

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية في الجزائر
دراسة على عينة من الأسر بولاية معسكر (دائرة تغنيف)

أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

إشراف:
أ.د عبد القادر مالفي

من إعداد الباحث:
يحياوي سيد أحمد

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	أ.د العربي بوعمامة أستاذ التعليم العالي جامعة مستغانم
مشرفا ومقررا	أ.د عبد القادر مالفي أستاذ التعليم العالي جامعة مستغانم
مناقشا	د. صالح فلاق شيرة أستاذ محاضر – أ. جامعة مستغانم
مناقشا	أ.د مالك شليح توفيق أستاذ التعليم العالي جامعة وهران 2
مناقشا	د. ابتسام رايس علي أستاذة محاضرة – أ. جامعة وهران 1

السنة الجامعية 2023/2022

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية في الجزائر
دراسة على عينة من الأسر بولاية معسكر (دائرة تغنيف)

أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

إشراف:
أ.د عبد القادر مألقي

من إعداد الباحث:
يحياوي سيد أحمد

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	أ.د العربي بوعمامة أستاذ التعليم العالي جامعة مستغانم
مشرفا ومقررا	أ.د عبد القادر مألقي أستاذ التعليم العالي جامعة مستغانم
مناقشا	د. صالح فلاق شيرة أستاذ محاضر - أ. جامعة مستغانم
مناقشا	أ.د مالك شليح توفيق أستاذ التعليم العالي جامعة وهران 2
مناقشا	د. ابتسام رايس علي أستاذة محاضرة - أ. جامعة وهران 1

السنة الجامعية 2023/2022

الشكر

بعد حمد الله والثناء عليه أتوجه بالشكر والامتنان والتقدير إلى جميع من مد لي يد العون وحفزي على إنهاء هذه الدراسة العلمية.

الشكر كله للوالدين الكريمين وأختاي العزيزتين على دعمهم المعنوي.
وأخص بالذكر الأستاذ الدكتور مالفى عبد القادر المشرف على هذا العمل
الأكاديمي.

كل الشكر للأستاذ بوعمامة العربي مسؤول شعبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة
مستغانم.

خالص الشكر للصديق الأستاذ نور الدين بوزيان، الأستاذ علي شعشوعة،
الأستاذ شريف الدين بن دوبة.

والشكر موصول لجميع الأساتذة الذين درسوني بقسم علوم الإعلام والاتصال
بجامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم.

الإهداء

إلى روح الشهيد:

To the soul of the martyr:

يحياوي عبد القادر

Yahiaoui Abd El-Kader

1958/1925

عرش بني خينس الجزائر

Beni Khenias throne-Algeria

إلى روح المجاهدة:

To the soul of the warrior:

سراج حوجوجو سعدية

Serradj-Houdjoudjou Saadia

2018/1941

سعيدة الجزائر

Saida-Algeria

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقات الأسرية بالجزائر - ولاية معسكر، بلدية تغنيف، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الإعتماد على منهج المسح بتقنية الإستبيان، فيما وقع الاختيار على المعاينة القصدية والتي تمثلت في 50 أسرة ببلدية تيغنيف، وزعت عليها 300 استمارة بحث؛ تم استرجاع 253 منها. في الأخير توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- ✓ تأثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة الأسرية ببلدية تغنيف.
- ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات إتجاه العبارات والمتوسط الإفتراضي لمقياس ليكرت تعبر عن تطور سلبي للعلاقة بين الزوجين بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات إتجاه العبارات والمتوسط الإفتراضي لمقياس ليكرت تعبر عن تطور إيجابي للعلاقة بين الزوجين والأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات إتجاه العبارات والمتوسط الإفتراضي لمقياس ليكرت تعبر عن تطور سلبي للعلاقة بين الأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الاستخدام، الأسرة، شبكات التواصل الإجتماعي، العلاقات الأسرية.

Résumé:

Cette étude vise à souligner l'impact des réseaux sociaux sur les relations familiales en Algérie - Mascara, Commune de Tighenif. Pour atteindre les objectifs de l'étude, la méthodologie de l'enquête était basée sur la technique du questionnaire, et une inspection ciblée de 50 familles de la commune de Tighenif a été sélectionnée. Au total, 300 formulaires de recherche ont été distribués, dont 253 ont été récupérés.

Finalement, le chercheur a découvert un certain nombre de résultats, dont les plus notables sont :

- Les réseaux sociaux ont un impact sur les relations familiales dans la municipalité de Tighenif.
- Il existe des différences statistiquement significatives entre l'orientation moyenne des phrases et le moyen virtuel de l'échelle de Likert, ce qui indique un développement négatif des relations entre conjoints après l'utilisation des réseaux sociaux.
- Il existe des différences statistiquement significatives entre l'orientation moyenne des phrases et le moyen virtuel de l'échelle de Likert, ce qui indique que la relation entre les conjoints et les enfants s'est améliorée après l'utilisation des réseaux sociaux.
- Il existe des différences statistiquement significatives entre l'orientation moyenne des phrases et le moyen virtuel de l'échelle de Likert, indiquant un développement négatif des relations des enfants après l'utilisation des réseaux sociaux.

MOTS-CLES: Usage, famille, réseau social, relations familiales.

ABSTRACT:

The purpose of this research is to highlight the impact of social network sites on family relationships in Algeria - mascara, Municipality of Tighenif, to achieve the study's objectives, the survey methodology was based on the questionnaire technique, and an intentional inspection of 50 families in the municipality of Tighenif was chosen.

A total of 300 search forms were distributed, with 253 recovered. Finally, the researcher discovered a number of findings, the most notable of which are:

- Social networking has an impact on the family's relationship within the Tighenif municipality.
- There are statistically significant differences between the average phrases orientation and the virtual medium of the Likert Scale, indicating a negative development of spouse relationships after using social network sites.
- There are statistically significant differences between the average phrases orientation and the virtual medium of the Likert Scale, indicating that the relationship between spouses and children has improved after using social network sites.
- There are statistically significant differences between the average phrases orientation and the virtual medium of the Likert Scale, indicating a negative development of children's relationships after social network site's usage.

KEY WORDS: Usage, Family, Social networking, Family relations.

فهرس المحتويات

أ.....	الشكر
ب.....	الإهداء
ت.....	الملخص
11.....	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
15	الإشكالية
20	فروض الدراسة
21	أسباب الدراسة
21	أهداف الدراسة
22	أهمية الدراسة
22	تحديد المفاهيم
24	الدراسات السابقة
32	منهج الدراسة
32	تقنية الدراسة
34	أدوات تحليل البيانات
35	صدق وثبات الاستمارة
35	حدود الدراسة
36	مجتمع الدراسة
37	العينة والمعاينة
38	صعوبات الدراسة
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الأول: نظرية الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباكات.	

42	1. مدخل الاستخدامات والإشباعات
44	1.1 تعريف نظرية الاستخدامات والإشباعات
48	2.1 نشأة وأهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات
54	3.1 نماذج نظرية الاستخدامات والإشباعات
61	4.1 الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات
65	2. استخدام الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات الدوافع
65	1.2 الجمهور النشط
68	2.2 دوافع تعرض أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي
69	3.2 توقعات أفراد الأسرة من مواقع التواصل الاجتماعي
70	4.2 تعرض أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي
71	3. استخدام الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي: الإشباعات
72	1.3 إشباعات المحتوى
73	2.3 إشباعات عملية
الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	
79	1. الأسرة: المفهوم والوظائف
87	2. أشكال الأسرة الجزائرية وخصائصها
95	3. تطور العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
96	1.3 شبكات التواصل الاجتماعي
100	2.3 الانعكاسات النفسية والاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل

	الاجتماعي
103	3.3 تطور العلاقة بين الزوجين بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
105	4.3 تطور العلاقة بين الآباء والأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
107	5.3 تطور العلاقة بين الاخوة بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
الإطار التطبيقي للدراسة	
110	1. عرض نتائج الدراسة الميدانية
252	2. مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
261	3. النتائج العامة للدراسة
269.....	خاتمة.....
273.....	قائمة المصادر والمراجع.....
	الملاحق

مقدمة

مقدمة:

عرفت البشرية في العقود الأخيرة تطورات متسارعة وتغيرات كثيرة في شتى مجالات الحياة الإنسانية بفضل الثورة التكنولوجية الهائلة في مجال الوسائط الاتصالية، حيث انتشرت تكنولوجيات المعلومات والاتصالات بشكل واضح في جميع دروب الحياة المتعددة وتمكنت من العمل على نطاق عالمي لتحقيق بعض أحلام الإنسانية وأرست قواعد ثقافة إلكترونية عالمية امتدت عبر الزمان والمكان، كما أفرز التطور التكنولوجي للمعلومات والاتصالات شبكات التواصل الاجتماعي التي أدت بمرور الوقت دورا بارزا في تشكيل اتجاهات الرأي العام وبناء القناعات الذاتية والمواقف والآراء تجاه مختلف القضايا والأحداث في مختلف المجالات.

لقد شهدت شبكات التواصل الاجتماعي تطورا مهما مع ظهور تقنية الواب 2.0، تمثل في خاصية التفاعلية التي أصبحت السمة الأساسية لهذا التطور والذي ساعد في تفويض حاجز الزمكانية ليختصر الفضاء العام في صورة عالم صغير يضم عدد هائل من المستخدمين المرتبطين مع بعضهم البعض في نسق اتصالي شبكي، ليتجسد بذلك دور مواقع التواصل الاجتماعي كمؤسسات اجتماعية مهمة تقوم بدور في بناء وإكساب سلوكيات جديدة وأداة من أدوات التغيير في المجتمع، وسببا أساسيا في تدعيم الكثير من المعتقدات والمواقف والأفكار لدى العديد من الأنساق الاجتماعية، والتي تعتبر الأسرة من أهمها، حيث أصبحت هذه الأخيرة في سياق الاستخدام المتزايد للاتصالات الإلكترونية محل تأثير قوي أدى إلى تغيير نمط العلاقات بين أفرادها نظرا لطبيعة تكوينها وتعلقها بالنظر إلى الأنساق الاجتماعية الأخرى.

تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعديل الرابطة الأسرية، وهذا ما لوحظ بشكل خاص بين أفراد الأسرة المستخدمين لها بكثافة، حيث يقضي الإخوة والأخوات وقتا أقل معا بسبب الاستخدامات الرقمية؛ فالجميع يفضل مشاركة الأشياء مع الأصدقاء من نفس الجيل، رغم تواجدهم تقريبا في نفس المنزل وفي بعض الأحيان تجمعهم غرفة واحدة، لكن في نفس الوقت كل فرد يعيش في عالمه الخاص، وحتى الروابط الودية التي يمارسها الزوجين ليست جديدة ولكن يتم إحيائها من خلال هذه التقنيات الحديثة. هذه الأخيرة يمكن أن تكون عواقبها خطيرة بشكل خاص على الأطفال الذين يحتاجون إلى اهتمام الأم والأب لاستيعاب الشعور بالأمان وتطوير مهارات الاتصال. عندما يعترض تشويش شبكات التواصل للحظات التبادل الاجتماعي الأسري بانتظام فإن الرابطة بين الزوجين تضعف نهيكاً بين الأبناء أو بين الوالدين والأبناء، وهذا في ظل يوميات العمل الشاقة للأباء والحضور المستمر للتكنولوجيات الاتصالية الحديثة في حياة الأبناء، خاصة فيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت الفضاء المفضل لهم في خلق عالم بديل لعالمهم الأسري الاجتماعي الذي يرونه المقيد لأفكارهم تحت سلطة المعتقد والعادات والتقاليد المتحكمة في سلوكياتهم ضمن سلطة الوالدين.

انطلاقاً من هذه المعطيات قام الباحث بدراسة أثر شبكات التواصل الاجتماعي على أفراد الأسرة بعد استخدامها وتحقق الإشباع منها. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها اعتمد الباحث على ثلاثة إطارات وهي: الإطار المنهجي، الإطار النظري،

والإطار التطبيقي. بحيث تضمن الإطار المنهجي الخطوات المنهجية الضرورية في البحث العلمي والتي انطلقت من الإشكالية وتساؤلات الدراسة، فروض الدراسة، ثم أسباب الدراسة وأهدافها، في الخطوة الموالية أهمية الدراسة، لتليها الخطوة الخامسة والتي تمثلت في تحديد المفاهيم، ثم الخطوة السادسة التي تم فيها عرض الدراسات السابقة، ثم قام الباحث بالتطرق إلى نوع الدراسة والتي تعتبر مهمة لمعرفة منهج البحث والذي حدده الباحث مع أدواته في المرحلة الموالية، ثم اختيار مجتمع البحث، وصولاً إلى تحديد عينة البحث من خلال المعاينة. وفي الأخير عرض أهم الصعوبات التي واجهت الباحث في هذه الدراسة.

بالنسبة للإطار النظري فقد تم تقسيمه إلى فصلين. الفصل الأول تضمن سرد نظري لنظرية الاستخدامات والإشباع من خلال معالجتها عبر ثلاث مراحل، تمثلت المرحلة الأولى في مدخل الاستخدامات والإشباع وجاء فيه عرض أهم التعاريف التي جاءت حول النظرية. ومنه معالجة المحطات التاريخية التي مرت بها النظرية وتحديد أهدافها. وصولاً إلى التطرق للعناصر المكونة للنظرية مع تقديم لمحة عن أبرز نماذجها. لتنتهي هذه المرحلة بالتطرق للانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والإشباع. الفصل الثاني فكان عبارة عن محاولة التطرق للعلاقة بين تكنولوجيات الاتصال الحديثة والعلاقات الأسرية، وقد تم ذلك أيضاً عبر ثلاث مراحل. انطلاقاً من معالجة مفهوم الأسرة ووظائفها، ومروراً باستعراض أشكالها المختلفة وأبرز الخصائص المميزة لها، وصولاً إلى تطورات العلاقات الأسرية في ظل التطور التكنولوجي الذي تميز بانتشار واسع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

بالنسبة للإطار التطبيقي فانقسم هو الآخر إلى ثلاثة أقسام، تمثلت الأولى في عرض نتائج الدراسة، وتمثلت المرحلة الثانية في التحقق من فرضياتها، في حين تمثل المرحلة الأخيرة في عرض النتائج العامة للدراسة ثم الخاتمة العامة والتي تتضمن الاجابات الكلية لإشكالية الدراسة.

الإطار المنهجي

الإشكالية:

يشهد العالم استخدام متزايد لوسائل الإعلام الحديثة خاصة في المناطق الحضرية؛ أين يعتمد الناس بشكل كبير على أدوات وتطبيقات الواب لتلبية احتياجاتهم، حيث يستخدمون الوسائط الجديدة بشكل متكرر لإرسال واستلام بريدهم الإلكتروني والتواصل مع الأصدقاء، العائلة والزملاء، فضلا عن ذلك إجراء محادثات مع أشخاص من غير الأصدقاء عن طريق الرسائل الفورية أو التفاعل عبر مختلف المواقع الإلكترونية كالمنتديات وشبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، المايسبيس والتويتير...) التي أصبحت تمثل بناء اجتماعي افتراضي يتمتع الناس فيه بفرص تفاعل أفضل عن طريق المشاركة في كل شيء تقريبًا في حياتهم الاجتماعية، مثل المعلومات، الأفكار، الصور، الأحداث والأخبار، بل وحتى إنشاء مجموعات إلكترونية تهتم بالقضايا السياسية أو البيئية أو الاقتصادية مع الأقارب، الأصدقاء أو حتى الغرباء على اختلاف ثقافتهم ولغتهم.

بهذه الخصائص التي وفرتها مواقع التواصل الاجتماعي؛ أصبح جزء كبير من الناس يستخدم هذه الشبكات بشكل يومي؛ ليتضح أن هذه الأخيرة تقدم فرص متنوعة لكل مستخدم وأن هذه الفرص ربما تؤدي إلى نتائج إيجابية، خاصة مع استمرار تزايد استخدام هذه الشبكات في جميع أنحاء العالم، ولعل أحد أفضل هذه الفرص هو السماح للمستخدمين بالبقاء على اتصال مع العائلة والأصدقاء بطريقة سهلة ومريحة ومن دون قيود، وهو ما أكدته إحدى الأبحاث الأكاديمية التي تناولت العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وقوة الصداقة بين أفراد خاصة الخجولين في الحياة الواقعية، حيث خلصت إلى أن "الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت توفر بيئة مريحة يمكن للأفراد الخجولين من خلالها التفاعل مع الآخرين"¹.

¹ Heba Shafik Ibrahim Mohamed, et autre, Family Relationships among Users and Non Users of Social Media, American Journal of Nursing Research, 2018, Vol. 6, No. 6, p 638.

إن إنشار شبكات التواصل الاجتماعي جعل الناس في العالم أكثر ترابطاً من أي وقت مضى في التاريخ؛ لهذا السبب يمكن الجزم بسعادتهم نظير ارتباطهم وتفاعلهم المستمر بعدد أكبر من المستخدمين، ومع ذلك فإن التفاعل الاجتماعي في العالم الافتراضي له انعكاسات مختلفة، خاصةً عندما تؤثر تلك الاتصالات عبر الإنترنت على العلاقات الإنسانية في الفضاء التقليدي، فالحاجة إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تعد متغيراً مهماً " قد يؤدي إلى نتيجتين؛ أولاً قد يعزز العلاقات مع الآخرين الموجودين في الواقع، ثانياً، إذا تم استخدامها لفترة طويلة قد يؤدي إلى العزلة نتيجة إدمان وسائل التواصل الاجتماعي"¹ خاصة في العلاقات الأسرية، وهو ما خلص إليه كل من " دونو وأوغبو (2017) حيث لاحظا أن ظهور تقنيات الاتصال الجديدة قد أحدث تحولاً كبيراً في أنماط التواصل الأسري، فيما أكد سوبرامانيان (2017) بأن وسائل التواصل الاجتماعي خلقت موقفاً يعتاد فيه الناس على تجنب التفاعل وجهاً لوجه من خلال التحول إلى وسائل التواصل الاجتماعي وبالتالي تقليل التفاعل الجسدي للأشخاص"².

في نفس الصدد وجدت " أنيشا ناير (2019) أن وسائل التواصل الاجتماعي لديها القدرة على أن تصبح مسببة للإدمان للغاية حيث وجدت أن معظم أفراد الأسرة أصبح التحقق من هواتفهم كل بضع دقائق إلزامية بالنسبة لهم لمعرفة ما إذا كان لديهم أي إشعارات جديدة؛ مما جعل التواصل وجهاً لوجه أمراً صعباً للغاية، في نفس السياق كشفت دراسة أخرى أن الاستخدام المنخفض للإنترنت يؤدي لعلاقات أفضل مع الوالدين والأصدقاء مقارنة بالاستخدام المرتفع للإنترنت؛ وفي دراسة أخرى خلص كل من ني وأربرينغ (2000) أن

¹ Ibid, p 639

² Asma Ali Alolyan, The perceived impact of the internet on family and social relations in the Kingdom of Saudi Arabia, A thesis of the Doctor in Philosophy, Faculty of Health, Psychology and social care The Manchester Metropolitan University, November 2015, P30

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد يزيد من خطر الإصابة بالاكنتاب والوحدة ويقلل الوقت الذي يقضيه الفرد مع العائلة والأصدقاء المقربين"¹.

كما أشارت أبحاث سابقة، مثل "دراسة فتلاري وآخرون (1985) أن الحوسبة المنزلية قد تقلل من وقت الفراغ مع العائلة، حيث خلصت إلى أن استخدام الإنترنت مرتبط بزيادة الشعور بالوحدة وتقليل الدعم الاجتماعي، أما سبرول وكيسلر (1991) فيشيران إلى أن التفاعلات والعلاقات الاجتماعية على الإنترنت ليست مثل التفاعلات والعلاقات الاجتماعية التقليدية، وهو ما أكده كروت وآخرون (2000) حيث راقبوا أفراد الأسرة الذين يستخدمون الإنترنت للتواصل مع أفراد من خارج الأسرة ووجدوا أنهم يقضون وقتًا أقل في التفاعل مع بعضهم داخل الأسرة، و في دراسة أخرى خلص كروت وآخرون (2002) أن الإنترنت يمكن أن يؤدي إلى الانسحاب من الأسرة والأصدقاء والمجتمع"².

من ناحية أخرى، يمكن أن "يوفر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات نتائج إيجابية من حيث التماسك الأسري والقدرة على التكيف والتواصل المستمر، ويمكن أن يكون له تأثير إيجابي على العلاقات الأسرية أيضًا، من خلال السماح لأفراد الأسرة بالبقاء على اتصال ووضع الخطط في الوقت الفعلي والتأكد من سلامة الأطفال لما يوفره الإنترنت من الاتصال في حالات الطوارئ، فضلًا عن تشجيع التفاعلات بين الوالدين والطفل وتعزيز وتسهيل المناقشات، وضمان التواصل بين أفراد الأسرة في كل مكان وزمان بشكل متزايد ومستقل أو كما يعرفه كاستلس بالاستقلالية في الظروف الأمنية، حيث يمكن للآباء التواصل مع أطفالهم في أي وقت والتحقق من تحركاتهم في الشوارع وعلى الإنترنت"³.

¹ Heba Shafik Ibrahim Mohamed, et autre, op.cit, p 639

² Asma Ali Alolyan, op.cit, p 4

³ Fortuna Procentese, et al, Families and Social Media Use: The Role of Parents' Perceptions about Social Media Impact on Family Systems in the Relationship between Family Collective Efficacy and Open Communication, International Journal of Environmental Research and Public Health, v.16(24), 2019 Dec, P2

لقد أظهرت إحدى الدراسات العربية (العنزي، 2015) "أنه على الرغم من الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي مؤخرًا في المملكة العربية السعودية، إلا أن العائلات لا تزال تحافظ على علاقاتها القوية، ولا يوجد تأثير كبير على أفراد الأسرة بما في ذلك الزوج والزوجة والأطفال بسبب التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي"¹، وفي دراسة أجراها الشارخ (2012) سئل 617 طالبًا من جامعة الدمام عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أسرهم، وأظهرت النتائج أن شبكات التواصل الاجتماعي تسببت في استقلالية الأطفال في عمليات اتخاذ القرار، كما عززت من قدرتهم على تقبل الآراء وأكثر من ذلك بسبب وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت الإناث أكثر انفتاحًا لمعرفة الكثير عن خصائص الرجال في مجتمعهم، كما خلص الشارخ (2012) إلى أنه على الرغم من الاستخدام المفرط لمنصات التواصل الاجتماعي، لم تكن هناك تغييرات كبيرة في هيكل الأسرة، ولا يزال الشباب يحافظون على القيم العائلية التقليدية، ولكن قد يغير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قيم الأسرة في المملكة العربية السعودية"².

لم تقتصر الأبحاث العلمية حول تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على السعودية فقط بل شملت أيضا دول عربية أخرى وبالتحديد في الجزائر التي أدت التطورات الاجتماعية والاقتصادية فيها إلى تحول كبير في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث " فرضت هذه الأخيرة نفسها على كل أسرة في الجزائر، خاصة مع توسع انتشار شبكات الاتصالات وخدمات الانترنت والهاتف الجوال الذي دخل البيوت تدريجيا، فالملاحظ أنه قبل 54 سنة خلت لم يكن الهاتف النقال في متناول الجميع؛ بل كان حكرا على أفراد معينين داخل الأسرة ذاتها، كما كان لا يسمح للإناث بامتلاكه في بعض الأسر، لكن مع مرور الوقت باتت الأسر الجزائرية على اختلاف توجهاتها وقيمها تجعل من الهواتف النقالة واللوح الإلكتروني

¹ Esmail Hassan, et al, social media and its impact on family relationships in cairo, egypt, International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT), Volume 8, Issue 10 October 2020, P 3147

² Ibid p. P 3147

والحواسيب الشخصية نوعا من التحفيز لأبنائها؛ بغية تحقيق نتائج مرضية في الدراسة أو كمكافأة لعمل ناجح"¹، وهذا يدفعنا لطرح التساؤلات التالية: هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات بين أفراد الأسر في الجزائر، وهل التأثير إيجابي أو سلبي رغم الإشباع التي يمكن أن تتحقق لأفراد الأسرة بعد استخدامهم لهذه المواقع؟.

تعد مسألة فحص ما إذا كان تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بالإيجاب أو السلب مجالا واسعا للبحث العلمي؛ يختلف باختلاف المكان والزمان، على هذا الأساس تحاول هذه الدراسة البحث في التغييرات الملاحظة في العلاقات الأسرية في الجزائر وبالتحديد بولاية معسكر (دائرة تيغنيف) جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتسعى إلى وضع تصور نظري مرتكز على المعطيات الميدانية حول الإشباع التي تتحقق لأفراد الأسرة في تيغنيف جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثير هذا الإشباع في تطور العلاقة الأسرية، وبناء عليه نطرح التساؤل العام التالي: ما أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في مدينة تيغنيف من خلال الإشباع المحققة؟

وانجر عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام أفراد الأسرة في تيغنيف لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ماهي دوافع استخدام أفراد الأسرة في تيغنيف لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ماهي الإشباع التي تتحقق لأفراد الأسرة في تيغنيف عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- كيف تتطور العلاقة الأسرية بتيغنيف بعد استخدام أفرادها شبكات التواصل الاجتماعي؟

¹ جمال شريف، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة المسيلة أنموذجا، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة عمار ثلجي بالأغواط، السنة الجامعية 2021)، ص 7.

1. فروض الدراسة:

تعد الفرضية أول عملية لإضفاء طابع ملموس على سؤال البحث وهي "تصريح يتنبأ بعلاقة بين عنصرين أو أكثر ويتضمن تحقيق إمبريقي"¹. وقد استخدم الباحث الفرضية العدمية أو ما يطلق عليها أيضا بفرضية اللافرق (No Difference) إذ "تؤكد أن الفروق أو العلامات الإحصائية المكتشفة في التحليل هي نتيجة للصدفة أو الخطأ العشوائي. والفرضية العدمية (H_0) هي البديل المنطقي للفرضية البحثية (H_1).² وعليه كانت فروض الدراسة على النحو الآتي:

❖ الفرضية الأولى:

N_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

N_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

❖ الفرضية الثانية:

N_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين والأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

¹ موريس أنجرس، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث في العلوم الإنسانية -تدريبات علمية-، (الجزائر: دار القصة للنشر، ط2، 2010)، ص 150.

² روجر ويمر، جوزيف دومينيك، تر: صالح أبو أصبع، فاروق منصور، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، (بيروت: المنظمة العربية للترجمة، ط1، 2013)، ص 510.

N₁: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين والأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

❖ **الفرضية الثالثة:**

N₀: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الأبناء وأفراد الأسرة بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

N₁: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الأبناء وأفراد الأسرة بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

2. أسباب الدراسة:

تلخصت أسباب الدراسة فيما يلي:

- تزايد الاهتمام بالبحوث المتعلقة بموضوع شبكات التواصل الاجتماعي في حقل علوم الإعلام والاتصال.

- ملاحظة الباحث للإقبال الكبير من أفراد الأسرة الجزائرية على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- وجود شبكات التواصل الاجتماعي ضمن الروتين اليومي لأفراد الأسرة الجزائرية.

- تطور العلاقات الأسرية من الواقع الحقيقي نحو الواقع الافتراضي.

- معرفة دوافع وحاجات استخدام أفراد الأسرة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي.

3. أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف على النحو الآتي:

- إلقاء الضوء على أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يشترك فيها أفراد الأسرة الجزائرية.

- معرفة عادات وأنماط استخدام الأسرة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي.
- التعرف على حاجات ودوافع استخدام الأسرة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي.
- التعرف على أهم الاشباكات التي تتحقق لأفراد الأسرة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على طبيعة العلاقات الأسرية بعد استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي.
- رصد كيف يتعامل الوالدين مع الأبناء في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

4. أهمية الدراسة:

يمكن بإيجاز عرض أهمية الراسة فيما يلي:

- تزايد شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتوب، إنستغرام) وسهولة استخدامها.
- تزايد إقبال فئة الأطفال والمراهقين والشباب على مواقع التواصل الاجتماعي.
- بروز شبكات التواصل الاجتماعي كشكل جديد من مصادر تدفق المعلومات وفضاء للتعبير عن الرأي والمعتقدات.
- ارتفاع مقدار الوقت الذي يقضيه المشتركون على مواقع التواصل الاجتماعي.
- اندماج أفراد الأسرة الجزائرية (الأب، الأم، الابن، البنت) في مواقع التواصل الاجتماعي.
- توسع دائرة العلاقات الأسرية نحو شبكات التواصل الاجتماعي.

5. تحديد المفاهيم:

تتمثل المفاهيم الأساسية لهذه الدراسة في:

- الاستخدام:

لغة: الاستخدام لغة مأخوذ من استخدم الرجل غيره، استخدمه استخداما فهو مستخدم، والآخر مستخدم أي اتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه، واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة، أي استعملها في خدمة نفسه.¹

¹ ابراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، (دار الدعوة: مجمع اللغة العربية، ط4، ج1، 2004)، ص 102.

اصطلاحاً: من الواضح أن الاستخدام يبدو مفهوماً بسيطاً المعنى غير ذي حاجة إلى جهد أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية له تصطدم بمفهوم ومعنى غامض ومتنوع يحمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني داخل تركيبة هذا الهجين الإيصالي المتمثل في عالم الانترنت في حد ذاته، فالغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين وتقدير وتحليل مجموعة من السلوكيات والمظاهر المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال وبدخول التقنية والانترنت إلى الحياة اليومية للأفراد.¹

اجرائياً: نقصد بالاستخدام في دراستنا عملية التصفح التي يقوم بها الفرد على مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، يوتوب، فيسبوك، إنستغرام) وعادات وأنماط هذا التصفح.

- الأسرة:

لغة: الأسرة مشتقة من كلمة (أسر) بمعنى (قيد) والأسرة في لغة العرب وردت بثلاث معانٍ، الأول الدرع الحصين والثاني أهل الرجل وعشيرته والثالث الجماعة التي يربطها رابط مشترك كأسرة التعليم وأسرّة الفن وهذه المعاني في طياتها معنى التعاون، والتناصر وكأن كل واحد مشدود ومقيد بالآخر يقويه ويشد من أزره، والأسرة في المفهوم الغربي تعنى الزوج والزوجة والأولاد ما داموا في كنف أبيهم وفي بيته.²

اصطلاحاً: تعرف الأسرة اصطلاحاً على أنها "جماعة اجتماعية بيولوجية تتكون من رجل وامرأة بينهما رابطة زوجية وأبناؤهما، ومن أهم وظائفها إشباع الحاجات العاطفية وتهيئة المناخ الاجتماعي والثقافي الملائم لتنشئة الأبناء"³.

¹ أحمد عبدلي، مستخدمو الانترنت، رسالة ماجستير، (الجزائر: جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2003)، ص-ص 4-6.

² أشرف سعد نخلة، الأسرة وتحديات العصر، (الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2011)، ص 47.

³ مديحة أحمد عبادة، علم الاجتماع العائلي المعاصر، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011)، ص 12.

اجرائيا: نقصد بالأسرة في دراستنا مجموعة بشرية تتكون الأب والأم والابن والبنات يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.

- شبكات التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا: تعد الأكثر انتشار في ظل تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال وهي "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الاصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمعلومات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم الى العالم أجمع"¹.

اجرائيا: هي مواقع على الانترنت يشارك عبرها الأشخاص الصور ومقاطع الفيديو، وهي فضاء للتفاعل بين الأعضاء والتعبير عن اهتمامات الحياة اليومية.

- العلاقات الأسرية:

اصطلاحا: هي علاقات اجتماعية أولية تشير إلى "تلك العلاقات والروابط الاجتماعية التي تتكون بين مجموعة من الأفراد تربطهم علاقات مباشرة ووثيقة عبر فئة طويلة من الزمن"².
اجرائيا: في دراستنا نعني بالعلاقات الأسرية تلك الروابط القائمة بين الأب وألم والابن والبنات والتي تمتد من الواقع الحقيقي إلى العالم الافتراضي، أي شبكات التواصل الاجتماعي.

6. الدراسات السابقة:

للقيام بدراسة ميدانية مرتكزة على منهج علمي رصين لابد من الاطلاع على الدراسات السابقة، فالباحث في هذه المرحلة يتجه إلى جمع المادة العلمية المتعلقة بدراسته من أجل الإلمام والإحاطة الجيدة بالموضوع، من خلال الوصول إلى أدق التفاصيل والحيثيات التي توضح بعض الجوانب الخفية فيه، فكلما تطرق الباحث إلى تلك الجوانب أصبح بإمكانه

¹ نادية بن ورقلة، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي"، مجلة دراسات وأبحاث، (المجلد 5، العدد 11، 2013)، ص 202.

² بركات دوال، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الأسرية -دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين-، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة-)، 2016، ص 87.

معرفة ما يجب تناوله في موضوع بحثه؛ ليجعل منه في الأخير مساهمة علمية يلجؤ إليها الآخرون.

بالنسبة لموضوعنا هذا؛ سنعرض مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات البحث، والتي ساهمت بشكل فعال في معرفتنا بكيفية معالجة الموضوع من الناحية الفكرية والمنهجية. فبعد الاطلاع والبحث توصلنا للآتي:

❖ الدراسة الأولى: التواصل عبر الموقع الاجتماعي (فيس بوك) وعلاقته بالاغتراب الأسري، دراسة ميدانية لعينة من الأسر المستخدمة للفيسبوك بحي 24 فيفراير (لاسيليس) بمدينة ورقلة، وهي أطروحة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص اتصال من إعداد بوخلوه عبد لحفيظ للسنة الجامعية، للسنة الجامعية 2015/2014، جامعة البليدة 02. وتتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل العام التالي: هل يؤدي إدمان التواصل عبر الموقع الاجتماعي فيس بوك إلى اغتراب أسري؟ وانجر عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات التالية:

✓ ما مدى ارتباط الاغتراب الأسري بالحجم الساعي في التواصل عبر الموقع الاجتماعي فيسبوك؟

✓ هل استخدام الأسرة لقواعد الضبط الاجتماعي دور في الحد من التواصل عبر الموقع الاجتماعي فيسبوك؟ ما جدوى ذلك؟

✓ هل يكون هناك اختلاف في التواصل الأسري حينما تكون زيارة موقع التواصل الاجتماعي تتم داخل البيت أو تكون خارجه؟

- منهج الدراسة وأدواتها:

استخدم الباحث المنهج الوصفي لأنه المنهج المناسب لدراسة الظواهر الاجتماعية، حيث يصف الظاهرة وصفا موضوعيا من خلال البيانات المتحصل عليها باستخدام تقنيات

وأساليب البحث العلمي. بالنسبة للأداة اعتمد الباحث على أداة الاستمارة كتقنية رئيسية والمقابلة كتقنية مساعدة.

- عينة الدراسة:

لجأ الباحث في اختياره لعينة الدراسة لميدانية على العينة الغير احتمالية وبالتحديد العينة القصدية، حيث تمثلت في أخذ 80 أسرة من الأسر التي تمتلك جهاز حاسوب في المنزل أو الهواتف المحمولة ويتواصل أفرادها مع الآخرين عبر الفيس بوك، وذلك لتكون عينة البحث متنوعة وممثلة بقدر الإمكان لمجتمع البحث.

- بعد التحليل والتفسير توصل الباحث للنتائج التالية:

✓ سبب التواصل عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك يكون في غالب الاحيان بهدف التعارف.

✓ أكد غالبية أفراد الأسرة أن علاقتهم مع بعضهم جيدة وأنها لم تتأثر بفعل التواصل الاجتماعي عبر فيس بوك كما أن هذا الأخير لم يؤثر في عادات الأسرة وتقاليدها.

✓ أكد غالبية أفراد الأسرة أن التواصل عبر موقع فيس بوك هو سلاح ذو حدين فقد يكون سببا للاغتراب وللانحراف إذا أسأنا استخدامه كما يكون وسيلة فعالة للتعارف والاطلاع على ثقافة الآخر.

❖ الدراسة الثانية: علاقة استخدام مواقع التواصل الإلكتروني بالاغتراب الاجتماعي لدى

الشباب الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك، وهي

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من إعداد سهام قنيفي،

للسنة الجامعية، للسنة الجامعية 2019/2018، جامعة محمد خيضر

بسكرة. وتتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل العام التالي: ما طبيعة العلاقة

القائمة بين استخدام مواقع التواصل الإلكتروني (facebook) ومستوى الاغتراب

الاجتماعي لدى الشباب الجزائري؟؟ وانجر عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات التالية:

- ✓ ما هي عادات وأنماط استخدام موقع الفيس بوك لدى أفراد العينة؟
- ✓ هل يختلف أفراد العينة في عادات وأنماط استخدام موقع الفيس بوك باختلاف خصائصهم (الجنس والسن والمستوى التعليمي)؟
- ✓ ما هي دوافع وإشباع استخدام موقع الفيس بوك من قبل أفراد العينة؟
- ✓ هل يختلف أفراد العينة في دوافع وإشباع استخدام موقع الفيس بوك باختلاف خصائصهم (الجنس والسن والمستوى التعليمي)؟
- ✓ ما مستوى الشعور بالاغتراب الاجتماعي في علاقته باستخدام موقع الفيس بوك لدى أفراد العينة؟

- منهج الدراسة وأدواتها:

استخدم الباحث منهج المسح كأحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية، حيث يستخدم في دراسة الظواهر الاجتماعية والسلوكية...، لاسيما في أبحاث الإعلام والاتصال. بالنسبة للأداة اعتمد الباحث على أداة الملاحظة والاستبيان.

- عينة الدراسة:

لجأ الباحث في اختياره لعينة الدراسة لميدانية على العينة القصدية أو العمدية، حيث يعتبر هذا النوع من العينات الأنسب، ففيها يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، حيث تمثلت في أخذ 500 مفردة من الشباب الجزائري المستخدمين لموقع الفيس بوك كحد أقصى لصعوبة معرفة العدد الحقيقي لهم.

بعد التحليل والتفسير توصل الباحث للنتائج التالية:

- ✓ كشفت النتائج عن وجود مستوى متوسط من الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجزائري نتيجة استخدام موقع الفيس بوك.

✓ لم تتوصل الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الاغتراب الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس مقابل وجود فروق ذات دلالة احصائية تعزى لمتغيري السن والمستوى التعليمي.

✓ كشفت النتائج عن عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية تعزى لدورية وأقدمية الاستخدام، بينما أفادت بوجود علاقة ذات دلالة احصائية تعزى للمدة الزمنية للاستخدام.

❖ الدراسة الثالثة: استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الوسط الأسري، دراسة ميدانية في الاستخدام وانعكاساتها على التفاعل الأسري، وهي أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من إعداد كريمة شعبان، للسنة الجامعية، للسنة الجامعية 2014/2015، جامعة الجزائر3. وتتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل العام التالي: كيف يستخدم أفراد الأسرة الجزائرية تكنولوجيا الاتصال الحديثة (تلفزيون – إنترنت)؟ وما هي الانعكاسات المترتبة عن هذا الاستخدام على مستوى التفاعل الأسري؟

وانجر عن هذا التساؤل مجموعة من الفرضيات التالية:

✓ الفرضية الأولى:

توجد فروق دالة بين الذكور والإناث في حجم التفاعل والاتصال الأسري أثناء مشاهدة التلفزيون.

✓ الفرضية الثانية:

المشاهدة الجماعية للتلفزيون لم تساهم في تعزيز الاتصال الأسري.

✓ الفرضية الثالثة :

كلما زاد المستوى التعليمي انخفضت مشاهدة التلفزيونية.

✓ الفرضية الرابعة:

لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث في نمط استخدام الأنترنت.

✓ الفرضية الخامسة:

استخدام الأنترنت لم يعزز ارتباط أفراد الأسرة بالرغم مما يقدمه من معلومات بإمكانها تقوية الحوار والنقاش الأسري.

- منهج الدراسة وأدواتها:

استخدم الباحث منهج بهدف معرفة طرق استخدام الأسر الجزائرية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، بما فيها طبيعة العلاقة القائمة بين الأسرة وهذه الوسائط ، وهو ملائم لمثل هذه الدراسات باعتباره يقوم على وصف الظاهرة كما هي في الواقع، ويعبر عنها تعبيراً كمياً أو كيفياً حيث يعطينا وصفاً رقمياً يوضح فيه مدى ارتباط هذه الظاهرة بالظواهر الأخرى. بالنسبة للأداة اعتمد الباحث على أداة الاستبيان.

- عينة الدراسة:

لجأ الباحث في اختياره لعينة الدراسة الميدانية على العينة القصدية، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 250 أسرة جزائرية مقيمة بأحياء الجزائر العاصمة، وتم توزيع الاستمارة على فردين من كل أسرة، ليصبح عدد الاستمارات الموزعة 500 ، وقد تم استرجاع 360 استمارة، وألغيت 40 استمارة بسبب عدم ملء بعضها كاملة بالإضافة إلى تناقض إجابات المبحوثين، وفي الأخير كان العدد 320.

بعد التحليل والتفسير توصل الباحث للنتائج التالية:

✓ توجد فروق دالة بين الذكور كإناث في حجم التفاعل والاتصال الأسري أثناء مشاهدة

التلفزيون، وأسفرت النتائج على وجود علاقة ارتباطية أو فروقا ذات دلالة بين متغير

الجنس والاتصال الأسري أثناء مشاهدة التلفزيون، وهذا يعني إثبات صحة هذا الفرض.

✓ المشاهدة الجماعية للتلفزيون لم تساهم في تعزيز الاتصال والتفاعل الأسري وهذا ما

توصلت إليه الدراسة الميدانية من خلال اختبار الفروض حيث تبين أن هناك فروق دالة

بين المشاهدة الفردية والمشاهدة الجماعية للتلفزيون لصالح المشاهدة الفردية، كما تبين

أن النسبة القليلة من المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون مع أفراد أسرهم لم يزد ذلك من ارتباطهم ببعضهم البعض بالرغم من الحوار والتفاعل والاتصال القائم أثناء مشاهدة الجماعة، وهذا يعني أن الفرضية ثابتة وصادقة.

