسبة (56%)، والنساء بنسبة (46.66%) تليها غير الموافقين بشدة بنسبة (37.5%) وما يمثله الرجال بنسبة (32%) والنساء بنسبة (46.66%)، ليأتي الموافقون بشدة والموافقين بنفس النسبة وهي (5%).

ويتبين لنا من هذه النتائج أن أغلبية المبحوثين لا يوافقون على فكرة بأن تفاعلهم مع طرفهم الثاني قل منذ بدؤوا يستخدمون الفايسبوك وهو ما يؤكد بأن علاقتهم الزوجية تمتاز بالقوة والمتانة ولا يمكن للفايسبوك زعزعتها.

الجدول رقم (30): يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول ما إذا كان يشكو منهم الطرف الثاني بسبب الوقت الطويل الذي يقضونه مع الفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%2.5	1	%0	0	%4	1	موافق بشدة
%12.5	5	%6.67	1	%16	4	موافق
%10	4	%6.67	1	%12	3	محايد
%37.5	15	%33.33	5	%40	10	غير موافق
%37.5	15	%53.33	8	%28	7	غير موافق بشدة
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

--	--	--	--	--	--	--

(الجدول من إعداد الطالبتين)

عند فحص نتائج الجدول (30) يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يصرحون بأن طرفهم الثاني لا يشكو من الوقت الذي يقضونه على موقع الفايسبوك، وهو ما يبينه غير الموافقين بنسبة (37.5%) وهو ما يؤكد الرجال بنسبة (40%) والنساء بنسبة (33.33%)، تليها غير الموافقين بشدة بنفس النسبة (37.5%) وهو ما يمثله الرجال بنسبة (28%) والنساء بنسبة (53.33%) وغير الموافقين بنسبة (12.5%)، وهو ما يؤكد الرجال بنسبة (16%) والنساء بنسبة (6.67%) ثم نجد المحايدين بنسبة (10%) والموافقين بشدة بنسبة (2.5%).

ويتبين لنا من هذه النتائج بأن استخدام الفايسبوك لم يؤثر على حياة المبحوثين المتزوجين، والنسبة الكبيرة لا يشكوا منهم طرفهم الثاني وهو ما يؤكد بأن كلا الطرفين يستثمران وقت الفراغ وأوقات المشاكل في التحادث وتوضيح الأمور الواجب مناقشتها دون اللجوء إلى الفايسبوك والغوص في أعماقه.

الجدول رقم (31): يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول ما إذا كان استخدامهم للفايسبوك جعلهم يحافظون على علاقتهم الزوجية.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%7.5	3	%13.33	2	%4	1	موافق بشدة
%22.5	9	%20	3	%24	6	موافق
%37.5	15	%40	6	%36	9	محايد
%22.5	9	%20	3	%24	6	غير موافق
%10	4	%6.67	1	%12	3	غير موافق بشدة
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

بفحص نتائج الجدول (31) يتبين لنا أن نسبة (37.5%) من المبحوثين المحايدين الذين لم يعبروا عن موافقتهم حول فكرة أن استخدامهم للفايسبوك جعلهم يحافظون على علاقتهم الزوجية، وهو ما يؤكد الرجال بنسبة (36%) والنساء بنسبة (40%)، تليها في المرتبة الثانية كل من موافق وغير موافق بنسبة (22.5%) وهو ما يمثل الرجال بنسبة (24%) والنساء (20%)، إلى غير الموافقة بشدة على الطرح، في الوقت الذي ذهب (7.5%) إلى الموافقة بشدة.

ويتبين لنا من خلال هذه النتائج بأن أغلبية المبحوثين يحدون فكرة بأن استخدامهم للفايسبوك جعلهم يحافظون على علاقتهم الزوجية وهو ما يبين بأن فكرة المحافظة على العلاقة الزوجية لا دخل لها بالفايسبوك الذي حطم كل الحواجز ودخل عقول الناس.

الجدول رقم (32): يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول ما أن سبق وأن شككوا في خيانة طرفهم الثاني عم طريق استخدامهم للفايسبوك.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%2.5	1	%6.67	1	-	0	موافق بشدة
%5	2	%6.67	1	%4	1	موافق
%5	2	%6.67	1	%4		محايد
%25	10	%13.33	2	%32	8	غير موافق
%62.5	25	%66.66	10	%60	15	غير موافق بشدة
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

بفحص نتائج الجدول (32) يتبين لنا نسبة (62.5%) من المبحوثين يصرحون بعدم الموافقة بشدة حول التشكيك في خيانة الطرف الثاني من حياتهم الزوجية عن طريق استخدامه للفايسبوك، وهو ما يؤكد الرجال بنسبة (60%) والنساء بنسبة (66,66%)، وغير الموافقين بنسبة (25%)، وهو ما يمثل الرجال بنسبة (32%) والنساء بنسبة (13.33%) يليها الموافق والمحايد بنسبة (5%)، وأخيرا تحتلها الموافق بشدة بنسبة (2.5%).

ويتبين من خلال هذه النتائج أن أغلبية المبحوثين يصرحون بأنهم غير موافقين بشدة على التشكيك في خيانة طرفهم الثاني عن طريق استخدامه لموقع الفايسبوك وهو ما يبين ثقة المتزوجين في بعضهم البعض وعدم ترك مجال للشك والوساوس.

الجدول رقم (33): يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول ما إذا كانوا يحسون بالألفة والانتماء الاجتماعي مع جماعة أصدقائهم في الفايسبوك أكثر مما يحسون به مع طرفهم الثاني.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%0	0	-	0	-	0	موافق بشدة
%2.5	1	-	0	%4	1	موافق
%7.5	3	6.67	1	%8	2	محايد
%37.5	15	33.33	5	%40	10	غير موافق
%52.5	21	%60	9	%48	12	غير موافق بشدة
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

عند فحص نتائج الجدول رقم (33) يتبين لنا بأن نسبة (52.5%) غير موافقين بشدة حول الإحساس بالألفة والانتماء الاجتماعي مع جماعة أصدقائهم في الفايسبوك أكثر مما يحسون به مع طرفهم الثاني وهو ما يؤكد الرجال بنسبة (48%) النساء بنسبة (60%)، تليها ثانياً غير الموافقين بنسبة (37.5%) وهو ما يمثله الرجال بنسبة (40%) والنساء بنسبة (33.33%)، تليها نسبة (7.5%) من المحايدين وأخيراً نسبة (2.5%) من الموافقين.

ومن خلال ما سبق يمكن أن نستخلص بأن معظم المبحوثين يصرحون بأنهم غير موافقين بشدة حول فكرة الإحساس بالألفة والانتماء الاجتماعي مع جماعة أصدقائهم في الفايسبوك أكثر مما يحسون به مع طرفهم الثاني، وهو ما يبين بأن علاقة المبحوثين في موقع الفايسبوك مع أصدقائهم لا يساوي نفس

العلاقة مع الطرف الثاني، فالأصدقاء تكون علاقة زمالة وعمل والطرف الثاني علاقة ود وتقاسم للحياة.

الجدول رقم (34): يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول ما إذا كانوا يرون بأن الفايسبوك ساهم في تنشيط الحوار مع طرفهم الثاني.

النسبة	المجموع	نساء		رجال		المتغيرات الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%5	2	%13.34	2	-	0	موافق بشدة
%20	8	%26.66	4	%16	4	موافق
%32	13	%13.34	2	%44	11	محايد
%25	10	%20	3	%28	7	غير موافق
%17.5	7	%26.66	4	%12	3	غير موافق بشدة
%100	40	%100	15	%100	25	المجموع

(الجدول من إعداد الطالبتين)

من خلال فحص نتائج الجدول (34) تبين لنا نسبة (32%) من المبحوثين اختاروا "محايد" حول فكرة بأن الفايسبوك ساهم في تنشيط الحوار مع طرفهم الثاني وهذا ما يؤكد الرجال بنسبة (44%)، والنساء بنسبة (13.34%)، يليها غير موافق بنسبة (25%) وهو ما يمثل الرجال بنسبة (28%) والنساء بنسبة (20%)، يليها الموافقون بنسبة (20%) وهو ما يركده الرجال بنسبة (16%) والنساء بنسبة (26.66%) و اتجه ما نسبته (17.5%) إلى التصريح بغير موافق بشدة، وبنسبة (5%) موافقون بشدة.

ويتبين لنا من خلال هذه النتائج بأن أغلب المبحوثين يصرحون بأنهم محايدون حول فكرة أن الفاييسبوك يساهم في تنشيط الحوار مع الطرف الثاني من حياتهم الزوجية وهذا ما يبين بأنه يمكن إيجاد مواضيع تهل للنقاش بين الطرفين من الناحية العلمية أو مواكبة الأخبار والأحداث الجارية، كما يمكن أن يكون لا يوجد مواضيع يمكنها أن تكون محلا للنقاش والحوار.

خامسا: النتائج العامة للدراسة.

- 1- أكدت الدراسة أن (62.5%) من المبحوثين ذكور و(37.5%) إناث.
- 2- أثبتت الدراسة أن (32.5%) من المبحوثين تتراوح أعمارهم من 44 سنة فما فوق.
- 3- أكدت الدراسة أن (37.5%) من المبحوثين تتراوح مدة زواجهم من 6-10 سنوات.
- 4- أثبتت الدراسة أن (67.5%) من المبحوثين بدءوا يستخدمون الفايسبوك من ثلاث سنوات إلى ست سنوات.
- 5- توضح لنا النتائج أن (42.5%) من المبحوثين يقضون في تصفحهم لموقع الفايسبوك من ساعة إلى ساعتين و(37.5%) أقل من ساعة.
- 6- تشير النتائج إلى أن (37.5%) من المبحوثين يتصفحون موقع الفايسبوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم الواحد.
- 7- توصلت الدراسة إلى أن (63.04%) من المبحوثين يتصفحون موقع الفايسبوك ليلا من الساعة 18 سا إلى منتصف الليل.
- 8- أكدت الدراسة إلى أن (80.43%) من المبحوثين يدخلون لموقع الفايسبوك من المنزل.
- 9- يدخل أغلب المبحوثين إلى الفايسبوك من الحاسوب بنسبة (48.27%) و(46.56%) عن طريق الهاتف النقال.
- 10- توضح لنا النتائج أن أغلب المبحوثين يفضلون تصفح الفايسبوك لوحدهم بنسبة (58.18%) (27.28%) مع أزواجهم.
- 11- كشفت الدراسة أن أكثر خدمة يفضلها المبحوثين هما خدمتي مشاركة الروابط والردشة مع الأصدقاء بنسبة (25.80%)، تليها خدمة التعليقات بنسبة (18.28%).