✓ كلما زاد المستوى التعليمي نقصت مشاهدة التلفزيونية، وهذا ما توصمت الدراسة الميدانية حيث اتضح أن الحجم الساعي لمشاهدة التلفزيونية لدى المبحوثين ذوي المستويات الدنيا أكبر من الحجم الساعي لمشاهدة التلفزيونية لدى المبحوثين ذوي المستويات التعليمية العليا ، وهذا ما جعلنا نقر بوجود علاقة بين المستوى التعليمي وحجم مشاهدة التلفزيونية اليومية أي أن الفرضية صحيحة.

✓ لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث في نمط استخدام الانترنت، خلصت الدراسة الميدانية إلى أن الذكور والإناث يميلون إلى الاستخدام الفردي للانترنت وبالتالي فالفرضية صحيحة.

✓ يزيد الانترنت من ارتباط أفراد الأسرة بالرغم مما يقدمه من معلومات تعزز الحوار كالنقاش الأسري.

❖ الدراسة الرابعة: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة المسيلة أنموذجاً، وهي أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص دراسات الاتصال الاجتماعي من إعداد جمال شريف، للسنة الجامعية، للسنة الجامعية 2021/2020 ، جامعة عمار ثليجي الأغواط. وتتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل العام التالي: ما أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بمدينة المسيلة؟ وانجر عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات التالية:

✓ ما هي عادات وأنماط تصفح أفراد الأسرة بمدينة المسيلة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ ما طبيعة الإشباع التي يسعى أفراد الأسرة المسيلية إلى تحقيقها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ ما تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة؟
- منهج الدراسة وأدواتها:

استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي كأحد المناهج المهمة في حقل الدراسات الإعلامية التي تهتم بمسح جمهور وسائل الإعلام والاتصال -مواقع التواصل الاجتماعي. بالنسبة للأداة اعتمد الباحث على أداة الاستبيان.

- عينة الدراسة:

لجأ الباحث في اختياره لعينة الدراسة الميدانية على العينة القصدية، حيث تمثلت في أخذ 524 من أسر مدينة المسيلة الجزائرية، ضمت كل من الآباء والأبناء داخل الأسرة.

بعد التحليل والتفسير توصل الباحث للنتائج التالية:

✓ وجود استخدام مكثف لمواقع التواصل الاجتماعي من طرف أفراد الأسرة المسيلية بمختلف أجناسهم وأعمارهم في كل الأوقات وخاصة فترة الليل، من أجل التواصل مع أفراد الأسرة والأهل والأقارب والأصدقاء، ولتحقيق اشباع متنوعة، اجتماعية، ثقافية، ترفيهية، دينية....الخ

✓ أظهرت نتائج الدراسة تأثير استخدام هذه المواقع على العلاقات الأسرية داخل الأسرة الواحدة؛ حيث ساهمت هذه المواقع في زيادة انتشار النزعة الفردية والجنوح إلى العزلة الاجتماعية داخل الأسرة على حساب الجماعة، الشيء الذي جعل الأسرة تعيش في صراع مستمر يتجلى من خلال حدوث مشكلات أسرية كبيرة أهمها الطلاق والإهمال الأسري.

✓ كما بينت النتائج وجود تغيرات عميقة في البنية الفكرية والثقافية والاجتماعية للأسرة الجزائرية المعاصرة، صاحبها اختلال الأدوار والمراكز الاجتماعية بداخلها مع ظهور

صراع بين جيلين، جيل قديم محافظ يمثله الآباء، وجيل جديد أغلبه من شباب اليوم يسعى إلى التغيير ولو على حساب المبادئ والقيم الاجتماعية السائدة في مجتمعه.

7. منهج الدراسة:

تتدرج هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية التحليلية التي تعتمد على المنهج المسحي في تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة، من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة بالاعتماد على الحقائق المرتبطة بها. ويمكن تعريف المنهج الوصفي على أنه "طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين، والمسح الاجتماعي يمكن أن يتضمن عدة عمليات كتحديد الفرض منه وتعريف مشكلة البحث وتحليلها وتحديد نطاق ومجال المسح وفحص جميع الوثائق المتعلقة بالمشكلة وتفسير النتائج وأخيرا الوصول إلى الاستنتاجات واستخدامها للأغراض المحلية أو القومية".¹

في إطار هذه الدراسة سيحاول الباحث اكتشاف الوضع الحالي فيما يتعلق باستخدام أفراد الأسرة لشبكات التواصل الاجتماعي وطبيعة العلاقات بينهم. كما سيقوم الباحث بتحليل وفحص العلاقات المتداخلة بين متغيرات الدراسة للحصول على نتائج تفسيرية تساعدنا على تحليل هذا النوع من المواضيع.

8. تقنية الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة بحثنا نطلب من الاعتماد على أداتين من أدوات البحث العلمي وهذا بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية وهي: الاستمارة (الاستبيان) كأداة أساسية، بالإضافة إلى الملاحظة كأداة مساعدة إلى جانب الاستبيان.

¹ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد المذكرات، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2007)، ص 139.

- **الاستمارة:** هي تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية¹.
تعتبر الاستمارة الأداة الرئيسة في عملية جمع البيانات، وترجع أهمية هذه الأداة إلى طبيعة الدراسة في حد ذاتها، حيث أنها تعتمد على قياس مدى تأثر العلاقات الأسرية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

في بادئ الأمر قمنا بالتواصل مع فئتي الأب والأم بصفتهم المسئول عن الأسرة، فكانت الانطلاقة القيام بتعريفهم بموضوع دراستنا والأهداف التي نصبوا إليها، بعدها مباشرة عرضنا عليهم نموذج الاستمارة للاطلاع عليها، وفي نفس الوقت كنا نقوم بالرد على استفساراتهم وأسئلتهم المتعلقة بمحاور الاستمارة، والعملية ذاتها قمنا بتطبيقها مع فئة المراهقين (ابن، بنت). وقد جاءت صحيفة الاستبيان في صورتها النهائية المعدة للتوزيع لتعالج أربعة محاور أساسية كما يلي:

- **محور البيانات الشخصية:** يضم أسئلة حول المتغيرات الديمغرافية لأفراد العينة كالجنس، والسن، الموقع في مكونات الأسرة (أب، أم، ابن، بنت)، وأخيرا المستوى الدراسي.

- **المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي: وقد اشتمل هذا المحور على ثمانية أجزاء مختلفة تنوعت بين ما يلي:

أ- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: وتضم الإجابة ب (نعم) أو (لا).

ب- شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة: في حالة الإجابة بنعم يتم اختيار الموقع المفضل بين (تويتر، يوتوب، فيسبوك، انستغرام).

ت- تاريخ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: تضم الإجابة على أربعة خيارات (سنة، سنتين، ثلاث سنوات، أكثر من ثلاث سنوات).

¹ موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص 204.

ث- الهوية المستخدمة: وتضم الإجابة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق استعمال (حساب وهمي) أو (حساب حقيقي).

ج- الوسائل المستخدمة: يتم فيه الإجابة على سؤال الوسائل المستخدمة في الإبحار على مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في: الهاتف الذكي، اللوح الإلكتروني، الكمبيوتر.

- **الملاحظة:** تعد الملاحظة كأداة ثانية إلى جانب الاستمارة التي اعتمدها الباحث كأداة رئيسية في جمع البيانات.

استعمل الباحث في جميع مراحل البحث الملاحظة من دون مشاركة وهي "حالة لا يشارك فيها الملاحظ أو الملاحظة في حياة الأشخاص الموجودين تحت الدراسة"،¹ فهي تتطلب من الباحث الاندماج في مجال حياة الأشخاص محل الدراسة مع ضرورة الابتعاد عن تغيير الوقائع أو تشويهها.

طول فترة الدراسة كان الباحث يقوم بالإقبال يوميا على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل منتظم، مسجلا بذلك ملاحظاته عن التفاعلات والموضوعات التي كان يطرحها بعض من أفراد الأسرة بمدينة تيغنيف -الذين كانت تمتد علاقته بهم إلى هذه المواقع-، وكان هدفنا من استخدام هذا النوع من الملاحظة هو دراسة أفراد العينة عن قرب من خلال الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي والتفاعل معهم على هذه المواقع للحصول على معلومات تساعدنا في عملية التحليل والتفسير.

9. أدوات تحليل البيانات:

للوصول إلى نتائج الدراسة وتحقيق أهدافها استعان الباحث برنامج التحليل الإحصائي SPSS 20 (برنامج تحليل المعطيات الإحصائية)، وهذا من خلال تفريغ الاستمارة ثم استخراج الجداول التكرارية البسيطة والمركبة. أما بالنسبة لفرضيات الدراسة فقد استعان

¹ موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص 185.

الباحث بنفس البرنامج لاستخراج متوسطات اجابات المبحوثين وانحرافها المعياري ثم طبق اختبار الفروق T للعينة الواحدة من أجل التحقق من هذه الفرضيات.

10. صدق وثبات الاستثمار:

✓ صدق الأداة:

اعتمد الباحث على الصدق الظاهري، حيث قام بعرض الاستثمار على مجموعة من الخبراء(*) للتعرف على رأيهم في محاوره والعبارات التي تتضمنها، ليتم بعدها تصحيح بعض العبارات وإعادة صياغتها.

✓ ثبات الأداة:

قام الباحث بحساب معامل الثبات عن طريق قياس التناسق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا الذي يعتمد على متوسط معاملات الارتباط بين مفردات الاستثمار، وتقدر قيمته بين 0 و الواحد 1 ومتوسطه 0.6 ، وإذا كان يساوي 0.7 أو أكثر دل على قوة الثبات، ومن خلال قيمة معامل ألفا لكرومباخ الذي بلغ 0.87 يتضح أن استبيان مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية في الجزائر يتسم بقدر من الثبات وعليه فإن الاستثمار صادقة وثابتة.

11. حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية:

ستقتصر هذه الدراسة على معرفة استخدامات أسر مدينة تيغنيف لشبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية والأشباع المحققة من وراء ذلك.

- الحدود المكانية:

* المحكمين: نشادي عبد الرحمان(جامعة البليدة2) – يوسف تمار (جامعة الجزائر3) – غالم عبد الوهاب (جامعة وهران1).

في عنوان الدراسة قمنا بتحديد المجال المكاني وهو مدينة تيغنيف التابعة إقليمياً لولاية معسكر بالغرب الجزائري.

- الحدود الزمانية:

يمتد المجال الزمني من شهر فيفري 2017، أين تم اختيار موضوع الدراسة والموافقة عليه طرف الأستاذ المشرف وفريق والتكوين لمشروع الدكتوراه، ومن ثم تحضير الخطة الأولية والمتمثلة في التأطير المنهجي والبحث البيبليوغرافي. مما سيسمح بتحضير الاطار النظري وما يتبعه من تصحيحات وتصويبات. والانطلاق لاحقاً في الاطار التطبيقي والذي امتد من شهر ديسمبر 2018 إلى غاية جانفي 2022، وذلك قصد إعطاء الدراسة صبغة الجد وحادثة النتائج.

12. مجتمع الدراسة:

مجتمع البحث هو: "جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها وقد تكون أعداداً كما في حالة تقييم مضمون وسائل الإعلام، كما قد تكون برامج إذاعية أو نشرات إخبارية، وفي حالة دراسة الرأي العام، فإن المجتمع هو جميع الأفراد الذين يفهمهم مجتمع الدراسة".¹

وفي سياق اتمام البناء المنهجي للعمل، كان لزاماً على الباحث تحديد مجتمع البحث الذي سوف تجرى عليه الدراسة التطبيقية، والذي يناسب بطبيعة الحال موضوع هذه الدراسة والمتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي والأسرة الجزائرية، ومن خلال الموضوع المطروح للبحث تبين لنا من الوهلة الأولى أن مجتمع بحثنا هم الأسر الجزائرية التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي.

¹ محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط3، 2000)، ص29.

13. المعاينة والعينة:

المعاينة: سعيًا من الباحث لاختيار عدد محدد من مجتمع البحث يقوم بما يعرف بالمعاينة والتي هي "مجموعة من العمليات تسمح بانتقاء مجموعة فرعية من مجتمع البحث بهدف تكوين عينة"¹. وعليه اعتمدنا على المعاينة غير الاحتمالية عن طريق الفرز بشكل الكرة الثلجية (أو التراكمي) والذي هو عبارة عن "إجراء غير احتمالي للمعاينة معززة بنواة أولى من أفراد مجتمع البحث والذين يقودوننا إلى عناصر أخرى، يقومون هم بدورهم بنفس العملية وهكذا"². وقد اعتمد الباحث على هذا النوع من المعاينة للأسباب الآتية:

- الأسرة الجزائرية التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي غير معروف كليا، ويصعب الوصول إليه.

- الأسر الجزائرية منغلقة على نفسها وبالتالي يصعب انجاز هذا النوع من البحوث.

- رغبة الباحث في الوصول إلى أكبر عدد من الأسر التي ينشط أفرادها على شبكات التواصل الاجتماعي لإثراء موضوع الدراسة.

في بادئ الأمر قمنا بالاتصال ببعض الأسر بمدينة تينغيف المؤهلين لأن يكونوا ضمن عينة الدراسة باستخدام علاقاتنا الشخصية (الباحث هو من سكان المدينة)، حيث تلقينا الموافقة على تعاونهم معنا في إطار مشروع الدراسة، وبعدها قمنا بجمع المعلومات عن أصدقائهم وأقاربهم أو معارفهم الذين يعرفون أنهم يملكون مؤهلات المشاركة في الدراسة، ليتم بعدها الاتصال بهؤلاء الأسر لنتأكد من أنهم مؤهلين للمشاركة.

- **العينة:** أمام الحجم الكبير لمجتمع البحث لجأ الباحث إلى انتقاء عينة بعد القيام بعملية المعاينة، والعينة هي "مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين"³، وهي تسمح للباحث بكسب الجهد والوقت معا فضلا عن إمكانية تعميم النتائج المحصل عليها، ومنه فقد تشكلت

¹ موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص 301.

² المرجع نفسه، ص 314.

³ المرجع نفسه، ص 301.

عينة البحث من 50 أسرة بمدينة تيغنيف التابعة إقليميا وإداريا لولاية معسكر، وقد توقفنا عن عملية جمع المعلومات من عناصر مجتمع البحث باستخدام أداة الاستبيان بعد شعورنا أننا حصلنا على معلومات متكررة، وأنه من غير المفيد أن نضيف معلومات أكثر من أجل فهم مشكلة الدراسة، هذا فضلا عن صعوبة الوصول إلى عدد أسر أكثر، وبالتالي سيكون على حساب الوقت الذي سنخصصه فيما بعد للتحليل.¹

14. صعوبات الدراسة:

جاءت صعوبات الدراسة على النحو الآتي:

- صعوبة الوصول إلى العينة التي تمثل مجتمع البحث، وذلك باعتبار غالبية أسر مدينة تيغنيف ذات طابع محافظة إلى حد ما، وهذا ما حد من الحصول على معطيات ومعلومات عن مشاكلها وتجاربها وتحديات الحياة اليومية، حيث تصب هذه الموضوعات بالنسبة إليها ضمن طابع الخصوصية.
- صعوبة تواصل الباحث مع أسر مدينة تيغنيف وعدم تجاوبهم معنا في بعض الأحيان، وقد يرجع ذلك إلى عدم معاشتهم لمثل هذه التجارب من قبل.
- طابع الخصوصية الذي هو السمة البارزة في شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تطلب على الباحث في كل عملية اتصال أولي مع أسر مدينة تيغنيف التعريف المفصل بموضوع الدراسة ومضمون أسئلة محاور الاستمارة وفي نفس الوقت بذل جهد عن طريق إقناعهم على أن يكون تجاوبهم معنا ايجابيا.
- عدم تمكن الباحث من استخدام المقابلة البورية في مجتمع البحث المكون من أسر مدينة تيغنيف رغم سعيينا إلى ذلك في جميع مراحل الدراسة.

¹ أنظر: موريس أنجرس، المرجع السابق، ص 319.

الإطار النظري

الفصل الأول

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباعات.

تمهيد:

نحاول في هذا الفصل تناول المقاربة النظرية المفسرة لهذه الدراسة، والتي تتمثل في نظرية الاستخدامات والإشباعات، وهذا بتسليط الضوء على مفهوم هذه النظرية وأهم المراحل التاريخية التي مرت بها، حيث لا يمكن فهم وتفسير موضوع الدراسة المتمثل في أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من خلال الإشباعات المحققة دون الاستعانة بالمفاهيم الأساسية لهذه النظرية (الاستخدامات والإشباعات)، ومحاولة استخدام هذه المفاهيم لمناقشة فرضيات الدراسة، من خلال الربط بين الجانب النظري الذي نحن بصدد التطرق إليه والجانب التطبيقي الذي يأتي بعد ذلك.

1. مدخل الاستخدامات والاشباع:

اختلفت النظريات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال على سلوكيات واتجاهات الأفراد وتعددت النماذج التي درست التأثير التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيرية، والتي كان أهمها المدخل الوظيفي الذي حاول تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال؟ والذي يقوم كذلك على أن الجمهور يطلب ما يحتاج إليه من مواد إعلامية، من أجل خدمة أهدافه وإشباع رغباته، وفي نفس الوقت ظهر مدخل الاستخدامات والاشباع الذي ركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور من منظور دراسة وظيفية منتظمة¹.

فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الاعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام، وكانت النظريات المبكرة مثل: نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية منفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد، أما وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك والثقافات الفرعية Subcultures، فلم يعد ممكنا فهم الجماهير بهذه الطريقة².

بعكس النظريات السابقة تحاول نظرية الاستخدامات والاشباع أن تنظر إلى العلاقات بين وسائل الاعلام والجمهور بشكل مختلف، بناء على هذه النظرية ليست

¹ نورالدين هادف، التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال: الاستخدامات والاشباع دراسة حول استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في وسائل الاعلام الجزائرية، رسالة ماجستير، (الجزائر: كلية العلوم السياسية والاعلام، 2008)، ص 84.

² حسن عماد مكوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط11، 2014)، ص 239.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباع.

وسائل الاعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الاعلام، لذلك ترى نظرية الاستخدامات والاشباع أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، قد تكون الحصول على معلومات أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي أو حتى تحديد الهوية، وعلى سبيل المثال: الشخص الميال للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات، المرأة التي لديها نزعة تحرر وتمرد على القيم تجد ذاتها وراحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج الذي يتبنى مثل هذا التوجه، وهذا مما يشعرها أنها ليست وحدها في ممارسة هذا السلوك مما يدعم التوجه لديها أكثر فأكثر¹.

وخلال عصر المعلوماتية والنمو الهائل في استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة زادت حاجة الأفراد إلى إشباع رغباتهم، مما جعل الباحثين في مجال الاستخدامات والإشباع يزدون من اهتماماتهم بدراساتها، والتحول من كيف يستخدم الأفراد التكنولوجيا إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذه الوسائط، وقد أكد روبين وونداهل Rosengren et Widahl أن نموذج الاستخدامات والإشباع يركز على الفرد المستخدم لوسائط الاتصال والذي يبادر باستخدام هذه الوسائل ويبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، إضافة على أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته².

¹ محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الاعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، (مكتبة العبيكان، 1998)، ص 26.

² خالد منصر، علاقة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي -دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة باتنة-، رسالة ماجستير، (الجزائر: جامعة الحاج لخضر -باتنة-، 2012)، ص 31.

1.1 تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع:

يعرف ألياهو كاتز وبلومر -Ekatz et J.G Blumler- مدخل الاستخدامات والإشباع بأنه استراتيجية بحثية يمكنها أن تمدنا ببناء أو هيكل لفروض متنوعة حول ظاهرة اتصالية معينة، ويعد المدخل أرضية خصبة لاقتراحات الفروض المتعلقة بتوجيهات الجمهور التي تنشأ عن أكثر من نظرية سيكولوجية وسوسيولوجية¹.

يقوم مدخل الاستخدامات والإشباع أساساً على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر². وهو ما يدفعنا للقول بأن الجمهور يلعب دوراً إيجابياً عند استخدامه لوسائل الإعلام، فعملية اختياره للمضامين الإعلامية تتبع من حاجاته ورغباته التي يبحث عنها لإشباعها، وهو ما يؤكد الباحث في مجال الإعلام إبراهيم علي الموسوي حيث يرى أن الأفراد والجمهور يستخدمون الوسائل الإعلامية من أجل الإشباع لرغباتهم، وحاجاتهم الكامنة الداخلية، حيث أن الأفراد والجمهور هم الذين يحددون نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبون فيه، وأن دور وسائل الإعلام لا يتعدى تلبية الحاجات والرغبات فقط³.

لقد جاءت أبحاث الاستخدامات والإشباع لكي تكمل دراسات ترتيب الأولويات في الإعلام الجماهيري، وهي تتعلق باستخدام الجمهور لوسائل الإعلام والإشباع التي يحصلون عليها من هذا الاستخدام، وقد نشرت أول دراسات هذا المجال في الأربعينيات، وقد تناولت الترفيه أكثر مما تعاملت مع المضمون السياسي للإعلام الجماهيري، وقد

¹ مؤمن جبر، مروى عبد اللطيف، تطبيقات نظريات الاتصال الاجتماعي، (القاهرة: المكتب المصري للتوزيع، 2016)، ص 19.

² يوسف محمد محمد، النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والإلكترونية، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ط2، 2015)، ص 77.

³ إبراهيم علي الموسوي، "نظريات التأثير الإعلام التقليدية والنوميديا -دراسة حالة فوز دونالد ترامب 2016-"، مجلة الحداثة، (العدد 199-200، ربيع 2019)، ص 54.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباع.

درسوا الطرق التي من خلالها استخدم الجمهور برامج الألباز في الراديو والموسيقى الكلاسيكية والمسلسلات، والإشباع الذي حصلوا عليه من كل هذا¹.

في نفس السياق شرح إيليهو كاتز، أحد الوجوه البارزة في هذا التيار السوسيولوجي، كيف تم تطوير هذا المذهب ليصبح إشكالية، لقد ابتعد عن نظريات التأثيرات المباشرة الفرضيات السلوكية وتنويعها، وحاول تجاوز نظريات التأثير غير المباشر أو التأثير المحدود، ولا سيما النظرية التوزيعية ودراسات وضع الأجندة Agenda Setting: إن وسائل الاعلام في هذه الدراسات لا تقول لنا كيف نفكر، بل تقول لنا في ما يجب أن نفكر؟ إنها تقوم بدور صاحب الحفل أو لوحة الإعلانات التي تسجل فوقها المشاكل التي يجب أن تشكل موضوع نقاش في المجتمع، هذه النظريات يطلق عليها اسم نظرية التأثير المحدود، لأن وضع جدول الأعمال لا يمنع شبكة العلاقات ما بين الأشخاص من القيام بدور الوسيط، إن تأثير وسائل الإعلام محدود (انتقائية، المتلقين تشكل عائقا له) ، لا يمكن أن يكون مباشرا (هناك وسائط) ، ولا يمكن أن يكون آنيا (لأن مسار التأثير يتطلب وقتا)².

إن الافتراض الأساسي للاستخدامات والإشباع هو أن جمهور الإعلام الجماهيري لا يشتمل على أشخاص سلبيين تم استخدامهم من خلال الحافز الإعلامي (حافز الوسيلة)، كما هو الحال في نموذج التعلم بالحافز، لكنهم يمارسون الحرية في استخدامهم للإعلام. وتقول إحدى النظريات إنهم يستخدمون الوسيلة الإعلامية الأكثر إفادة لهم، وتقول نظرية أخرى إنهم يستخدمون الإعلام؛ لأن لديهم دافعا لأن يفعلوا هذا، ونظرية ثالثة تقول إنهم يستخدمون الإعلام؛ باعتباره جزءا من مجهودهم للبقاء خارج إطار

¹ مارك بالنافز وآخرون، تر: عاطف حطبية، نظريات ومناهج الاعلام، (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2017)، ص 100.

² أرمان ماتلار، تر: نصرالدين العياضي، الصادق رابح، تاريخ نظريات الاتصال، (المنظمة العربية للترجمة: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005)، ص ص 166، 167.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباع.

التأثير، ولكن من الأمور الجوهرية في هذه النظرية أن استخدام الوسيلة الإعلامية هو هدف موجه، ويفترض أننا نستخدم الإعلام لإشباع حاجات معينة، وأنا نختار وسيلة بذاتها ومضمونًا بذاته لإشباع هذه الحاجات، وتتحدد هذه الاحتياجات طبقًا للبيئة الاجتماعية، والتي تتضمن عناصرها: السن والنوع والحالة الاجتماعية والانتماء للجماعة والسمات الشخصية¹.

قال كل من كاتز وبلامر جوريفتش (Katz, Blumler and Gurevitch) إن الباحثين في الاستخدامات والإشباع يتناولون: الأصول الاجتماعية والنفسية للاحتياجات التي تحقق توقعات الإعلام الجماهيري، أو مصادر أخرى، تقود إلى أشكال مختلفة من التعرض للإعلام، أو الاندماج في أنشطة أخرى، تؤدي إلى إشباع الاحتياجات والتبعات الأخرى، التي ربما لا تكون مقصودة ويفترضون أن الاتصال إجراء تبادلي، تتبادل الأطراف من خلاله العطاء والأخذ من الاتصال بقيم متساوية تقريبًا، واقترحوا أيضًا دراسة الاحتياجات المتعلقة بالإعلام، التي تم تصنيفها إلى احتياجات إدراكية (المعلومات) واحتياجات عاطفية (عاطفي - جمالي - وشخص تكاملي)، وأيضًا احتياجات اجتماعية تكاملية وهروبية، البعض قد يحصل على الرضا من الأخبار أو المسلسلات أو دراما الجرائم أو بالكتب أو الصحف؛ لذلك تذهب معظم دراسات الاستخدامات والإشباع أبعد من وصف احتياجات الجمهور وأهداف الإعلام، ولكن كاتز وجوريفتش وهاس ذهبوا إلى أبعد من ذلك في دراسة أجريت على 1500 شخص، وتوصلوا إلى أن المبحوثين اعتبروا أن المصادر غير الإعلامية أكثر أهمية من الإعلام الجماهيري في إشباع كل الاحتياجات التي استقصى عنها الباحثون، وأن الإعلام الجماهيري كان أكثر أهمية لهؤلاء الذين انفصلوا عن عائلاتهم وأصدقائهم وبلدهم ومجتمعهم، ووجدوا أن المبحوثين الذين قالوا إن شؤون الدولة والمجتمع مهمة بالنسبة لهم

¹ مارك بالنافز وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 101.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباع.

- صنفوا الصحف على أنها الوسيلة الأكثر أهمية، وأن التلفزيون يخدم أعظم تنوع للاحتياجات¹.

كما لخص كاتز ورفاقه Elihu Katz et.a.l هذا المدخل بالعناصر الخمس التالية²:

- إن المتلقي عنصر فعال وهذا يعني أنه جزء هام من استخدام وسائل الإعلام والاتصال إذ يفترض بأنه المستهدف، وهكذا فإن المستخدم المتلقي لوسائل الاعلام والاتصال يمكن تفسيره كاستجابة منه للحاجة التي يستشعرها، ويتوقع أن ينال من خلال سلوكه في استعمال وسائل الاعلام والاتصال بعضا من أشكال إرضاء الحاجة لديه مثل الحاجة إلى الاسترخاء وإلى قضاء وقت الفراغ وإلى الترفيه.

- المبادرة في ربط إشباع الحاجات باختيار الوسيلة المناسبة، إنما يخضع للمتلقى ذاته في عملية الاتصال الجماهيري وهذا النموذج يرى بأن الناس مدينون لوسائل الإعلام والاتصال لسد حاجاتهم أكثر من كونها عامل تأثير فيهم، فالنموذج يضع قيودا على التنظير القائل بالتأثير المباشر لمضمون وسائل الإعلام والاتصال على المواقف والسلوك.

- إن وسائل الاعلام والاتصال تنافس المصادر الأخرى لإرضاء الحاجات. والحاجات التي تخدمها وسائل الاتصال تشكل جزءا من نطاق شامل من حاجات الإنسان، وبالتأكيد تختلف الدرجة التي بها يتم تحقيق هذا الإرضاء عن طريق وسائل الاعلام والاتصال بشكل مناسب، وتبعاً لهذا فإن وجهة نظر ملائمة حول دور وسائل الاعلام والاتصال في تحقيق إشباع الحاجات، يجب أن تأخذ في حسابها وجود بدائل وظيفية لإشباع الحاجات متضمنة طرقاً قديمة مختلفة وأكثر تقليدية لإشباع الحاجات، مثال ذلك اللعب واللقاءات الاجتماعية والسهرات العائلية والزيارات وغيرها.

¹ مارك بالنافز وآخرون، المرجع السابق، ص ص 101-102.

² مي العبد الله، نظريات الاتصال، (بيروت: دار النهضة العربية، 2010)، ص ص 280-281.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباعات.

- من ناحية منهجية فإن كثيرا من البيانات حول أهداف استعمال وسائل الاتصال الجماهيري ويمكن استنتاجها من معلومات نستمدّها من الافراد أنفسهم، ذلك أن الناس لديهم الوعي الذاتي والمقدرة-بكفاءة- على تسجيل اهتماماتهم ودوافعهم أو على الأقل لملاحظتهم حينما يسألون عنها بصيغة سهلة مفهومة.

- إن إصدار أحكام القيمة حول الأهمية الثقافية للاتصال الجماهيري مثل تأثيره على الثقافة الجماهيرية وتشكيل الوعي عند الجمهور... إلخ، يجب أن تؤجل بينما تكون توجهات الجمهور هي موضوع الاستكشاف من خلال أنفسهم.

2.1 نشأة وأهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

1.2.1 نشأة نظرية الاستخدامات والإشباعات:

ولدت نظرية الاستخدامات والإشباعات من رحم نظرية التأثير النسبي التي استقاها بول لازارسفيلد (Paul Lazarsfeld) في بحوثه منذ ثلاثينات القرن الماضي من أجل تلبية طلب اجتماعي شكله القلق أو حتى الخوف من مخاطر الأفلام السينمائية على الأطفال، وفرضته رغبة ملاك المحطات الإذاعية والمعلنين في معرفة سبب الإقبال على بعض البرامج الإذاعية، وتجلت بعد انتشار أعمال مدرسة تورونتو (Toronto School) في الاتصال، وعلى رأسها أعمال مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan) الذي نقل الاهتمام في الدرس الإعلامي من المحتوى إلى الوسيلة كحامل للرسائل¹.

تعد هيرتا هيرزوج Herta Herzog أول من قام بدراسة استخدام ربات البيوت للراديو في دراسة عام 1944 بعنوان: دوافع وإشباعات الاستماع للمسلسلات الصباحية في الإذاعة المسموعة، حيث حاولت التعرف على إشباعات ربات البيوت من الاستماع

¹ نصرالدين العياضي، "التفكير في عدة التفكير: مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والإشباعات في البيئة الرقمية"، مركز الجزيرة للدراسات، في <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4876>، تم الاطلاع على الموقع يوم (2022/10/31) على الساعة: 19:14.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباعات.

للراديو، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن هذه الإشباعات تتمثل في ثلاث فئات رئيسية هي: التحرر العاطفي، إثارة الخيال، والحصول على المعلومات¹.
وقد ركزت الدراسات التي تلت دراسة هيرزوج على استخدامات الجمهور لمضامين وسائل الاتصال الجماهيرية، على غرار دراسة ستشمان Suchman حول دوافع استماع الأفراد للموسيقى الكلاسيكية سنة 1942 والإشباعات المحققة من هذا الاستماع، بالإضافة إلى دراسة بيرسون BERELSON عام 1945 التي أجراها بعد إضراب عمال التوزيع في نيويورك واستهدفت الدراسة الكشف عن موقع الصحف لدى القراء، وماذا تعني الصحيفة عند القارئ وبالتالي الإشباعات المحققة لديه من جراء قراءة الصحف وتوصل إلى أن الصحف تحقق مجموعة من الإشباعات وهي الحصول على المعلومات بمختلف أنواعها خاصة المتعلقة بالأوضاع العامة، ومعلومات تخص المالية والطقس، والحصول على المكانة الاجتماعية، والهروب من المشاكل اليومية فضلاً عن كون القراءة هي أداة للتفاعل الاجتماعي².

كما يعد الياهو كاتز Katz Elihu أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات والإشباعات، عندما كتب مقالاً عن هذا المدخل عام 1959 رداً على ادعاء قام به الباحث برنارد بيرلسون Bernard Berison ذكر فيه بأن مجال البحث في الدراسات الإعلامية قد أوشك على الانتهاء، فقد أوضح "كاتز" في مقاله بأن مجال البحث فيما يتعلق بدراسة وسائل الإعلام كوسائل إقناعية ودعائية قد انتهى بالفعل، مشيراً إلى أن معظم الأبحاث في ذلك الوقت كانت تهدف إلى معرفة تأثير الحملات الدعائية على الجمهور أو ماذا تفعل وسائل الإعلام للجمهور، وبأنه ينبغي علي الباحثين إنقاذ

¹ عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، (دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع)، 2015، ص 250.

² نورالدين هادف، مرجع سبق ذكره، ص 86.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباع.

مجال الدراسات الإعلامية وذلك عن طريق تحويل السؤال إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام وما هي الحاجات التي يسعى إلى تحقيقها من هذه الوسائل¹. وتعد دراسة بولمر وماكويل (Blumler and McQuail) بعنوان: "التلفزيون في السياسة" (1969) - أشهر دراسة في مجال الاتصال السياسي لنظرية الاستخدامات والإشباع، وكانت عن الانتخابات العامة البريطانية لعام 1964. وقد توصلت الدراسة إلى أن الناخبين البريطانيين استخدموا وسائل الإعلام للتوجيه الانتخابي، ولدعم القرارات الانتخابية التي اتخذوها، ولالإشراف العام على المناخ السياسي وللإثارة، وهؤلاء الذين فضلوا الابتعاد عن السياسة في الإعلام الجماهيري، فعلوا ذلك لأنهم عندما رأوا المادة السياسية شعروا بأنهم غرباء، أو بسبب التحزب، أو لأنهم لم يجدوا فيها استرخاء. علاوة على أنهم وجدوا أن الصحف كانت تخدم الناخبين البريطانيين بشكل أفضل؛ لدعم أو فرض اتجاهاتهم السياسية، وأن التلفزيون خدمهم بشكل أفضل من ناحية الإرشاد الانتخابي².

وكان أول ظهور للنظرية بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتز KATZ وبلومر Blumler العام 1974، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقو بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر، واستمرت بعدها الدراسات الإعلامية فترة السبعينيات والثمانينيات التي سعت إلى تطوير النظرية فسعى كل من Rayburn وAlmgreen إلى محاولة إيجاد العلاقة بين الدوافع النفسية والإرضاء في التواصل من خلال دراسة أجريت على عينة من مشاهدي التلفزيون العام، وفي نفس الفترة أجرى مجموعة من الباحثين

¹ عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 251.

² مارك بالنافز وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 100-101.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباعات.

أمثال: (1974 Gurevitch, Katz, Blumler)، (1974 Gurevitch, McQuial)، (1979 Blumer)

(1979 Katz)، (1979 Rauburn, Palmgreen)، (1979 Swanson)، (1989 Babrow)

(1980 Rayburn, Palmgreen, Wenner)، (1984 Rayburn, Palmgreen)

مجموعة من الدراسات خلصت إلى أن الحالات المعرفية والوجدانية لها أثر في تعزيز استخدام وسائل الاعلام المختلفة¹.

وفي أواخر الثمانينيات وبداية التسعينيات برزت بحوث جديدة تتعلق أساسا بتأثير التكنولوجيات الجديدة على الجمهور خصوصا مع تطورات شبكة الانترنت، وفي كتاب ويندال Windhal بعنوان الاستخدامات والإشباعات في مفترق الطرق، أكد على أهمية انطلاق النظرية من أفراد الجماهير على عكس البحوث التقليدية التي اتخذت من وسائل الاعلام نقطة انطلاق لها، وهو ما دفع بالكثير من المهتمين بشؤون الاستخدامات والإشباعات إلى ضرورة ربط نظرية الاستخدامات والإشباعات بالبحوث العصرية والحديثة وهو ما أطلق عليه بالاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشباعات².

لقد مر مدخل الاستخدامات والإشباعات بثلاث مراحل متميزة في تطوره يمكن تقسيمها زمنيا كالاتي:

- مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية):

يتم فيها اختيار المتلقين أشكالا مختلفة مما يقدم من محتوى في الوسيلة الإعلامية وقد امتدت هذه المرحلة من خلال عقدي الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي³.

¹ أمينة علاق، استخدامات واشباعات النخب لتكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة قسنطينة3، 2018)، ص 110.

² المرجع نفسه.

³ صلاح عبد الحميد، الاعلام وثقافة الصورة، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2013)، ص 59.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباع.

- مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية):

ويتم فيها التركيز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى اختيار أنماط مختلفة من الوسائل الاتصالية اعتمادا على ما تتيحه من استخدامات وما تحققه من اشباع (أي أن الجمهور المتلقين يتجه إلى اختيار وسيلة اتصالية معينة ومحدودة لإشباع حاجات معينة ومحددة لديه أيضا) وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينات من القرن الماضي.¹

- مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية):

وكان التركيز فيها على الإشباع المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتم إعداد قوائم الاستخدامات والإشباع، وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينات من القرن الماضي حتى الآن²، وخلال هذه المرحلة قام بعض علماء الاتصال بالعمل على توسيع المسارات النظرية Theoretical Trajectories المأخوذة من الدراسات الأولى لوسائل الإعلام وإعادة غرلبتها "Refine" حيث برز تطوران أساسيان أسهما في مولد، ما أصبح يعرف بعد ذلك ب: "الاستخدامات والإشباع".³

- التطور الأول: ويشير إلى تقسيم علاقات الجمهور مع "وسائل الإعلام"، إلى مجموعة من المفاهيم، التي أدت إلى خلق مجموعة من نماذج "Typologies" الإشباع التي يمكن لهذه الوسائل المساعدة في تحقيقها.

- التطور الثاني: ويشير إلى المحاولات الرامية التي تهدف إلى شرح كيف يستخدم الجمهور "وسائل الإعلام" لإشباع احتياجاتهم الإنسانية.

¹ نجلاء محمد جابر، دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري، (الأردن: دار المعتز للنشر والتوزيع، 2015)، ص

24.

² عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 253.

³ المرجع نفسه.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباعات.

كما يمكن أيضا تقسيم بحوث مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى قسمين هما:¹

- البحوث التقليدية Classical Research: وهي الدراسات التي أجريت خلال عقد الأربعينيات من القرن الماضي بواسطة مكتب البحوث الاجتماعية التطبيقية في نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية، والتي أدت إلى تحديد دوافع أفراد الجمهور للاستماع إلى المسلسلات الراديو وبرامج المسابقات مثل دراسة لازارسفيلد، ستانتون 1944 والفكرة التي كانت تقوم عليها هذه الدراسات هي: التعرف على أسباب الإعجاب بوسائل الاتصال أو بمضامين معينة.

- البحوث الحديثة Research Modern: وتتمثل في الابتعاد عن ظل أبحاث التأثير، حيث بدأت دراسة الجمهور خلال عقد الستينات وبداية عقد السبعينات من القرن الماضي، بالتركيز على اختيارات أفراد الجمهور والعمليات الانتقائية التي يقومون بها وردود أفعالهم واستجاباتهم لمضمون وسائل الإعلام.

2.2.1 أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

من خلال ما سبق، يتبين أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:²

- اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام حيث إنهم أعضاء في جمهور نشط يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته.
- الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة.
- تسهم النتائج في الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري.
- التعرف على دور المتغيرات الوسيطة وتأثيرها على استخدامات أفراد الجمهور لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة لهم من تلك الوسائل.

¹ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2011)، ص 299.

² مؤمن جبر، مروى عبد اللطيف، مرجع سبق ذكره، ص 19.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباعات.

- التعرف على العلاقة بين كل من الإشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من خلال استخدامه لوسائل الإعلام وبين الإشباعات المتحققة نتيجة هذا الاستخدام. وفي نفس السياق لخص آلان روبن Rubin A.M مدخل الاستخدامات والإشباعات في ثلاث أهداف رئيسية:¹

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

- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

يشكل مدخل الاستخدامات والإشباعات اتجاها جديدا معارضا لما كان سائد من قبل، حيث أن أبحاث الاتصال كانت ترى بأن وسائل الإعلام لها تدور كبير في التأثير على جمهور المتلقين، كنظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى بأن الجمهور يتأثر تأثيرا بالمضامين التي تقدمها وسائل الإعلام.

3.1 نماذج نظرية الاستخدامات والإشباعات:

ظهرت نماذج الاستخدامات والإشباعات مع بداية المرحلة التطبيقية للمدخل وهذه النماذج تتميز بتفسيرها العلمي للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام ومن أشهر وأهم هذه النماذج ما يلي:

1.3.1 نموذج كاتز Kats وزملائه في بحوث الاستخدامات والإشباعات:²

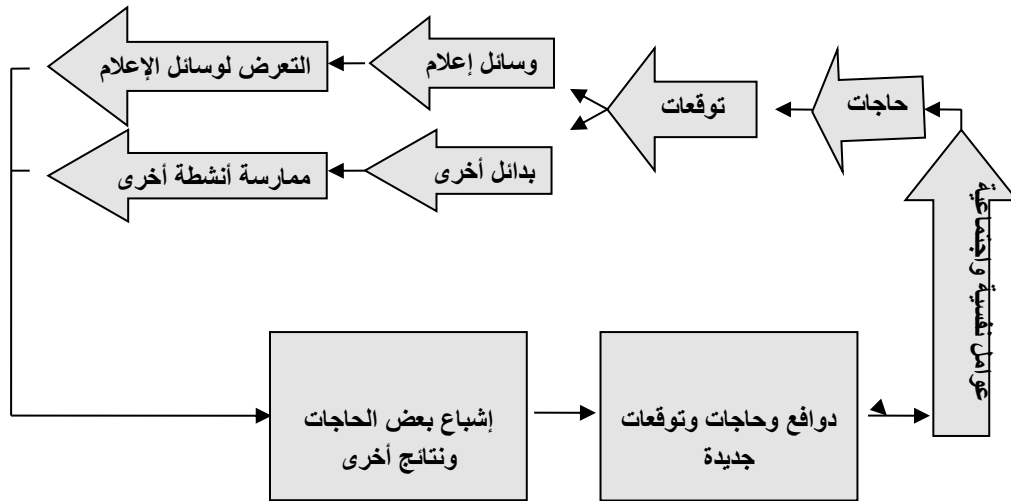
بناء على نتائج العديد من البحوث صاغ كاتز وزملاؤه نموذجا للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الاعلام وما يمكن أن تشعبه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد، مقارنة بالبدائل

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 241.

² محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة: عالم الكتب، ط3، 2010)، ص 283.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباع.

الأخرى الوظيفية التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية الحاجات مثل الأنشطة الثقافية الأخرى. فهوى يرى أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد. ومن خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الاعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات (الحاجة إلى التسلية والهروب يرسم توقعاته عن إمكانية تحقيق ذلك من خلال مشاهدة التلفزيون أو الذهاب إلى النادي) فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الاعلام أو المصادر الأخرى، نتيجة للتعرض يتم اشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كآمنة وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ بالتفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية... وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الاعلام أملا في اشباعه، ونشوء حاجات جديدة أو عدم اشباع بعض الحاجات تجعل الفرد يستعيد الدورة مرة أخرى أملا في اشباع كل الحاجات... وهكذا يتم تولد الحاجات وتكرار التعرض لإشباع هذه الحاجات كما يوضحها الشكل التالي:



الشكل 01: نموذج كاتز Kats للاستخدامات والإشباع.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباع.

ويعكس النموذج السابق الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع، في نموذج كاتز Kats وزملائه ويمكن تلخيصها في الفروض الخمسة الآتية:¹

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدر ما لإشباع حاجاته دون الآخر، وهذا ما عبر عنه كلابر بتأثيرات العوامل الوسيطة.
- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.
- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم المحتوى نفسه بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

¹ محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 284.

2.3.1 نموذج دينيس ماكويل Mcquail Denis في بحوث الاستخدامات

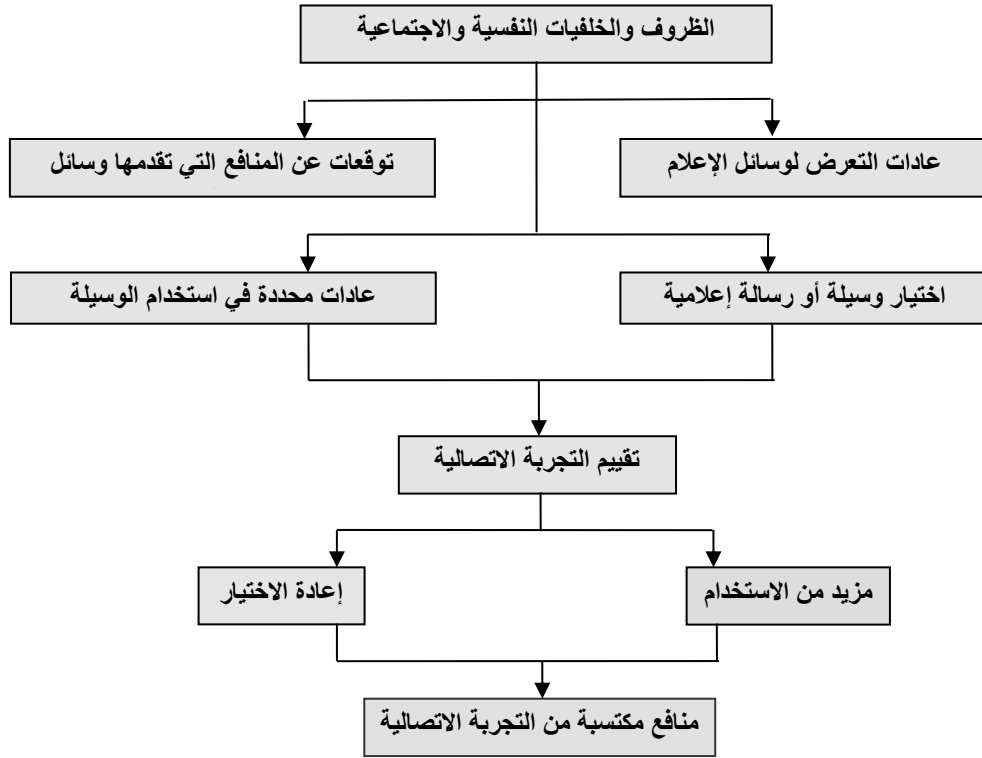
والإشباعات:¹

يرى دينيس ماكويل أننا نجد تفصيلات منظور الوظائف الفردية في بحوث الاستخدامات والإشباع، فقد حاول الباحثون خلال العقود الخمسة الأخيرة الإجابة على السؤال: لماذا يختار الأفراد الاهتمام بوسائل الإعلام بصفة عامة، ووسيلة معينة أو محتوى معين، وما هي مظاهر الرضا التي يتوقعون الحصول عليها وإلى أي استخدام لوسائل الإعلام يمكن أن نشير إلى الإشباع أو الرضا، وصنف ماكويل الأسباب والحاجات في إطار الوظائف الرئيسية كالآتي:

- وظيفة الإعلام: تتمثل في رغبة الفرد في معرفة ما يدور من وقائع وأحداث تحيط به في المجتمع والعالم الخارجي/البحث عن النصيحة أو الرأي أو بدائل القرارات/ حب الاستطلاع والاهتمام العام/التعليم والتعلم الذاتي.
- وظيفة تحديد الهوية الشخصية: تتمثل في الحاجة إلى دعم القيم الشخصية/دعم أنماط السلوك/ التوحد مع قيم الغير/اكتساب وظيفة تحقيق الفرد لذاته.
- وظيفة التماسك والانتفاع الاجتماعي: تتمثل في حاجة الفرد إلى التعرف على ظروف الآخرين/التقمص الاجتماعي/التوحد مع الغير وتحقيق الانتماء/ الحوار والتفاعل الاجتماعي/ بديل عن الألفة والعشرة في الحياة الحقيقية/ دعم الدور الاجتماعي/دعم القدرة على التواصل مع الآخرين.
- وظيفة الترفيه: تتمثل في حاجة الفرد إلى الهروب من المشكلات/الراحة/ملء الفراغ/اكتساب الأنماط الثقافية/المتعة الجمالية/إطلاق العواطف وتحريرها.

¹ يوسف محمد محمد، النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والإلكترونية، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط2، 2015)، ص 85-86.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباع.



الشكل 02: نموذج دينيس ماكويل Mcquail Denis للاستخدامات والإشباع.

3.3.1 نموذج روزنجرين Rosengren للاستخدامات والإشباع:

يحدد روزنجرين في هذا النموذج أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم ماسلو مثل الحاجة إلى الصحة/ الحب/ القبول تحقيق الذات في ارتباطها أكثر بنموذج الاستخدامات والإشباع مقارنة بالحاجات العضوية والحاجات النفسية الأساسية مثل تحقيق الأمن. ويركز أيضا بجانب الحاجات على المشكلات التي تدفع الفرد إلى سلوك معين وهذه المشكلات لا تتعارض مع الحاجات وتحتاج من الفرد إلى إدراك سبل حل هذه المشكلات وبالتالي تشكل قوة دافعة للتعرض من خلال اختيار أنماط حل المشكلات بجانب أنماط دوافع الإشباع وهي كلها سوف تؤدي إلى الفعل الذي يتمثل في استخدام وسائل الإعلام أو أي سلوك آخر. وتختلف الحاجات والمشكلات والدوافع باختلاف الأفراد والجماعات،

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباع.

وبالتالي فإننا نتوقع اختلافا في نماذج السلوك واختيار المحتوى. ويترتب على ذلك أيضا إشباع أو عدم اشباع نتيجة عملية الاختيار والتعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها.¹ وبشكل عام في نموذج روزنجرين تكون البداية في وجود حاجات فردية لدى الفرد تتفاعل مع الخصائص النفسية، والاجتماعية للفرد وتتفاعل هذه الحاجات أيضا مع البناء الاجتماعي بما فيه وسائل الاعلام، ثم يترتب على ذلك ظهور مشكلات لدى الفرد، ويبدأ بالبحث عن حلول لها من بين البدائل المختلفة التي تؤدي إلى إشباع أو عدم إشباع، فتظهر على إثر ذلك أنماط مختلفة لاستخدام وسائل الاعلام وتحقق هذه الأنماط إشباعا للفرد أو عدم إشباع له وهذا من الممكن أن يتأثر بالخصائص العامة والنفسية للفرد وعوامل البيئة المحيطة به.²

ويمكن تلخيص العلاقات البنائية في نموذج روزنجرين **Rosengre** في الآتي:³

- تتمثل البداية في وجود الحاجة الفردية التي تتفاعل مع الخصائص الفردية العامة والنفسية، وكذلك مع البناء الاجتماعي المحيط بالفرد بما فيه بناء على وسائل الإعلام.
- يترتب على ذلك ظهور مشكلات للفرد، وسواء كان شعوره بها قويا أو ضعيفا فإنه يبحث عن حل لها من بين البدائل المختلفة في محاولة للسلوك الذي يؤدي إلى الإشباع أو حل المشكلات.
- ونتيجة لهذا السلوك تظهر أنماط مختلفة للاستخدام الحالي لوسائل الإعلام، وكذلك أنماط سلوكية أخرى خلاف استخدام وسائل الإعلام لتحقيق الإشباع أو حل المشكلات.

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص ص 285-286.

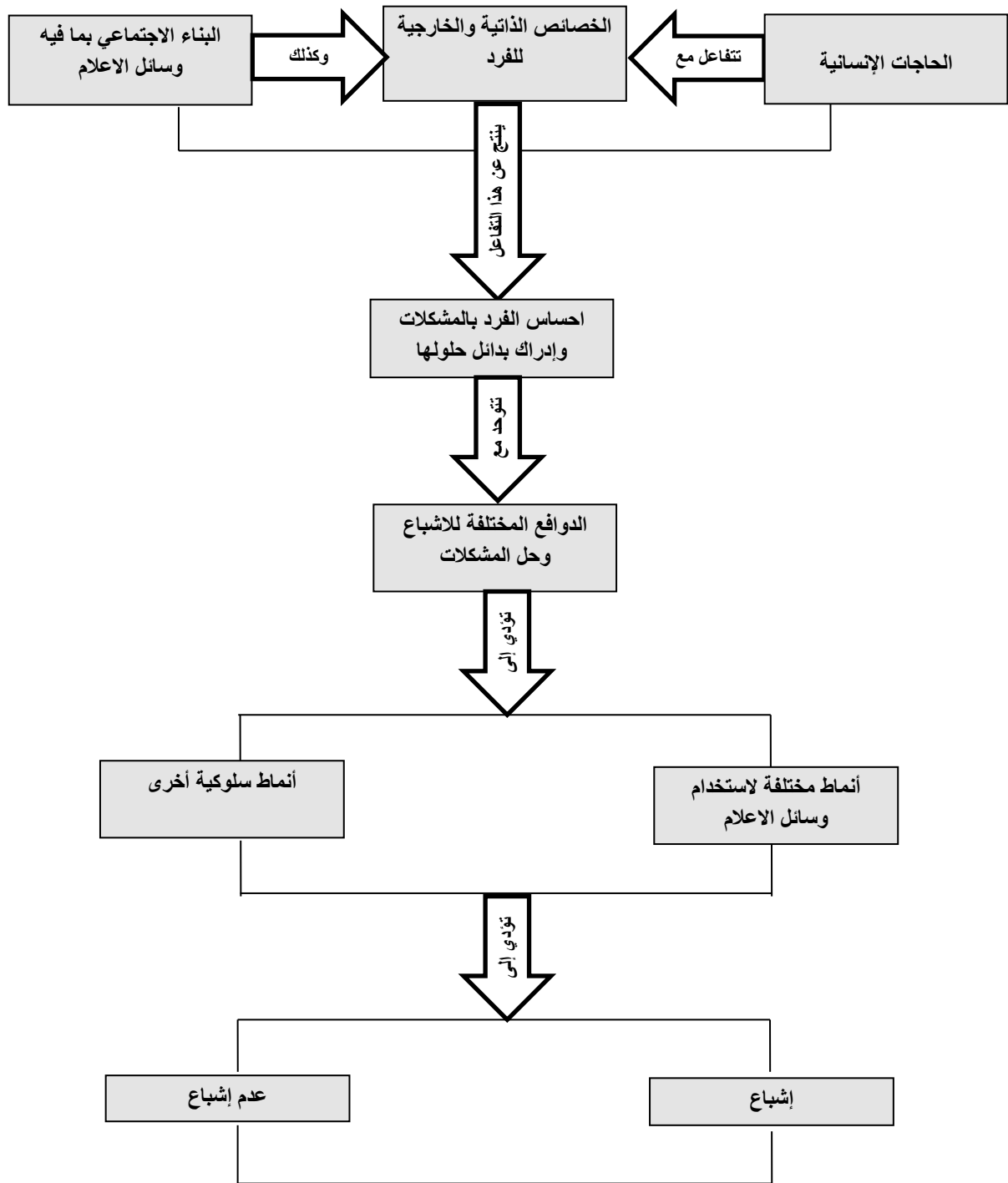
² صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2012)، ص ص، 75-76.

³ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 286.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباع.

- تؤدي الأنماط السلوكية المختلفة مع وسائل الإعلام أو غيرها إما إلى نماذج من الإشباع أو عدم الإشباع.
- وهذا من الممكن أن يتأثر أيضا بالخصائص العامة والنفسية والعوامل البيئية والاجتماعية المحيطة بالفرد. مثل بناء وسائل الإعلام والبناء السياسي والاقتصادي والثقافي في المجتمع، وهذه في النهاية تمثل تأثيرات عملية الاستخدام والإشباع التي تعتمد على المتلقي بالدرجة الأولى.
- ويركز روزنجرين **Rosengren** أن عملية الاستخدامات والإشباع ربما تؤثر على كل من المجتمع ووسائل الإعلام في المجتمع.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباع.



الشكل 03: نموذج رزنجرين Rosengren للاستخدامات والإشباع

4.1 الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع:

تطورت البحوث الخاصة بالاستخدامات والإشباع خلال السبعينيات وما بعدها، وبعد أن قدمت النظرية استراتيجية جديدة للدراسة وتفسير استخدامات الجمهور إشباعه

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباع.

ازداد إدراك الباحثين بعد ذلك بأهمية الاستخدام النشط لجمهور المتلقين باعتباره عاملاً بسيطاً في إحداث الأثر سواء كان كبيراً أو محدداً وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقرارات المنهجية والموضوعية في هذا المجال إلا أن صوراً من النقد وجهت إلى هذه النظرية وتطبيقاتها، ومن أمثلتها ما يلي:

- يرى عدد من الباحثين أنها لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات، وفي هذا تسطيح للأمور خاصة أن هناك خلافاً في تحديد المصطلحات والمفاهيم مثل مفهوم الحاجات Needs. بالإضافة إلى أن الأمر لا يتوقف فقط على الحالة العقلية ولكن هناك أموراً عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الإعلام مثل المركز الاجتماعي للفرد والحالة الاقتصادية والتعليم وربما يفيد هذا في تطوير نموذج للسلوك والإشباع مع وسائل الإعلام. ولذلك فإن الأمر يحتاج إلى وضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع والحاجات في الاعتبار، بالإضافة إلى فئات المحتوى التي تعتبر فئات عامة، بينما يتطلب الأمر أيضاً تقسيمات إلى فئات فرعية عديدة قد يختلف الفرد في استخدامها لها¹.

- يرى دينيس ماكويل Mcquail Denis أن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط خصوصاً عندما يرى البعض أنه يلبي حاجات أعضاء المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب وغيرها².

- في تطبيق هذه النظرية التي يراها بلومر Blumler هي عدم التجديد الواضح لمفهوم النشاط Activity الذي تصف به جمهور المتلقين في علاقتهم باستخدام والإشباع، فهناك عديد من المعاني التي تشرح هذا المفهوم، منها المنفعة Utility فوسائل

¹ Elliott, Swanson, pp 77-79

² Mcquail Denis, Windahl Signitzer, **Communication models**, London : Langman, 1983, pp 83-69.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباعات.

الإعلام لها استخدامات محددة للجمهور، والأفراد يضعون هذه الوسائل في إطار هذه الاستخدامات، وهذا يعني وسائل الإعلام هي التي تحدد وظائفها ثم يحدد الفرد استخدامه لأي من هذه الوظائف¹.

- إن ادعاء المدخل بأن أفراد الجمهور يختارون المضمون الذي يتعرضون له بحرية تامة وبناء على احتياجاتهم فقط ربما يكون مبالغاً فيه، فهناك عوامل تحد من هذا الحق في الاختيار منها: العوامل الاقتصادية والاجتماعية التي تحد من امتلاك الفرد لوسائل الاعلام الحديثة، وعدم وجود بدائل كثيرة من الوسائل الإعلامية نتيجة لمحدودية الوسائل في بعض الدول².

- المبالغة في مفهوم الجمهور الإيجابي أو النشاط الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة وإشباع حاجات بعينها، فليس كل سلوك اتصالي يوجهه حافز، فالكثير من السلوك الإيصالي للجمهور هو سلوك اعتيادي Habitual Behavior، رغم ذلك فإنه عند إجراء الدراسات الميدانية فإن المبحوث يجيب على الأسئلة الخاصة بدافع المشاهدة بعقلانية بما لا يتفق مع ما يفعله في الواقع، لهذا يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات مدخلا وظيفيا يحدد بوظائف معينة تقوم بها وسائل الاتصال للجمهور³.

- أن هذه النظرية تتسم بشيء من المرونة مثل الدوافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات⁴.

¹ Blumler Jay, Mcquail Denis, **television in politic : Its user and influenc**, Chicqgo : Univercity of Chicago press : 1980, p 79

² عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، ص 314.

³ المرجع نفسه.

⁴ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، (عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2014)، ص

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباع.

- أن الحاجة الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الاعلام واختيار المحتوى¹.
- يوجد عدم تماثل بين نتائج بحوث الاستخدامات والإشباع باختلاف الثقافات والخصائص الديمغرافية، وبالتالي فإن نتائج هذه البحوث لا تصلح للتعميم على كل المجتمعات، حيث هناك القليل من الحاجات المشتركة بين كافة أفراد الجمهور مثل: الحاجات البيولوجية، بينما باقي الحاجات تختلف من فرد لآخر حسب ثقافته أو نوعه أو ظروفه الاقتصادية².
- يطرح تطبيق هذه النظرية تساؤلا حول قياس الاستخدام، وهل يمكن قياسه بالوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض؟ وهل تشير كثافة التعرض إلى قوة الدافع أم ان عامل الانتباه أثناء المشاهدة يجب أن يؤخذ في الاعتبار؛ مما يتطلب عزلا كاملا لكافة العوامل الأخرى المؤثرة على كثافة التعرض³.
- تكتمت النظرية على التنوع الابتكاري للجمهور والتي كانت تستخدم للتركيز على قيود النص (Katz, 1987).. وعلى الرغم من القيود الشديدة، ثابر الباحثون القدامى، وخصوصا الباحثون في مكتب للبحوث الاجتماعية التطبيقية في جامعة كولومبيا، في دراسة التأثيرات التي يفرضها الاتصال الجماهيري على السلوكيات السياسية، وقد قام الباحثون بدراسة على الناخبين في أوهايو عام 1940 وفي نيويورك عام 1947 حيث توصلت الدراستين إلى أن الاعلام لعب دورا ضعيفا في عملية اتخاذ قرار الناخبين وأن التأثير الشخصي وتأثير الناس على بعضهم البعض كان له الدور الأبرز في عمليات الانتخاب، وعليه بارسيلون وآخرون قاموا بتضخيم نظرية التدفق

¹ مصطفى يوسف كافي، المرجع السابق، ص 216.

² عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، ص 314.

³ المرجع نفسه.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباعات.

على مرحلتين، مبتعدين بذلك من نظرية جمهور مصغر إلى دراسة آثار التأثير الشخصي¹.

رغم ما تقدم ذكره يشير بسيون إبراهيم حمادة إلى أن بعض الباحثين يرون أن أي محاولة لدراسة الاتجاهات البحثية والنظرية في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري في المستقبل يصعب عليها أن تتجاهل نظرية الاستخدامات والإشباعات، فقد أدى ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة كالإنترنت إلى بعث الحياة من جديد في هذه النظرية. ويشير أيضا إلى أن النظرية تمثل مدخلا علميا مناسباً لدراسة التأثيرات الاجتماعية في كل مرحلة من مراحل تطور وسائل الاتصال الجماهيري تكنولوجيا، كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت، وعلى الرغم من أن الباحثين لا يزالون يعتمدون على نفس الأدوات والمفاهيم إلا أن الحاجة أصبحت ماسة لتطوير نوع المفاهيم النظرية والأدوات المنهجية التي تتفق مع طبيعة وسائل الاتصال الجماهيري في القرن الواحد والعشرين².

2. استخدام الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والدوافع.

1.2 الجمهور النشط Active Audience:

يمثل افتراض "الجمهور النشط" أحد أهم الافتراضات الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباعات حيث يرى باحثي الاستخدامات والإشباعات أن جمهور وسائل الإعلام مشاركاً نشطاً وليس خاملاً في عملية الاتصال، حيث يأخذ الجمهور من محتوى وسائل الإعلام ما يحقق له إشباعاً لاحتياجات معينة كما أنه يدرك القدرات المتباينة لوسائل الإعلام على تحقيق هذه الإشباعات وربما يرجع الفضل إلى "ياهو كاتز" في تحويل

¹ عبد الرزاق الدليمي، دراسات وبحوث في الإعلام، (الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015)، ص15.

² حمادة بسيوني إبراهيم، دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، (القاهرة: عالم الكتب، 2008)، ص120.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباع.

أبحاث الاتصال إلى تقليل الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس، وزيادة الاهتمام بما يفعله الناس بتلك الوسائل فمنذ ذلك الحين تم إدراك جماهير وسائل الإعلام باعتبارهم نشيطين ويختارون التعرض للوسائل التي تلبي حاجاتهم والمضمون الذي يتفق مع توقعاتهم¹.

ويتحدد مفهوم نشاط الجمهور في عدة أبعاد من أهمها:²

الانتقائية Selectivity: وتتمثل في اختيار وسيلة اتصال معينة واختيار التعرض

لمضمون معين بها، ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتي الإدراك والتذكر الانتقائي.

النفعية Utilitarianism: فجمهور وسائل الاتصال لا يختار فقط ما يتعرض له من وسائل

ولكنه يختار - فضلاً عن ذلك - المضمون الذي يحقق له إشباع حاجات ودوافع معينة.

العمدية Intentionality: فالجمهور النشط طبقاً لهذا المفهوم هم الأفراد الذين

يرتبطون بعمليات التمثيل المعرفي النشط للمعلومات التي يحصلون عليها من وسائل

الاتصال، ثم القيام بالعمليات الانتقائية الواعية على هذا الأساس.

الاستغراق Involvement: ويحدث هذا الاستغراق على المستوى الإدراكي وبالتالي فإن

استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون يعتمد على مدى تودد

الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية.

مناعة التأثير Imperviousness To Influence: فمفهوم النشاط هنا يدل على

مستوى أفراد الجمهور في وضع حدود للتأثيرات غير المرغوب فيها لوسائل الاتصال

عليهم، فإما أن ينتقي أفراد الجمهور أسلوب السيطرة أو التحكم في هذه التأثيرات أي

يختارون ألا يتأثروا أو يتأثروا بما يتعرضون له من خلال وسائل الاتصال طبقاً للخيار

الشخصي لهم.

¹ عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص ص 259-260

² عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، ص 303.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباعات.

كما تبين أن نشاط الجمهور ينقسم إلى نوعين رئيسيين هما:¹
النشاط المساعد Facilitative Activity: وهو يشجع ويزيد من تأثيرات وسائل الاتصال ويشمل العمليات الانتقائية المختلفة التي تزيد من تأثير الرسالة على الجمهور لأنه اختارها بقصد.

النشاط المانع Inhibitory Activity: وهو يقلل من تأثيرات وسائل الاتصال ويشمل العمليات التالية: التجنب، الإلهاء، الشك... وكلها عمليات تعوق تأثيرات الاتصال. ويؤكد ريتشارد هاريس، أن تأثر وسائل الاتصال يتم من خلال الانتقاء الذي يعتمد على الفروق الفردية، حيث يتباين الناس في إدراكهم لنفس الرسالة، كما يتشابهون في صيغة استجاباتهم لها.

انتهى جون معجونستون (Johnstone 1974) في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الاعلام والدمج الاجتماعي، إلى أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة، وتتفق هذه الرؤية مع العديد من باحثي الاستخدامات والاشباعات الذين يعارضون نوما مصطلح الحشد لتمييز جمهور وسائل الاعلام، وطبقا لهذه الرؤية فإن العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية وتفاعله مع البيئة.²

وقدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الاعلام، مثل: ارتباط هذا التعرض بالنوع، العمر، المهنة، والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي.³

¹ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، المرجع السابق، ص 304.

² حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 244.

³ المرجع نفسه.

2.2 دوافع تعرض أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي:

- هناك عدة طرق مختلفة تشرح دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال ومنها ما يلي:¹
- يرى البعض أن الدوافع هي حالات داخلية يدركها الجمهور مباشرة وترتبط هذه الطريقة بالقيمة المتوقعة Expectancy-Value والتي تفترض أن دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام يعبر عن سلوك إيجابي وذي قيمة، أو اتجاهات إيجابية نحو وسائل الاتصال كذلك تقرر أن الجمهور ذو قدرة على التعبير عن اتجاهاته، بشكل مباشرة، ويحاول إشباع دوافعه عن طريق التعرض لوسائل الاتصال.
 - هناك أيضا وجهة نظر أخرى ترى أنه لا يمكن إدراك أو فهم دوافع الجمهور بشكل مباشر، ولكن يمكن استنباطها من خلال نماذج السلوك وطرق التفكير.
 - هناك أيضا طريقة أخرى للنظر لدوافع التعرض لوسائل الاتصال، وهي أن للجمهور احتياجات تؤثر على تعرضه ولكن لا يدرك أنها وراء التعرض، أو أنها الدوافع المحركة للمشاهدة أو الاستماع لوسائل الاتصال.
 - هناك أيضا وجهة النظر التي ترى أن تعرض الجمهور لوسائل الاتصال يتم بدون أي دوافع، ويتفق ذلك مع النظر للسلوك الإنساني على أنه مرتبط بالنقود ولا يعتمد على وجود حاجات داخلية كامنة داخل الفرد والتي تدفعه بدورها لسلوك التعرض.
- وفي هذا السياق تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي نقلة نوعية في ظل الثورة التكنولوجية التي يشهدها مجال الإعلام والاتصال، إذ تعرف استخداما كبيرا من أفراد الأسرة الذين لديهم دوافع مختلفة للإبحار على هذه المواقع نوجزها فيما يلي:
- تحقيق الاندماج والبحث عن التفاعل: إذ يسعى أفراد الأسرة من وراء الانخراط في هذه المواقع إلى المشاركة في التفاعلات الاجتماعية المختلفة، ومواكبة ما يدور من حولهم، فنجدهم يسارعون إلى امتلاك الهواتف الذكية والتسجيل في تلك المواقع للاطلاع على

¹ أماني عمر الحسيني، الدراما التلفزيونية وأثرها في حياة أطفالنا، (القاهرة: عالم الكتب، 2005)، ص 72.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباع.

الأحداث ومشاركتها والتفاعل معها حتى لا يمتلكهم الشعور بالعزلة، وهذا يدل على مجاراتهم للنسق الاجتماعي الجديد الذي أحدثته الثورة التكنولوجية.

- الاسترخاء والترفيه: يتشكل دافع قوي لدى أفراد الأسرة نحو الترفيه وذلك كنتيجة لتعدد الحياة الاجتماعية وتقسيم العمل، فبعد يوم شاق يكون (الأب، الأم، الابن، البنت) في حاجة إلى الاسترخاء عن طريق الاستمتاع بالمزايا المختلفة التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي كألعاب التسلية ومقاطع الفيديو المضحكة.

- الحصول على المعلومات والتنمية الثقافية: هي الرغبة في معرفة الأحداث العالمية الآنية والتفاعل معها مباشرة، كما يمكن أن تكون هذه المعلومات تنبع من حاجة أفراد الأسرة لتطوير معارفهم العلمية وتحسين مستواهم الدراسي وتثوير ثقافتهم في شتى الميادين كاللباس والطبخ والعناية الصحية... وغيرها.

- العلاقات الاجتماعية: هي دافع تكوين علاقات جديدة أو تعزيز العلاقات الحالية وتوطيد علاقات القرابة.

- البحث عن الاعلانات التجارية عن المنتجات المتوفرة في السوق والتي يصعب ايجادها في الواقع الحقيقي.

- التفاعل مع الاعلاميين وشخصياتك المفضلة: يتجلى ذلك من خلال الاشتراك في صفحات الشخصيات الرياضية والسينمائية المشهورة والتفاعل معها بمشاركتها أو التعليق عليها أو وضع الإيماءات.

3.2 توقعات أفراد الأسرة من مواقع التواصل الاجتماعي:

تخلق حالة أفراد الأسرة الداخلية وميولاتهم النفسية توقعات لإشباع حاجاتهم من خلال التعرض إلى مواقع التواصل الاجتماعي، حيث إن هذه التوقعات تعد خطوة هامة في عملية تعرضهم لتلك المواقع. والتعرض هو مفهوم جوهري يتلاءم مع مفهوم (الجمهور النشط)، حيث أنه إذا كان على أفراد الأسرة الاختيار بين بدائل اتصالية وغير اتصالية

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباع.

أخرى طبقا لاحتياجاتهم فلا بد أن يكونوا على درجة كافية من الوعي ببدائل تكون أكثر اشباعا لاحتياجاتهم، حيث أن السلوك الاتصالي للأفراد ينشأ التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال أن يكون لهذا السلوك اسهامه في اشباع احتياجاتهم المختلفة، فنجد أفراد الأسرة أكثر استخدام الوسائط الإعلام الجديدة مقارنة بالوسائط التقليدية، ويرجع ذلك إلى أنهم يتوقعون دائما أن تعرض لهم مواقع التواصل الاجتماعي المضامين الآنية من وجهات نظر مختلف، كما وتسمح لهم بالتفاعل معها في نفس الوقت¹.

وبهذا تحسب عمليتي التوقع والتقييم في استخدام الوسائل الاتصالية كمدخل هام للكشف عن طبيعة المضمون الاتصالي الذي يبحث عنه الفرد لإشباع حاجاته علما أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال تتغير وتتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيا الاتصال وتعدد الوسائل الاتصالية، وكلما (تعددت هذه الوسائل كلما تحسنت ظروف وحرية الاختيار بما يلبي اشباع حاجات الجمهور)، حيث أن الجمهور المحدد بوسيلة اتصالية واحدة يكون أمامه مجال واسع للاختيار ولا تعبر مشاهدتهم للمضامين المقدمة من هذه الوسيلة عن ضرورة اشباعها لبعض الحاجات لديهم².

4.2 تعرض أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي:

يعد التعرض أحد أركان العملية الاتصالية لاسيما وهو يحقق وصول أفراد الأسرة (الأب، الأم، الابن، البنت) إلى الرسائل الاتصالية واستقبالها في إطار عملية مقصودة تستلزم امتلاك كل واحد منهم لمهارات اتصالية، ويعرف التعرض بأنه: عملية استقبال الجمهور لرموز اتصالية، المطبوعة منها أو السمعية أو السمعية المرئية بشكل واع مقصود أو غير مقصود أو بشكل غير واع مقصود أو غير مقصود باختلاف مستوى الفكر والفهم والإدراك لدى الجمهور المعترض مع نسبة التأثير بالرسالة الاتصالية وعدم

¹ عبد المنعم سالي رمضان، الفضائيات وتأثيرها الإعلامي، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2015)، ص111. بتصرف.

² صلاح عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 65.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباعات.

الإطلاق، إذ تتيح عملية التعرض للتأثر بما تنقله مواقع التواصل الاجتماعي من مضامين، وقد يكون هذا التأثير بوعي أو دون وعي، كما قد يكون مقصودا أو غير مقصود، ويختلف أفراد الأسرة بعضهم عن بعض في مدى التعرض وحجمه وهذا باختلاف فروقهم الفردية وعادات وأنماط استخدامهم لتلك المواقع¹. فنجد أن فئة الأبناء هي الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالآباء وبالتالي هي الأكثر تعرضا للمضامين الاتصالية، وقد ساعد في ذلك انتشار الهواتف الذكية وتوفير خدمات الانترنت في الساحات العامة والمدارس وأماكن العمل، حيث أضحت عملية التعرض تتم في أوقات مختلفة من اليوم ولفترات زمنية ليست بالقصيرة.

إن التعرض حلقة مهمة من حلقات العملية الاتصالية ويعبر عن اكتمالها لأن أهداف أي نشاط اتصالي لا يتحقق ما لم يكن هناك من يستقبل الرسالة الاتصالية، ويعبر التعرض عن استجابة الجمهور النسبية للرسالة واهتمامه بها أي انه يعبر عن حدوث الصلة بين رسائل ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة والجمهور من جهة أخرى².

3. استخدام الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي: الاشباعات.

يتم وفق مدخل الاستخدامات والاشباعات أن يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية المتاحة أمامه ومن مضامينها ما يمكن أن يشبع حاجاته ويلبي رغباته بغية (الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباعات)، وهناك إمكانية ربط المحتوى الرسالة بالاشباعات المتحققة، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق اشباعات مختلفة مثل التنفيس والتخلص من الملل والقلق والهروب من المشكلات اليومية، أما برامج الاخبار والمعلومات فتحقق اشباعا معلوماتيا (يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات) وتتأتي الاشباعات (المطلوبة والمتحققة) من الوسائل الاتصالية من

¹ سعد سلمان المشهداني، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، (الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2010)، ص 39. بتصرف.

² المرجع نفسه، ص 40.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباع.

خلال مصادر رئيسية ثلاثة تتمثل في محتوى أو مضمون الوسيلة الإعلامية (من خلال التعرض إلى مضامين برمجية محددة)، أو تتمثل في التعرض لوسيلة إعلامية معينة، ومن شأن ذلك أن يشبع احتياجات معينة للفرد المشاهد مثل الترفيه والتنفيس والاسترخاء والهروب من مشكلة ما أو تتمثل أيضا في الإطار المجتمعي عند المشاهدة كأن يكون التعرض للوسيلة من خلال المشاركة مع آخرين كأفراد الأسرة أو الأصدقاء أو بشكل منفرد وهنا (تحل الوسيلة الإعلامية مكان هؤلاء الأفراد أو تكمل أدوارهم على أقل تقدير)¹.

في هذا السياق سنحاول التعرف على اشباعات أفراد الأسرة عبر استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي على ضوء تقسيم لوارنس وينر L. Wenner للإشباعات حيث قسمها إلى قسمين رئيسيين²:

1.3 إشباعات المحتوى:

وتنتج عن التعرض لوسائل الاتصال وتنقسم بدورها إلى:

- **إشباعات توجيهية:** وتتضمن الحصول على المعلومات، وتأكيد الذات ومراقبة المحيط. وهذا يظهر جليا في استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي قصد اشباع حاجاتهم من معرفة الأخبار المتعلقة بأحوال العالم محليا ودوليا، وقد أكدت الباحثة ديانة فوزي باعمر في دراسة لها بعنوان: (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الأسرية) أن أفراد العينة يفضلون التعرض لوسائل الإعلام الحديثة (الانترنت) على وسائل الإعلام التقليدية وذلك بنسبة 86.3% مقابل 13.7%، أما عن الأسباب فجاء في المرتبة الأولى التحكم في اختيار طرق وأوقات التعرض بنسبة 21%، ثم سهولة الوصول من خلالها إلى المضامين

¹ نجلاء محمد جابر، مرجع سبق ذكره، ص ص 30-31.

² كمال الحاج، نظريات الاعلام والاتصال، (دمشق: الجامعة الافتراضية السورية، 2020)، ص ص، 102-103.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباعات.

الإعلامية حول العالم في المرتبة الثانية بنسبة 17%¹ ويتم الحصول على معلومات متجددة عبر هذه المواقع من خلاص الاشتراكات على صفحات معينة ومتابعة أشخاص أو مجموعات تم الانضمام إليها، وهناك أيضا خاصية البث المباشر التي تسمح بنقل الوقائع وقت حدوثها حيث يكون باستطاعة الفرد التفاعل معها من أي مكان يتواجد فيه وفي أي وقت يشاء.

● **إشباعات اجتماعية:** ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بمنظومة علاقاته الاجتماعية. فهي تساعد في تحليل الواقع الذي يعيش فيه عن طريق فهم وتحليل سلوكيات الآخرين وتقييمها، وانطلاقا من ذلك يكون بإمكانه بناء سلوكيات وأفكار جديدة وذلك لأنه يرى نفسه فردا مسؤولا في مجتمعه. كما تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في اكساب أفراد الأسرة لعلاقات صداقة جدية أو تعزيز الصداقات الحالية. وتعتبر علاقات الصداقة حاجة فطرية في حياة الفرد لأنه دائما يبحث عن بعث روابط اجتماعية جديدة حسب حاجته (تعارف، عمل، زواج،... وغيرها).

2.3 إشباعات عملية:

وتنتج عن عملية الاتصال نفسها واختيار وسيلة معينة ولا ترتبط بمضمون الوسيلة، وتنقسم بدورها إلى نوعين رئيسيين:

● **اشباعات شبه توجيهية:** لتخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات والتدعيم المعنوي من خلال العرض لمواد إعلامية ترفيهية. إذ تتيح مواقع (فيسبوك، انستغرام، يوتوب، تويتر،... وغيرها) لمكونات الأسرة (أب، أم، ابن، بنت) مضامين

¹ ديانة فوزي باعمر، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الأسرية -دراسة تطبيقية على الجمهور السعودي-"، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، (القاهرة: العدد8، الجزء1، يناير 2022)، ص 271.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباعات.

إعلامية ترفيهية تمنح شعورا بالسعادة والارتياح هروبا من حقائق الحياة المتعبة، ويقسمها الباحث إلى قسمان:

- المضامين السمعية البصرية، وهي عبارة عن مقاطع من الفيديو ذات طابع بهلواني وفكاهي، وقد تكون من التراث الفني المحلي الذي تم احياؤه عبر اعادة بثه على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، كما قد تكون هذه المضامين منتجا إعلاميا جديدا يهدف أصحابه إلى ايجاد مكانة لهم في الساحة الفنية عن طريق حصد الإعجابات والمشاركات، وهذا ما يجعل أفراد الأسرة يتفاعلون معها بالتعليقات والايماءات وإرسالها إلى بعضهم البعض، مما يحقق لهم شعورا مشتركا بالسعادة والراحة النفسية.

- ألعاب الفيديو، وهي عبارة عن ألعاب إلكترونية على منصات التواصل الاجتماعي تهدف إلى التسلية بدرجة كبيرة. كما تسمح هذه المواقع بالبث المباشر لهذه الألعاب في وقت استعمالها، مما يسمح للآخرين بمشاهدة العرض والتفاعل معه بالتعليقات والايماءات والمشاركة على الصفحات والمجموعات، لتصبح مع الوقت هذه الألعاب ذات تنافسي (من يحصد أعلى نسبة مشاهدة). ولعل أشهرها لعبة PUBG التي لاقت اقبالا واسعا من جميع أنحاء العالم وصولا إلى أفراد الأسرة وخاصة فئة الأبناء منهم.

● **إشباعات شبه اجتماعية:** هي بديل عن الاشباعات الاجتماعية، وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية خاصة الأسرية منها وزيادة إحساس أفرادها بالعزلة. وقد يؤدي انشغال أفراد الأسرة عن بعضهم البعض ونقص الاهتمام إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التخلص والتحرر العاطفي، بالإضافة إلى التوحد مع الشخصيات. إذ يعتبرونها ضمن عالمهم الخاصة لأنها تعكس الحالة النفسية التي

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والاشباع.

يعيشونها بسبب العزلة، وغالبا هم يهاجمون كل من ينتقد تلك الشخصيات. عندما أصبح التوحد أكثر انتشارا في المجتمع، أصبحت الشخصيات ذات التوحد أكثر شعبية على مواقع التواصل الاجتماعي وهي تلقى قبولا من أفراد الأسرة الذين تتعدم لغة التواصل بينهم في الواقع الحقيقي.

الفصل الأول: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي: الحاجات والإشباعات.

خلاصة:

حاولنا في هذا الفصل تناول إحدى النظريات المفسرة لعملية التلقي في بحوث جمهور وسائل الإعلام والاتصال، بحيث استعرضنا مفهوم النظرية والظروف التي ظهرت فيها، من خلال رصد مختلف المراحل التي مرت بها النظرية انطلاقاً من المرحلة الوصفية التي كان يقوم فيها المتلقين باختيار أشكال مختلفة مما يقدم من محتوى في الوسيلة الإعلامية، ثم المرحلة التطبيقية ويتم فيها التركيز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى اختيار أنماط مختلفة من الوسائل الاتصالية، وصولاً إلى المرحلة التفسيرية وكان التركيز فيها على الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال. ثم قمنا بعرض أهداف هذه النظرية وعناصرها، أما نماذج مدخل الاستخدامات والإشباعات فقد قمنا بعرض كل من نموذج كاتز Kats، نموذج دينيس ماكويل Denis Mcquail، نموذج روزنجرين Rosengren. وأخيراً قمنا بعرض مجموعة من الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والإشباعات.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد:

إذا صلح الفرد صلح المجتمع، ولأن الأسرة هي الحاضنة الأولى في رعاية الفرد وتنشئته على القيم والسلوكيات السوية وجب التنويه إلى مكانتها في الحياة البشرية، فعلى مر العصور لعبت الأسرة دورا هاما في المحافظة على توازن المجتمع من خلال مواجهة العوامل الخارجية التي يتعرض لها على الدوام.