12- أثبتت الدراسة أن (52.5%) من المبحوثين يتراوح عدد أصدقائهم في الفايسبوك أقل من خمسين وبنسبة (40%) يتراوح عدد الأصدقاء أكثر من 100.

13- توصلت الدراسة إلى أن (39.39%) من المبحوثين يختارون أصدقائهم على أساس المستوى المعرفي والثقافي و(34.85%) يختارون أصدقائهم على أساس الصداقة والقرابة.

14- أكدت الدراسة أن (72.5%) من المبحوثين يشاركون في المجموعات المفتوحة على الفايسبوك.

15- وفيما يتعلق بنوع المجموعات التي يشاركون فيها فنجد أن المجموعات الثقافية هي أكثر المجموعات التي يشاركون فيها بنسبة (30.88%) و(27.95%) يشاركون في المجموعات الاجتماعية.

المحور الثاني:

16- بالنسبة للدوافع والحاجات التي تمكن وراء استخدام الفايسبوك فقد تبين من إجابات المبحوثين أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية بنسبة (30.10%) إلى جانب زيادة المعلومات والمعارف والتواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة (22.58%).

17- أكدت الدراسة أن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام أسمائهم الحقيقية عند فتحهم لموقع الفايسبوك بنسبة (80%).

18- ويستخدم المبحوثين الهوية الحقيقية حتى يجدهم معارفهم بسهولة بنسبة (65%) وحتى يحضون بثقة المتفاعلين معهم بنسبة (35%).

19- أما مستخدمو الهوية المستعارة فمجملهم يستخدمونه برغبة في التصرف في الموقع بكل حرية دون أن يتعرف عليهم أحد بنسبة (100%).

20- كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة لا يوافقون على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء بنسبة (77.5%) في حين يوافق عليها (22.5%).

21- أكدت الدراسة من خلال نسبة المبحوثين الذين يقبلون طلبات الصداقة من أشخاص غرباء بدافع تبادل وجهات النظر بنسبة (60%) والتعرف على أشخاص جدد والمناقشة في مواضيع عامة بنسبة (20%).

22- أثبتت الدراسة أن أغلب المبحوثين لا يشعرون غيابهم عن الفايسبوك بشيء وذلك بنسبة (82.5%).

23- أكدت الدراسة أن نسبة (70%) من المبحوثين يستطيعون الاستغناء عن موقع الفايسبوك ونسبة (30%) لا يستطيعون الاستغناء عنه.

24- توصلت نتائج الدراسة أن نسبة (100%) من المبحوثين يصرحون بأن علاقتهم مع الفايسبوك هي علاقة عادية.

25- أثبتت الدراسة أن (52.5%) من المبحوثين يمتلك طرفهم الثاني لكلمة السر الخاصة بحسابهم في الفايسبوك و(47.5%) لا يمتلكون لكلمة السر.

26- أثبتت الدراسة أن (45%) من المبحوثين، غير موافقين حول فكرة الشعور بالوحدة والعزلة عن طرفهم الثاني عند استخدامهم للفايسبوك.

27- توصلت الدراسة إلى أن (47.5%) من المبحوثين، غير موافقين بشدة حول أن الشعور بالفراغ العاطفي جعلهم يهربون إلى الفايسبوك.

28- أثبتت الدراسة إلى أن (50%) من المبحوثين، غير موافقين حول فكرة أنهم يقضون وقتا في التحادث مع معارفهم وأصدقائهم عبر الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسون فيه مع طرفهم الثاني.

29- أكدت الدراسة أن (52.5%) من المبحوثين، غير موافقين حول شعورهم بأن تفاعلهم مع الطرف الثاني من حياتهم قل منذ بدؤوا يستخدمون الفايسبوك.

- 30- أثبتت الدراسة أن (37.5%) من المبحوثين، غير موافقين بشدة حول فكرة أن الطرف الثاني يشكو منهم بسبب الوقت الطويل الذي يقضونه مع الفايسبوك.
- 31- أكدت الدراسة أن (37.5%) من المبحوثين، محايدين حول فكرة استخدامهم للفايسبوك جعلهم يحافظون على علاقتهم الزوجية.
- 32- أثبتت الدراسة أن (62.5%) من المبحوثين، غير موافقين بشدة حول فكرة التشكيك في خيانة طرفهم الثاني عن طريق استخدامه للفايسبوك.
- 33- أكدت الدراسة أن (52.5%) من المبحوثين، غير موافقين بشدة حول فكرة إحساسهم بالألفة والانتماء الاجتماعي مع جماعة أصدقائهم في الفايسبوك، أكثر مما يحسون به طرفهم الثاني.
- 34- أثبتت الدراسة أن (32%) من المبحوثين، محايدين فكرة أن الفايسبوك ساهم في تنشيط الحوار مع طرفهم الثاني.