على هذا الأساس سنحاول في بداية هذا الفصل استعراض أهم المفاهيم التي جاءت حول الأسرة ووظائفها وأشكالها، وأهم الخصائص المميزة لها، أما في الجزء الأخير من هذا الفصل سنعالج أهم التحديات التي تواجهها الأسرة والعلاقات الأسرية في ظل الثورة التكنولوجية الراهنة والتي سنركز فيها على الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

1. الأسرة: المفهوم والوظائف.

1.1 مفهوم الأسرة:

من الصعب تقديم تعريف اصطلاحى شامل للأسرة، هذا راجع إلى تعدد أنماط الأسرة من جهة، وتعدد وظائفها من جهة أخرى. رغم هذا الاختلاف فإن الأسرة في جميع الأحوال هي تكوين بشري اجتماعي.

1.1.1 المفهوم اللغوي للأسرة:

في لسان العرب أسرة الرجل بمعنى عشيرته ورهطه الأذنون لأنه يتقوى بهم. وفي اللغة تشتق الأسرة من الأسر بمعنى القيد، ومن حيث كانت الأسرة أهل الرجل وعشيرته، فإن الأسر والقيد هنا يفهم من العبء الملقى على الإنسان أي المسؤولية ومن ثم فإن المفهوم اللغوي مبني على المسؤولية¹.

2.1.1 التعريف الاصطلاحي للأسرة:

بما أن الأسرة هي عشيرة الرجل فهي جماعة يربطها قاسم مشترك، وهذا القاسم يمكن أن يتمثل في رابطة الدم أو الزواج أو القرابة أو الصداقة أو غيرها. ويرى الباحث الألماني ماكيفر: الأسرة جماعة تعرف على أساس العلاقات الجنسية المستمرة على نحو يسمح بإنجاب الأطفال ورعايتهم.²

يركز هذا التعريف على الناحية الجنسية في تكوين الأسرة، أي أنها تقوم على أساس بيولوجي لا غير. ويمكن تفسير هذا الاتجاه بالعودة إلى عوامل نشأة الأسرة والتي حددها تونيس Tonnis فيما يلي³:

¹ ابن منظور، لسان العرب، (دار الفكر، المجلد الأول)، ص 78.

² محمد الكافي الباشا، معجم عربي حديث، (لبنان: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، 1992)، ص 93.

³ عبد الخالق محمد عفيفي، بناء الأسرة والمشكلات الأسرية المعاصرة، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2011)، ص 15.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

- الغريزة الاجتماعية الفطرية للمعيشة الجماعية.
 - التخصص وتقسيم العمل كظاهرة اجتماعية.
 - النزعة الفطرية إلى الانتماء والتبعية.
 - عوامل دينية، غيبية أو وضعية أو منزلية.
 - عوامل اقتصادية كنزعة التملك والتوريث والاستثمار.
- الأسرة من خلال المنظور البيولوجي عبارة عن تكوين بشرية قائم على إشباع الحاجات الجنسية والعاطفية والاجتماعية للأفراد، كما تقوم الأسرة بعملية إنجاب الأطفال وتوفير الرعاية والاهتمام لهم.
- إن تعريف الأسرة الإنسانية يختلف عما تم التطرق إليه سلفاً، نظراً لأن التعريف التي قدما كل من ماكيفر و تونيس تمزج بين عناصر بيولوجية عامة، يشترك فيها جميع البشر، ويتعلق الأمر هنا بتنظيم النشاط الجنسي، التكاثر وحفظ النوع البشري، وعناصر أخرى اجتماعية ثقافية، يختلفون فيها عبر المكان وعبر الزمان وهي نظام الزواج، شكل التنظيم الاجتماعي للأسرة، طبيعة العلاقات القائمة بين مختلف الشخصيات التي تشكل أدواراً اجتماعية داخلها، وماهية الوظائف الشخصية التي تؤديها الأسرة لأفرادها، والوظائف المجتمعية التي تمارسها بوصفها مؤسسة اجتماعية.
- لقد عرف كينكزلي ديفز Kingsley Davis الأسرة كما يلي: أنها جماعة من الأفراد تربطهم روابط دموية واجتماعية متماسكة¹، فالروابط الدموية والعلاقات الاجتماعية المتجذرة في الأسرة تؤكد على أن هذه الأخيرة هي أساس المجتمع من حيث أنها منبع القيم والمدرسة الأولى للإنسان.

¹ أحمد بيري الوحيشي، الأسرة والزواج: مقدمة في علم الاجتماع العائلي، (طرابلس: الجامعة المفتوحة، 1998)، ص 48.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

الأسرة من المنظور الإنساني كما عرفها بيرجس Burges و لوك Locke في كتابهما The family هي جماعة من الأشخاص يرتبطون بروابط الزواج والدم أو التبني، ويعيشون معيشة واحدة، ويتفاعلون كل من الآخر في حدود أدوار الزوج والزوجة، الأم والأب الأخ والأخت ويشكلون ثقافة مشتركة¹.

نجد أن هذا التعريف الأخير، يركز بشكل أساسي على ظاهرة التفاعل الاجتماعي داخل الأسرة. ولقد وجهت له عدة انتقادات، أهمها أنه لم يراع الفروق الجوهرية والاختلافات البيئة بين المجتمعات البشرية، في تنظيم الأسرة.

كما أن الروابط التي نكرها، روابط الزواج والدم والتبني، قد تتطلب في بعض المجتمعات خاصة تلك التي تجهل الدور البيولوجي للرجل في عملية الإنجاب- اعترافا وقبولاً من المجتمع، قد يصاحبه أداء بعض المراسيم والطقوس الرمزية.

ويعتبر هذا التعريف في نظر المختصين أحسن من التعريف الأول (تعريف كينكزلي)، الذي تجاهل إمكانية انضمام بعض الأفراد إلى الأسرة عن طريق التبني، وتمتعهم بحقوق كاملة، دون وجود رابطة دموية في بعض المجتمعات، مثل المجتمعات الأوربية.

أما ايميليو ويليامز Emilio Willams فعرف الأسرة قائلاً: الأسرة هي المؤسسة الاجتماعية التي تشمل رجلاً أو عدداً من الرجال، يعيشون زواجياً مع امرأة أو عدد من النساء، ومعهم الخلف الأحياء وأقارب آخرين وكذلك الخدم.²

فهذا التعريف يفسح المجال واسعاً أمام الباحث لحصر أنواع الزواج الممكنة: الزواج الجمعي، نظام تعدد الأزواج، نظام تعدد الزوجات، وأخيراً الزواج الأحادي، وأشكال التنظيم الأسري التي تتوافق مع أنماط الزواج المتعددة وتنهض عليها. فهو يركز بخاصة

¹ عبد المجيد سيد أحمد منصور، زكرياء أحمد الشربيني، الأسرة على مشارف القرن 21: الأدوار، المرض النفسي، المسؤوليات، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2000)، ص ص 19، 20.

² Emilio WILLIAMS, *Dictionnaire de sociologie*, ed M.Rivière, Paris, 1970, p106.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

على أشكال التنظيم الأسري، ويغفل الوظائف التي تقوم عليها الأسرة، وكذا صور التفاعل الاجتماعي التي تقع بين أفرادها.

أما ميردوك Murdok، فيعرف الأسرة كما يلي: "هي جماعة اجتماعية تتميز بمكان إقامة مشترك، وتعاون اقتصادي ووظيفة تكاثرية، ويوجد بين اثنين من أعضائها على الأقل علاقة جنسية يعترف بها المجتمع، وتتكون الأسرة على الأقل من ذكر بالغ وأنثى بالغة، وطفل سواء كان من نسلها أو عن طريق التبني".¹

فهذا التعريف وإن ركز على الأهمية الاجتماعية لإحدى الوظائف الأساسية، ألا وهي الوظيفة الجنسية التكاثرية، فهو لم يذكر السمات الثقافية والاجتماعية الكامنة في الأسرة. وفي ضوء هذه التعاريف التي قدمه علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا للأسرة، يمكن القول أنه يصعب على الباحث الاجتماعي وضع تعريف للأسرة، يتفق عليه الجميع، فكل تعريف يركز على بعض الجوانب التي تبدو أهم من غيرها في نشوء الأسرة واستمرارها، سواء كانت التنظيم، الوظائف، التفاعل الاجتماعي... الخ.

ويمكننا القول أن الأسرة هي مؤسسة اجتماعية أساسية، ونظام اجتماعي ذو انتشار عالمي، يعتمد في وجوده على عناصر بيولوجية ضرورية، وتتدخل الثقافة في توجيه وتعديل هذه العوامل بما يناسب طبيعة المجتمع وظروفه وتحولاته.

وإذا كان الاختلاف واضحا بين العلماء في تعريف ماهية الأسرة، فإن هذا الاختلاف يظهر جليا كذلك بين العلوم الاجتماعية التي تشترك في دراسة الأسرة، وعلى رأسها الأنثروبولوجيا، علم الاجتماع (وبخاصة علم الاجتماع الأسري)، والديموغرافيا (علم السكان)، لأن هذه العلوم تتبنى كل منها زاوية تنظر منها إلى هذه الوحدة الاجتماعية.

¹ عاطف وصفي، الأنثروبولوجيا الاجتماعية، (القاهرة: دار المعارف، ط2، 1985)، ص 91.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

فهي مجموعة من الأشخاص يرتبطون فيما بينهم بواسطة الزواج والنسب، أي الوحدة القرابية، وهنا يكون التعبير عنها غالبا بمصطلح القرابية وهذا هو الإطار العام الذي تركز عليه الأنثروبولوجيا في تعريف ودراسة الأسرة.

الأسرة هي جماعة مترلية، أي جماعة اجتماعية تكون وحدة بنائية داخل المجتمع، ويضمن استمرارها الوظائف التي تؤديها للفرد والمجتمع، وأشكال التفاعل الاجتماعي القائمة بين أفرادها الذين يشغلون أدوارا اجتماعية يحددها المجتمع، وهنا يكون التعبير عنها بمصطلح الجماعة المنزلية، وهذا هو مجال علم اجتماع الأسرة بامتياز.

2.1 وظائف الأسرة:

تقوم الأسرة بجملة من الوظائف التي تساعد في الحفاظ على التوازن الاجتماعي، فهي الحاضنة الأولى للكائن البشرية إذ تعمل على تلقين الطفل تعليمه الأولي وتوريثه القيم الثقافية والاجتماعية التي ينشأ عليها، وتتخلص هذه الوظائف في الانجاب (الوظيفة البيولوجية)، التنشئة الاجتماعية، الوظيفة الاقتصادية، وظيفة التعاون وتقسيم العمل.

1.2.1 الوظيفة البيولوجية:

تعد الوظيفة البيولوجية من أهم وظائف الأسرة، وتتمثل في الإنجاب والتناسل وحفظ النوع من الانقراض.¹ وبالتالي فالأسرة تقوم بحفظ النوع البشري من خلال اشباع الحاجات الجنسية على أسس منطقية وقانونية وشرعية، إلى جانب تقديم الاشباع العاطفي للأفراد، أي تنظيم الأنشطة الجنسية والانجاب، والمحافظة على استمرار المجتمع وتربية وتنشئة الطفل على عادات وتقاليد المجتمع، كما أنها تقوم بتوفير الحاجات الأساسية من مأكل ومأمن ولباس وحب ورعاية، فهو إذن التفاعل المتعمق بين جميع أفراد الأسرة في

¹ السيد رمضان، مدخل في رعاية الأسرة والطفولة، (الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1990)، ص 15.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

المشاعر العاطفية.¹ ويمكن القول أن الأسرة "تمثل استمرارية الأفراد بواسطة الجاذبية بين الجنسين والسلوك الجنسي الذي يقره القانون والمجتمع. فنتج ثمارا متنوعة (أطفالا) إذ لم يعتن بها الوالدان ويحافظا عليها، تصبح غير صالحة وتفسد الثمرات الأخرى".²

إذن تعد الأسرة في جميع المجتمعات البشرية تقريبا الأساس الذي تقوم عليه وظيفة التناسل نتيجة استقرار وثبات العلاقة الجنسية فيها بين الزوج والزوجة، وتعتبر الأسرة المؤسسة الاجتماعية الوحيدة في جميع المجتمعات تقريبا التي تنظم الحياة الجنسية بما يتفق مع الشرع والقانون والعرف وبالتالي فالأسرة هي هيكل تنظيمي للعلاقات الإنسانية مناقض تماما للممارسات غير السوية كالعلاقات الجنسية بعيدا عن الزواج والعلاقات الشاذة.³

2.2.1 وظيفة التنشئة الاجتماعية:

الطفل ليس ملكا لوالديه فحسب، و إنما هو عضو في المجتمع الأكبر الذي يعيش فيه، لذلك ينبغي أن ينشأ نشأة اجتماعية سليمة".⁴ تعتبر التنشئة الاجتماعية من أولى العمليات الاجتماعية ومن أكثرها شأنا في حياة الطفل، لأنها الدعامة الأولى التي ترتكز عليها مقومات الشخصية الإنسانية، فوظيفة التنشئة الاجتماعية من أهم وظائف الأسرة حديثا أو قديما حيث تعمل على ترويض الطفل واستئناسه وتدريبه على كيفية التعامل مع الآخرين وتقبل الذات، وتكوين علاقات طيبة معهم، ومنه يتكون لديه الشعور بالمسؤولية

¹ هاشمي بريقل، "التحضر والأسرة الجزائرية"، مجلة الخدونية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (الجزائر: جامعة ابن خلدون بتيارت، العدد 7، ديسمبر 2014)، ص ص 670، 671.

² Dumont (J) et VAN Dooren (ph), **La sociologie**, dictionnaire Marabout Université, 3 tomes Belgique, Verviers, pressz de Gerard 1972, tome 1, p 202.

³ عبد السيد البرنشاوي، تنظيم الأسرة اقتصاديا، اجتماعيا، دينيا وطرق تنظيم النسل، (دار الفكر العربي، دون تاريخ)، ص 7.

⁴ رايح تركي، أصول التربية والتعليم، (الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، 1982)، ص 172.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

نحو أسرته ومجتمعه، وغرس عوامل الضبط الداخلي للسلوك، وتحقيق النضج الاجتماعي والنفسي، ومن خلال مختلف أنشطتها تعمل الأسرة على نقل الثقافة من جيل إلى آخر عن طريق التربية، كما أنها تعمل على تنقية وغرلة الثقافة من الأنماط السلوكية والفكرية التي لا تتماشى مع مبادئها وأهدافها إلى جانب ممارسة عملية الضبط الاجتماعي وتهذيب السلوك ومحاولة تكييفه مع القواعد المجتمعية،¹ ومنه تجعل الأسرة الأفراد مرتبطين بتراثهم الاجتماعي الذي يورثونه جيلا بعد جيل، فينشأ الفرد مخلصا لعادات أسرته وتقاليدها إلى جانب تعلمه المشاركة الاجتماعية.²

باختصار فإن وظيفة التنشئة الاجتماعية للأسرة هي الدعامة الأساسية لبناء أفراد صالحين داخل المجتمع، ولأجل المحافظة على السلوك السوي وتعزيزه يجب لفت الانتباه إلى تلك العقد النفسية التي توارثها أفراد الأسرة جيلا بعد جيل فوجب مراجعتها عن طريق الفهم والتحليل الدقيق لتفادي انتشار السلوكيات غير السوية.

3.2.1 الوظيفة الاقتصادية:

تعتبر الأسرة وحدة اقتصادية، وتبدو هذه الطبيعة واضحة إذا رجعنا إلى تاريخ الأسرة حيث كانت تقوم بإنتاج ما تحتاج إليه، كما كانت تقوم بمختلف أوجه النشاط الاقتصادي كتوزيع ما ينتجه أفرادها أو عند الضرورة تتبادل هذه المنتجات مع غيرها من الأسر.³ تتمثل الوظيفة الاقتصادية للأسرة في أن الأسرة مسؤولة عن توفير الحاجات المادية للكبار والصغار من أفرادها، إذ أنها وحدة اقتصادية متضامنة يقوم فيها الأب بإعانة زوجته وأبنائه وتقوم الأم بأعمال المنزل. وقد تعمل الزوجة أو بعض الأبناء فيزيدون بذلك

¹ هاشمي بريقل، التحضر والأسرة الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 671.

² مصطفى الخشاب، دراسات في علم الاجتماع العائلي، (بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1985)، ص 248.

³ سناء حامد زهران، الصحة النفسية والأسرة، (القاهرة: عالم الكتب، 2011)، ص 18.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

من دخل الأسرة، ومن ثم يشكل الزوج والزوجة والأبناء وحدة متعاونة ومتساندة اقتصاديا، ويتم العمل بينهم بشكل متفق عليه حسب ظروف كل مجتمع.¹ فالأسرة هي المسؤولة عن توفير الحاجيات الأساسية لجميع أفرادها فهي تشرف على جميع شؤونها المادية، وذلك بممارستها لأنشطة اقتصادية متنوعة من أجل الحصول على دخل يقات من أفراد الأسرة لتلبية الحاجات الضرورية من مأكّل وملبس ودواء.

4.2.1 وظيفة التعاون وتقسيم العمل:

تقوم الأسرة بوظيفة التعاون بين أفرادها لتحقيق التماسك والتضامن الاجتماعي، وذلك بواسطة تقسيم العمل بين أفرادها حتى يسهم كل واحد منهم بالعمل أو الدور الذي يمكن أن يفيد به الأسرة للمحافظة على استقرارها. إذ تقوم الأسرة بتقسيم الأدوار على أعضائها، وقد يتكفل كل فرد فيها بأدوار عديدة، وذلك من حيث المسؤولية والمكانة الأساسيتين للمرأة في الأسرة. أما بالنسبة للرجل الذي يقوم هو الآخر بعدة أدوار في قطاعات محددة. وتتشابه كل المجتمعات بصفة عامة في هذا الشأن حيث يشير ناي Nye في كتابه بناء الأدوار وتحليل العائلة إلى تقسيم وضعية الرجل (الزوج-الأب) إلى ثمانية أدوار:

- تحقيق الاستقرار.
- تحقيق علاقة القرابة.
- الإنفاق.
- حماية الأسرة.
- رعاية الأطفال.
- تنشئة الطفل اجتماعيا.

¹نادية صحراوي، المحددات السوسولوجية لأساليب التنشئة الاجتماعية في الأسرة الجزائرية -دراسة ميدانية لعينة من الأسر بالجزائر العاصمة-، رسالة ماجستير، (الجزائر: جامعة الجزائر 2 -كلية العلوم الاجتماعية-)، 2006، ص 102.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

– الإشباع الجنسي.

– تحقيق التسلية لأفراد أسرته.¹

5.2.1 الوظيفة النفسية والعاطفية:

يعتبر الجو النفسي السائد داخل الأسرة ذا أهمية بالغة في تكوين شخصية الأبناء، وتنميتها وفقا لكل مرحلة من مراحل نموه، فالأسرة هي المكان الأول الذي يتلقى فيه الفرد دروسا في معاني المشاعر الإنسانية كالحب والكرهية، والعطف والحنان "فالوظيفة النفسية والعاطفية للأسرة هي ترك أجواء المنزل غامرة بعواطف الحب والقبول الاجتماعي، واللعب، والتفاهم، والتقبل بين الزوجين، واحتضان الأولاد بالدفء، وهذا يؤدي إلى وجود وحدة صغيرة تكون المصدر الرئيسي للإشباع العاطفي لجميع أعضاء الأسرة".²

2. أشكال الأسرة الجزائرية وخصائصها:

1.2 أشكال الأسرة:

تتضمن الأسرة عدة أشكال موجودة في شتى المجتمعات مهما كانت طبيعتها ويوجد شكلان أساسيان يتخلصان في الأسرة الممتدة أو ما يسميه الجزائريون العائلة، وهي الأسرة كبيرة الحجم. والأسرة النووية أو الأسرة الصغيرة التي يعتبرها علماء الاجتماع نواة المجتمع. ولكل أسرة خصائص معينة تطبعها. سنحاول في هذا الصدد إلقاء الضوء على هذه الأشكال من الأسر.

¹ Kellerhals (Jean), **Micro-sociologie de la famille, Que sais-je**, Presse universitaire de France, 1984, p 39

² سناء خولي، الأسرة والحياة العائلية، (بيروت: دار النهضة العربية)، 1984، ص 61.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

1.1.2 الأسرة الممتدة:

يعد هذا الشكل من أكثر الأشكال شيوعا في تاريخ المجتمعات الإنسانية. وتعرفها الدراسات بأنها عبارة عن تجمع "الأسرتين نوويتين أو أكثر تنتميان بواسطة النسب من خلال العلاقة الوالدية إلى جد واحد، بمعنى انتساب الأسرة النووية إلى أب راشد ينتسب مع الأسرة النووية الأخرى -بواسطة الزواج- إلى جد واحد"¹. وقد تتكون من عدة عائلات نووية تربط فيما بينهم علاقة أعمام وأبناء عم ويكون القاسم المشترك للعائلة الممتدة المسكن الواحد"². كما قد تتألف من أسرتين صغيرتين أو أكثر يرتبطان فيما بينهما من خلال امتداد علاقة الابن المتزوج بوالديه"³.

من خلال هذه التعريفات السابقة للأسرة الممتدة يمكن استخلاص أهم خصائصها المتمثلة في:⁴

- الإقامة المشتركة سواء في منزل واحد كما هو الحال في المناطق الريفية والقبلية أو في منازل متجاورة لحي واحد أو عدة أحياء كما هو الحال في المدن.
- تمتاز بكثرة عددها، إذ يعيش تحت سقف واحد حتى عشرون فردا، وشبكة عائلية تصل حتى السبعين.
- تمتاز باستمرار الأنماط الأساسية للروابط العشائرية في تنظيم العائلة وعلاقتها. فبالرغم من فقدان سيطرة الأب على العائلة لشدتها إلا أن وضع الأب مازال أساسيا.

¹ عبد الخالق محمد عفيفي، مرجع سبق ذكره، ص 49.

² معتوق فريديريك، (لبنان: معجم العلوم الاجتماعية، أكاديميكا، 1993)، ص 156.

³ محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، (مصر: الهيئة العامة المصرية للكتاب، 1979)، ص 178.

⁴ محفوظ بن زيان، الأسرة والوعي التربوي -تطور وتعامل الأسرة الجزائرية مع المدرسة، رسالة ماجستير، (الجزائر: جامعة الجزائر 2 -كلية العلوم الاجتماعية-)، (2001)، ص 50.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

- تمتاز بدرجة تفاع وتواصل عالية بين أفرادها وغير خاضعة للمصالح المادية، بل لصلة القرابة والتعاون والتراحم والتضامن والحب والألفة والإشباع العاطفي.
- تقوم الأسرة الممتدة بعدة وظائف اقتصادية واجتماعية وتربوية يشترك فيها جميع أفرادها الذين يمتازون بالتشابه في الأدوار تدعيما للروح الجماعية بدل الفردية.

2.1.2 الأسرة النووية:

أطلق الباحثون هذا الاسم على الأسرة الصغيرة باعتبارها النواة التي يتكون منها المجتمع، هذا النموذج الأسري "يتكون من الزوج والزوجة وأطفالهما المباشرين، المستقلين معيشيا واقتصاديا ومكانيا عن الأسرة الممتدة. ويتمثل هذا الاستقلال في مصادر الدخل والانفاق، وفي جميع أوجه الحياة المعيشية من مأكّل ومشرب، ويتمثل هذا الاستقلال في وجود والدي الزوج على قيد الحياة ويقيمون في نفس القرية"¹. "وحدة اجتماعية تشتمل على عدة أجيال في آن واحد تحت سقف واحد، كأن تشتمل الأسرة على الجد والجدّة والأبناء وزوجاتهم والأحفاد"²

الأسرة النووية تتميز بقدر عال من الحرية والاستقلالية فهي "نموذج أسري يتميز أعضاؤه بدرجة عالية من الفردية و التحرر الواضح من الضبط الأسري، ما يعني أن تعلق مصلحة الفرد على مصالح الأسرة ككل، و تمتاز الأسرة النواة بصغر حجمها، حيث تتكون عادة من زوج و زوجة و أبنائهما غير المتزوجين، و لا يحدث إلا نادرا وفي ظل ظروف استثنائية، أن يعيش أحد الأبناء المتزوجين مع والديه"³.

¹ أحمد زايد وآخرون، الأسرة والطفولة، (مصر: دار المعرفة الجامعية، 1998)، ص 269.

² علي أسعد وطفة، علم الاجتماع التربوي، (سوريا: منشورات جامعة دمشق، 1993)، ص 74.

³ نخبة من أساتذة قسم علم الاجتماع بجامعة الاسكندرية، المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية)، ص 177.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

لقد كان ظهور هذا النوع من الأسر بعد دخول الصناعة وتحول المجتمعات من مجتمعات زراعية إلى مجتمعات صناعية، مما جعل الأسرة تأخذ طابعا صناعيا يكسبها خصائص تميزها عن الأسرة الممتدة، تتمثل فيما يلي:

- صغر الحجم.
 - التمتع بالتجربة الفردية والتنافس، وتحررها من القيود الأسرية السائدة في الأسرة الممتدة.
 - يهتم أفرادها بمظاهر الحضارة من الكماليات.
 - تخضع علاقات القرابة فيها إلى عملية انتقائية إرادية.
 - يقتصر الترويح فيها على التلفزيون.
 - تتميز بانتشار الفراغ بين الزوجين المؤدي للانفصال.
 - الغياب شبه الكلي لتوجيه الأبناء وتثقيف الصغار نتيجة عمل الأبوين¹.
- في هذا السياق يتجلى لنا بأن الأسرة النووية هي أسرة صغيرة الحجم، في الغالب يتشكل أعضائها من الأب والأم والأبناء وهي الأكثر انتشارا في المجتمعات الحديثة. وفي الوقت نفسه تواجه هذه الأسر تحديات كبيرة في ظل التغيرات الاجتماعية التي صاحبها التطور التكنولوجي الهائل الذي ساعد على انتشار الفردانية داخل المجتمع.

3.1.2 الأسرة المركبة:

يمكن النظر إلى هذا الشكل من التنظيم العائلي على أنه مجموعة متداخلة من الأسر النووية، لكن هذه الأسر يمثلها رجل واحد (رب الأسرة) وزوجاته الذين يعيشون في مساكن مختلفة مع أطفالهم. في هذه الحالة، تتكلف الزوجات بأمور أسرهن الخاصة بينما

¹ محفوظ ابن زيان، مرجع سبق ذكره، ص 51.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

يحكم الرجل ويدير جميع الأسر¹. الأسرة المركبة هي "نموذج أسري يقوم على نظام تعدد الزوجات لزوج واحد وإخوة غير أشقاء، مما ينشئ في هذه الأسرة أنماطا مختلفة من العلاقات الاجتماعية، التي تدور بين الاخوة والأخوات غير الأشقاء والزوج وأبناء زوجته أو الزوجة وأبناء زوجها"². إن الأسرة المركبة لا تختلف اختلافا كبيرا عن الأسرة الممتدة فكلا خصائصها وطبيعتها علاقاتها الداخلية تتشابه إلى حد كبير فيما بينها.

تختلف أشكال الأسرة وتتعدد حسب الزمان والمكان، حيث يكمن جوهر هذا الاختلاف أساسا في عدد الأفراد وصلة القرابة التي تربط بينهم. في المقابل لا يختلف اثنان حول أهمية الأسرة والوظائف التي تقوم بها خدمة للفرد والمجتمع.

2.2 خصائص الأسرة الجزائرية المعاصرة:

تعتبر العائلة الجزائرية التقليدية عائلة موسعة تشتمل على عدة أسر زواجية تعيش في مسكن واحد، وقد يصل عدد الأفراد بها إلى ستين شخصا، حيث تلعب الدار الكبيرة دورا هاما في تحقيق التضامن والتلاحم، بحيث نجد الآباء يمنحون الأمان والحماية في وضع من التعاون الدائم، وكل أسرة زواجية وكل مجموعة من جنس أو سن فيها تجد في هذه الدار مكانة خاصة بها، حسب ما تقتاضيه القواعد والرموز التي تتفاعل من خلال الجماعة المنزلية.³ لقد كانت الأسرة الجزائرية في طابعها العام أسرة ممتدة وتميزت بقوة القرابة فيما بينها، وكانت تعتمد بشكل عام على وسائل الإنتاج الزراعية. حيث كانت تتسم

¹ Manoj Kumar, **Types of Family in Sociology: Functions**, date of publication: 27 June 2021, Date of visit: 15/11/2022 at: 00:40, Link: <https://getuplearn.com/blog/types-of-family-in-sociology/#compound-family>.

² محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، (مصر: الهيئة العامة المصرية للكتاب، 1979)، ص 177.

³ مصطفى بوتقنوش، ترجمة: دمري أحمد، العائلة الجزائرية التطور والخصائص الحديثة، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1984)، ص 40.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

حياتها بالبساطة بعيدا عن المشاكل الاجتماعية. وبما أن المجتمع الجزائري تأثر بالتطورات التكنولوجية والتطور في الوظائف الاقتصادية وتوجهات الدولة نحو الاقتصاد الرأسمالي المبني على الاستهلاك، نتج عن ذلك التحول ظهور شكل جديد من الأسر وهي الأسر النووية أو الزوجية.

برزت الأسرة الجزائرية في البنية المعاصرة والتي أظهرت الأسرة الجزائرية في شكل مغاير عما كانت عليه في البنية التقليدية، وهي نتيجة للتغيير والاستمرار في نفس الوقت لذلك فالأسرة الجزائرية في الوقت الحالي مرتبطة بالخصائص الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تحدث في المجتمع ولا يمكن فصلها عنه. تتميز الأسرة الجزائرية المعاصرة، بتقلص حجمها من النظام الأسري الممتد إلى النظام الأسري النووي، فبعد أن كانت الأسرة الجزائرية في طابعها العام أسرة ممتدة أصبحت اليوم تتسم بصغر الحجم¹. ونتيجة لعوامل سياسية وأمنية عرفت البلاد في العقود المنصرمة، برزت الأسرة النووية بشكل واضح كنتيجة للنزوح الريفي نحو المدن والأوساط الحضرية للبحث عن فرص العمل، ولتحسين ظروف المعيشة الصعبة التي فرضت على أفراد الأسرة وخاصة الشباب ضرورة الزواج والعيش بمفرده مع زوجته بعيدا عن العائلة الكبيرة، من أجل مواجهة ضغوط الحياة والمصاريف المنزلية المتنوعة، والتمتع بحرية فردية أكبر. نتج عن كل هذا تقلص حجم الأسرة الممتدة بشكل كبير، حيث باتت اليوم الأسرة النووية تحوي في أغلب الأحيان من ثلاثة إلى 2 أفراد على أقصى تقدير².

ظهرت التوجهات الديمقراطية للأسرة الجزائرية المعاصرة نتيجة تحقيق قدر من المساواة والحريات وتكافؤ الفرص بين أفراد الأسرة وانتشار التعليم الإجمالي -العام والخاص-

¹ محمد السويدي، مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1990)، ص 88.
² جمال شريف، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية -دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة المسيلة أنموذجاً-، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة عمار ثلجي بالأغواط، 2021)، ص 156.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

للجنسين، وخاصة فيما تعلق بجنس المرأة، والتي كانت في الماضي مضطهدة بسبب عدم وعيها بأهمية الدراسة والتعليم والأثر الذي يتركه التطور العلمي في تغيير الرواسب الفكرية للفرد. أما اليوم فإن المرأة شعرت بقيمتها وبحرية التعبير عن أفكارها وتوجهاتها، وأصبحت النزعة الديمقراطية هي المسيطرة على الأسرة.¹ حيث نرى أن انتشار التعليم في القرى النائية والذي كان في وقت ما مقصرا على المدن الحضرية فقط، وهذا من خلال بناء المدارس وتحسن حالة البنى التحتية (الطرق، المواصلات) في تلك المناطق، سمح ذلك للمرأة أو الأم من تكوين نفسها وحصولها على مستويات تعليمية معينة وعلى شهادات عليا ساعدتها في اختراق جميع المجالات السياسية والاقتصادية، وذلك عبر تقلد أعلى المناصب الإدارية والسياسية. لقد جعل عمل المرأة (الأم) منها فاعلا في الوسط الأسري عبر مشاركتها في عملية اتخاذ القرار داخل الأسرة. هذا الحراك الاجتماعي لم يقتصر فقط على المرأة (الأم)، بل ظهرت انعكاساتهم جلية على بقية مكونات الأسرة (الأب، الابن، البنت)، فالأب المتعلم يفضل زوجة متعلمة وأحيانا يشترط أن تكون عاملة، فالنسبة له الأم المتعلمة توفر تنشئة اجتماعية سليمة وينعكس ذلك على تربية أبنائها وتشجيعهم في مراحل تكوينهم وتحصيلهم الدراسي. إذن لقد مكن انتشار التعليم في أوساط الأسرة الجزائرية من كسر القيود والأعراف الاجتماعية حيث أضحي أفرادها يتمتعون بمجال واسع من الحرية في التعبير عن مشاعرهم وأفكارهم وحتى طموحاتهم عبر فرض منطق المشاركة ولغة الحوار.

وفي ظل انتشار التعليم وتحرر أفراد الأسرة أضحت الأم مسئولة عن أسرتها وعملها في وقت واحد، فعند اختيارها العمل فإنها تتخلى عن دورها كأم وزوجة بل إنها تحاول الاضطلاع بكلا الدورين على التساوي، غير أن محاولاتها للتوفيق بين هذين الدورين

¹ سناء الخولي، التغيير الاجتماعي والتحديث، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2006)، ص 212.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

عرضها غالبا للتضارب بحيث أنها إذا قصرت بعض الشيء بالاهتمام بعملها لانشغالها بواجبها كربة بيت فإنها مهددة بفقدانه. وإذا ما حاولت الاحتفاظ به ولم تستطع الاهتمام بزوجها وأطفالها فإنها مهددة بضياع امتيازاتها كزوجة وأم، وهذا النوع من التضارب يحتل وجها واحدا هو تعدد الأدوار الذي يزداد صراعا نفسيا واجتماعيا.¹ في الأسرة العصرية انحصرت مكانة الأم في المحافظة على الوظيفة البيولوجية وهي الانجاب، وفي ظل عمل المرأة (الأم) وتواجدها خارج المنزل لفترة ليست بالقصيرة أصبحت رعاية الأطفال وتربيتهم تسند في الغالب إلى مؤسسات اجتماعية أخرى (دور الحضانة) تشارك الأم في عملية التنشئة الاجتماعية وفي بعض الأحيان يكون تأثيرها على الأبناء أكبر من تأثير الأم ذاتها.

يتميز العصر الحديث بتغير متسع في مجال المعلومات والأفكار نتيجة التطور الهائل لوسائل الاعلام والاتصال والذي تمخض عنه الانتشار الكبير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تأثر المجتمع الجزائري عامة والأسرة النووية خاصة بهذه التغيرات الراهنة. إذ أن الحاجات النفسية والعاطفية والمعرفية... وغيرها لأفراد الأسرة تجعل من الواقع الافتراضي فضاء لتبني قيم ومعايير اجتماعية وأنماط حياتية قد لا تتلاءم مع الواقع الاجتماعي للأسرة الجزائرية وطبيعة علاقاتها الداخلية.

يقول الدكتور (جراي سمول) من جامعة كاليفورنيا "إن التعرض اليومي للتكنولوجيا الرقمية مثل: الهواتف المحمولة والانترنت قد يغير من الطريقة التي تعمل بها عقولنا"، وبرر سمول هذا بأننا نقضي وقتا طويلا في التعامل مع الوسائل التكنولوجية. وعلى الجانب الآخر نقضي وقتا أقل في التعامل مع الأشخاص الحقيقيين، الشيء الذي يجعلنا

¹ محمد سليمان الفارس، "تعدد أدوار المرأة العاملة ومدى قدرتها على التكيف -دراسة ميدانية في مديرية زراعة الغاب حماه-"، المجلة الأكاديمية للبحوث والدراسات، (فلسطين: العدد 4، المجلد 1، 2021)، ص 5.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

نفقد تدريجيا المهارات الأساسية في التعامل الاجتماعي مع الناس، كما نفقد القدرة على قراءة وفهم التعبيرات على وجوه الناس والتي تظهر أثناء المحادثة معهم.¹

3. تطور العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي:

صاغ مارشال ماكلوهان، عالم الاتصالات الكندي مصطلح القرية العالمية لوصف التغيرات في تكنولوجيا الاتصالات التي بدت له أنها تقوم برسم العالم بأكمله معا ليصبح نوعا ما من المدينة الصغيرة التي يتم ربطها إلكترونيا. وبهذا أصبح من السهل في عصر الاتصال الإلكتروني خلق مجتمعات سيكولوجية تقوم بتوسيع نطاق علاقاتنا عبر الوقت والمسافة، حتى يتم في النهاية خلق مجتمعات افتراضية، تتكون من الناس الذين تعرفهم فقط من خلال شبكة الاتصال، ولعل هذا الاتجاه هو ما يقودنا إلى مجتمع ما بعد الحداثة تذب الدول لتصبح كيانات هلامية حيث يصبح الناس أقل اهتماما ومشاركة في الأحداث التي تدور في العالم المحيط بهم، ومن المؤد أن ثمة شيئا مفقودا عندما نستخدم الاتصال عبر الوسائل الإلكترونية، ومن أمثلة هذه الأشياء المفقودة التلميحات غير اللفظية كتعبيرات الوجه وحركات الجسد والإيماءات، التي تساعدنا على فهم المعاني الأكثر عمقا للكلمات. وهذا هو مفهوم الحضور الاجتماعي الذي يختلف عن الحضور النسبي الذي يعني غياب التلميحات المحسوسة التي تساعد في نقل المعاني المستترة.²

عظفا على ماسبق يتضح أن في زمن العولمة والتقدم التكنولوجي المذهل، أصبح البيت يعيش فيه مجموعة من الأفراد الذين تجمعهم علاقة الدم وتفرقهم وسائل وتقنيات

¹ هالة دغمان، "وسائط الاتصال الجديدة وأثرها على قيم الأسرة الحضرية - الأسرة الجزائرية أنموذجا-"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، (الجزائر، العدد8، المجلد4، 2016)، ص ص 51-71.

² شريف درويش اللبان، تكنولوجيات الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص 194.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

الاتصال الحديثة، فلكل فرد داخله عالمه الخاص ووسائله المنفصلة للوصول إلى مصادره الاتصالية. فمن خلال وسائل الاتصال تحولت بعض المجتمعات في الدول المتقدمة من الروابط القائمة على أساس الدم والزواج والجبيرة إلى شبكات من الجماعات ذات المصالح، وفي بعض الأحيان تكون الجماعات مجرد أفراد تتحدث معهم في الهاتف أو ترسل إليهم بريدا إلكترونيا أو تبعث إليهم بعض الملاحظات بالفاكس أو تحاول إيجاد وسيلة أخرى ملائمة لتبادل الرسائل معهم دون أن تلقي ولو بنظرة على واحدة على وجوههم.¹

ولعل من أبرز التقنيات التي ساهمت في إفراز هذا الواقع الجديد هي شبكات التواصل الاجتماعي التي ترى العديد من الدراسات أنها مسؤولة عن تراجع انخراط أفراد الأسرة الواحدة في النشاطات العائلية التي اعتدنا ملاحظتها، حيث قلت مناسبات الالتفاف حول مائدة طعام واحدة، كما قل التوجه إلى المشاركة في صنع الأجواء الترفيهية داخل الأسرة كما عهدناه فيها من قبل، ذلك أنه أصبحنا نعيش ضمن تحول أساسي وجوهري في كيفية حصول الأفراد على المعلومات والترفيه، في وقت باتت فيه هذه الشبكات مصدرا للمؤانسة الاجتماعية.²

1.3 شبكات التواصل الاجتماعي:

1.1.3 تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد صاحب التطور الهائل لتكنولوجيا الإعلام بروز وسائل جديدة للاتصال عبر المنصات الإلكترونية للشبكة العنكبوتية، حيث لاقت رواجاً كبيراً تحت مسمى مواقع التواصل الاجتماعي، وهي مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة

¹ شريف درويش اللبان، المرجع السابق، ص 196.

² سامية قطوش، عولمة الاتصال، (الجزائر: دار الخلدونية، 2017)، ص 102، بتصرف.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

من المعارف والأصدقاء، كما تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم.¹

يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.² ويمكن القول بأنها مجموعة من الأشخاص الذين يطورون التفاعلات الاجتماعية والتبادلات والمناقشات حول نفس مركز الاهتمام.

أما إلسون وبويد Ellson and Boyd فيرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتشكل من خلال الإنترنت التي تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، التي تختلف فيها طبيعة التواصل من موقع لآخر.³

من خلال التعريفات المقدمة يمكننا القول أن مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مجتمعات افتراضية على شبكة الإنترنت تسمح لمستخدميها بمشاركة بياناتهم (صور، فيديوهات) ونشر الموضوعات ذات الاهتمام المشترك، كما أنها تخلق بيئة اتصالية تسمح بتبادل الرسائل والمحادثات الصوتية والسمعية البصرية.

¹ جودي أولجا، سبيليوكاميرتس، بارث، تر: أحمد صلاح، الإعلام البديل، (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2009)، ص 24.

² راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، (جامعة عمان: العدد 15، 2006)، ص 23.

³ Danah M. Boyd, Nikole B. Ellison, **Social network site: Definition, history and scholar ship**; Journal off mediated communication, vole 13, issue 1, 2007, p2. Available on:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full> visit of 15/10/2022 at 22:43.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

2.1.3 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتسم مواقع التواصل الاجتماعي بجملة من الخصائص التي يمكن أن نوجزها في الآتي:¹

- العالمية (شاملة): حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغى من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.
- التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك. فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم (التلفاز والصحف الورقية) وتعطي حيزا من المشاركة الفعالة من المشاهد القارئ.
- تعدد الاستعلامات: مواقع التواصل الاجتماعي سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم في بث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.
- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة إلى الحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.
- اقتصادية في الجهد والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالكل يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على جماعة دون أخرى.

¹ عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015)، ص 67.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

تحدد وسائل التواصل الاجتماعي جميع الخدمات التي تسمح بتطوير المحادثات والتفاعلات الاجتماعية على الإنترنت أو في حالة التنقل. فهي تتيح لنا إقامة حوار مع الآخرين، وبالتالي إقامة علاقة ملموسة. مما يسهل ذلك تطوير التفاعلات الاجتماعية (الإعجاب، إعادة المشاركة) مما يكشف هذا عن التزام من جانب المشتركين. كما تسمح الشبكات الاجتماعية الإلكترونية للمستخدمين البقاء على تواصل دائم فيما بينهم، حتى أثناء التنقل من مكان لآخر بفضل توفر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، مما يضمن هذا التدفق الدائم للمعلومات. فضلا عن أنها تتيح العديد من الخدمات التي تختلف من موقع إلى آخر والتي يمكن أن نوجزها في التالي:¹

- الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية، مثل الاسم، السن، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات، والصور الشخصية، ويعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إلى عالم الشخص.
- الأصدقاء أو العلاقات: وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع، أو الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي. وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه، ولكن تتيح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعرف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.
- إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة.
- ألبوم الصور: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات، ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضا.

¹ مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية -دراسة عينة من مستخدمي موقع فيسبوك بالجزائر-، رسالة ماجستير، (الجزائر: جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012)، ص 47.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

– المجموعات: تتيح مواقع الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات لأهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء وكذا دعوة الأعضاء لتلك المجموعة، ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين.

– الصفحات: تم استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع، أو المنتجات للفئات التي يحددها .

ومن بين خصائص مواقع التواصل الاجتماعي أيضا:¹

– تشتمل هذه الشبكات على مجموعة غير متوقعة من المشاركين.

– يتبادل الأعضاء عدد غير منظم من المعلومات.

– كل الأعضاء يعملون على تطوير الحاجة إلى المعلومات.

2.3 الانعكاسات النفسية والاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

قد يرى البعض أن الاقبال على مواقع التواصل الاجتماعي هي مجرد عادات متكررة من الروتين اليومي، لكن في حقيقة الأمر إن لهذه الوسائط الاتصالية الجديدة انعكاسات نفسية واجتماعية قد تظهر أعراضها على المدى القريب أو البعيد.

1.2.3 الانعكاسات النفسية:

يمكن تلخيص أهم الانعكاسات النفسية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:

¹ Amy Y. Chou, David C. Chou, **Information System Characteristics and Social Network Software**, p336 www.swdsi.org/swdsi2009/Papers/9K02.pdf

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

- خرق الخصوصية: وفي هذا الاطار يقول توماس فريدمان Thomas Friedman الصحفي بجريدة نيويورك تايمز The New York Times "إن هناك جانبا آخر لجلب المعلومات يجب أن يعتاده الناس، وهو قدرة الآخرين على جلب المعلومات بأنفسهم عنك، حيث تسطح محركات البحث العالم، بإزالة ما كان الناس يخفون داخله أو وراءه أو تحته، لكي يخفوا سمعتهم أو أجزاء من ماضيهم، وفي العالم المسطح لا يمكنك الهرب، ولا يمكنك الاختباء، فيما يزداد البحث ضيقا، عش حياتك بأمانة، لأن كل ما تفعله وكل ما ترتكبه من أخطاء ستصبح يوما ما قبلة للبحث".¹ وتعتبر الخصوصية من بين القضايا التي أثارها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فالأمان والخصوصية لم تكن الأولوية الأولى لمالكي هذه المواقع، ونتيجة لذلك تعددت المخاطر التي قد لا يدرك المستخدمون مدى انعكاساتها، فقد لا يدرك الأشخاص حجم الجمهور الذي يستطيع الوصول لمعلوماتهم بكل سهولة ويسر.

- النرجسية: وتعني النرجسية النظر إلى الذات بتضخيم الصفات فيها من الذكاء والقوة والسيطرة، وفي الغالب يستخدم النرجسيون علاقاتهم الاجتماعية لتعديل وتحسين صورتهم الإيجابية على أنفسهم، مما يجعلهم غير محبين جدا من الأشخاص المقربين لهم بقدر ما هم محبين لمن يرونهم ويتعاملون معهم عن بعد، هذا ما جعل من مواقع التواصل فضاءً مناسباً لاندماجهم فيه، وبالتالي زيادة النرجسية لديهم. حيث تساعد مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمين على الظهور واقامة علاقات اجتماعية متنوعة وهذا عامل مهم يدفع النرجسية للظهور كونها

¹ توماس فريدمان، العالم مسطح: تاريخ موجز للقرن الواحد والعشرون، تر: عمر الأيوبي، (بيروت: دار الكتاب العربي، 2006)، ص 1979.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

تمنح فرصة مواتية لإبداء الرأي وإظهار القدرات الشخصية وفرض الذات على الآخرين من خلال إضافة الأصدقاء.¹

– الشعور بالوحدة النفسية والعزلة: إن الشعور بالعزلة الاجتماعية يعني "الانفصال الإرادي والاختياري للفرد نتيجة ضعف الصلة بينه وبين المجتمع، وعدم مبالاته بما يجري حوله وانخفاض مستوى مشاركته في أية أنشطة اجتماعية أو تفاعل اجتماعي مع الآخرين".² وتعتبر العزلة الاجتماعية من بين القضايا التي أفرزها استخدام الانترنت حيث ومع التطور الكبير للمواقع الاجتماعية أصبح المستخدمون يتعلقون بشكل كبير بالعلاقات التي ينشئونها عبرها ويقضون وقتا كبيرا أمام الشاشة أكثر من الوقت الذي يخصصونه للأشخاص الواقعيين في حياتهم والذين تجمعهم بينهم علاقات مختلفة وهو ما قد يؤدي إلى العزلة الاجتماعية.

2.2.3 الانعكاسات الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

المؤكد أن من بين التأثيرات الاجتماعية الواضحة لشبكات التواصل الاجتماعي أن الفرد قد أصبح أكثر تحررا بفضل المرونة المادية والتقنية لهذه الوسائل، التي جعلت تداول المعلومات وتبادلها بين البشر في غاية السرعة، فقد تجاوزت التقنية، مدعومة برغبة الإنسان الفطرية في التحرر، هياكل الدولة التقليدية التي ترى في الفرد كائنا اتصاليا متقبلا يقف تأثيره داخل حدود ما يتأثر به المجتمع. ولكن الحاصل أن سلطة الفرد عبر وسائل التواصل الاجتماعي تزداد يوميا، ولا سيما في الدول النامية، وهذه السلطة

¹ نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية -دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين-، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2016)، ص 235.

² رقية لفلوق، ياسين قرناي، "مواقع التواصل الاجتماعي والعزلة الاجتماعية من وجهة نظر مستخدم موقع فيسبوك"، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16، (الجزائر: جامعة سطيف 2، العدد 1، 2022)، ص 471.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

ستصدم إن عاجلا أو آجلا بكل محاولة لإعادة هيكلة وسائل الإعلام التقليدية وتنظيمها، فالهيكل الكلاسيكية القديمة ستجابهها تحررية فردية تسعى إلى فرض نفسها، لي في ملكية الوسيلة وتبادل المعلومات دونما إقصاء فقط، ولكن في التأسيس لمؤسسات فردية في الاتصال وإدارة مختلفة للمشهد الإعلامي أيضا.¹

كما يمكن تحديد التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي سواء الإيجابية أو السلبية في:

- ارتفاع حالات الطلاق.
- تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية.
- استخدامها كوسيلة للبحث عن الحلول للمشاكل الاجتماعية.
- فضاء لتكوين الصداقات والعلاقات الاجتماعية.

3.3 تطور العلاقة بين الزوجين بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

تتوقف سعادة الأسرة وتوافقها الأسري على طبيعة العلاقة القائمة بين الزوجين، فإذا وجدت الزوجة أن حياتها الزوجية مشبعة وأنها تحقق ما تتطلع إليه من أهداف وما تشعر به من حاجات، فإن ذلك يؤدي بلا شك إلى حرصها على تماسك الأسرة وإلى حرصها على مصدر إشباع حاجاتها وهي الأسرة، وكذلك الزوج الذي يجد في زوجته مصدرا لإشباع حاجاته، فإنه بدوره يعمل على تماسك الأسرة وإسعاد زوجته، وهناك نمطان الحاجات النفسية يشيع وجودهما في الأسرة، الأول: هو الحاجة إلى الحب والإعجاب والحماية، أما الثاني فهو الحاجة إلى الاستقلال وتحقيق الذات، وعلى الرغم من أنه قد يكون هناك تعارض بين هذين النمطين من الحاجات إلا أنه يحدث إلى أن يضل

¹ جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، (مركز الإمارات للدراسات والبحوث)، ص 61.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

الزوجان إلى مواءمة بينهما، وينعكس أثر العلاقة بين الوالدين على الطفل، فكلما كانت العلاقة بين الوالدين منسجمة أدى ذلك إلى جو يساعد على نمو الطفل إلى شخصية متكاملة متزنة، أما الخلافات والمشاحنات بين الوالدين فتعتبر من العوامل المؤدية إلى نمو الطفل نموا نفسيا غير سوي.¹

العلاقة الزوجية هي رابطة مقدسة في جميع المجتمعات فهي النواة الأولى لتكوين أسرة تتحكم فيها ضوابط وقيم اجتماعية، غير أن هذه العلاقة أضحت تتأثر عليها متغيرات جديدة ظهرت قبل ذلك مع استخدام التلفزيون، ولتعرف تحولا في الواقع الحالي عبر ما جاءت به الثورة الرقمية التي أدت إلى شيوع استخدام وسائط الاتصال الحديثة، حيث تتوفر هذه الأخيرة على مزايا متعددة، لعل أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي. غير أن الاستعمالات المفرطة لهذه المواقع تسبب في اختلافات شديدة بين الزوجين، وذلك بسبب كثر الابحار في أعماق هذه المنصات، خاصة ما تعلق بالدرشة مع الأصدقاء والأقارب، مما أثر على النسق الأسري فأحدث فتورا في العلاقات الداخلية بين الزوج والزوجة، مما جعل الزوجات يعتقدن أن هذه الوسائط التواصلية ليست وسائل اتصال بل وسائل انفصال وعزلة. إذ تعترف الكثير من النساء المتزوجات باختلاف فروقهم الفردية أن "شبكات التواصل الاجتماعي يتم فيها زوال الكثير من الحواجز مما يفتح للأزواج أن يتعرفوا على الكثير من الأجنيات مهما كان الغرض من إنشاء العلاقات".² وقد يؤثر ذلك على واجبات الزوج في النسق الأسري فيقل التفاعل وتنعدم لغة الحوار، وقد يؤدي ذلك لعزلة الأزواج عن بعضهم البعض رغم تواجدهم الشكلي في بيت واحد، مما قد يدفع الزوجين

¹ سناء حامد زهران، مرجع سبق ذكره، ص 31.

² سليمة نياي، الأزهر ضيف، "شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على العلاقات الاجتماعية الأسرية من وجهة عينة من المتزوجات -دراسة استكشافية ببلدة الزقم بولاية الوادي-"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، (الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 12(03) 2020)، ص 193.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

للانخراط في عالم افتراضي يسبب لهم اضطرابات نفسية وربما الدخول في علاقات تتعارض مع الأعراف والقيم المجتمعية تنتهي بالتفكك الأسري.

4.3 تطور العلاقة بين الآباء والأبناء بعد استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي:

تعد العلاقة بين الوالدين والطفل من العوامل الهامة التي تدخل في تشكيل شخصية الطفل، فالطفل الذي ينشأ في ظل التدليل والعطف الزائد والرعاية الشديدة، تختلف شخصيته عن طفل نشأ في جو الصرامة والنظام المتشدد الذي يتصف بالقسوة، فإذا ما نشأ الطفل في جو مشبع بالحب والثقة تشكلت لديه شخصية تحب لأنها عاشت في جو من الثقة مع الوالدين، أما الطفل الذي ينشأ في جو من الحرمان من الحب، وشعر برفض والديه له فإنه ينمو فرداً أنانياً عدوانياً لا يعرف الحب. كما نجد أن الطفل الوحيد المدلل غالباً ما يسرف الوالدين في تنشئته فينشأ أنانياً وغيوراً أو عدوانياً، وهناك أنماط مختلفة للمعاملة الوالدية، مثل الرفض والتدليل والتسلط وفرض نظام جامد والتذبذب والإهمال والتفرقة والإسلام.¹

وإذ كانت العلاقات بين الوالدين والأبناء على هذا النحو في الواقع الحقيقي، فكيف هو حالها في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟. إن العلاقات في الأسرة الجزائرية ليست في معزل عن هذه الثورة التكنولوجية في مجالي الإعلام والاتصال والتي أحدثت تغيرات عميقة داخلها، وهو ما يظهر في عادات وأنماط استخدام أفرادها لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبح الأبناء يقضون ساعات طويلة أمام هذه الشبكات، ومواقعها المتعددة (فيسبوك، تويتر، انستغرام، يوتوب،... وغيرها) وخدماتها الكثيرة، وقد ساهم تدفق الانترنت في الجزائر وتوفير خدمات الجيل الرابع في كسر حاجز الزمان والمكان، حيث

¹ سناء حامد زهران، مرجع سبق ذكره، ص 34.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

أضحى بإمكان المستخدم الولوج إلى هذه المواقع في أوقات متعددة من اليوم وأماكن مختلفة سواء داخل المنزل أو خارجه، وهذا بفضل امتلاك الهواتف الذكية الموجهة أساساً للاستخدام الشخصي. لقد تطورت العلاقة بين الآباء والأبناء في ظل انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نحو منحى أضحت فيه العلاقة الأسرية تتسم بالفطور، حيث أصبح التواصل بين أفرادها يقتصر على الجمل القصيرة التي تقتضيها الضرورة، فعوض أن يتحاور الأبناء مع الآباء، حول رغباتهم ومشكلاتهم يفضلون التوجه إلى مواقع التواصل وكأن الحلول للمشاكل تتحقق في العالم الافتراضي أفضل من العالم الواقعي.

تري آسيا شكيرب في دراسة لها حول أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير أنماط العلاقات الأسرية أن "لشبكات التواصل الاجتماعي بعض الآثار السلبية بدرجات متفاوتة على مستوى الأبناء الدراسي، وهذا يفسره استغراقهم في استخدام تلك المواقع مع قلة الرقابة الأبوية، وقد أكد المبحوثون على وجود أثر سلبي لشبكات التواصل على مساعدة الأبناء لوالديهم، كما شعروا بوجود أثر على مساعدة الإخوة لبعضهم البعض. وهذا يعود لانشغالهم عن واجباتهم الأساسية واستغراقهم في استعمال مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع حاجاتهم النفسية والثقافية، وأثبتت الدراسة أن الوالدين يدركان خطورة هذه المواقع على أبنائهم، ويعتبرونها مصدر خطر عليهم، وأنهم يخشون على أبنائهم من طوق الخصوصية الذي منح لهم. وهذا أمر طبيعي فهذا جزء من واجبها، فقيم مجتمعنا وقيمنا الإسلامية تجعل متابعة ومراقبة الأبناء واجبا على الوالدين دون المبالغة التي قد يكون لها عواقب سلبية على الأبناء".¹ لقد أخذت العلاقة بين الأبناء والآباء في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي طابعا سلبيا إلى حد ما، لكن كيف ستكون عليه العلاقات الأسرية

¹ آسيا شكيرب، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير أنماط العلاقات الأسرية"، مداخلة قدمت للمؤتمر الدولي ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام، (السعودية: المجلد الرابع، المحور الثالث، القسم الأول، يومي 22-23/11/2016)، ص 124.

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الجزائرية في ظل انخراط جميع مكوناتها (الأب، الأم، الابن، البنت) في هذه المواقع؟. وهو ما سنجيب عليه لاحقا في التقصي الميداني.

5.3 تطور العلاقة بين الاخوة بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

كما تؤثر العلاقة بين الوالدين والاتجاهات الوالدية في نمو شخصية الطفل، تؤثر أيضا العلاقات بين الأخوة في نمو هذه الشخصية. فكلما كانت العلاقات منسجمة وكلما خلت من التفرقة بين الأخوة، كلما كان هناك فرصة للطفل لكي ينمو نموا سليما. وقد يؤثر مركز الطفل في الأسرة على العلاقة بينه وبين إخوته، فالطفل الأصغر قد يشعر بالنقص نحو أخيه الأكبر، والطفل الوحيد قد يسوء توافقه بسبب التدليل والحماية الزائدة، والطفل الأكبر قد يصبح غيورا عدوانيا إذا ما ولد طفل آخر في الأسرة. إلا أن مركز الطفل داخل الأسرة -في حد ذاته- قد لا يكون عاملا مؤثرا بقدر ما يؤثر اختلاف معاملة الوالدين للطفل، فإذا ما شعر الطفل بالتقبل والحب والعطف والحنان من والديه والمساواة وعدم التفرقة في المعاملة بينه وبين إخوته وأخواته، فإن مركز الطفل في الأسرة لا يؤثر في شيء. في ظل هذه المتغيرات التي قد تظهر في حياة الأبناء في بداية حياتهم وإدراكهم لمكانتهم في النسق الأسري، فإن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي -وهم الفئة الأكثر استخداما- يجعلها المنتفس الوحيد عن تلك العقد النفسية، وإذا ما سلطنا الضوء على سمات هذه التكنولوجيا فنجد أن "أهم ميزة لها هو الاستخدام الفردي فقد أصبح كل فرد يتعامل بوسيلة واحدة دون اللجوء إلى المرافقة أو المشاركة الجماعية الحقيقية ويبحث فقط عن ما يشبع رغباته وحاجاته الخاصة به، ليقضي وقته مع هذه التكنولوجيات من خلال إقامة المحادثات، أو الارتباط بسماع الموسيقى عن طريق الانعزال باستخدام مثلا:

الفصل الثاني: العلاقات الأسرية الجزائرية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

سماعات الأذن الشخصية أو اللعب بأنواع مختلفة من الألعاب الالكترونية الفردية الخاصة بأذواقه دون مشاركة الآخرين والاندماج معهم".¹

وهكذا يمكننا القول أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوسط الأسري قد يساعد في تعزيز النمو النفسي السوي والتوافق النفسي والصحة النفسية، إذا ما كانت العلاقات الأسرية والمناخ الأسري يتسم بما يلي:

- إشباع الحاجات النفسية وخاصة الحاجة إلى الأمن والحب والتقدير والانتماء.
- تنمية الاستعدادات والقدرات عن طريق اللعب والخبرات البناءة والممارسة الموجهة.
- تعليم مهارات التفاعل الاجتماعي واحترام حقوق الآخرين والتعاون والإيثار.
- تعليم التوافق الشخصي والاجتماعي.
- تكوين الاتجاهات السليمة نحو الوالدين والأخوة والآخرين.
- تكوين العادات السليمة الخاصة بالتغذية والكلام والنوم.
- تكوين الأفكار السليمة.²

¹ أمينة نبيح، اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي -دراسة ميدانية لمستخدمي Facebook- في الجزائر، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: كلية الاعلام، 2013)، ص 33.

² سناء حامد زهران، مرجع سبق ذكره، ص ص 34-35.

الإطار التطبيقي

تمهيد:

هذه الدراسة تتناول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية في الجزائر دراسة على عينة من الأسر ببلدية تيغنيف ولاية معسكر مع التطبيق على عينة قوامها 50 أسرة وزعت عليهم استمارة الدراسة، والموزعين على مدينة تيغنيف، ومن مجموع 300 استمارة بحث قسمت على خمسون أسرة استرجعنا 253 استمارة مع العلم أننا لم نتمكن من استلام 47 استمارة من المبحوثين ولم تسجل لدينا استمارة ملغاة. بعد عملية جمع الاستمارات قام الباحث بتقييمها وتفرغها وترميزها بالاستعانة بنظام SPSS، ثم إدخال البيانات في هذا النظام للحصول على الجداول، واستخراج الأساليب الإحصائية المتبعة في الدراسة من أجل الحصول على أبرز الفروق الجوهرية بين بعض متغيرات الدراسة، لنصل إلى مرحلة تحليل وتفسير البيانات بهدف إثبات أو نفي الفرضيات، والإجابة عن تساؤلات الدراسة، ومناقشة نتائج الدراسة المتوصل إليها في ضوء الإطار النظري للبحث والخلفيات النظرية المنتهجة من خلال إسقاط المقاربة النظرية، ومقارنتها بالدارسات السابقة مع التعليق على نقاط التشابه والاختلاف، إضافة إلى تقديم تفسيرات من قبل الباحث.

السمات العامة لعينة الدراسة:

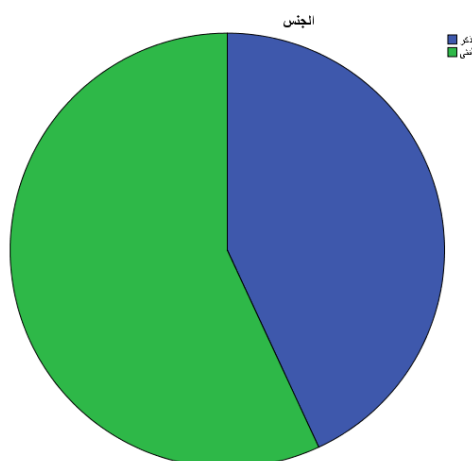
تعد السمات العامة للمبحوثين من المحطات الهامة في البحوث العلمية وخاصة بحوث الإعلام والاتصال، يقوم الباحث في هذه المرحلة بمعرفة طبيعة جنس المبحوثين، بالإضافة إلى المستوى التعليمي وتخصصهم الدراسي ومكان إقامتهم وغيرها من السمات الشخصية التي تكتسي الأهمية البالغة حسب متغيرات الدراسة وفروضها، وجاءت خصائص مجتمع البحث على النحو التالي:

الجدول 01: يمثل توزيع العينة حسب متغير الجنس.

النسب المئوية	التكرارات	الجنس
56.9 %	144	أنثى
43.1 %	109	ذكر
100 %	253	المجموع

يشير الجدول رقم 01 إلى النسب الإحصائية لمتغير الجنس، حيث نلاحظ أن نسبة الإناث 56.9% بتكرار 144 وحدة مقابل 43.1% بتكرار 109 وحدة من الذكور من مجموع حجم العينة 253 وحدة، وعليه يتضح أن نسبة الإناث أكبر من الذكور، ويمكن تفسير نسبة ارتفاع نسبة الإناث مقارنة بالذكور إلى طبيعة المجتمع الجزائري الذي يعرف في السنوات القليلة الماضية زيادة معتبرة في عدد الإناث، والشكل رقم: 01 يوضح ذلك.

الشكل 01: الجنس.



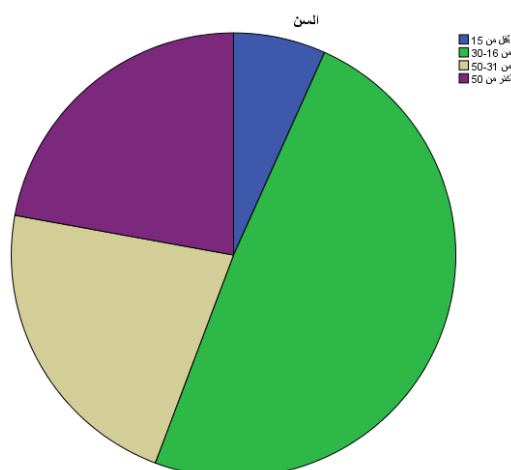
عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 02: يمثل توزيع العينة حسب متغير السن.

النسب المئوية	التكرارات	السن
48.6 %	123	من 16-30
22.5 %	57	من 31-50
22.1 %	56	أكثر من 50
6.7 %	17	أقل من 15
100 %	253	المجموع

يشير الجدول رقم 02 إلى النسب الإحصائية لمتغير السن، حيث نلاحظ أن نسبة الأفراد الأقل من 15 سنة 6.7% بتكرار 17 وحدة مقابل 48.6% بتكرار 123 وحدة من الفئة العمرية 16-30 سنة، تليها فئة 31-50 سنة بنسبة 22.5% بتكرار 57 وفئة أكثر من 50 سنة بنسبة 22.1% وبتكرار 56 وحدة من مجموع حجم العينة 253 وحدة، وعليه يتضح أن نسبة الفئة العمرية 16-30 سنة أكبر من الفئات الأخرى، ويمكن تفسير نسبة ارتفاع نسبة الفئة 16-30 وكذلك فئة أقل من 15 إلى أنها تتشكل بالدرجة الأولى من الأبناء وبدرجة أقل الأزواج الجدد، أما عن فئة 31-50 وفئة أكثر من 50 فهي تتكون غالبيتها من الآباء الذين تزوجوا في سن مبكرة وأنجبوا أبناء وهم الآن إما في مرحلة المراهقة أو الشباب، وهو ما تعبر عليه ارتفاع نسبة فئة 16-30 حيث شكلت 123 وحدة من مجموع التكرارات للعدد الكلي للعينة، وهذا ما لاحظته الباحثة في أطوار هذه الدراسة حيث تراء لنا جليا أن فئة المراهقين والشباب هو الأكثر استخداما مقارنة بفئة الكهول والشيوخ. ويمكن تفسير ذلك إلى وجود مواقع التواصل الاجتماعي ضمن الروتين اليومي للمراهقين والشباب، أضف إلى ذلك سهولة تحكمهم في التقنيات التكنولوجية الحديثة مقارنة بفئة الكهول والشيوخ التي يعتبر مدى تحكمها في هذه الوسائط محدود إلى حد ما. والشكل رقم: 02 يوضح ذلك.

الشكل 02: السن



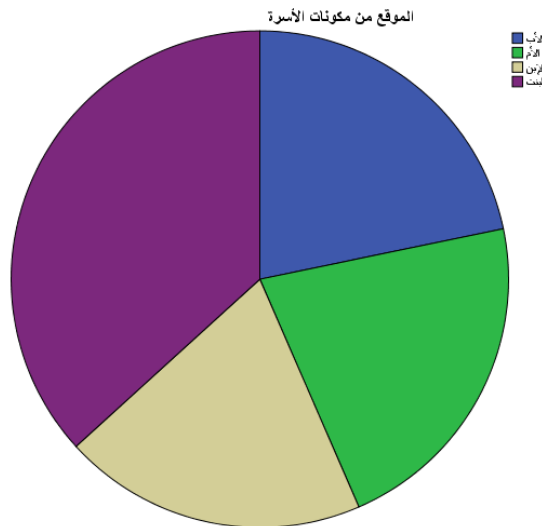
عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 03: يمثل توزيع العينة حسب متغير مكونات الأسرة.

النسب المئوية	التكرارات	المكون في الأسرة
36.8 %	93	البنات
21.7 %	55	الأب
21.7 %	55	الأم
19.8 %	50	الابن
100 %	253	المجموع

يشير الجدول رقم 03 إلى النسب الاحصائية لمتغير الموقع في مكونات الأسرة، حيث نلاحظ أن نسبة البنات 36.8% وبتكرار 93 وحدة والآباء بنسبة 21.7% بتكرار 55 وحدة مقابل نسبة 21.7% بتكرار 55 وحدة من الأمهات، تليها الابن بنسبة 19.8% بتكرار 50 وحدة من مجموع حجم العينة 253 وحدة، وعليه يتضح أن نسبة البنات أكبر من المكونات الأخرى، وهذا ما لاحظته الباحثة أيضا في مجتمع الدراسة حيث أن عدد المواليد من البنات في الأسر الجزائرية هو الأكبر مقارنة بعدد المواليد من الذكور. والشكل رقم: 03 يوضح ذلك.

الشكل رقم 03: الموقع في مكونات الاسرة.



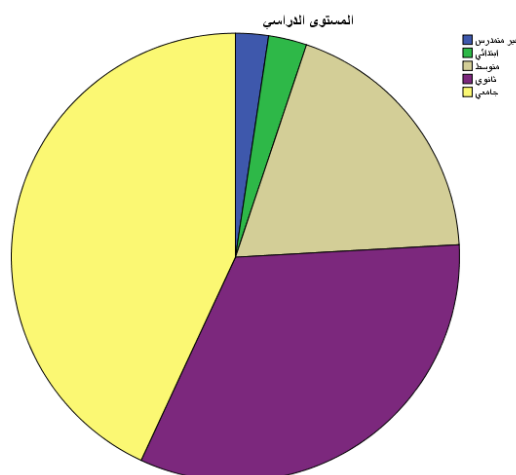
عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 04: يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى الدراسي.

المستوى	التكرارات	النسب المئوية
جامعي	109	43.1 %
ثانوي	83	32.8 %
متوسط	48	19 %
ابتدائي	7	2.8 %
غير ممتدرس	6	2.4 %
المجموع	253	100 %

يشير الجدول رقم 04 إلى النسب الاحصائية لمتغير المستوى الدراسي، حيث نلاحظ أن نسبة المستوى الجامعي 43.1% بتكرار 109 وحدة مقابل 32.8% بتكرار 83 وحدة من مستوى ثانوي، تليها مستوى متوسط بنسبة 19% بتكرار 48 وحدة ثم على التوالي ابتدائي بنسبة 2.8% وبتكرار 7 وحدات وغير ممتدرس بنسبة 2.4% بتكرار 6 وحدات من مجموع حجم العينة 253 وحدة، وعليه يتضح أن نسبة المستوى الجامعي أكبر من المستويات الأخرى، ويمكن تفسير ارتفاع نسبة المستوى الجامعي إلى انتشار التعليم في مناطق واسعة من البلاد، هذا ما انعكس على الوعي الأسري بضرورة التعليم وأهميته في تطوير الذات، فنجد الآباء يشجعون أبناءهم على الدراسة من أجل كسب الشهادات العليا التي من شأنها أن تمنحهم مناصب عمل تساعد على تحقيق الاكتفاء المادي، فضلا على أن المستوى الجامعي الذي أضحي واحدا من الشروط التي يجب أن تتوفر في الأزواج لتكوين أسرة ناجحة، والشكل رقم: 04 يوضح ذلك.

الشكل رقم 04: المستوى الدراسي.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

هذه هي إذن سمات عينة الدراسة التي ركزنا فيها على متغيرات عدة، وتركيزنا على هذه المتغيرات في الدراسة ليس اعتباطيا، وإنما الحاجات والإشباع التي تحققها الأسرة من مواقع التواصل الاجتماعي يتطلب تجزئة هذه المتغيرات إلى مؤشرات وأبعاد، فقد يكون لهذه المتغيرات دورا في إبراز دوافع الأسرة إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى الإشباع المحققة ومعرفة تطورات العلاقة بين أفراد الأسرة بعد الاستخدام. وسنكتفي في دراستنا هذه بالمتغيرات التي تكون لها دلالة احصائية بارزة تساعدنا في عملية تحليل البيانات والاجابة على فروض الدراسة.

المحور 01: عادات وأنماط استخدام الأسرة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي.

يعتبر مدخل عادات وأنماط استخدام الأسر الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي مهما في دراستنا، لعلاقته المباشرة بمتغير التأثير على العلاقات الأسرية، فمن الضروري التعرف على أنواع شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد الأسرة الجزائرية، درجة استخدام العينة للمواقع، والأوقات المفضلة في الاستخدام، والزمن المستغرق في التصفح، فهي مهمة في اكتشاف مدى تعلق أفراد الأسرة بهذه الشبكات والتعرف على الخدمات التي يفضلونها في هذه المواقع، وتحديد الفترات التي يفضل الابحار فيها، وغيرها من عادات وأنماط التصفح التي سنتعرف عليها في هذا المحور.

الجدول 05: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		الاستخدام
	أنثى	ذكر	
237	133	104	نعم
%93.7	% 52.6	% 41.1	
16	11	5	لا
%6.3	% 4.3	% 2	
253	144	144	المجموع
%100	% 43.1	% 56.9	

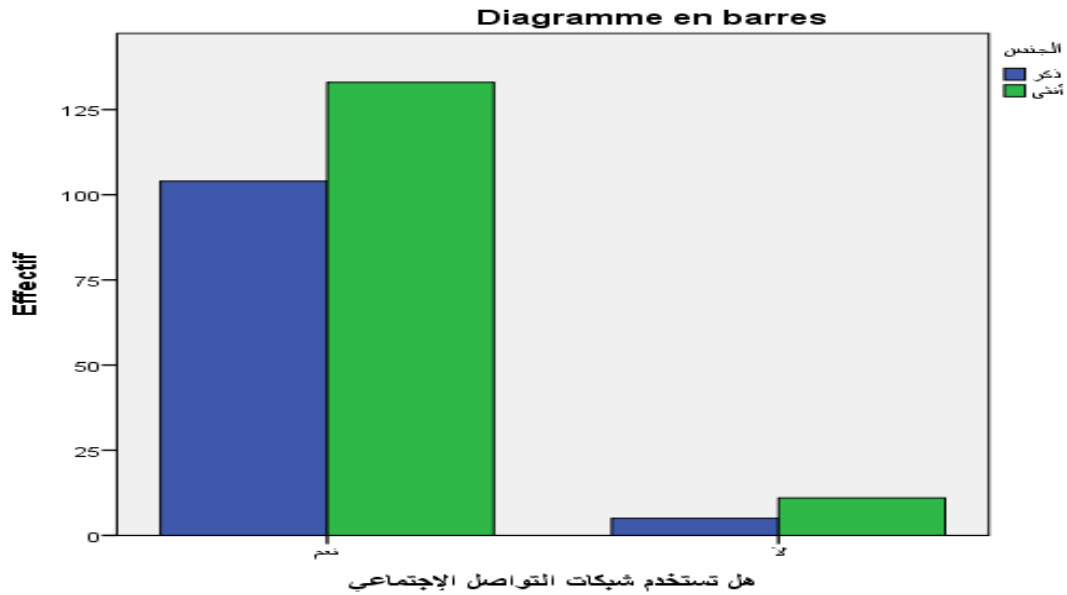
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.436	01	/	0.975

شير الجدول رقم 05 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير الجنس على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وتقدر نسبتهم بـ 93.7%، الإناث بنسبة 52.6% ثم الذكور بنسبة

عرض نتائج الدراسة الميدانية

41.1% فيما بلغت نسبة الذين لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي 6.3%، إناث بنسبة 4.3% ثم الذكور بنسبة 2%. يتضح من الجدول تقارب النسب المئوية بالنسبة للإناث والذكور؛ أي عدم تسجيل تفاوت في النسب المئوية بين الذكور والإناث سواء في الإجابة بـ نعم أو لا، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحظى بشعبية كبيرة في العالم ككل وفي مدينة تيغنيف على وجه الخصوص ويرجع ذلك للدور الذي أضحت تلعبه في الاستجابة للحاجات التعليمية والمعرفية والمهنية، بالإضافة إلى استخدامها كوسائل للتواصل وهذا ما يقوض فعليا حاجز الزمان والمكان. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 05 يوضح ذلك.

الشكل رقم 05: توزيع الجنس على الاستخدام.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 06: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفق متغير السن.

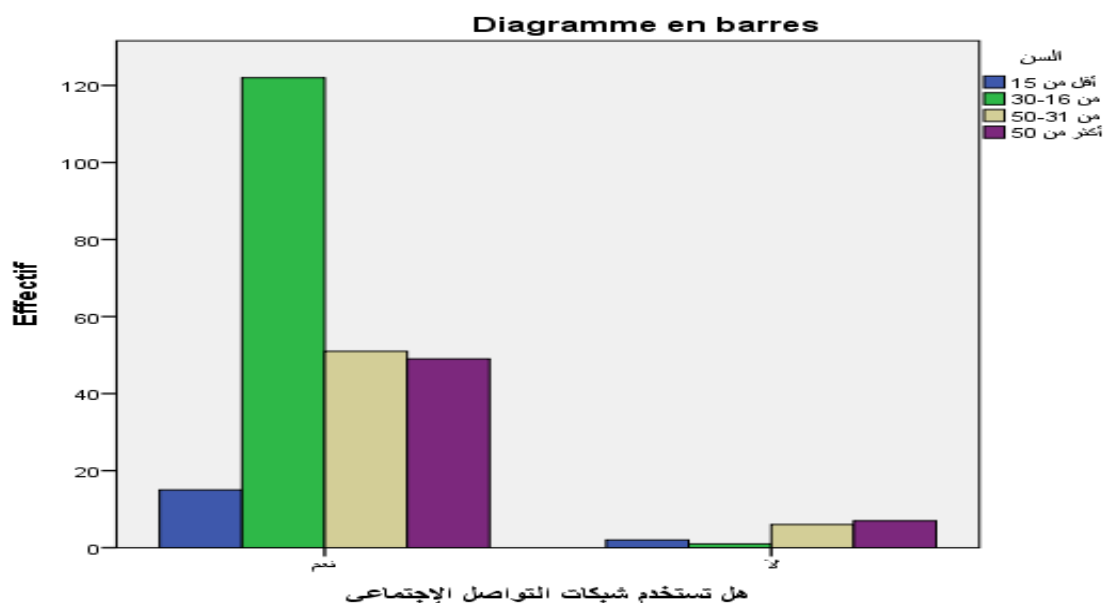
المجموع	السن				الاستخدام
	أكثر من 50	من 50-31	من 30-16	أقل من 15	
237	49	51	122	15	نعم
% 93.7	% 19.4	% 20.2	48.2%	% 5.9	
16	7	6	1	2	لا
% 6.3	% 2.8	% 2.4	% 0.4	% 0.8	
253	56	57	123	17	المجموع
% 100	% 22.1	% 22.5	% 48.6	% 6.7	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	03	7.81	12.460

يشير الجدول رقم 06 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير السن على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن الفئة العمرية الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي هي من 30-16 سنة بنسبة 48.2% بينما النسب الأخرى فتتوزع على التوالي، من 50-31 سنة بنسبة 20.2% ثم الأكثر من 50 سنة بنسبة 19.4% وفي الأخير الأقل من 15 سنة بنسبة أقل تقدر بـ 5.9%، فيما نسب الفئات العمرية التي لا تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي متقاربة بالنسبة للفئتين 50-31 و أكثر من 50 إلا بالنسبة للفئة العمرية من 30-16 فإنها منخفضة مع فئة الأقل من 15 سنة. إذن يتضح من الجدول أن النسبة المئوية لفئة 30-16 تفوق نسبة الفئات الأخرى في النسبة للإجابة نعم في حين تنخفض في عدم الاستخدام، ويمكن تفسير ذلك إلى أن الفئة العمرية 30-16 هي أغلبها في مرحلة المراهقة أو الشباب، حيث تتميز هذه الفئة بحب الاستكشاف والبحث عن المعرفة العلمية والتواصل. التويتر، اليوتوب، الفيسبوك، هذه المواقع وغيرها صارت قبلة لهؤلاء المراهقين والشباب قصد تحقيق الاندماج والتفاعل والحصول على المعلومات، فضلاً على أنها خلقت لهم فضاء يلتقون فيه للردشة والتعارف وتبادل الاهتمامات بالإضافة إلى الصور والفيديوهات. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة ك² المحسوبة تساوي 12.460 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 7.81 عند درجة الحرية 03، والشكل رقم 06 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 06: توزيع السن على الاستخدام.



الجدول 07: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفق متغير مكونات الأسرة.

المجموع	الموقع في مكونات الأسرة				
	الابن	الابن	الأم	الأب	
237	91	49	46	51	نعم
% 93.7	% 36	% 19.4	% 18.2	% 20.2	
16	2	1	9	4	لا
% 6.3	% 0.8	% 0.4	% 3.6	% 1.6	
253	93	50	55	55	المجموع
% 100	36.8	19.8	21.7	21.7	

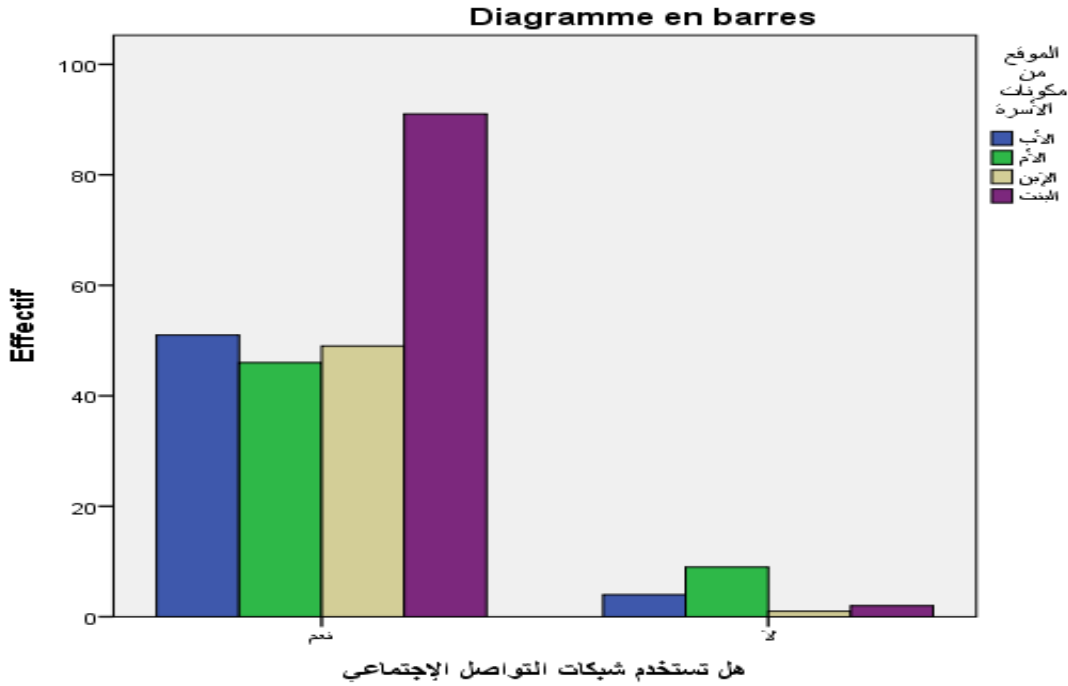
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	03	7.81	13.754

يشير الجدول رقم 07 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكونات الأسرة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن المكون الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي هي البنات بنسبة 36% بينما النسب الأخرى فنتوزع بالتفاوت على التوالي، الأب بنسبة 20.2% ثم الابن بنسبة 19.4% وفي الأخير الأم بنسبة 18.2%، فيما نسب المكون الذي لا يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي فنلاحظ أيضاً وجود تفاوت في النسب بحيث أن البنات أقل من الأب والأم بنسبة 0.8% والابن بنسبة 0.4%. إذن يتضح من الجدول أن النسبة المئوية للبنات الأكثر تفاوتاً بالنسبة للفئات

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الأخرى، ويمكن تفسير ذلك إلى أن نسبة الإناث هي الأكثر استخداما في عينة البحث. إذ يغلب على الأنثى الطابع العاطفي فهي تميل إلى تلك الأشياء التي تحقق لها التقدير وتوفر لها الاهتمام إذ تجد الإناث في شبكات التواصل الاجتماعي ملاذا آمنا للتعبير عن آرائهن ومناقشة المواضيع التي لا تلقى القبول داخل المجال الأسري في الواقع الحقيقي. البحث عن العلاقات الاجتماعية هو ما يفسر كذلك ارتفاع نسبة الإناث في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالفئات الأخرى، فعلاقات الصداقة والعلاقات الحميمة يسهل الوصول إليها بالنسبة للإناث في العالم الافتراضي أكثر من الواقع الحقيقي التي تفرض فيه الأسرة قيودا يصعب تجاوزها من طرف البنات في غالب الأحيان. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة χ^2 المحسوبة تساوي 13.754 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 7.81 عند درجة الحرية 03، والشكل رقم 07 يوضح ذلك.