سادسا: إثبات ونفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة:

1- إثبات ونفي الفرضية الأولى: "تختلف طرق استخدام الفايسبوك لدى المتزوجين من مستخدم لآخر"

. توصلت الدراسة إلى أن (58.18%) من المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك لوحدهم.

إذن فالفرضية الأولى التي تقول: "تختلف طرق استخدام الفايسبوك لدى المتزوجين من مستخدم لآخر" صحيحة.

2- إثبات ونفي الفرضية الثانية: "يدفع الفراغ الاجتماعي والعاطفي المتزوجين اللجوء إلى استخدام الفايسبوك".

. أثبتت الدراسة أن (30.10%) من المبحوثين دافعهم من وراء استخدام الفايسبوك هو التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية.

. أكدت الدراسة أن (60%) من المبحوثين دافع موافقتهم على طلبات الصداقة هو تبادل وجهات النظر.

. كما أثبتت الدراسة أن (82.5%) من المبحوثين لا يشعرون غيابهم عن الفايسبوك بشيء.

إذن فالفرضية التي تقول: "يدفع الفراغ الاجتماعي والعاطفي المتزوجين اللجوء إلى استخدام الفايسبوك" خاطئة ولم تتحقق.

3- إثبات ونفي الفرضية الثالثة: "يساهم الاستخدام المفرط للفايسبوك من طرف المتزوجين إلى إضعاف العلاقة الزوجية"

. توصلت الدراسة إلى أن (45%) من المبحوثين غير موافقين على أن استخدام الفايسبوك يشعرون بالوحدة والعزلة عن طرفهم الثاني.

. أكدت الدراسة أن (47.5%) من المبحوثين غير موافقين بشدة على أن الشعور بالفراغ العاطفي جعلهم يهربون إلى الفايسبوك.

. أثبتت الدراسة أن (50%) من المبحوثين غير موافقين بأنهم يقضون وقتا في التحدث مع معارفهم وأصدقائهم عبر الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسون فيه مع طرفهم الثاني.

. توصلت الدراسة إلى أن (37.5%) من المبحوثين غير موافقين على وجود شكاوي من طرف أزواجهم بسبب الوقت الطويل الذي يقضونه مع الفايسبوك.

. توصلت الدراسة إلى أن (52.5%) من المبحوثين لا يوافقون بشدة على الإحساس بالألفة والانتماء الاجتماعي مع جماعة أصدقائهم في الفايسبوك أكثر مما يحسون به مع طرفهم الثاني.

إذن فالفرضية التي تقول "يساهم الاستخدام المفرط للفايسبوك من طرف المتزوجين إلى إضعاف العلاقات الزوجية" لم يتحقق كليا.

خلاصة الفصل:

من خلال تحليل وتفسير بيانات الاستمارة والملاحظة توصلنا إلى أن استخدام الفايسبوك من طرف الأساتذة المتزوجين لم يؤثر على علاقاتهم الزوجية بشكل كبير وهذا ما أثبتته النتائج المتوصل إليها.

لقد أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى إنتاج وسائل اتصال حديثة تتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك، حيث عمل على تغيير في علاقات الناس الاجتماعية وأشكال تفاعلهم مع بعضهم البعض، دون التنقل مما يعطيه حرية اكتساب المعارف والخبرات وتكوين صداقات من بلدان مختلفة، مما يجعله يبحر في هذا العالم الافتراضي.

حيث حاولنا في دراستنا هذه تسليط الضوء على استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية وقد اتضح من خلال نتائج الدراسة أن الفايسبوك لم يؤثر بعد على صفو العلاقات الزوجية القائمة بين الزوج والزوجة، سواء في بنيتها أو في علاقاتها الداخلية والاجتماعية، حيث لا يزالون يحافظون على عاداتهم وتقاليدهم كاجتماع العائلي والحميمي والتواصل فيما بينهم.

وفي الأخير نقول أن الفايسبوك هو أحد الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تشجع التواصل والتفاعل الاجتماعي والاستخدام الإيجابي له. فدراستنا هذه ما هي إلا محاولة بسيطة تمهد الطريق لإجراء دراسات وبحوث مستقبلية بتوجهات منهجية ونظرية لتصنيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة لإعطاء صورة أوضح بما يساهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.

توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج التي أسفرنا عنها هذه الدراسة تقدم الباحثان عدد من التوصيات التي تأمل أن تفيد أساتذتنا ومستخدمي الفايسبوك، والمهتمين بموضوع الدراسة وهي:

1- توعية المستخدمين بمخاطر الجلوس أمام الكمبيوتر لساعات طويلة لما يخلفه من آثار جسدية وذهنية ونفسية، وضعف البصر، انحناء العمود الفقري، القلق.

2- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات العربية لكشف الأضرار والآثار السلبية للإعلام الجديد والوصول إلى حلول آنية لمخلفاته على الأفراد والمجتمعات.

3- لا بد من الاستثمار الجيد للوقت لما له من أهمية كبرى في حياة الفرد والمجتمع وعدم تضييعه في تصفح المواقع الهدامة للقيم الأخلاقية.

4- على مستخدمي مواقع الفايسبوك أن يعلموا جيدا أن هذه المواقع ليست خطر وإنما استخداماتها هي التي من شأنها أن تعود عليهم بالضرر لذلك من حسن استغلالها بما يفيدهم ويخدم مصالحهم.

5- على كل زوج أو زوجة أن يضع في حسبانته عند قيامه بالاتصال الإلكتروني أو الدردشة أنه لا يخاطب جهاز الحاسوب وإنما هو يتحدث لإنسان لديه مشاعر، ولذلك فعلى كل مستخدم أن يكون حريصا في استخدامه للفايسبوك.

6- على كل مستخدم أن لا يفرط في استخدامه للفايسبوك حتى لا يصل إلى درجة إدمانه أو يسمح له بالتأثير على حياته الزوجية.

7- على كل مستخدم أن يحسن صورته على صفحة الفايسبوك وذلك من خلال منشوراته وكلامه الراقى وتجنبه للمنشورات ألا أخلاقية التي تسيء إلى الدين الإسلامي ومكانته.

ملاحقہ

جامعة محمد الصديق بن يحيى

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان بعنوان

استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية

دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة المتزوجين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وتسويق

ملاحظة:

في إطار قيامنا بتحضير مذكرة ماستر حول موضوع استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية، نرجو منكم التعاون معنا في إنجاز هذه المذكرة، وذلك بالإجابة على أسئلة الاستمارة التي بين أيديكم، بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة، مع العلم أن هذه المعلومات سرية ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي، وتقبلوا منا جزيل الشكر وفائق التقدير والاحترام.

إشراف الأستاذ:

د. إبراهيم بوالفلفل

من إعداد الطالبتين:

- درويش نجا

- سيوان أمال

السنة الجامعية:

2018 / 2017

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1- الجنس:

ذكر - أنثى

2- السن:

من 26 سنة إلى 31 سنة

من 32 سنة إلى 37 سنة

من 38 سنة إلى 43 سنة

من 44 سنة فما فوق

3- مدة الزواج:

من سنة إلى 5 سنوات

من 5 سنوات إلى 10 سنوات

من 10 سنوات فما أكثر

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام "الفايسبوك"

4- منذ متى وأنت تستخدم "الفايسبوك"؟

منذ أقل من سنة

من سنة إلى ثلاث سنوات

من ثلاث سنوات إلى ست سنوات

أخرى تذكر.....

5- ما هو عدد الساعات التي تقضيها على شبكة "الفايسبوك" بشكل يومي؟

(إذا كنت تدخل بشكل متقطع ما مجموع الساعات اليومية على الموقع؟)

أقل من ساعة

- من ساعة إلى ساعتين

- من ساعتين إلى ثلاث ساعات

أكثر من ثلاث ساعات.....

6- تتصفح حسابك في "الفايسبوك" في اليوم الواحد:

- مرة واحدة

- من مرتين إلى ثلاث مرات

- أكثر من ثلاث مرات

7- ما هي الفترات المفضلة لديك لتصفح الفايسبوك؟

- صباحا (من الساعة 06 إلى الساعة 12)

- مساء (من الساعة 12 إلى الساعة 18)

- ليلا (من الساعة 18 إلى منتصف الليل)

- هزيعا (من منتصف الليل إلى الساعة 06)

8- من أين تدخل لشبكة الفايسبوك؟

- المنزل - مقهى الإنترنت - الجامعة

مكان آخر حدده.....

9- ما هي الوسيلة المستخدمة لدخولك لشبكة الفايسبوك؟

. الهاتف النقال - لوحة إلكترونية - حاسوب

10- حين تستخدم "الفايسبوك" هل تكون:

- لوحداك

- مع أصدقائك

- مع أحد أفراد عائلتك

. مع زوجك (ة)

أشخاص آخرين أذكرهم

11- ما هي خدمات "الفايسبوك" المفضلة لديك؟

- مشاركة الصور
- مشاركة الروابط
- مشاركة الفيديو
- الألعاب
- الدردشة
- التطبيقات
- التعليقات

- أخرى تذكر.....

12- كم عدد أصدقاك في "الفايسبوك"؟

- أقل من 50
- من 50 إلى 100
- أكثر من 100

- أخرى تذكر.....

13- على أي أساس تختار أصدقاك في "الفايسبوك"؟

- المستوى المعرفي والثقافي
- علاقة الصداقة والقرابة
- الاهتمام المشترك
- لا يوجد أي معيار
- أخرى تذكر.....

14- هل أنت عضو في مجموعات معينة على "الفايسبوك"؟

- نعم - لا

15- إذا كانت إجابتك نعم فهل هذه المجموعات:

- سياسية

- اجتماعية

- ثقافية

- ترفيهية

- إعلامية

- دينية

أخرى تذكر.....

المحور الثالث: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفايسبوك"

16- ما الذي يدفعك إلى استخدام "الفايسبوك"؟

- الترفيه والتسلية - التثقيف - زيادة المعلومات والمعارف

- للتواصل مع الأصدقاء والأهل - لتمضية الوقت - للتعرف على

أصدقاء جدد - للتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية

- الهروب من الواقع - للتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي

- للتخلص من القلق والملل

17- هل تدخل إلى حسابك في "الفايسبوك" باسمك الحقيقي أو باسم مستعار؟

- تفضل استخدام اسمك الحقيقي - تفضل استخدام اسم مستعار

18- إذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي هل ذلك:

- حتى يجدر معارفك بسهولة

- حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك

- أسباب أخرى تذكر.....

19- وإذا كنت تستخدم اسم مستعار هل ذلك راجع إلى:

- رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرف عليك أحد

- الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية

- رغبة منك في تقمص شخصية غير شخصيتك

- أسباب أخرى أذكرها.....

20- هل توافق على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء؟

- نعم - لا

21- إذا كانت إجابتك بنعم فذلك بدافع:

- التعرف على أشخاص جدد - التسلية وتمضية الوقت

- تكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر - تبادل وجهات النظر

- المناقشة في مواضيع عامة

- أخرى تذكر.....

22- غيابك عن "الفايسبوك" لفترة يشعرك ب:

- القلق والاضطراب - الفراغ - لا يشعرك بشيء

- أخرى تذكر.....

23- هل يمكنك الاستغناء عن الفايسبوك؟

- نعم - لا

24- كيف يمكن أن تحدد علاقتك مع الفايسبوك؟

- علاقة عادية - إدمان - هروب من الواقع

25- هل يملك طرفك الثاني كلمة السر الخاصة بحسابك الشخصي ؟

- نعم - لا

المحور الرابع: "الفايسبوك" والعلاقات الزوجية

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الاتجاه العبارة
					26- يشعر استخدام "الفايسبوك" بالوحدة والعزلة عن طرفك الثاني
					27- الشعور بالفراغ العاطفي جعلك تهرب إلى الفايسبوك
					28- تقضي وقتا في التحدث مع معارفك وأصدقائك عبر الفايسبوك أكثر من الوقت الذي تجلس فيه مع طرفك الثاني
					29- تشعر أن تفاعل مع الطرف الثاني من حياتك قل منذ بدأت استخدام "الفايسبوك"
					30- يشكو منك الطرف الثاني بسبب الوقت الطويل الذي تقضيه مع الفايسبوك
					31- استخدامك " للفايسبوك" جعلك تحافظ على علاقتك الزوجية
					32- سبق وأن شككت في خيانة طرفك الثاني عن طريق استخدامه للفايسبوك

					<p>33- تحس بالألفة والانتماء الاجتماعي مع جماعة أصدقائك في "الفايسبوك" أكثر مما تحس به مع طرفك الثاني</p>
					<p>34- ترى بأن الفايسبوك ساهم في تنشيط الحوار مع طرفك الثاني</p>

قائمة المراجع والمصادر:

أولاً: الكتب:

- 1- إبراهيم بن عبد العزيز الدعيج. (2010). **مناهج وطرق البحث العلمي**. عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 2- إبراهيم عيسى عثمان. (2008). **النظرية المعاصرة في علم الاجتماع**. عمان: دار الشروق.
- 3- ابن منظور. (2008). **لسان العرب**. الجزائر: دار الأبحاث
- 4- أحمد بن مرسلي. (2007). **مناهج البحث العلمي في علوم الأعلام والاتصال**. بن عكنون الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 5- أحمد عبد اللطيف أبو أسعد. (2008). **الإرشاد الزوجي والأسري**. دار الشروق.
- 6- أحمد عبد اللطيف أبو أسود. (2014). **الإرشاد الزوجي الأسري**. دار الشروق.
- 7- إيان كريب. (1999). **النظرية الاجتماعية من بارسوتر إلى هابرماس**. ترجمة مُجدِّ حسين علوم. الكويت: عالم المعرفة.
- 8- بسام عبد الرحمان المشابقة. (2011). **نظريات الإعلام**. عمان: دار أسامة.
- 9- بهاء الدين خليل تركية. (2015). **علم الاجتماع العائلي**. دار المسيرة.
- 10- جمال مختار. **حقيقة الفايسبوك: عدو أم صديق؟**. مصر: عالم الكتب القاهرة.
- 11- جميل الشرقاوي. (1966). **الأحوال الشخصية لغير المسلمين والأجانب**. (ط2). القاهرة: دار النهضة العربية.