الشكل رقم 07: توزيع المكون على الاستخدام.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 08: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفق متغير المستوى الدراسي.

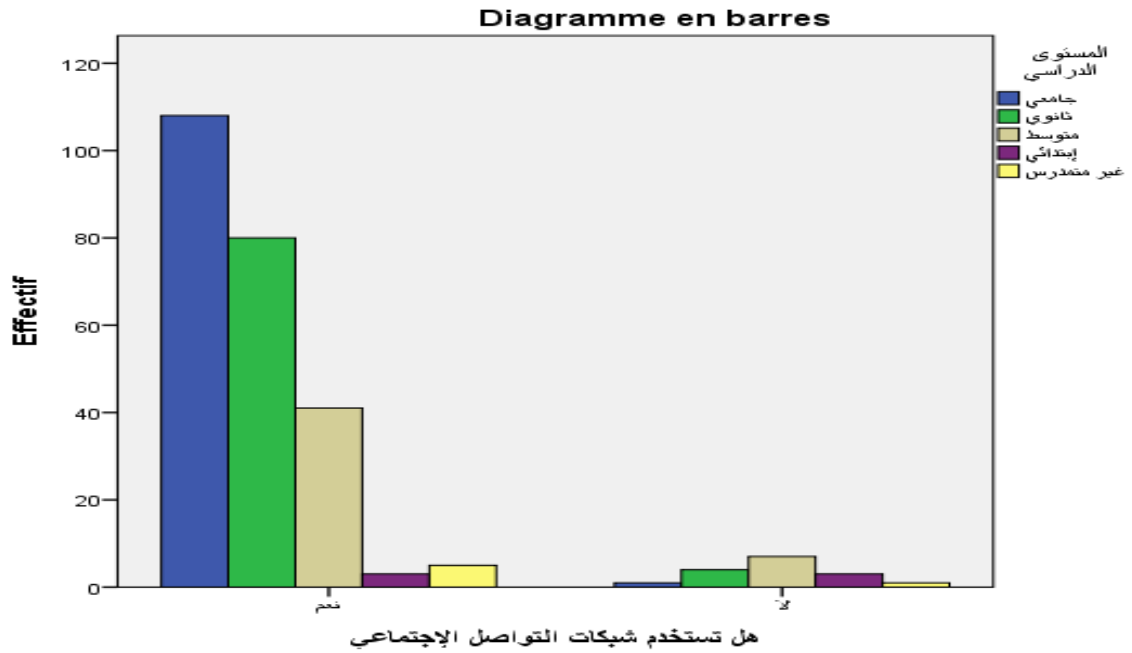
المجموع	المستوى الدراسي					
	جامعي	ثانوي	متوسط	ابتدائي	غير متمدرس	
237	108	80	41	3	5	نعم
% 93.7	% 42.7	% 31.6	% 16.2	% 1.2	% 2	
16	1	4	7	3	1	لا
% 6.3	% 0.4	% 1.6	% 2.8	% 1.2	% 0.4	
253	109	84	48	6	6	المجموع
% 100	% 43.1	% 33.2	% 19	% 2.4	% 2.4	

قيمة ك ²	المجدولة	درجات الحرية	مستوى الدلالة	القرار
31.655	9.49	4	0.05	دال (توجد فروق)

يشير الجدول رقم 08 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي في مكونات الأسرة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن المستوى الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي هو الجامعي بنسبة 42.7% بينما النسب الأخرى فتنوزع بالتفاوت على التوالي، ثانوي بنسبة 31.6% ثم يليه متوسط بنسبة 16.2% والأقل نسبة غير متمدرس بنسبة 2% وابتدائي بنسبة 1.2%، فيما نسب المستوى الدراسي الذي لا يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي فنلاحظ أيضاً وجود تفاوت في النسب بحيث أن الجامعي وغير المتمدرس أقل نسبة بـ 0.4% ثم ثانوي وابتدائي بنسبة 1.6% و 1.2% على التوالي. في الأخير يأتي المتوسط بأعلى نسبة بـ 2.8%. إذن يتضح من الجدول أن النسبة المئوية متفاوتة بالنسبة لجميع المستويات سواء تتعلق بالإجابة بـ نعم أو لا، ويمكن تفسير ذلك بأن غالبية أسر مدينة تيغنيف يملكون مستوى تعليمي جامعي، حيث أن منظومة التجارب والخبرات التي تلقوها داخل المؤسسات أو المعاهد التعليمية أدت إلى بناء سلوكيات جديدة لديهم. وهذا تجلى في مواكبة التطور التكنولوجي المتسارع الذي أضحى التعليم فيه ضرورة ملحة من أجل التعايش مع شبكات التواصل الاجتماعي، ومن خلال الملاحظة بالمشاركة يرى الباحث أنها كلما تحسن المستوى التعليمي لأسر مدينة تيغنيف إلا وزاد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفي نفس الوقت يسهل عليهم ذلك كيفية التحكم فيها وحسن التعامل معها. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة ك² المحسوبة تساوي 13.754 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 7.81 عند درجة الحرية 03، والشكل رقم 08 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 08: توزيع المستوى على الاستخدام.



الجدول 09: مواقع شبكات التواصل المستخدمة دائما وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
191	103	88	فيسبوك
% 80.9	% 43.5	% 37.4	
182	103	79	يوتوب
% 76.8	% 43.5	% 33.3	
64	46	18	أنستغرام
% 27.3	% 19.6	% 7.7	
23	12	11	تويتر
% 9.8	% 5.1	% 4.7	
460	264	196	المجموع
% 194.8	% 111.7	% 83.1	

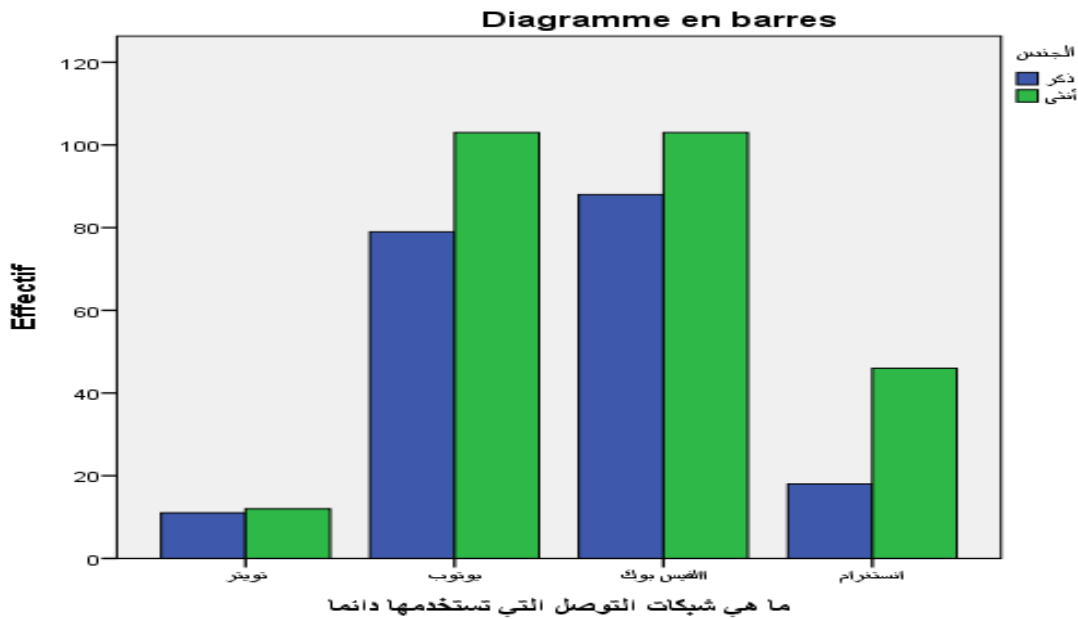
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.08	3	/	6.731

يشير الجدول رقم 09 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير الجنس على استخدام أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة، حيث نلاحظ أن إجمالي نسب المبحوثين

عرض نتائج الدراسة الميدانية

المستخدمين لفيسبوك بلغت 80.09% مقابل 19.91% لا يستخدمونه في نسب موزعة بالتقارب بين الذكور والإناث، أما يوتوتب فتقدر نسبة مستخدميها 76.8% مقابل 23.2% لا يستخدمونه من إجمالي 237 مبحوث موزعة بالتقارب بين الإناث والذكور، ثم يليه انستغرام بمجموع 27.3% مستخدم مقابل 72.7% لا يستخدمون موزعة بالتفاوت بين الذكور والإناث، في الأخير نسب استخدام موقع تويتر بلغت 9.8% فيما نسبة 90.2% لا يستخدمونه موزعة بالتقارب بين الإناث والذكور. إذن يتضح من الجدول أن النسبة المئوية الموزعة بين الذكور والإناث متقاربة بالنسبة لمعظم النسب في الجدول، ويمكن تفسير ذلك إلى أن المبحوثين عموما يحبون تجربة مختلف المواقع الجديدة من خلال الاشتراك فيها واستخدامها والاستفادة من مختلف خدماتها والتمتع بخصائصها. وفي نفس السياق يرى الباحث جمال شريف في دراسته حول أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية أن "توسيع شبكة الأنترنت المتصل بالهاتف الجوال وتغطية أغلب ولايات الوطن بخدمات أنترنت الجيل الثالث والرابع، هذا مكن المستخدمين من الولوج إلى هذه المواقع ببساطة، إضافة إلى سهولة استخدام هذه المواقع والتحديثات الآنية التي تعرفها من حين إلى آخر، ما جعلها متاحة للجميع حتى أولئك الذين لا يقرؤون ولا يكتبون"¹. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق K^2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن K^2 غير دلالة عند القيمة المعنوية 0.05 لأن 0.08 أكبر من 0.05، والشكل رقم 09 يوضح ذلك.

الشكل رقم 09: توزيع الجنس على أنواع الشبكات.



¹ جمال شريف، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية -دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة المسيلة أنموذجاً، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة عمار تلجي بالأغواط، 2021)، ص 186.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 10: مواقع شبكات التواصل المستخدمة دائما وفق متغير السن.

المجموع	السن				
	أكثر من 50	من 31-50	من 16-30	أقل من 15	
191	39	38	108	6	فيسبوك
% 80.9	% 16.5	% 16	% 45.6	% 2.5	
182	38	39	91	14	يوتوب
% 76.8	% 16	% 16.5	% 38.4	% 5.9	
64	5	4	52	3	أنستغرام
% 27	% 2.1	% 1.7	21.9%	% 1.3	
23	3	5	13	2	تويتر
% 9.8	% 1.3	% 2.1	% 5.5	% 0.8	
460	85	86	264	25	المجموع
% 194.2	% 35.9	% 36.3	% 111.4	% 10.5	

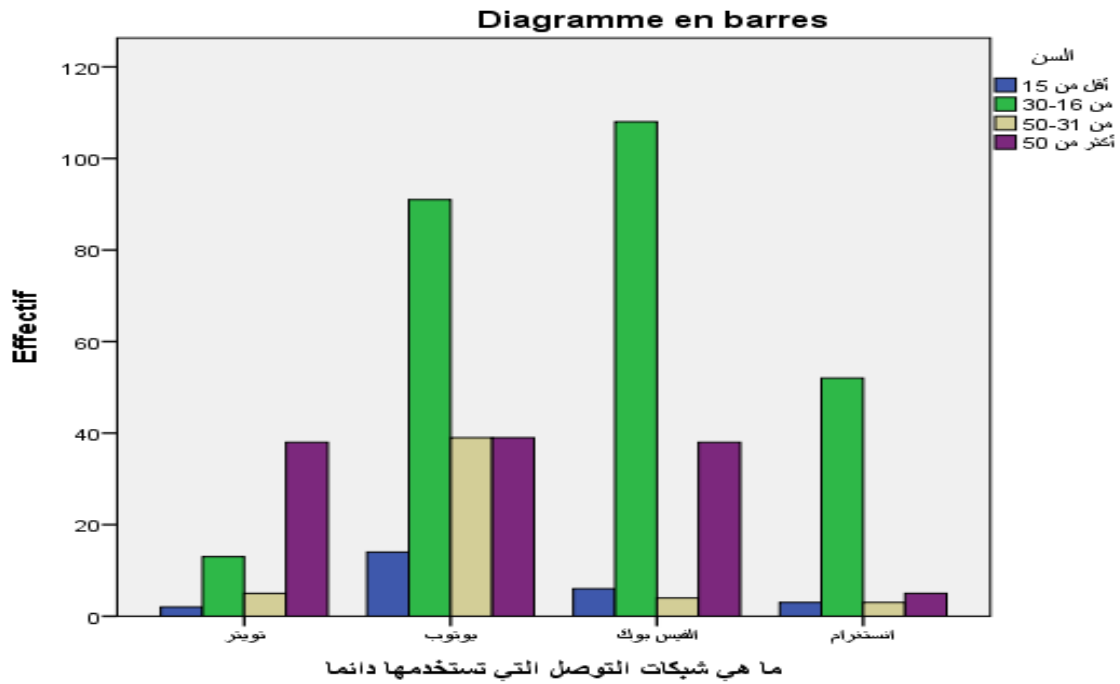
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	9	16.92	23.733

يشير الجدول رقم 10 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير السن على استخدام أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة، حيث نلاحظ أن إجمالي نسب المبحوثين المستخدمين فيسبوك بلغت 80.09% مقابل 19.91% لا يستخدمونه في نسب موزعة بالتفاوت بين متغير السن حيث أن الفئة العمرية 30-16 أكبر نسبة بـ 45.6% فيما قدرت أقل نسبة بـ 2.6% لفئة الأقل من 15 بينما فئتي 50-31 و أكثر من 15 متقاربتين بنسبة 16% و 16.5% على التوالي، أما يوتوب فتقدر نسبة مستخدميه 76.8% مقابل 23.2% لا يستخدمونه من إجمالي 237 مبحوث موزعة بالتفاوت أيضا بين متغير السن حيث أن الفئة العمرية 30-16 أكبر نسبة بـ 38.4% فيما قدرت أقل نسبة بـ 5.9% لفئة الأقل من 15 بينما فئتي 50-31 و أكثر من 15 متقاربتين بنسبة 16.5% و 16% على التوالي، ثم يليه انستغرام بمجموع 27.3% مستخدم مقابل 72.7% لا يستخدمون موزعة بالتفاوت كذلك بين متغير السن حيث أن الفئة العمرية 30-16 أكبر نسبة بـ 21.9% فيما تقاربت باقي النسب الأقل من 15 و 50-31 و الأكثر من 50 بنسبة 1.3%، 1.7%، 2.1% على التوالي، في الأخير نسب استخدام موقع تويتر بلغت 9.8% فيما نسبة 90.2% لا يستخدمونه موزعة بالتفاوت بين متغير السن أين يلاحظ أن نسبة الفئة العمرية 30-16 المقدر بـ 5.5% هي الأكبر. إذن يتضح من الجدول أن النسبة المئوية لمتغير السن الموزعة على أنواع الشبكات متفاوتة بشكل كبير، ويمكن تفسير ذلك إلى أن هذه المواقع هي الأكثر شعبية لدى الفئتين (أقل من 15 سنة وفئة 16-30) في الجزائر، إذ وجد أفراد

عرض نتائج الدراسة الميدانية

العينة في استخدامهم لهذه المواقع ما يغنيهم عن باقي التطبيقات والمواقع كالانستغرام والتويتر، وهو الأمر نفسه بالنسبة لفئتي 31-50 و أكثر من 50. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة χ^2 المحسوبة تساوي 23.733 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 16.92 عند درجة الحرية 09، والشكل رقم 10 يوضح ذلك.

الشكل رقم 10: توزيع السن على أنواع الشبكات.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 11: مواقع شبكات التواصل المستخدمة دائما وفق متغير الموقع في مكونات الأسرة.

المجموع	الموقع في مكونات الأسرة				
	البنات	الابن	الأم	الأب	
189	75	42	32	42	فيسبوك
% 80.9	% 31.6	% 17.7	% 13.5	% 17.7	
182	68	38	39	37	يوتوب
% 79.8	% 28.7	% 16	% 16.5	% 15.6	
64	42	13	4	5	أنستغرام
% 27	% 17.7	% 5.5	% 1.7	% 2.1	
23	8	7	4	4	تويتر
% 9.7	% 3.4	% 3	% 1.7	% 1.7	
460	192	100	78	88	المجموع
% 194.2	% 81.4	42.2%	% 33.4	% 37.1	

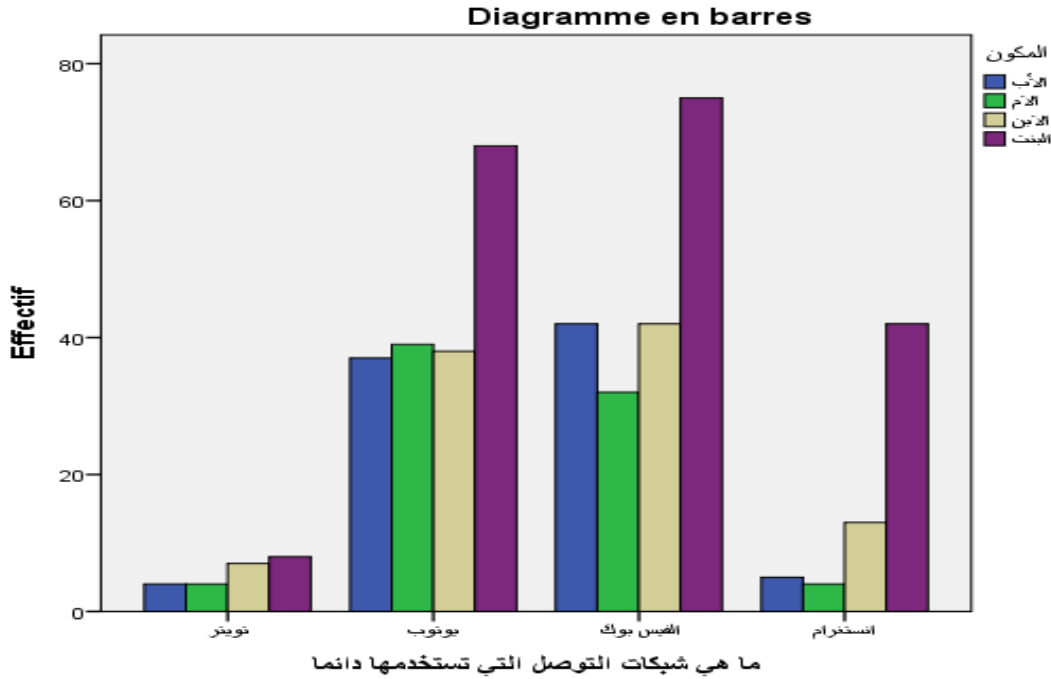
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	9	16.92	22.660

يشير الجدول رقم 11 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير المكون في الأسرة على استخدام أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة، حيث نلاحظ أن إجمالي نسب المبحوثين المستخدمين لفيسبوك بلغت 80.09% مقابل 19.91% لا يستخدمونه في حين النسب موزعة بالتفاوت بين متغير المكون حيث أن البنات أكبر نسبة بـ 31.6% فيما قدرت أقل نسبة بـ 13.5% لفئة الأم 5 وبالتساوي بين الابن و الأب بنسبة 17.7%، أما يوتوب فنقدر نسبة مستخدميه 76.8% مقابل 23.2% لا يستخدمونه من إجمالي 237 مبحوث موزعة بالتفاوت أيضا بين متغير المكون حيث أن البنات أكبر نسبة بـ 28.7% فيما تقاربت نسبة الابن، الأب والأم بنسبة 16% و 16.5% و 15.5% على التوالي، ثم يليه انستغرام بمجموع 27.3% مستخدم مقابل 72.7% لا يستخدمون موزعة بالتفاوت كذلك بين متغير المكون حيث أن البنات أكبر نسبة بـ 17.7% يليها الابن بنسبة 5.5% وبأقل نسبة الأم والأب بنسبة 1.7%، 2.1% على التوالي، في الأخير نسب استخدام موقع تويتر بلغت 9.8% فيما نسبة 90.2% لا يستخدمونه موزعة بالتقارب بين البنات والابن بنسبة 3.4%، 3% على التوالي وتساوي النسب بين الأم والأب بـ 1.7%. إذن يتضح من الجدول أن النسبة المئوية لمتغير المكون في الأسرة الموزعة على أنواع الشبكات متفاوتة بشكل واضح، ويمكن تفسير استخدام البنات للفيسبوك واليوتوب بنسبة أكبر وفق متغير الموقع في الأسرة إلى أنهم يقضون وقتا أطول على هذه المواقع فنلاحظهم يميلون إلى

عرض نتائج الدراسة الميدانية

مشاهدة الأفلام الرومنسية والمسلسلات الدرامية التي يتيحها تطبيق يوتوب ومقاطع الفيديو ذات الطابع التعليمي والترفيهي على موقع فيسبوك. في المقابل نجد الإبن يستخدم الفيسبوك للبقاء على تواصل مع أصدقائه ومعرفة أخبارهم، ناهيك عن مشاركته لصوره التي يتباها بها أمام الآخرين ويحرص على الظهور فيها بأحسن حال، في حين نجده يستخدم اليوتوب في مشاهدة أفلام الأكشن ومباريات كرة القدم. في المقابل يستخدم الأب الفيسبوم في التواصل مع أصدقائه من جيله ومتابعة مستجدات الأخبار اليومية والتغيرات الراهنة في الساحة السياسية الدولية ويساعد استخدامه لليوتوب في تحصيل تلك المعلومات. أما الأم فهي تستخدم بكثرة موقعي الفيسبوك واليوتوب في الحصول على أحدث وصفات الطبخ والديكورات المنزلية ومتابعة الصفحات والقنوات التي تتناول مواضيع التجميل والعناية الصحية، وتربية الأبناء ورعايتهم. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة χ^2 المحسوبة تساوي 22.660 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 16.92 عند درجة الحرية 09، والشكل رقم 11 يوضح ذلك.

الشكل رقم 11: توزيع المكون في الأسرة على أنواع الشبكات.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 12: مواقع شبكات التواصل المستخدمة دائماً وفق متغير المستوى الدراسي.

المجموع	المستوى الدراسي					
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
189	5	0	30	67	89	فيسبوك
% 80.6	% 2.1	% 0	% 12.7	% 28.3	% 37.6	
182	3	3	33	61	82	يوتوب
% 76.8	% 1.3	% 1.3	% 13.9	% 25.7	% 34.6	
64	0	0	2	18	44	أنستغرام
% 27	% 0	% 0	% 0.8	% 7.6	% 18.6	
23	1	1	2	6	13	تويتر
% 9.7	% 0.4	% 0.4	% 0.8	% 2.5	% 5.5	
460	9	4	67	152	228	المجموع
% 194.2	% 3.8	% 1.7	% 28.2	% 64.1	% 96.3	

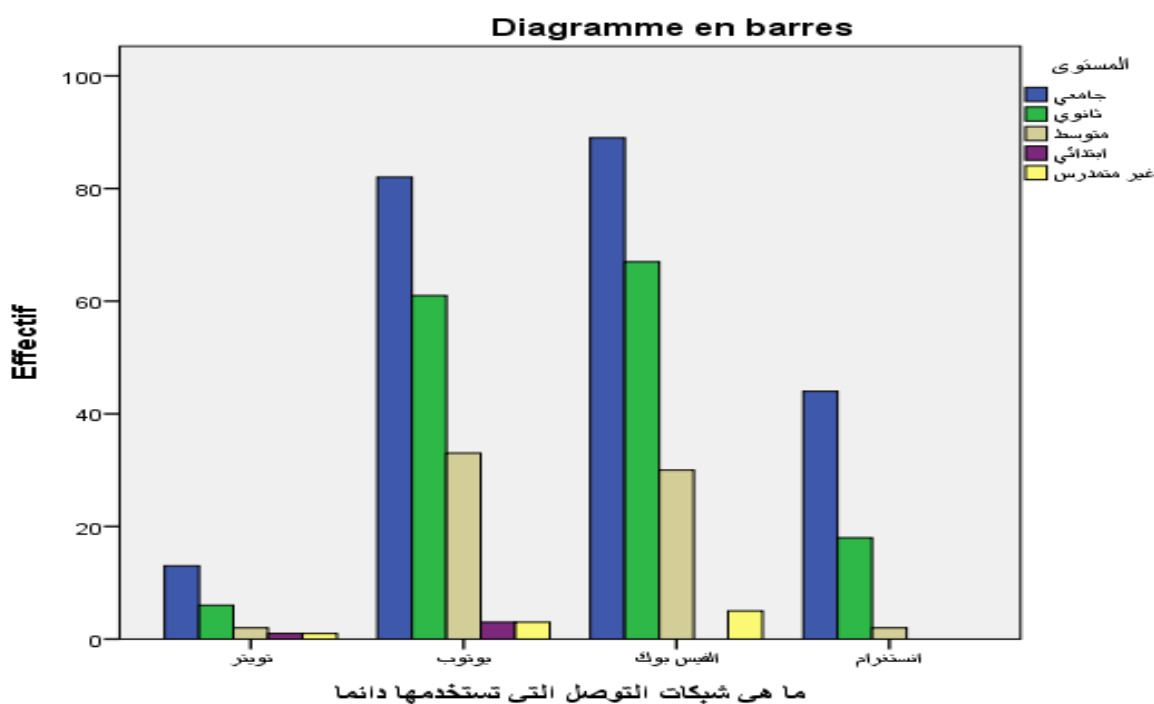
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	12	21.03	24.302

يشير الجدول رقم 12 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على استخدام أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة، حيث نلاحظ أن إجمالي نسب المبحوثين المستخدمين لفيسبوك بلغت 80.09% مقابل 19.91% لا يستخدمونه في نسب موزعة بالتفاوت بين متغير المكون حيث أن المستوى الجامعي أكبر نسبة بـ 37.6% يليه مستوى ثانوي بنسبة 28.3% ثم مستوى متوسط بـ 12.7% وفي الأخير مستوى غير متمدرس بنسبة 2.1% فيما قدرت نسبة ابتدائي 0%، أما يوتوتب فنقدر نسبة مستخدميه 76.8% مقابل 23.2% لا يستخدمونه من إجمالي 237 مبحوث موزعة بالتفاوت بين متغير المستوى الدراسي حيث أن مستوى جامعي أكبر نسبة بـ 34.6% يليه على التوالي ثانوي بـ 25.7% ومتوسط بـ 13.9% ثم بالتساوي بين ابتدائي وغير متمدرس بنسبة 1.3%، ثم انستغرام بمجموع 27.3% مستخدم مقابل 72.7% لا يستخدمون موزعة بالتفاوت كذلك بين متغير المستوى الدراسي حيث أن المستوى الجامعي أكبر نسبة بـ 18.6% يليه الثانوي بنسبة 7.6% وبأقل نسبة المتوسط بنسبة 0.8% أما ابتدائي وغير المتمدرس لم تسجل أي نسبة، في الأخير نسب استخدام موقع تويتر بلغت 9.8% فيما نسبة 90.2% لا يستخدمونه موزعة بالتفاوت بين الجامعي الثانوي ومتوسط بنسبة 5.5%، 2.5%، 0.8% على التوالي وتساوي النسب بين ابتدائي وغير متمدرس بـ 0.4%. إذن يتضح من الجدول أن النسبة المئوية لمتغير المستوى الدراسي في الأسرة الموزعة على أنواع

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشبكات متفاوتة بشكل واضح، ويمكن تفسير ذلك بأن تحسن المستوى التعليمي للأفراد يساعد في تشكيل الوعي. والملاحظ أن معظم أفراد العينة محل الدراسة متحصلين على شهادات جامعية، وبالتالي هو أكثر استخداما للفيس بوك واليوتوب من حيث أنها المواقع الأكثر اقبالا وزيارة لما توفره من معلومات وبيانات تساعد في تحصيل المكتسبات العلمية والثقافية، السياسية والاقتصادية، فهم يجدون في هذه الوسائط المتعددة مصدرا يلبي احتياجاتهم من المعلومات ومركزا في إنشاء علاقات مع مستخدمين في مناطق مختلفة. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق K^2 حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة K^2 المحسوبة تساوي 24.302 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 21.03 عند درجة الحرية 12، والشكل رقم 12 يوضح ذلك.

الشكل رقم 12: توزيع المستوى الدراسي على أنواع الشبكات.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 13: مدة استخدام مواقع شبكات التواصل وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
155	88	67	أكثر من 3 سنوات
% 65.4	% 37.1	% 28.3	
35	17	18	3 سنوات
% 14.8	% 7.2	% 7.6	
24	16	8	سنة
% 10.1	% 6.8	% 3.4	
23	12	11	سنتين
% 9.7	% 5.1	% 4.6	
237	133	104	المجموع
% 100	% 56.1	% 43.9	

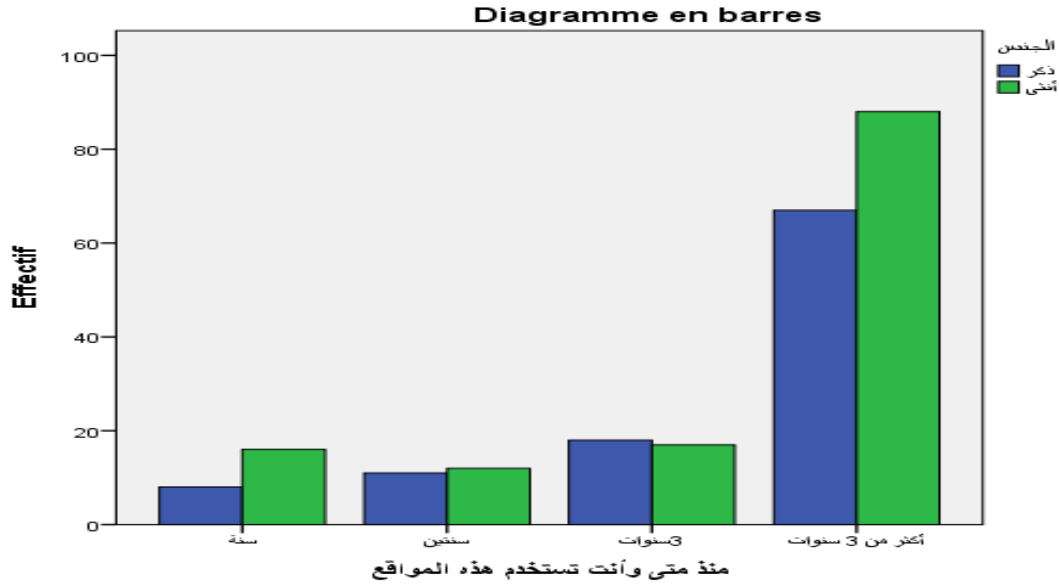
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.05	03	/	2.066

يشير الجدول رقم 13 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير الجنس على مدة استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات وتقدر نسبتهم بـ 65.4%، الإناث بنسبة 37.1% ثم الذكور بنسبة 28.3% فيما بلغت نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ 3 سنوات 14.8%، الذكور بنسبة 7.2% ثم الإناث بنسبة 7.2%، بينما تقدر نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل منذ سنة 10.1%، الإناث بنسبة 6.8% يليهم الذكور بنسبة 3.4%، في الأخير ما نسبته 9.7% يستخدمون شبكات التواصل منذ سنتين، الإناث بنسبة 5.1% والذكور بنسبة 4.6%. يتضح من الجدول تقارب النسب المئوية بالنسبة للإناث والذكور، أي عدم تسجيل تفاوت كبير في النسب المئوية بين الجنسين، وهذا ما يؤكد مواكبة أفراد الأسرة الجزائرية للتطورات الحاصلة على مستوى تكنولوجيات الاتصال والتواصل. إن النتيجة التي توصلنا إليها من خلال هذا الجدول تطابق عدة دراسات أجريت لمعرفة أقدمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث توصلت الباحثة الجزائرية نور الهدى عبادة في دراستها الموسومة بالعلاقات الاجتماعية الافتراضية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر -الفيديوك أنموذجاً- سنة

عرض نتائج الدراسة الميدانية

2016 إلى أن نسبة 45% من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك منذ ثلاث سنوات وأكثر². وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 13 يوضح ذلك.

الشكل رقم 13: توزيع الجنس على مدة استخدام الشبكات.



² نور الهدى عبادة، العلاقات الاجتماعية الافتراضية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر-الفيسبوك أنموذجاً:- دراسة مسحية على عينة من الطلبة الجامعيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة الجزائر3، 2016)، ص 200.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 14: مدة استخل وفق متغير السن.

المجموع	السن				
	أقل من 15	من 16-30	من 31-50	أكثر من 50	
155	7	97	25	26	أكثر من 3 سنوات
% 65.4	% 3	% 40.9	% 10.5	% 11	
35	1	15	9	10	3 سنوات
% 14.8	% 0.4	% 6.3	% 3.8	% 4.2	
24	2	5	8	9	سنة
% 10.1	% 0.8	% 2.1	% 3.4	% 3.8	
23	5	5	9	4	سنتين
% 9.7	% 2.1	% 2.1	% 3.8	% 1.7	
237	15	122	51	49	المجموع
% 100	% 6.3	% 51.5	% 21.5	% 20.7	

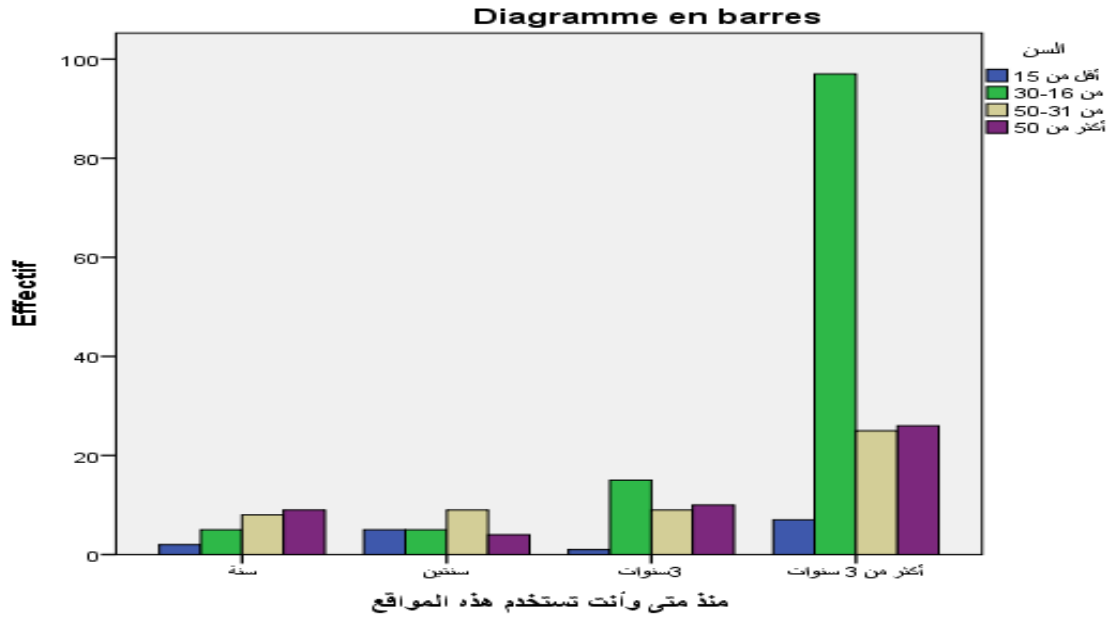
قيمة ك ²	المجدولة	درجات الحرية	مستوى الدلالة	القرار
35.653	16.92	09	0.05	دال (توجد فروق)

شير الجدول رقم 14 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير السن على مدة استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات وتقدر نسبتهم بـ 65.4%، وهم على التوالي 16-30 بنسبة 40.9%، أكثر من 50 بنسبة 11%، من 31-50 بنسبة 10.5% ثم الأقل من 15 بنسبة 3%، فيما بلغت نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ 3 سنوات بنسبة 14.8%، وهم على التوالي 16-30 بنسبة 6.3%، أكثر من 50 بنسبة 4.2%، من 31-50 بنسبة 10.5% ثم الأقل من 15 بنسبة 0.4%، بينما تقدر نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل منذ سنة 10.1%، الأكثر من 50 بنسبة 3.8% يلي ما بين 31-50 بنسبة 3.4% ثم 16-30 والأقل من 15 بنسبة 2.1% و 0.8% على التوالي، في الأخير ما نسبته 9.7% يستخدمون شبكات التواصل منذ سنتين، حيث تتقارب النسب المئوية من 3.8% و 1.7% بالنسبة للفئة 31-50 و الأكثر من 50 على التوالي وبالتساوي بالنسبة للفئة العمرية الأقل من 15 و ما بين 16-30 وتقدر بـ 2.1%. يتضح من الجدول تفاوت كبير في النسب المئوية لمدة الاستخدام وفق متغير السن، ويمكن تفسير هذه النتيجة فنقول أن المبحوثين ما بين 16-30 سنة تزامنت فترة حياتهم مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن فئة أقل من 15 تاريخ استخدامها لهذه الشبكات ليس بالبعيد ويرجع ذلك إلى عدم توفرهم وسائط الاتصال أي الوسيلة هذا من جهة، ومن جهة أخرى الرقابة التي لم يعد يفرضها الآباء على أبنائهم عند استخدامهم للإنترنت. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث توجد فروق ذات دلالة

عرض نتائج الدراسة الميدانية

احصائية أي أن قيمة ك² المحسوبة تساوي 35.653 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 16.92 عند درجة الحرية 09، والشكل رقم 14 يوضح ذلك.

الشكل رقم 14: توزيع السن على مدة استخدام الشبكات.



الجدول 15: مدة استخدام مواقع شبكات التواصل وفق متغير الموقع في مكونات الأسرة.

المجموع	الموقع في مكونات الأسرة				
	الابن	الابن	الأم	الأب	
155	70	36	19	30	أكثر من 3 سنوات
% 65.4	% 29.5	% 15.2	% 8	% 12.7	
35	9	8	10	8	3 سنوات
% 14.8	% 3.8	% 3.4	% 4.2	% 3.4	
24	7	0	9	8	سنة
% 10.1	% 3	% 0	% 3.8	% 3.4	
23	5	5	8	5	سنتين
% 9.7	% 2.1	% 2.1	% 3.4	% 2.1	
237	91	49	46	51	المجموع
% 100	% 38.4	% 20.7	% 19.4	% 21.5	

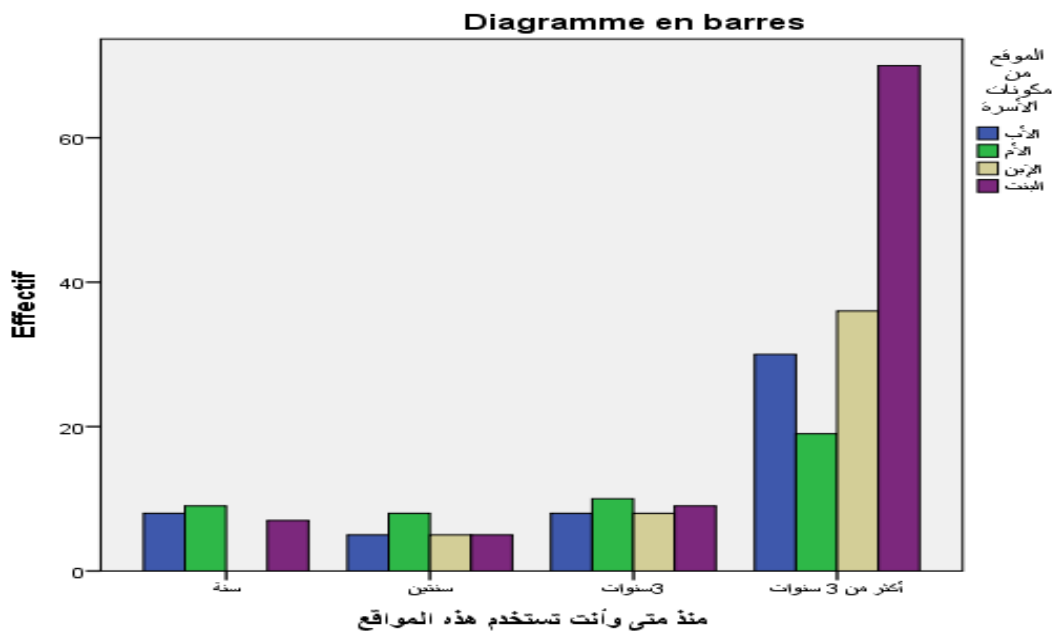
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	09	16.92	25.420

يشير الجدول رقم 15 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكونات الأسرة

عرض نتائج الدراسة الميدانية

على مدة استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات وتقدر نسبتهم بـ 65.4%، وهم على التوالي البنات بنسبة 29.5%، الابن بنسبة 15.2%، الأب بنسبة 12.7% ثم الأم بنسبة 8%، فيما بلغت نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ 3 سنوات 14.8%، وهم على التوالي الأم بنسبة 4.2%، البنات بنسبة 3.8%، وبالتساوي بين الابن والأب بنسبة 3.4% بينما تقدر نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل منذ سنة 10.1%، الأم بنسبة 3.8% يليها الأب بنسبة 3.4% ثم البنات بنسبة 3% أما الابن 0%، في الأخير ما نسبته 9.7% يستخدمون شبكات التواصل منذ سنتين، حيث تأتي الأم الأولى بنسبة 3.4% ثم بالتساوي لكل من البنات، الابن والاب بنسبة 2.1%. يتضح من الجدول تفاوت كبير في النسب المئوية لمدة الاستخدام وفق متغير المكونات، ويمكن تفسير هذه النتيجة الانتشار الواسع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين أفراد الأسرة الواحدة. والملاحظ أن الرقابة التي كان يفرضها الوالدين داخل الأسرة بدأت تعرف طريقها إلى التلاشي مع اقتحام الوسائط الحديثة للانترنت للحصانة الأسرية للأباء على الأبناء. وبالتالي فإن تكنولوجيات الاتصال الحديثة قد غيرت بعض العادات والمفاهيم الأسرية كالهيمنة الذكورية للأولاد الذكور على حساب الإناث. فقد تساوى الجنسين في امتلاك التكنولوجيا التي كانت حكرًا على الذكور فقط¹. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة ك² المحسوبة تساوي 25.420 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 16.92 عند درجة الحرية 09، والشكل رقم 15 يوضح ذلك.