- 12- حسن عبد الحميد رشوان. (2003). الأسرة والمجتمع في علم اجتماع الأسرة. الإسكندرية: دارا لناشر.
- 13- حسن عماد مكاوي، السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 14- حسن عماد مكاوي، ليلي، حسن عماد السيد. (2001). الاتصال ونظرياته المعاصرة. (ط2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 15- حمدي أحمد بدران. (2013). العنف الأسري: دوافعه وأثاره والمكافحة. عمان: دار الوراق.
- 16- خالد غسان يوسف المقدادي. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية والاقتصادية. (ط1). دار النفائس.
- 17- الخولي، سالم الخولي. (2015). الأسرة والتربية والمجتمع. القاهرة: دار جوان.
- 18- ربحي مصطفى عليان. (2009). طرق جمع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 19- رشيد رزواتي. (2002). تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. (ط1). الجزائر.
- 20- زياد على محمود الجرجاوي. (2010). القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان. (ط2). فلسطين: مطبعة أبناء الجراح.
- 21- سعيد سبعون. (2012). الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع. (ط2). الجزائر: دار القصة للنشر والتوزيع.
- 22- سناء الخولي. (2009). الأسرة والحياة العائلية. بيروت: دار النهضة العربية.

- 23- عبد الحميد مطلوب. (1984). أحكام الأسرة في الفقه الإسلامي. القاهرة: دار النهضة العربية.
- 24- عبد الرحيم درويش. (2005). مقدمة في علم الاتصال. دمياط: مكتبة نانسي للنشر.
- 25- عبد الفتاح مراد. (1998). موسوعة مصطلحات البحث العلمي وإعداد الرسائل والأبحاث والمؤلفات. الإسكندرية: دار الفكر والقانون.
- 26- عبد الله محمد عبد الرحمان محمد علي. (2007). مناهج وطرق البحث الاجتماعي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 27- عبد الناصر عوض أحمد جبل. (2012). النزاعات الأسرية من منظور الخدمة الاجتماعية. الإسكندرية: دار الوفاء.
- 28- عبير شفيق الرحباني. (2015). الاستعمار الإلكتروني والإعلام. (ط1). عمان: دار أسامة.
- 29- علاء الدين محمد عفيفي. (2015). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية. القاهرة: دار التعليم الجامعي.
- 30- عمار هلال. (1982). أبحاث ودراسات في تاريخ الجزائر المعاصر. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 31- غازي عناية. (2008). منهجية إعداد البحث العلمي. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 32- غريب سيد أحمد وآخرون. (2011). علم اجتماع الأسرة. الأزايطة: دار المعرفة الجامعية.
- 33- غني ناصر حسين القريشي. (2011). المداخل النظرية لعلم الاجتماع. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

- 34- ليلى أحمد جرار. (1012). الفاييبوك والشباب العربي. الكويت: مكتب الفلاح.
- 35- ليلى أحمد جرار. (2012). الفاييبوك والشباب العربي. (ط1). الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- 36- مُجَّد جمار العار. (2006). المعجم الإعلامي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 37- مُجَّد عاطف غيث. (1990). علم اجتماع: مدخل نظري. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 38- مُجَّد عبد الكريم الحوراني. (2007). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. عمان: دار مجدلاوي.
- 39- مُجَّد عبيدات وآخرون. (1999). منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات. عمان: دار وائل.
- 40- مروان عبد المجيد أبراهيم. أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. الأردن: مؤسسة الوراق.
- 41- مصطفى بوتفنوش. (2005). الزواج والشباب الجزائري في أين؟! الجزائر: دار المعرفة.
- 42- مصطفى خلق عبد الجواد. (2011). نظرية علم الاجتماع المعاصر. (ط2). عمان: دار السيرة للنشر والتوزيع.
- 43- معين خليل عمر. (1997). نظريات معاصرة في علم الاجتماع. (ط1). الأردن: دار الشروق.
- 44- منال مُجَّد عباس. القيم الاجتماعية في عالم متغير. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 45- منال هلال المزاعة. (2012). نظريات الاتصال. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

46- نادية حسن أبو سكيينة، أ. د منال عبد الرحمان خضر. (2011). العلاقات والمشكلات الأسرية. عمان: دار الفكر.

47- وهيبة الزحيلي. (2000). الأسرة المسلمة في العالم المعاصر. دمشق: دار الفكر.

ثانيا: مجالات:

48- حلمي خضر ساري. تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية. المجلد 24. دمشق: مجلة جامعة دمشق.

49- دليلة غروبة. الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد. مجلة الحكمة. العدد 15.

50- كاوجة مُجَّد الصغير. (سبتمبر 2014). تمثيلات التوافق الزوجي وعلاقته بأساليب المعاملة الزوجية والخلافات الزوجية. ورقة: مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، العدد 16.

ثالثا: الرسائل الجامعية:

51- إبراهيم بعزیز. (2008/2007). منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع. مذكرة ماجستير غير منشورة. الجزائر: جامعة بن يوسف بن خدة، قسم علوم الإعلام والاتصال.

52- إلهام بنت فريج بن سعيد العويضي. (2014). أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة. رسالة ماجستير منشورة. جامعة المملكة السعودية: قسم اقتصاد منزلي.