الشكل رقم 15: توزيع مكونات الأسرة على مدة استخدام الشبكات.



1 جمال شريف، مرجع سبق ذكره، ص 194.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 16: مدة استخدام مواقع شبكات التواصل وفق متغير المستوى الدراسي.

المجموع	المستوى الدراسي					
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
155	2	1	18	45	89	أكثر من 3 سنوات
% 65.4	% 0.8	% 0.4	% 7.6	% 19	% 37.6	
35	1	1	7	13	13	3 سنوات
% 14.8	% 0.4	% 0.4	% 3	% 5.5	% 5.5	
24	1	0	9	12	2	سنة
% 10.1	% 0.4	% 0	% 3.8	% 5.1	% 0.8	
23	1	1	7	10	4	سنتين
% 9.7	% 0.4	% 0.4	% 3	% 4.2	% 1.7	
237	5	3	41	80	108	المجموع
% 100	% 2.1	% 1.3	% 17.3	% 33.8	% 45.6	

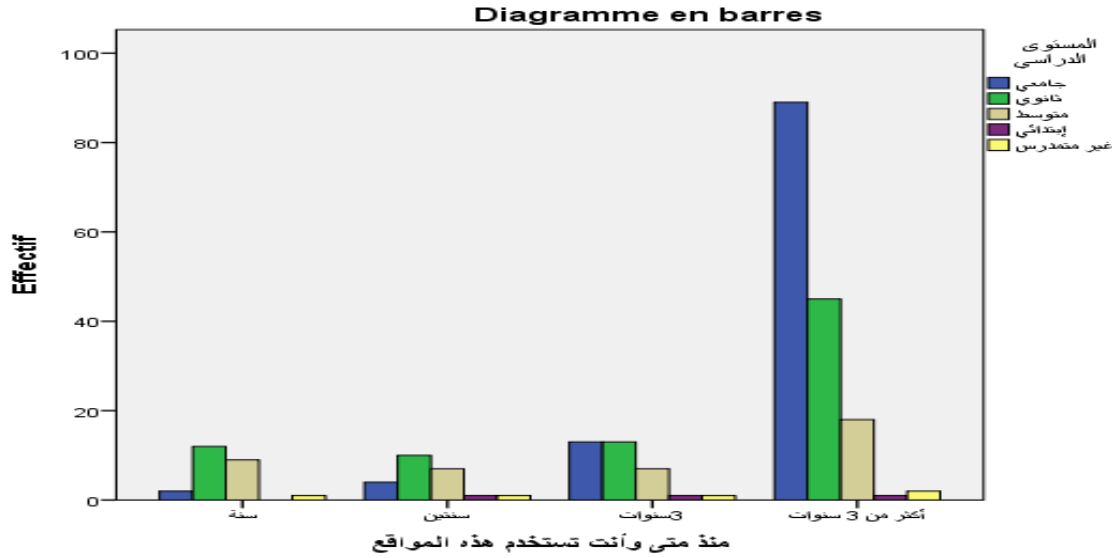
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	12	21.03	36.110

يشير الجدول رقم 16 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير المستوى على مدة استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات وتقدر نسبتهم بـ 65.4%، وهم على التوالي، جامعي بأكبر نسبة وتقدر بـ 37.6% يليه ثانوي بنسبة 19% ثم متوسط بنسبة 7.6%، غير متمدرس بنسبة 0.8% وابتدائي بـ 0.4%، فيما بلغت نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ 3 سنوات 14.8%، حيث نلاحظ تساوي النسب بين الجامعي والثانوي المقدر بـ 5.5% أما متوسط فتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 3% وتساوي بين ابتدائي وغير المتمدرس بنسبة 0.4%، بينما تقدر نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل منذ سنة 10.1%، ثانوي بنسبة 5.1% يليه متوسط بنسبة 3.8% ثم جامعي بنسبة 0.8% وغير متمدرس بنسبة 0.4% اما ابتدائي فنسبته 0%، في الأخير ما نسبته 9.7% يستخدمون شبكات التواصل منذ سنتين، حيث يأتي مستوى ثانوي الأولى بنسبة 4.2% يليه متوسط بنسبة 3% بعده جامعي بنسبة 1.7% ثم بالتساوي لكل من ابتدائي وغير متمدرس بنسبة 0.4%. يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن المستوى الدراسي يلعب دورا مهما في الماضي والحاضر في اختيارات المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك سعيا منهم إلى تطوير معارفهم المكتسبة وتوسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة ك² المحسوبة تساوي 36.110

عرض نتائج الدراسة الميدانية

أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 21.03 عند درجة الحرية 12، والشكل رقم 16 يوضح ذلك.

الشكل رقم 16: توزيع المستوى على مدة استخدام الشبكات.



الجدول 17: هوية المستخدم وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
114	114	98	حقيقي
% 89.5	% 48.1	% 41.4	
25	19	6	وهمي
% 10.5	% 8	% 2.5	
237	133	104	المجموع
% 100	% 56.1	% 43.9	

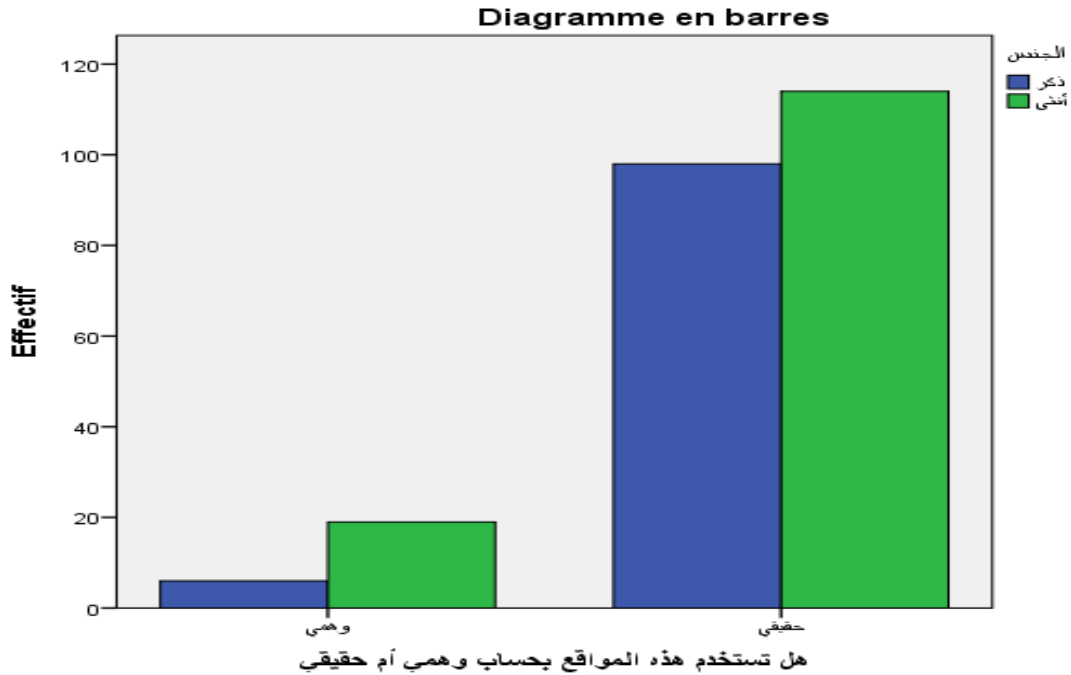
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة K ²
دال (توجد فروق)	0.05	1	3.84	4.486

يشير الجدول رقم 17 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الجنس على هوية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم الباحثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهوية حقيقية وتقدر نسبتهم بـ 89.5%، الإناث بنسبة 48.1% ثم الذكور بنسبة 41.4% فيما بلغت نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهوية وهمية

عرض نتائج الدراسة الميدانية

10.5%، إناث بنسبة 8% ثم الذكور بنسبة 2.5%. يتضح من الجدول تفاوت النسب المئوية بالنسبة للإناث والذكور، بحيث أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور في استخدام هوية حقيقية أو وهمية بفارق 6% لكلتا الحالتين، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن كلا الجنسين أكثر جدية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وهو ما نلاحظه من خلال مشاركة أفراد الأسرة بمدينة تينغيف لصورهم الخاصة ومهاراتهم المتقنة مثل الطبخ والخياطة والرياضة وكذلك نشاطاتهم العلمية. إذ لاحظ الباحث عن طريق المشاركة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تجاوز مسألة استخدام هوية غير حقيقية ويمكن تفسير ذلك إلى اتساع حيز الخصوصية والأمان لدى المستخدمين، حيث أنه أصبح من السهل تفعيل الحسابات عن طريق أرقام هواتفهم الشخصية فقط، وبالتالي قلت عمليات الاختراق أو ما يصطلح عليه بالقرصنة. وقد ساعد في ذلك تطور الأمن المعلوماتي ووجود قوانين ردية تعاقب كل من تخول له نفسه المساس بالخصوصية أو الحرية الشخصية للآخرين. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية أي أن قيمة χ^2 المحسوبة تساوي 4.486 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 3.84 عند درجة الحرية 1، والشكل رقم 17 يوضح ذلك.

الشكل رقم 17: توزيع الجنس على هوية المستخدمين.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

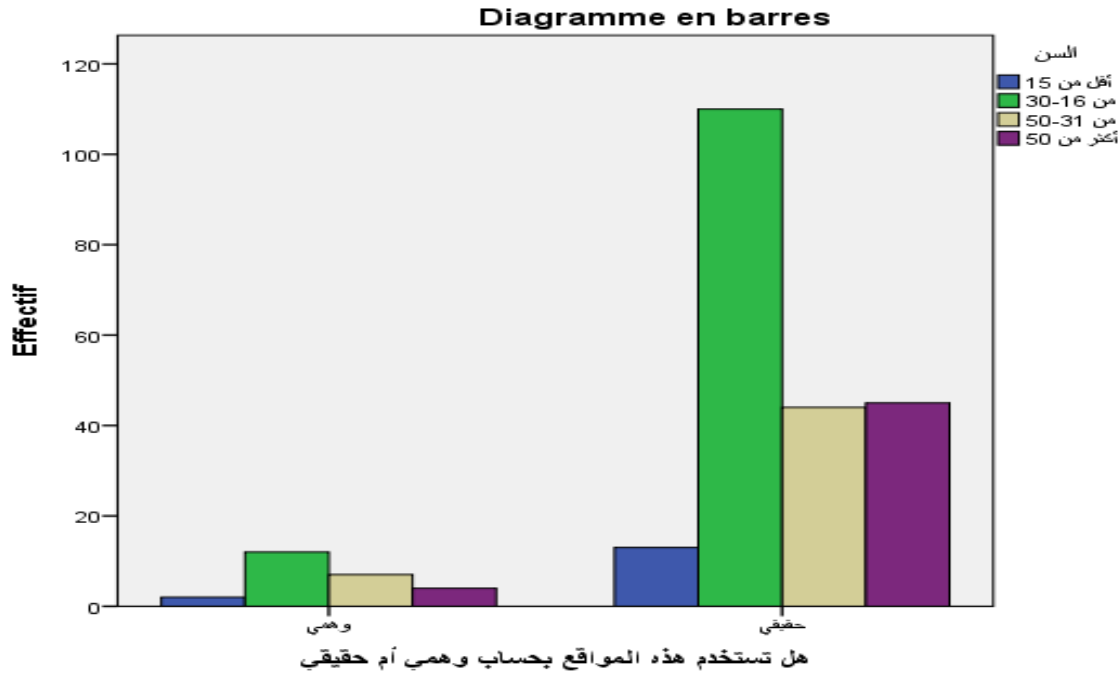
الجدول 18: هوية المستخدم وفق متغير السن.

المجموع	السن				
	أقل من 15	من 16-30	من 31-50	أكثر من 50	
212	13	110	44	45	حقيقي
% 89.5	% 5.5	% 46.4	% 18.6	% 19	
25	2	12	7	4	وهمي
% 10.5	% 0.8	% 5.1	% 3	% 1.7	
237	15	123	50	49	المجموع
% 100	% 6.3	% 51.5	% 21.5	% 20.7	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.794	3	/	1.030

يشير الجدول رقم 18 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير السن على هوية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهوية حقيقية وتقدر نسبتهم بـ 89.5%، موزعة وفق متغير السن بمقدار 46.4% كأكبر نسبة بالنسبة للفئة العمرية 16-30 تليها الفئة العمرية أكثر من 50 بنسبة 19% بعدها فئة 31-50 بنسبة 18.6% ثم أقل نسبة بـ 5.5% لفئة الأقل من 15، فيما بلغت نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهوية وهمية 10.5%، تتوزع على التوالي، 5.1% كأكبر نسبة بالنسبة لفئة 16-30 ثم فئة 31-50 بنسبة 3% تليها فئة أكثر من 50 بنسبة 2.5% وفي الأخير فئة الأقل من 15 بنسبة 0.8%. يتضح من الجدول تقارب النسب المئوية باستثناء فئة 16-30 كانت الأكبر في توزيعها على هوية حقيقي، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن الفئات العمرية على اختلافها تجاوزت فكرة استخدام الحسابات الوهمية وهذا يدل على الثقة والقبول التي اكتسبتها شبكات التواصل الاجتماعي عند مستخدميها وتفسيرنا السابق يؤكد ذلك. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 18 يوضح ذلك.

الشكل رقم 18: توزيع السن على هوية المستخدمين.



الجدول 19: هوية المستخدم وفق متغير الموقع في مكونات الأسرة.

المجموع	الموقع في مكونات الاسرة				
	الابن	الابن	الأم	الأب	
212	81	45	37	49	حقيقي
% 89.5	% 34.2	% 19	% 15.6	% 20.7	
25	10	4	9	2	وهمي
% 10.5	% 4.2	% 1.7	% 3.8	% 0.8	
237	91	49	46	51	المجموع
% 100	% 38.4	% 20.7	% 19.4	% 21.5	

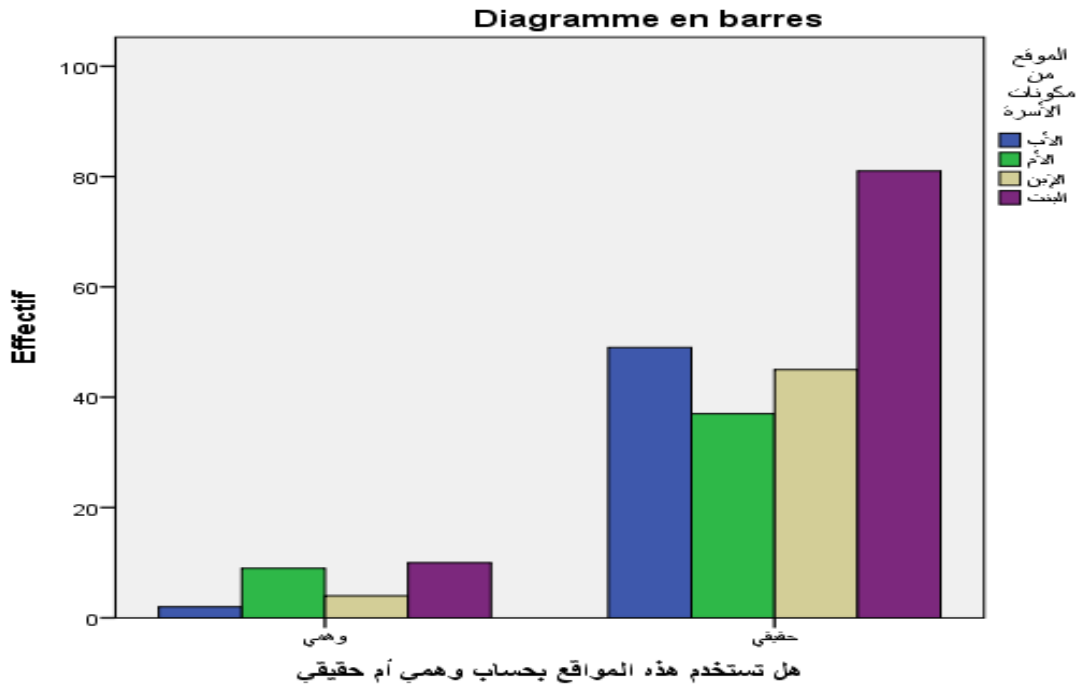
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.08	3	/	6.651

يشير الجدول رقم 19 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير مكونات الأسرة على هوية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهوية حقيقية وتقدر نسبتهم بـ 89.5%، موزعة وفق متغير السن بمقدار 34.2% كأكبر نسبة بالنسبة للبنات تليها الأب بنسبة 20.7% بعدها الابن بنسبة 19% ثم أقل نسبة بـ 15.6% للأم، فيما بلغت نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي

عرض نتائج الدراسة الميدانية

بهوية وهمية 10.5%، تتوزع على التوالي، 4.2% كأكبر نسبة بالنسبة للبنت ثم الأم بنسبة 3.8% يليها الابن بنسبة 2.5%. وفي الأخير الأب بنسبة 0.8%. يتضح من الجدول تقارب النسب المئوية باستثناء نسبة البنات فقط الموزعة على هوية حقيقي المقدر بـ 34.2%، ويمكن تفسير هذه النتيجة على أن الأسرة الجزائرية لم تعد تتعامل بحساسة مع شبكات التواصل الاجتماعي بحيث نلاحظ تفتحا ومشاركة فاعلة من الأب والأم والابن والبنت على هذه المواقع. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 19 يوضح ذلك.

الشكل رقم 19: توزيع مكونات الأسرة على هوية المستخدمين.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 20: هوية المستخدم وفق متغير المستوى الدراسي.

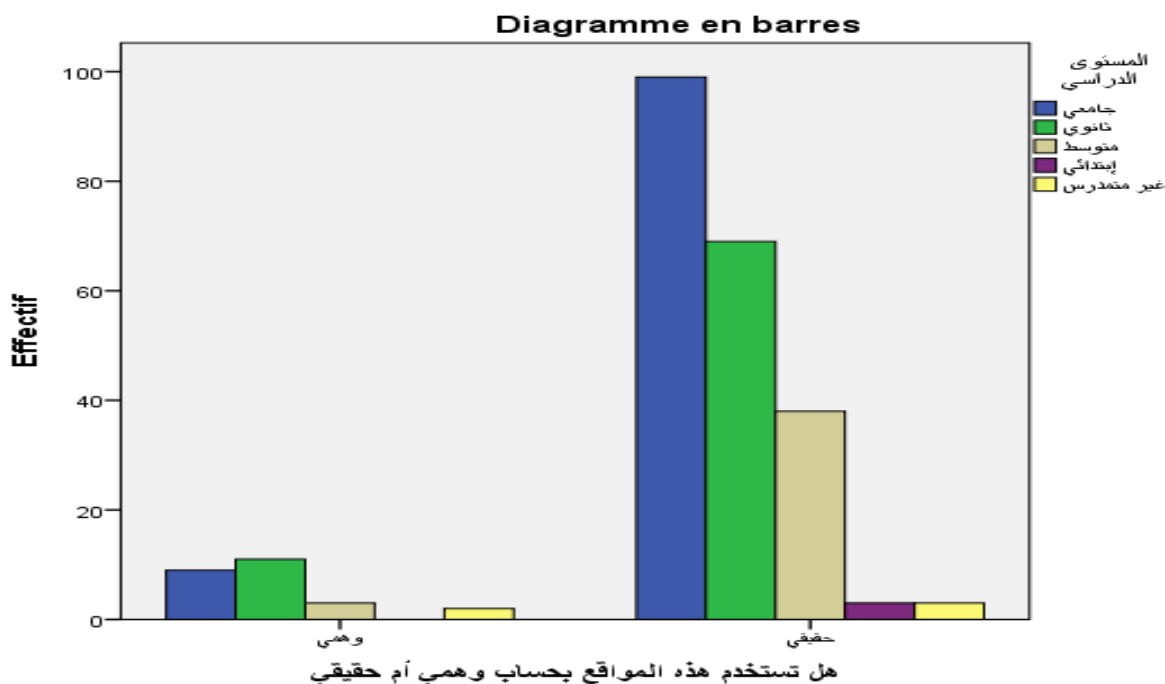
المجموع	المستوى الدراسي					
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
212	3	3	38	69	99	حقيقي
% 89.5	% 1.3	% 1.3	% 16	% 29.1	% 41.8	
25	2	0	3	11	9	وهمي
% 10.5	% 0.8	% 0	% 1.3	% 4.6	% 3.8	
237	5	3	41	80	108	المجموع
% 100	% 2.1	% 1.3	% 17.3	% 33.8	% 45.6	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.145	4	/	6.834

يشير الجدول رقم 20 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على هوية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهوية حقيقية وتقدر نسبتهم بـ 89.5%، موزعة وفق متغير المستوى بمقدار 41.8% كأكبر نسبة بالنسبة للجامعي يليها ثانوي بنسبة 29.1% بعدها متوسط بنسبة 16% ثم أقل نسبة بالتساوي 1.3% للابتدائي والغير متمدرس، فيما بلغت نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهوية وهمية 10.5%، تتوزع على التوالي، 4.6% كأكبر نسبة بالنسبة لمستوى ثانوي ثم جامعي بنسبة 3.8% يليها متوسط بنسبة 1.3% وفي الأخير غير متمدرس بنسبة 0.8% أما ابتدائي فلم تسجل أي نسبة. يتضح من الجدول تقارب النسب المئوية باستثناء نسبة جامعي فقط الموزعة على هوية حقيقي المقدر بـ 41.8% أما من حيث هوية وهمي فنلاحظ أن النسب متقاربة بشكل أكبر، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن تحسن المستوى التعليمي للمستخدمين ساعدهم على تطوير مهاراتهم في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وبالتالي تجاوزهم مرحلة الخوف من الاقبال على هذه المواقع. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 20 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 20: توزيع المستوى على هوية المستخدمين.



الجدول 21: الوسيلة المستخدمة وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
197	108	89	الهاتف الذكي
% 83.1	% 45.6	% 37.6	
28	14	14	الكمبيوتر
% 11.8	% 5.9	% 5.9	
12	11	1	اللوحة الإلكترونية
% 5.1	% 4.6	% 0.4	
237	133	104	المجموع
% 100	% 56.1	% 43.9	

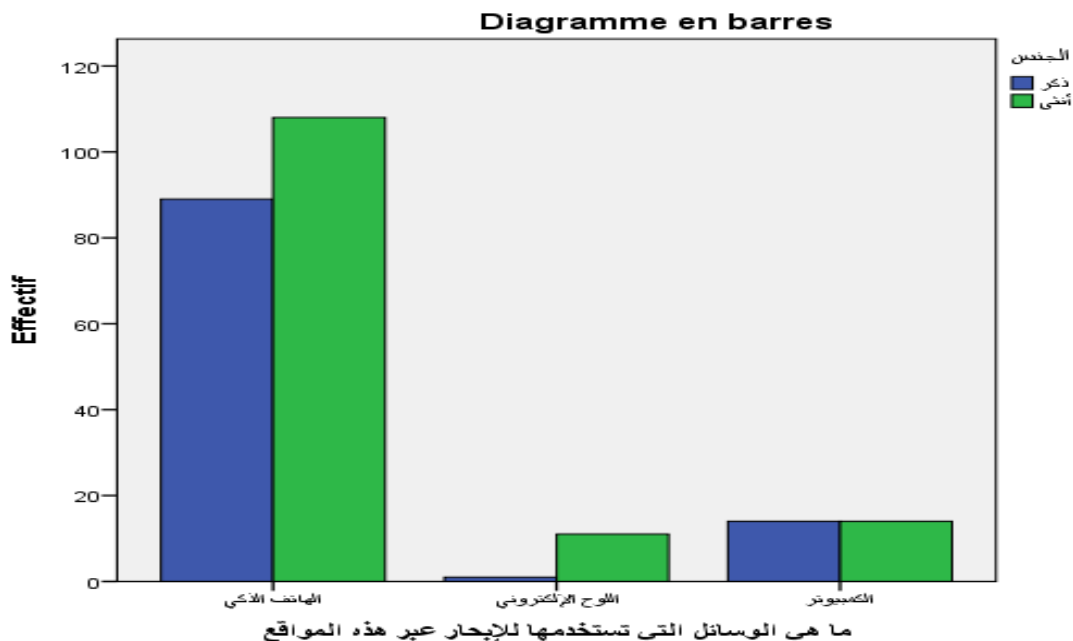
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	2	5.99	6.718

يشير الجدول رقم 21 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الجنس على الوسائل المستخدمة للإبحار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم الباحثين يستخدمون الهاتف الذكي بنسبة 83.1% أكثرهم إناث بنسبة 45.6% يليهم الذكور بنسبة 37.6%، أما نسبة استخدام الكمبيوتر فتقدر بـ 11.8% موزعة بالتساوي بين الإناث

عرض نتائج الدراسة الميدانية

والذكور بنسبة 5.9%، بينما اللوح الإلكتروني يأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.1% أكثرهم إناث بنسبة 4.6% ثم الذكور بنسبة 0.4%، يتضح من نتائج الجدول وجود تفاوت بين نسب استخدام الوسائل وفق متغير الجنس، حيث أن نسبة الإناث أكثر من الذكور في استخدام الهاتف الذكي واللوحة الإلكترونية، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن خصائص الوسيلة من حيث سهولة العمل بها والخصوصية التي توفرها تجعلها الأكثر اقبالاً من طرف المستخدمين. وقد أكد ذلك الباحث جمال شريف حيث يرى بأن الهواتف الذكية أصبحت من ضرورات الحياة العصرية في كل المجتمعات البشرية، نظراً لما تقدمه من خدمات كبيرة لمستخدميها كسرعة الاتصال وسهولة الاستخدام والمرونة التي يضيفها حجم الهاتف النقال في نقله ووضعه في الجيب، إضافة إلى خصوصياته التقنية المتعددة كدمجه لكل وسائل وسائل الإعلام والاتصال (التلفزيون والراديو والفيديو، والبريد، والصحيفة... الخ)، وسرعة نقل الصورة والصوت والفيديو وإرسال الرسائل والملفات، وقد حسنت خدمات الهاتف في الجزائر كثيراً من حيث ربط الهواتف النقالة بشبكات الاتصال حيث بلغ عدد المشتركين في خدمة الهاتف النقال للشبكات الثلاثة المعروفة في الجزائر (موبيليس، جيزي، أريدو) أزيد من 24 مليون مشترك حسب إحصائيات سنة 2019. وإوذا عدنا إلى الجانب الاجتماعي والثقافي فإن شبابنا مازال يعاني بعد من الانبهار بوسائل الاتصال الجديدة كالهواتف المتعددة الوسائط التي تعرف تطورات غير مسبوقه في السنوات الخمس الأخيرة¹. وهوما يشير إليه اختبار الفروق K^2 حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة K^2 المحسوبة تساوي 6.718 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 5.99 عند درجة الحرية 2، والشكل رقم 21 يوضح ذلك.

الشكل رقم 21: توزيع الجنس على الوسائل المستخدمة.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 22: الوسيلة المستخدمة وفق متغير السن.

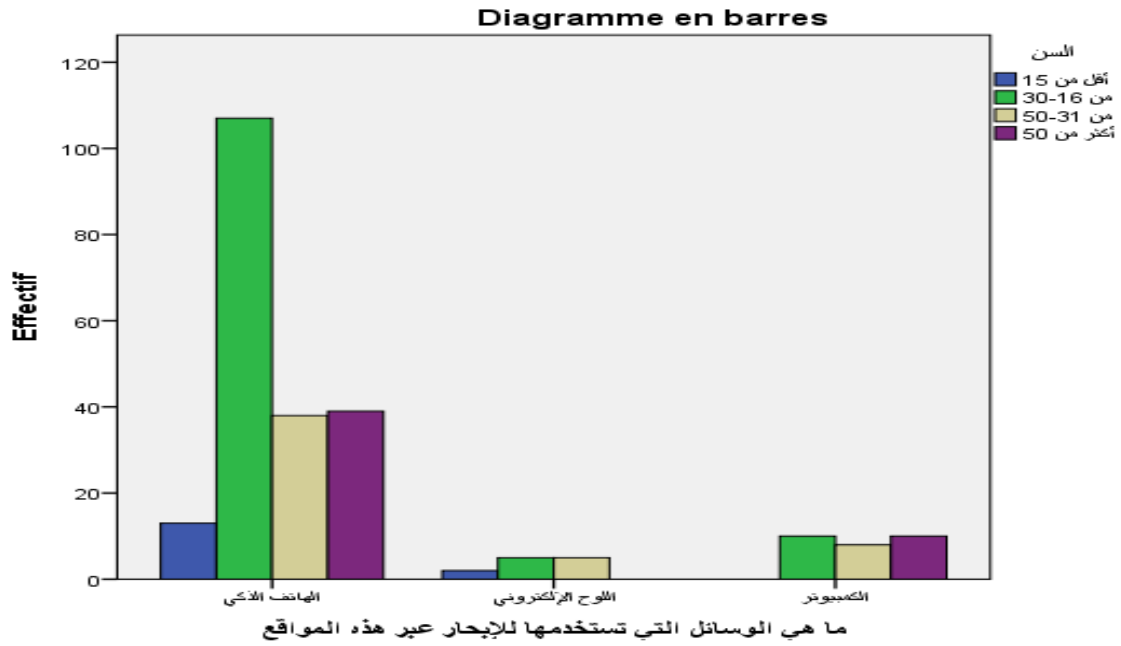
المجموع	السن				
	أقل من 15	من 16-30	من 31-50	أكثر من 50	
197	13	107	38	39	الهاتف الذكي
% 83.1	% 5.5	% 45.1	% 16	% 16.5	
28	0	10	8	10	الكمبيوتر
% 11.8	% 0	% 4.2	% 3.4	% 4.2	
12	2	5	5	0	اللوحة الإلكترونية
% 5.1	% 0.8	% 2.1	% 2.1	% 0	
237	15	123	50	49	المجموع
% 100	% 6.3	51.5%	% 21.5	% 20.7	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	6	12.59	14.688

يشير الجدول رقم 22 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير السن على الوسائل المستخدمة للإبحار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي بنسبة 83.1% معظمهم من الفئة العمرية 16-30 بنسبة 45.1% تليها فئة أكثر من 50 بنسبة 16.5% وبالتقريب فئة 31-50 بنسبة 16% وبأقل نسبة فئة أقل من 15 بنسبة 5.5%، أما نسبة استخدام الكمبيوتر فتقدر بـ 11.8% موزعة بالتساوي بين فئتي 16-30 وأكثر من 50 سنة بنسبة 4.2% تليها فئة من 31-50 بنسبة 3.4% وفئة أقل من 15 بـ 0%، بينما اللوحة الإلكترونية فيأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.1%، يتوزع بالتساوي بين فئتي 16-30 و31-50 بنسبة 2.1% ثم فئة أقل من 15 بنسبة 0.8% وبـ 0% لفئة أكثر من 50 سنة، يتضح من نتائج الجدول أن نسب الفئات العمرية تتأرجح بالنقصان والزيادة فيما بينها عند توزيعها على استخدام هذه الوسائل، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الهاتف الذكي هو تقنية متطورة من وسائل الاتصال الحديثة من حيث الحجم والخصائص، فهو يسهل على المستخدمين الولوج إلى شبكات التواصل الاجتماعي مع كسر حاجزي الزمان والمكان وهذا سبب تفضيل من قبل الفئة العمرية من 15 إلى أكثر من 50 سنة. في حين فئة أقل من 15 سنة تستخدم اللوحة الإلكترونية وقد يرجع ذلك إلى خصوصية اللوحة الإلكترونية وإمكانية مراقبته بالنسبة للأباء والأمهات مقارنة بالهاتف النقال. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية أي أن قيمة ك² المحسوبة تساوي 14.688 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 12.59 عند درجة الحرية 6، والشكل رقم 22 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 22: توزيع السن على الوسائل المستخدمة.



الجدول 23: الوسيلة المستخدمة وفق متغير الموقع في مكونات الأسرة.

المجموع	الموقع في مكونات الأسرة				
	البنات	الابن	الأم	الأب	
197	79	44	33	41	الهاتف الذكي
% 83.1	% 33.3	% 18.6	% 13.9	% 17.3	
28	6	4	8	10	الكمبيوتر
% 11.8	% 2.5	% 1.7	% 3.4	% 4.2	
12	6	1	5	0	اللوحة الإلكترونية
% 5.1	% 2.5	% 0.4	% 2.1	% 0	
237	91	49	46	51	المجموع
% 100	% 38.4	% 20.7	% 19.4	% 21.5	

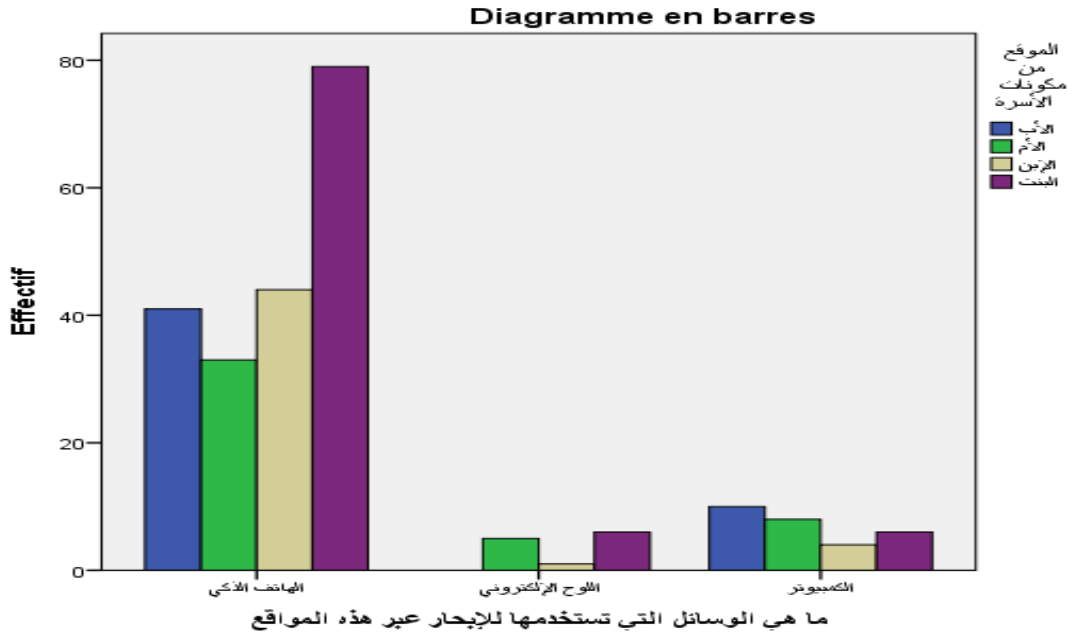
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	6	12.59	14.610

يشير الجدول رقم 23 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكونات الأسرة على الوسائل المستخدمة للإبحار عبر شبكات التواصل، حيث نلاحظ أن معظم الباحثين يستخدمون الهاتف الذكي بنسبة 83.1%، موزعة بالتفاوت بين المكونات حيث أكبر نسبة تقدر بـ 33.3% للبنات وبالتقارب بين الابن والاب بنسبة 18.6% و 17.3% على التوالي

عرض نتائج الدراسة الميدانية

ثم الأم بـ 13.9%، أما نسبة استخدام الكمبيوتر فتقدر بـ 11.8% موزعة بالتقارب بين كل من الأب بنسبة 4.2% ثم الأم بنسبة 3.4% تليها البنت بـ 2.5% فالابن بنسبة 1.7%، بينما اللوح الإلكتروني فيأتي في المرتبة الأخيرة موزعة بالتقارب بين البنت بنسبة 2.5% والأم بنسبة 2.1% ثم الابن بنسبة 0.4% والأب بـ 0%، يتضح من نتائج الجدول أن نسب توزيع مكونات الأسرة على الوسائل المستخدمة متفاوتة فيما بينها، ويمكن تفسير تفضيل استخدام فئة الابن والبنت للهاتف الذكي مقارنة بالكمبيوتر واللوحة الإلكترونية في الأسرة الجزائرية إلى عامل الخصوصية الذي تتميز به الهواتف الذكية ويعزز ذلك الملاحظة التي سجلها الباحث حول استخدام الأكواد السرية ووجود تطبيقات الأمان التي يوفرها متجر قوقل على الهواتف الذكي والتي يقوم المستخدمون بتثبيتها وتعمل على تشفير عملية الولوج إلى الملفات والصور وحتى التطبيقات الأخرى مثل فيسبوك، مسنجر، انستاغرام، تويتر وغيرها. إذ أنه في حال ما إذا سمح أحد للآخر باستخدام هاتفه فإنه لا يكون بمقدوره الولوج إلى تلك الملفات والتطبيقات إلا عن طريق رقم سري. ومن هنا نستنتج أن الهاتف الذكي بالنسبة لعينة البحث هو أفضل وسيلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية أي أن قيمة χ^2 المحسوبة تساوي 14.610 أكبر من القيمة الجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 12.59 عند درجة الحرية 6، والشكل رقم 23 يوضح ذلك.

الشكل رقم 23: توزيع المكونات على الوسائل المستخدمة



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 24: الوسيلة المستخدمة وفق متغير المستوى الدراسي.

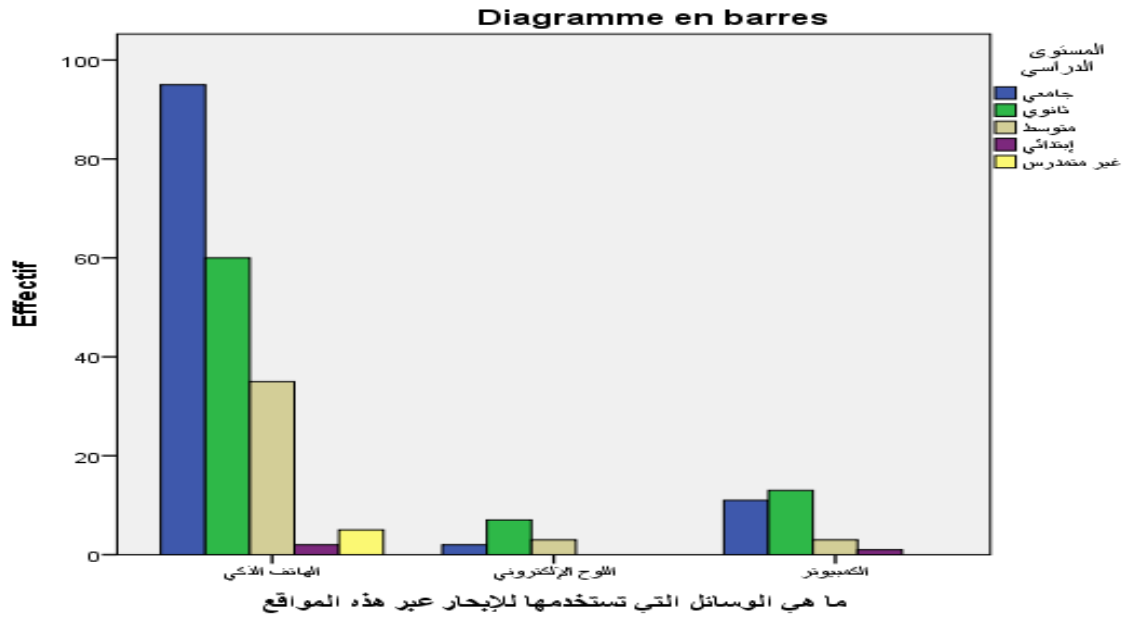
المجموع	المستوى الدراسي					
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
197	5	2	35	60	95	الهاتف الذكي
% 83.1	% 2.1	% 0.8	% 14.8	% 25.3	% 40.1	
28	0	1	3	13	11	الكمبيوتر
% 11.8	% 0	% 0.4	% 1.3	% 5.5	% 4.6	
12	0	0	3	7	2	اللوحة الإلكترونية
% 5.1	% 0	% 0	% 1.3	% 3	% 0.8	
237	5	3	41	80	108	المجموع
% 100	% 2.1	% 1.3	% 17.3	% 33.8	% 45.6	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.235	8	/	10.440

يشير الجدول رقم 24 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على الوسائل المستخدمة للإبحار عبر شبكات التواصل، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي بنسبة 83.1%، تتوزع بالتفاوت على مستوى جامعي بنسبة أكبر تقدر بـ 40.1% ثم ثانوي بنسبة 25.1% يليه متوسط بنسبة 14.8% وبأقل نسبة لغير متمدرس بنسبة 2.1% وابتدائي 0.8%، أما نسبة استخدام الكمبيوتر فتقدر بـ 11.8% موزعة بالتقارب بين ثانوي وجامعي بنسبة 5.5% و4.6% على التوالي يليها متوسط بنسبة 1.3% ثم ابتدائي 0.4% فيما تقدر نسبة غير متمدرس 0%، بينما اللوحة الإلكترونية في المرتبة الأخيرة موزعة بالتفاوت بين ثانوي بنسبة 3% ومتوسط بنسبة 1.3% ثم جامعي بنسبة 0.8% فيما سجلت 0% بالنسبة للابتدائي وغير متمدرس، يتضح ان النسب متقاربة نوعا ما باستثناء جامعي في استخدام الهاتف الذكي ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن المكتسبات العلمية للمستخدم تكون عاملا في اختيار الوسيلة وفقا للمزايا التي توفرها. هذا فضلا على أن الطلبة الجامعيين والمتمدرسون في الثانويات هم الفئة الأكثر استخداما للهواتف الذكية. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 24 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 24: توزيع المستوى على الوسائل المستخدمة.