- 53- بسمة، بلخوط، عزيزة، كحلان. (2016/2017). الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي. رسالة غير منشورة. جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيحل - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 54- بلعباس نادية. (2015، 2016). أنماط الاتصال وعلاقتها بجودة الحياة الزوجية. رسالة دكتوراه منشورة. جامعة وهران 2: قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطفونيا.
- 55- بوزيان عبد الغني. (2010). استخدام الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباع المحققة منها. جامعة باجي مختار عنابة: قسم علوم الإعلام والاتصال.
- 56- حميد، سامية، ماكي، حنان. (9-10/ديسمبر/2013). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير الاجتماعي. بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- 57- حنان بنت شعشوع الشهري. (2012/2013). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية. رسالة ماجستير منشورة. السعودية: جامعة محمد عبد العزيز، كلية الأدب والعلوم الإنسانية: قسم علم الاجتماع.
- 58- زينب رويدي. (2012، 2013). علاقة استخدام الشباب لشبكة التواصل الاجتماعي بتماسك علاقاتهم الأسرية. جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيحل -: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 59- سمية عبد الرحمان عطية بحر. (2005/2006). عقود الزواج المعاصرة في الفقه الإسلامي. مذكرة لنيل درجة الماجستير في الفقه المقارن. غزة: كلية الشريعة في الجامعة الإسلامية.
- 60- عابدي لادمية. (2014). الاتصال الأسري في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال. رسالة دكتوراه منشورة. جامعة باجي مختار عنابة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

- 61- علي، حوش، مُجّد، بوزريّة. (2017/2016). استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة. رسالة منشورة. جامعة مُجّد الصديق بن يحي - جيحل - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 62- قارة ساسية. (2012/2011). الأسرة والسلوك الانحرافي للمراهقين. رسالة ماجستير. جامعة منتوري قسنطينة. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 63- مريم ناريمان نومار. (2012/2011). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. رسالة ماجستير منشورة. جامعة باتنة: قسم العلوم الإنسانية، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- 64- موسى نجيب. (2003). أساليب المعاملة الوالدية للأطفال موهوبين. دراسة مطبقة على مركز سوزان مبارك لاستكشاف العلوم. جامعة جلوان مصر: كلية الخدمة الاجتماعية.
- 65- نوال بركات. (2016/2015). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية. رسالة دكتوراه في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة. جامعة بسكرة.
- رابعا: القواميس والمعاجم:
- 66- إبراهيم مذكور. (1996). المعجز الوجيز. معجم اللغة العربية.
- 67- جبران مسعود. (1992). قاموس الرائد. بيروت: دار الملايين.
- خامسا: الجرائد:
- 68- مهاب نصر. (2010/11/5). صور المثقف وسيرته العصرية. جريدة النشر الكونية. العدد 14346.

69- حسني عوض. (2012/05/06). أثر استخدام الفايسبوك على تقدير الذات لدى فئة الشباب في محافظة طولكرم. موقع صحيفة القدس.

سادسا: المواقع الإلكترونية:

70- وائل مبارك خضر فضل الله. أثر الفايسبوك على المجتمع. مدونة شمس النهضة متاح على:

<http://www.4shored.com/office/xawmgavxbah.html>.

71- <http://www.maghress.com> 15mars.2018. heur 20 :11.

72- <http://www.daily.nedicalifo.com> 14 avril. 2018. heur 17:4.

73- <http://www.mawdoo.com> 14 avril.2018. heur 17 :36.

74- <http://www.welshaal.org>. 15mai. 2018. heur 16 :14.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدام الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الزوجية من خلال دراسة على عينة من الأساتذة المتزوجين بكلية لعلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة تاسوست جيغل.

لقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور: المحور الأول عادات وأنماط استخدام الفايسبوك لدى الأساتذة المتزوجين، والثاني الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك على العلاقات الزوجية، وقت توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

. تقضي أكبر نسبة من المبحوثين من ساعة إلى ساعتين في تصفحهم لموقع الفايسبوك، حيث يفضل أغلبهم خدمة مشاركة الروابط والدرشة مع الأصدقاء بالدرجة الأولى.

. يستخدم الأفراد المبحوثين الموقع بدافع مواكبتهم للأحداث الجارية وزيادة المعلومات والمعارف بالإضافة إلى التواصل مع الأصدقاء والأهل.

. تبين لنا من خلال الدراسة أن استخدام الفايسبوك يلي العديد من الحاجات للمبحوثين.

. أسفرت الدراسة على أن استخدام هذا المقع لم يؤثر سلبا على علاقة المبحوثين المتزوجين بالطرف الثاني من حياتهم.

Abstract

This study aims at revealing the use of Facebook and its impact on marital relations through a study on a sample of married professors at the Faculty of Tassust jijel.

The questionnaire has been divided into three axes: the first is the habits and patterns of using facebook among married teachers and the second is the motives and needs behind the use of facebook. The third axis includes the impact of facebook's use on marital relationships.

Study to a number of results.

- Eliminates the largest percentage of respondents from one to two hours while browsing facebook where most prefer to service sharing links and chat with friends in the first place.
- Respondents use the site to keep them abreast of current events increase information and knowledge and communicate with friends and family.
- Through the study we found that using facebook satisfies many of the needs of the respondents.
- The study found that the use of this site did not negatively affect the relationship of married respondents to the other party.