الجدول 25: أوقات الإبحار عبر المواقع وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
153	80	73	الليلية
% 64.6	% 33.8	% 30.8	
104	63	41	المساء
% 43.9	% 26.6	% 17.3	
50	28	22	الصباح
% 21.1	% 11.8	% 9.3	
45	28	17	الظهيرة
% 19	% 11.8	% 7.2	
352	199	153	المجموع
% 148.6	% 84	% 64.6	

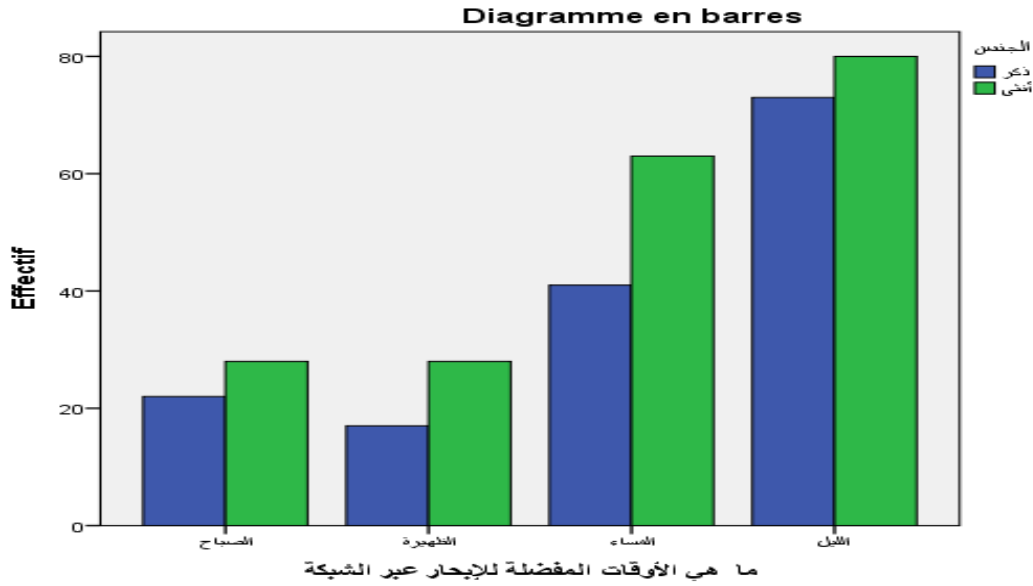
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.491	3	/	2.413

يشير الجدول رقم 25 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير الجنس على أوقات إبحار شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يبحرون عبر شبكات

عرض نتائج الدراسة الميدانية

التواصل الاجتماعي في الليل وتقدر نسبتهم بـ 64.6%، موزعين بالتقارب بنسبة 33.8% للإناث و30.8% للذكور، بينما الإبحار في المساء فيقدر نسبته 43.9% موزع بالتفاوت بين الإناث والذكور بنسبة 26.6% و 17.3%، أما فترة الصباح فتقدر نسبتها 21.1% بالتقارب بين الإناث بنسبة 11.8% والذكور بنسبة 9.3%، في الأخير تأتي فترة الظهيرة بنسبة 19% موزعة بالتقارب نوعا ما بين الإناث بنسبة 11.8% والذكور بنسبة 7.2%، يتضح من خلال نتائج الجدول ان معظم النسب متقاربة بين الذكور والإناث وفق فترة الإبحار، ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن الوسيلة كسرت حاجز الزمن فهي تسهل على كلا الجنسين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أي وقت يريدونه خاصة في ظل املاك كل واحد فيه لهاتف ذكي خاص به. وما يفسر ذلك أيضا أن الذكور والإناث على حد سواء لم يعودوا خاضعين للرقابة الأسرية في استعمالهم للهاتف الذكي. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05 ، والشكل رقم 25 يوضح ذلك.

الشكل رقم 25: توزيع الجنس على أوقات الإبحار.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 26: أوقات الإبحار عبر المواقع حسب متغير السن.

المجموع	السن				
	أكثر من 50	من 50-31	من 30-16	أقل من 15	
153	29	27	89	8	الليالية
% 64.6	% 12.2	% 11.4	% 37.6	% 3.4	
104	22	21	52	9	المساء
% 43.9	% 9.3	% 8.9	% 21.9	% 3.8	
50	12	11	23	4	الصباح
% 21.1	% 5.1	% 4.6	% 9.7	% 1.7	
45	7	15	21	2	الظهيرة
% 19	% 3	% 6.3	% 8.9	% 0.8	
352	70	74	185	23	المجموع
% 148.6	% 29.6	% 31.2	% 78.1	% 9.7	

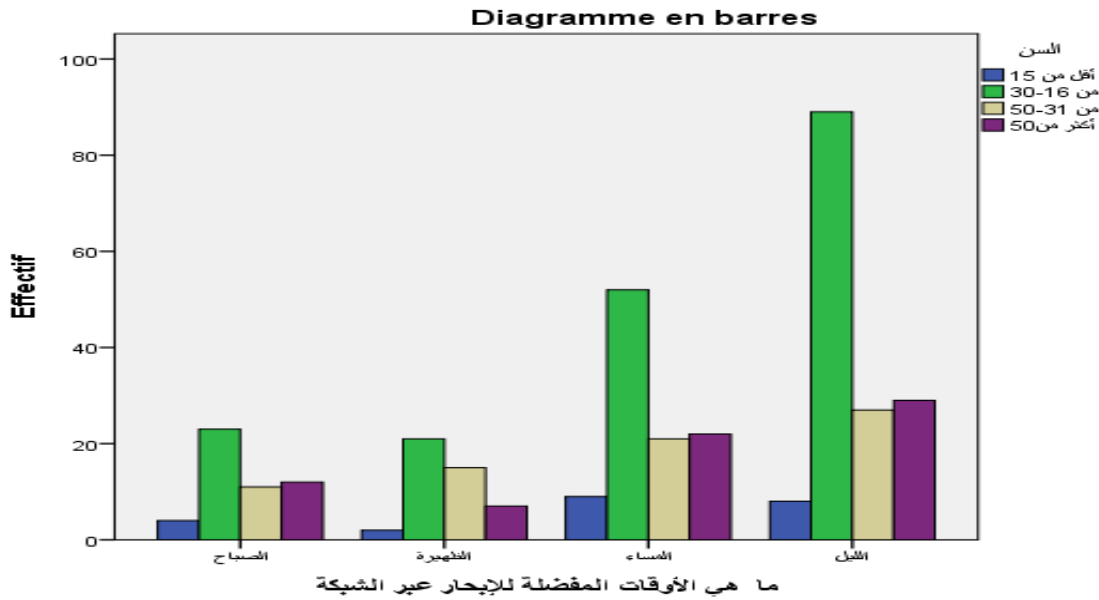
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.488	9	/	8.463

تشير الجدول رقم 26 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير السن على أوقات إبحار شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يبحرون في الليل وتقدر نسبتهم بـ 64.6%، موزعة بالتفاوت بين فئة 30-16 أكبر نسبة وتقدر بـ 37.6% ثم أكثر من 50 بنسبة 12.2% ومن 50-31 بنسبة 11.4% تليها في الأخير أقل من 15 بنسبة 3.4%، بينما الإبحار في المساء فيقدر نسبته 43.9% موزعة بين كل من فئة من 30-16 بنسبة 21.9% أكثر من 50 بنسبة 9.3% وفئة من 50-31 بنسبة 8.9% ثم أقل من 15 بنسبة 3.8%، أما فترة الصباح فتقدر نسبتها 21.1% موزعة بين كل من فئة من 30-16 بنسبة 9.7% وأكثر من 50 بنسبة 5.1% وفئة 50-31 بنسبة 4.6% ثم أقل من 15 بنسبة 1.7%، في الأخير تأتي فترة الظهيرة بنسبة 19% بين فئة من 30-16 بنسبة 8.9% ومن 50-31 بنسبة 6.3% ثم فئة أكثر من 50 بنسبة 3% وبنسبة أقل لفئة أقل من 15 بـ 0.8%، يتضح من خلال نتائج الجدول ان معظم النسب متقاربة بين الذكور باستثناء فئة من 30-16 والتي لم تشكل تقوتا كبيرا، الملاحظ هنا إلى أن الفترة الليلية هي أفضل وقت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث يكونون في حالة راحة بعيدا عن الدراسة أو العمل إلا أن ذلك لم يمنعهم من استخدام هذه المواقع في فترات اليوم الأخرى وما يفسر ذلك هو ضمان تدفق الأنترنت في الهاتف الذكي خاصة في ظل وجود عروض ترويجية مغرية توفرهما شركات الهاتف النقال (جيزي، موبيليس، أوريدو، اتصالات الجزائر). وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث

عرض نتائج الدراسة الميدانية

لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 26 يوضح ذلك.

الشكل رقم 26: توزيع السن على أوقات الإبحار.



الجدول 27: أوقات الإبحار عبر المواقع وفق متغير الموقع من مكون الاسرة.

المجموع	الموقع من مكون الأسرة				
	الابنت	الابن	الأم	الأب	
153	60	40	23	30	الليالية
% 64.6	% 25.3	% 16.9	% 9.7	% 12.7	
104	44	17	20	23	المساء
% 43.9	% 18.6	% 7.2	% 8.4	% 9.7	
50	18	10	10	12	الصبح
% 21.1	% 7.6	% 4.2	% 4.2	% 5.1	
45	15	8	14	8	الظهيرة
% 19	% 6.3	% 3.4	% 5.9	% 3.4	
352	137	75	67	73	المجموع
% 148.6	% 57.8	% 31.7	% 28.2	% 30.9	

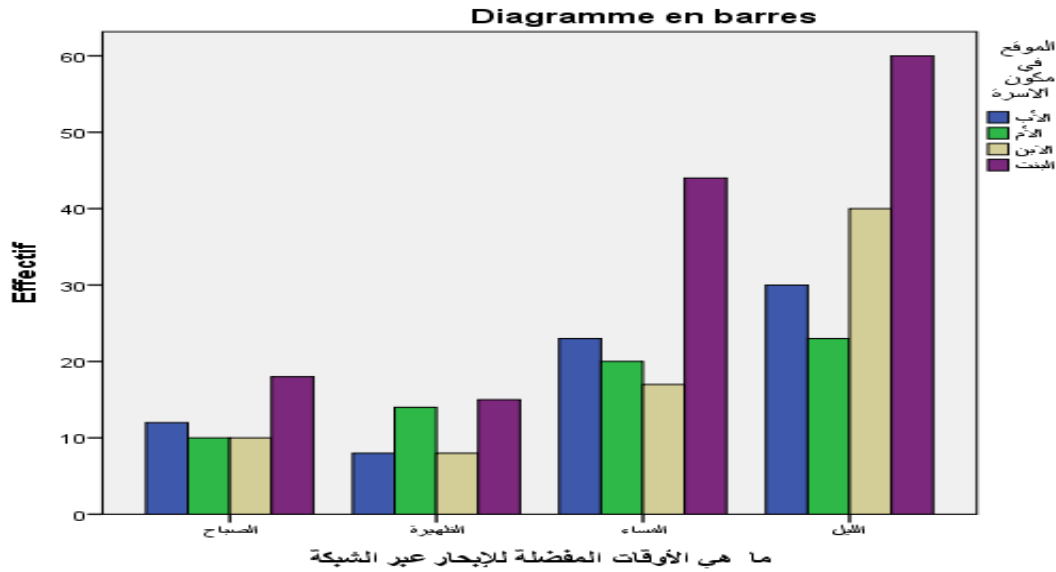
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.404	9	/	9.363

يشير الجدول رقم 27 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير المكون في الأسرة على أوقات إبحار شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يبحرون في الليل

عرض نتائج الدراسة الميدانية

وتقدر نسبتهم بـ 64.6% موزعة بالتفاوت بين البنات بأكثر نسبة وتقدر بـ 25.3% ثم الابن بنسبة 16.9% والأب بنسبة 12.7% تليه الأم بنسبة 9.7%، بينما الإبحار في المساء فيقدر نسبته 43.9% موزعة بين كل من البنات بنسبة 18.6% ثم بالتقارب بين الأب بنسبة 9.7% والأم بنسبة 8.4% والابن بنسبة 7.2%، أما فترة الصباح فتقدر نسبتها 21.1% موزعة بالتقارب بين كل من البنات بنسبة 7.6% والأب بنسبة 5.1% وبالتساوي بين الأم والابن بنسبة 4.2%، في الأخير تأتي فترة الظهيرة بنسبة 19% موزعة بالتقارب بين البنات بنسبة 6.3% والأم بنسبة 5.9% ثم بالتساوي بين الأب والابن بنسبة 3.4%، يتضح من خلال نتائج الجدول ان معظم النسب متقاربة، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن أفراد الأسرة يكونون بعيدين عن ضغط الحياة اليومية وتبقى الفترة الليلية مثالية للإبحار عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 27 يوضح ذلك.

الشكل رقم 27: توزيع المكون على أوقات الإبحار.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

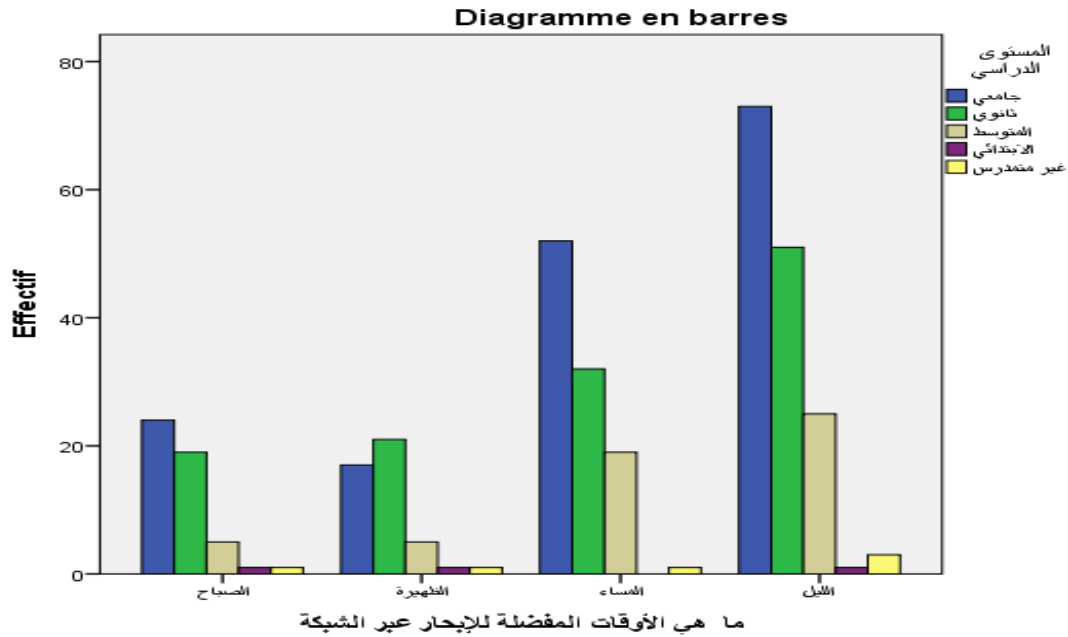
الجدول 28: أوقات الإبحار عبر المواقع حسب متغير المستوى.

المجموع	المستوى					
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
153	3	1	25	51	73	الليالية
% 64.6	1.3	% 0.4	% 10.5	% 21.5	% 30.8	
104	1	0	19	32	52	المساء
% 43.9	0.4	% 0	% 8	% 13.5	% 21.9	
50	1	1	5	19	24	الصباح
% 21.1	0.4	% 0.4	% 2.1	% 8	% 10.1	
45	1	1	5	21	17	الظهيرة
% 19	0.4	% 0.4	% 2.1	% 8.9	% 7.2	
352	6	3	54	123	166	المجموع
% 148.6	% 2.5	% 1.2	% 22.7	% 51.9	% 70	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.710	12	/	8.919

يشير الجدول رقم 28 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير المستوى على أوقات الإبحار، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يبحرون في الليل وتقدر نسبتهم بـ 64.6% موزعة بالتفاوت بين جامعي بأكبر نسبة وتقدر بـ 30.8% ثم ثانوي بنسبة 21.5% ومتوسط بنسبة 10.5% وبنسبة أقل غير متمدرس 1.3% و 0% بالنسبة لمستوى ابتدائي، بينما الإبحار في المساء فيقدر نسبته 43.9% موزعة بين جامعي بأكبر نسبة وتقدر بـ 21.9% ثم ثانوي بنسبة 13.5% ومتوسط بنسبة 8% وبنسبة أقل غير متمدرس 1% و 0% بالنسبة لمستوى ابتدائي، أما فترة الصباح فتقدر نسبتها 21.1% موزعة بالتقارب بين جامعي بنسبة 10.1% و ثانوي بنسبة 8% وبنسبة أقل متوسط بـ 2.1% وبالتساوي بين ابتدائي وغير متمدرس بنسبة 0.4%، في الأخير تأتي فترة الظهيرة بنسبة 19% موزعة بالتقارب بين ثانوي بنسبة 8.9% وجامعي بنسبة 7.2% ثم متوسط بنسبة 2.1% وبالتساوي بين غير متمدرس وابتدائي بنسبة 0.4%، يتضح ان معظم النسب متقاربة، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن الطلبة الجامعيين والمتمدرسين في الثانوية يهتمون كثيرا بالبقاء على تواصل دائم فيما بينهم وتبادل المعلومات والأخبار المستجدة. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 28 يوضح ذلك.

الشكل رقم 28: توزيع المستوى على أوقات الإبحار.



الجدول 29: أماكن الإبحار عبر المواقع وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		الفترة
	أنثى	ذكر	
227	131	96	المنزل
% 95.8	% 55.3	% 40.5	
25	6	19	أماكن العمل
% 10.5	% 2.5	% 8	
24	15	9	أماكن الدراسة
% 10.1	% 6.3	% 3.8	
9	3	6	الإماكن العامة
% 3.8	% 1.3	% 2.5	
285	155	130	المجموع
% 120.2	% 65.4	% 54.8	

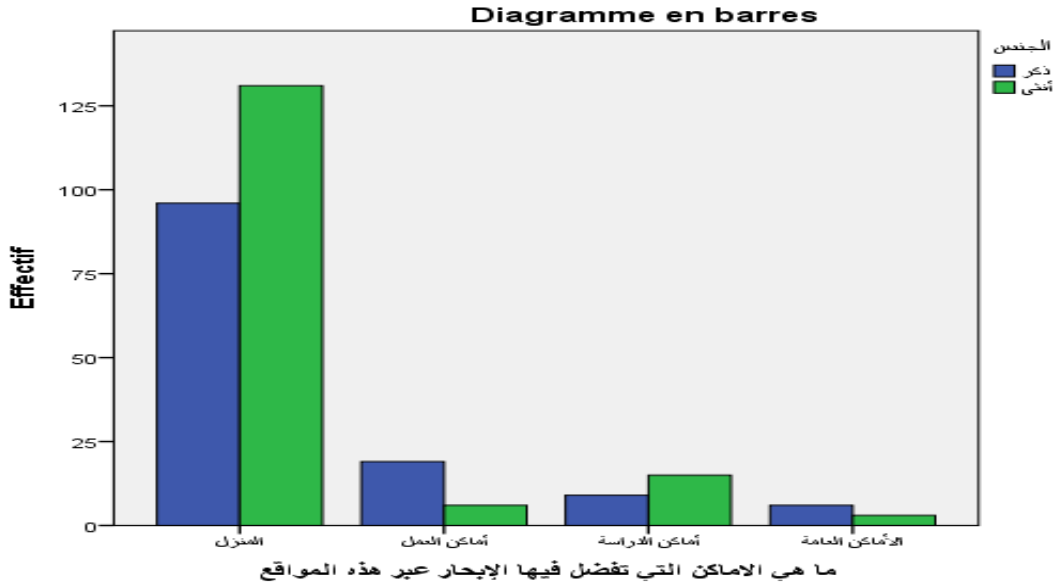
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	3	7.81	12.560

يشير الجدول رقم 29 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير الجنس على أماكن إبحار شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم الباحثين يستخدمون شبكات التواصل

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الاجتماعي من نسبة 95.8% موزعة بين الإناث بنسبة 55.3% والذكور بنسبة 40.5%، بينما أماكن العمل فتقدر نسبتها 10.5% موزعة بين الذكور بنسبة 8% والإناث 2.5%، أما أماكن الدراسة فنسبة 10.1% الإناث بنسبة 6.3% والذكور بنسبة 3.8%، في الأخير الأماكن العامة بنسبة 3.8% بين الذكور بنسبة 2.5% والإناث 1.3%، يتضح من خلال هذه النتائج تفاوت في نسب الاستخدام، ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة على أن المنزل هو أفضل مكان لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للمبحوثين وذلك لما يوفره من متطلبات الراحة والخصوصية. كما أن استخدام هذه المواقع أثناء العمل أو الدراسة أو في الأماكن العامة قد يعرض المستخدمين إلى عدة مخاطر قد تتعلق بمستقبل حياتهم المهنية أو الدراسية، هذا بالإضافة إلى أن استخدام الهاتف الذكية في الأماكن العامة قد يعرضهم للسرقة أو حوادث سير. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة ك² المحسوبة تساوي 12.560 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 7.81 عند درجة الحرية 3، والشكل رقم 29 يوضح ذلك.

الشكل رقم 29: توزيع المستوى على أوقات الإبحار.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 30: أماكن الإبحار عبر المواقع وفق متغير السن.

المجموع	السن				الفترة
	أكثر من 50	من 50-31	من 30-16	أقل من 15	
227	45	50	118	14	المنزل
% 95.8	% 19	% 21.1	% 49.8	% 5.9	
25	10	5	10	0	أماكن العمل
% 10.5	% 4.2	% 2.1	% 4.2	% 0	
24	0	0	21	3	أماكن الدراسة
% 10.1	% 0	% 0	% 8.9	% 1.3	
9	1	2	6	0	الاماكن العامة
% 3.8	% 0.4	% 0.8	% 2.5	% 0	
285	56	57	155	17	المجموع
120.2 %	% 23.6	% 24	% 65.4	% 7.2	

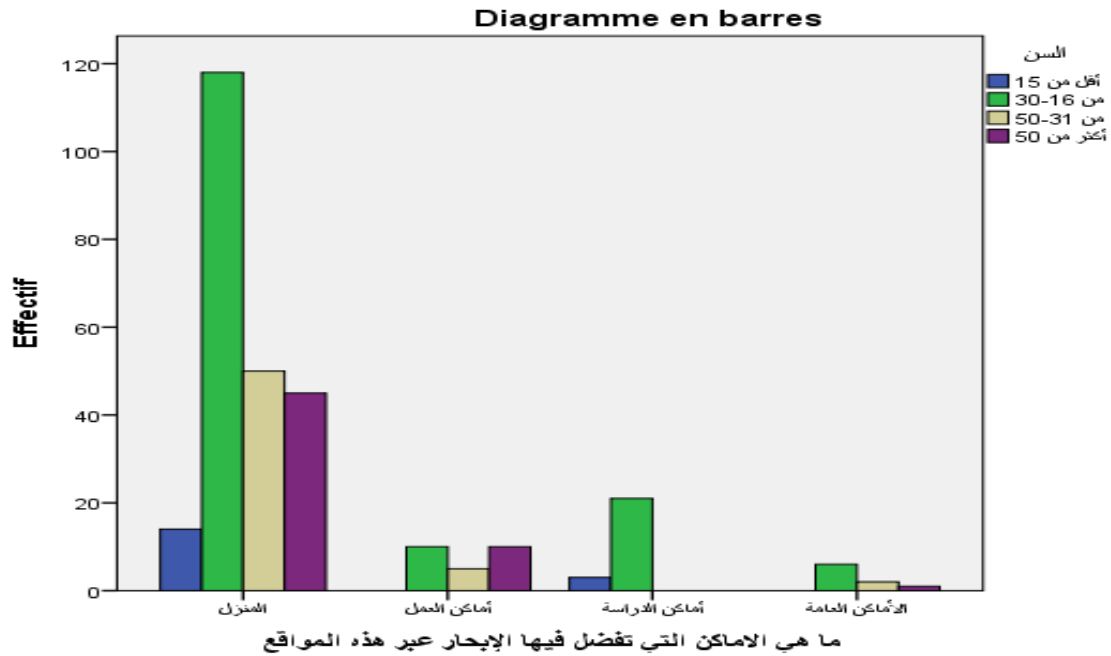
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	9	16.92	25.654

يشير الجدول رقم 30 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير السن على أماكن الإبحار، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 95.8% موزعة بتفاوت بين فئة 30-16 بأكبر نسبة مقدرة بـ 49.8% تليها فئة من 50-31 بنسبة 21.1% ثم فئة أكثر من 50 بـ 19% وفئة أقل من 15 بنسبة 5.9%، بينما أماكن العمل فتقدر نسبتها 10.5% موزعة بالتساوي بين فئتي 30-6 وأكثر من 50 بنسبة 4.2% ثم فئة من 50-31 بنسبة 2.1% و 0% لأقل من 15، أما أماكن الدراسة فتفاوتت النسب بين فئتي 30-16 وفئة أقل من 15 بنسبة 8.9% و 1.3% على التوالي فيما سجلت الفئات الأخرى 0%، في الأخير الأماكن العامة بنسبة 3.8% بين فئة 30-16 بنسبة 2.5% وفئة من 50 بنسبة 0.8% وفئة أكثر من 50 بنسبة 0.4% أما فئة أقل من 15 فنسبة 0%، يتضح من خلال هذه النتائج تفاوت في نسب الاستخدام، ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة على أن فئة 30-16 سنة هم غالبيتهم من الشباب والمراهقين الذين هم أكثر تعاملًا مع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أغلب الأوقات التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي تكون عند تواجدهم في المنزل وتقل في أماكن العمل والدراسة والساحات العامة، ويعود ذلك إلى أن غالبيتهم لهم ارتباطات مهنية ودراسة في الفترات الصباحية والمسائية وتبقى الفترة الليلية هي الأفضل لاستخدام هذه المواقع حيث هناك مجال للاسترخاء والخصوصية. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة ك² المحسوبة تساوي

عرض نتائج الدراسة الميدانية

25.654 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 16.92 عند درجة الحرية 9، والشكل رقم 30 يوضح ذلك.

الشكل رقم 30: توزيع السن على أوقات الإبحار.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 31: أماكن الإبحار عبر المواقع وفق متغير الموقع في مكون الأسرة.

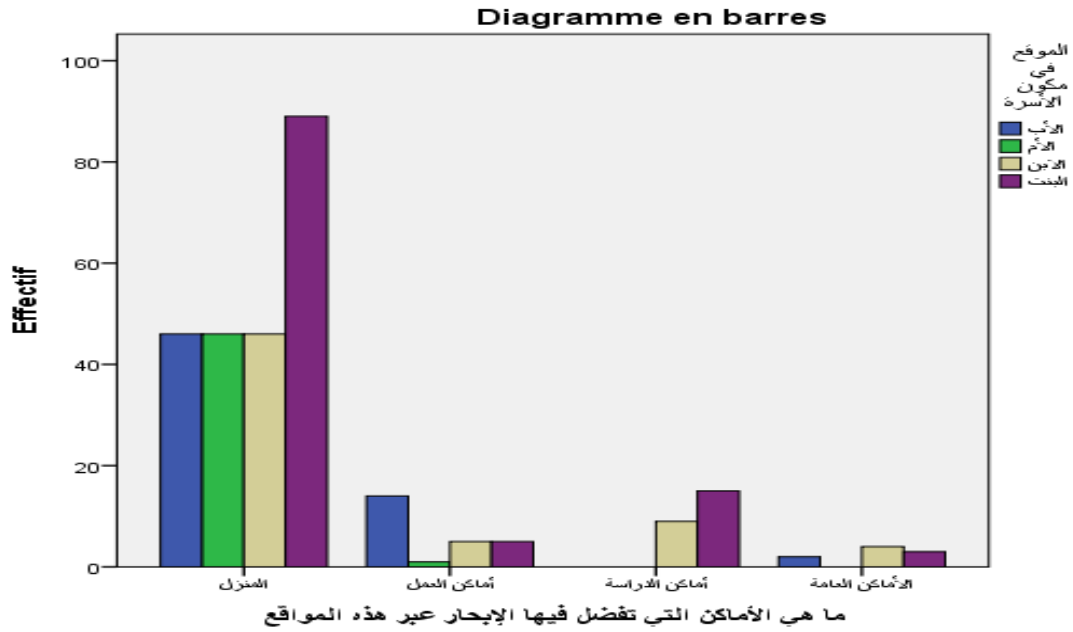
المجموع	الموقع في مكون الأسرة				الفترة
	الابن	الابن	الأم	الأب	
227	89	46	46	46	المنزل
% 95.8	% 37.6	% 19.4	% 19.4	% 19.4	
25	5	5	1	14	أماكن العمل
% 10.5	% 2.1	% 2.1	% 0.4	% 5.9	
24	15	9	0	0	أماكن الدراسة
% 10.1	% 6.3	% 3.8	% 0	% 0	
9	3	4	0	2	الاماكن العامة
% 3.8	% 1.3	% 1.7	% 0	% 0.8	
285	112	64	47	62	المجموع
120.2 %	% 47.3	% 27	% 19.8	% 26.1	

قيمة ك ²	المجدولة	درجات الحرية	مستوى الدلالة	القرار
39.346	16.92	9	0.05	دال (توجد فروق)

يشير الجدول رقم 31 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة على أماكن إبحار شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 95.8% موزعة بالتساوي بين الأب والأم والابن بنسبة 19.4% وبأكبر نسبة تقدر بـ 37.6% للبنات، بينما أماكن العمل فتقدر نسبتها 10.5% موزعة بالتساوي بين الابن والبنت بنسبة 2.1% وبنسبة أكبر للأب 5.9% وبأقل نسبة للأم بنسبة 0.4%، أما أماكن الدراسة فنسبة 10.1% توزعت بين البنت والابن بنسبة 6.3% و 3.8% على التوالي، في الأخير الأماكن العامة بنسبة 3.8% موزعة بالتقارب بين الابن بنسبة 1.7% والبنت بنسبة 1.3% والأب بنسبة 0.8% أما الأم فنسبة 0%، يتضح من خلال هذه النتائج تفاوت في نسب الاستخدام، ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن كل من الأب والأم والابن والبنت يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل لأنه المكان الوحيد الذي يوفر لهم الخصوصية ويشعرهم بالأمان. في المقابل فإن الأعمال بالمنزلية بالنسبة للأم وتواجدها في معظم الأوقات بالبيت يقلل من استخدامها لهذه المواقع في أماكن العمل والدراسة والساحات العامة. وفي نفس السياق نجد أن الأب والابن يقل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في تلك الأماكن بفعل ضغط العمل والدراسة. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة ك² المحسوبة تساوي اختبار الفروق ك² أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 16.92 عند

درجة الحرية 9، والشكل رقم 31 يوضح ذلك.

الشكل رقم 31: توزيع مكون الاسرة على أوقات الإبحار.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 32: أماكن الإبحار عبر المواقع وفق متغير المستوى الدراسي.

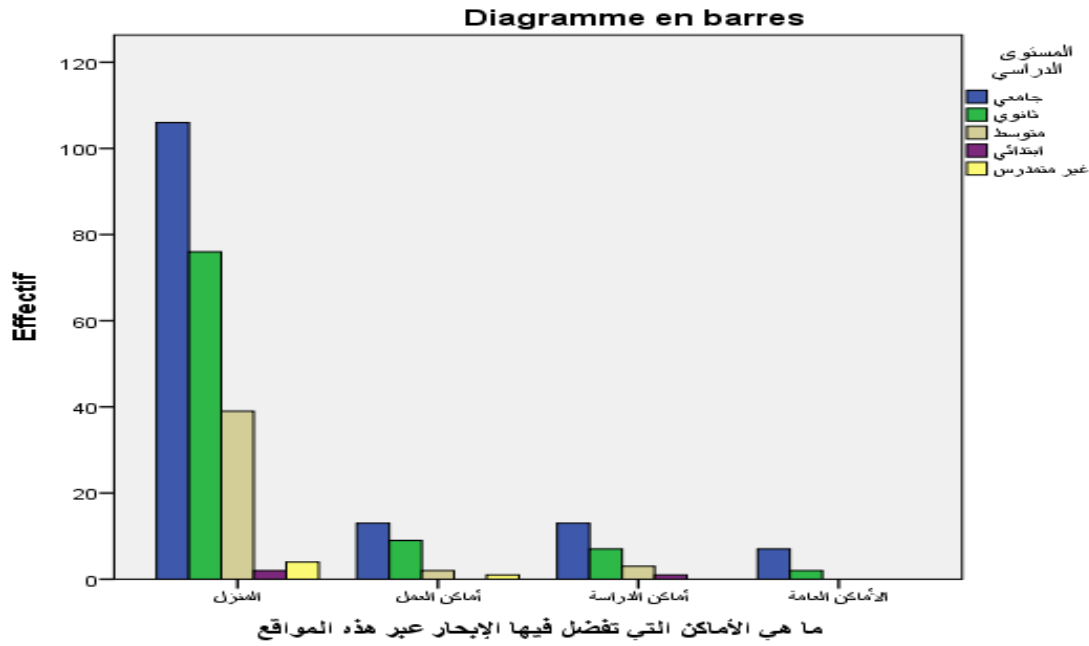
المجموع	المستوى الدراسي					الفترة
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
227	4	2	39	76	106	المنزل
% 95.8	% 1.7	% 0.8	% 16.5	% 32.1	% 44.7	
25	1	0	2	9	13	أماكن العمل
% 10.5	% 0.4	% 0	% 0.8	% 3.8	% 5.5	
24	0	1	3	7	13	أماكن الدراسة
% 10.1	% 0	% 0.4	% 1.3	% 3	% 5.5	
9	0	0	0	2	7	الاماكن العامة
% 3.8	% 0	% 0	% 0	% 0.8	% 3	
285	5	3	44	94	139	المجموع
120.2 %	% 2.1	% 1.2	% 18.6	% 39.7	% 58.7	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.681	12	/	9.254

يشير الجدول رقم 32 إلى النسب الاحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على أماكن إبحار شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 95.8% موزعة بالتفاوت بين جامعي بنسبة 44.7% يليه ثانوي بنسبة 32.1% ثم متوسط بنسبة 16.5% وبأقل نسبة تقدر بـ 1.7% لغير متمدرس و0.8% لابتدائي، بينما أماكن العمل فنقدر نسبتها 10.5% موزعة بالتقارب بين جامعي بنسبة 5.5% وبنسبة 3.8% لثانوي ثم متوسط بـ 0.8% وغير متمدرس بنسبة 0.4% أما ابتدائي 0%، أما أماكن الدراسة فنسبة 10.1% توزعت بين جامعي بنسبة 5.5% و3% لمستوي ثانوي وبنسبة 1.3% لمتوسط وابتدائي بنسبة 0.4%، في الأخير الأماكن العامة بنسبة 3.8% موزعة بين جامعي بنسبة 3% وثنانوي بنسبة 0.8% وبنسبة 0% لباقي المستويات، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب في نسب الاستخدام، ومنه يمكن القول أن المنزل هو أفضل مكان يستخدم فيه أفراد الأسرة الجزائرية مواقع التواصل الاجتماعي والتفسيرات السابقة توضح ذلك. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 32 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 32: توزيع المستوى الدراسي على أوقات الإبحار.



الجدول 33: مقدار الوقت في الإبحار وفق الجنس.

المجموع	الجنس		الفترة
	أنثى	ذكر	
103	62	41	من ساعة إلى ساعتين
% 43.5	% 26.2	% 17.3	
87	47	40	أكثر من 3 ساعات
% 36.7	% 19.8	% 16.9	
47	24	23	أقل من ساعة
% 19.8	% 10.1	% 9.7	
237	155	130	المجموع
% 100	% 56.1	% 43.9	

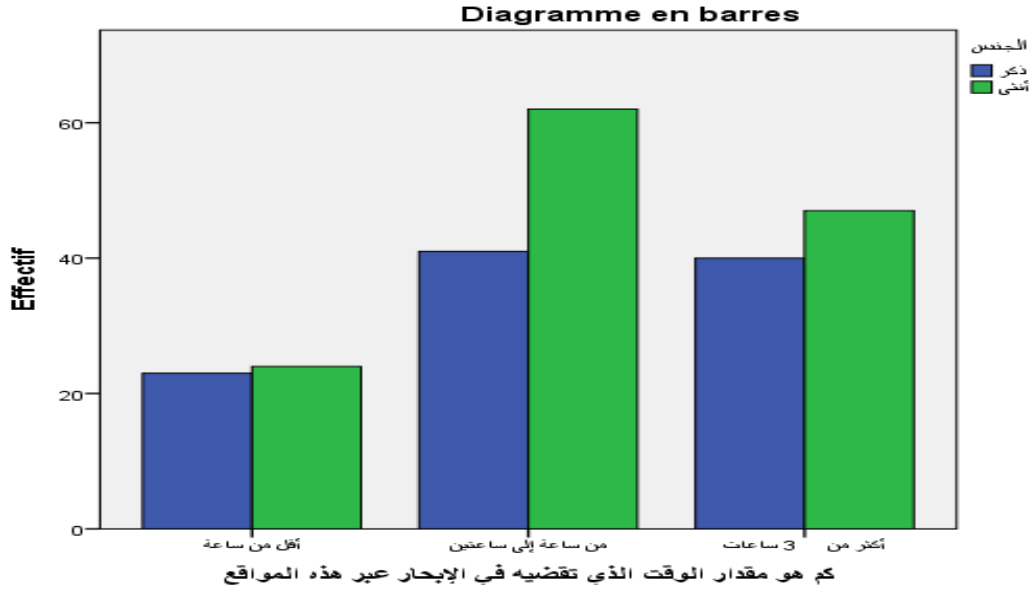
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.512	2	/	1.338

يشير الجدول رقم 33 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الجنس على مقدار وقت الإبحار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم الباحثين يستخدمونها من ساعة إلى ساعتين بنسبة 43.5% موزعة بين الإناث بنسبة 26.2% والذكور بنسبة

عرض نتائج الدراسة الميدانية

17.3%، بينما أكثر من 3 ساعات فتقدر نسبتها 36.7% موزعة بين الإناث بنسبة 19.8% والذكور 16.9%، أما أقل من ساعة فنسبتها الإجمالية بنسبة 19.8% الإناث بنسبة 10.1% والذكور بنسبة 9.7%، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب في نسب مقدار وقت الاستخدام ما بين الإناث والذكور، ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة على أن شبكات التواصل الاجتماعي صارت جزء من الروتين اليومي لأفراد الأسرة الجزائرية. والملاحظ أن الإناث هن الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالذكور ويمكن تفسير ذلك إلى انتشار الهواتف الذكية في أوساط البنات وهذا ما يبرر تراجع الرقابة على الأبناء. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 33 يوضح ذلك.

الشكل رقم 33: توزيع الجنس على مقدار الوقت في الابحار.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

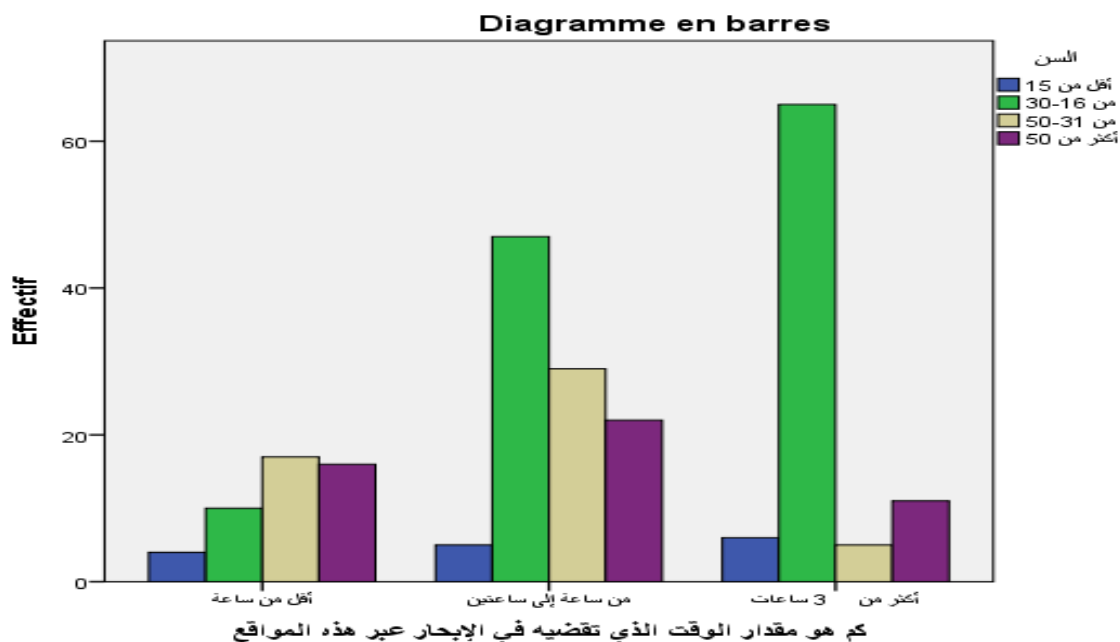
الجدول 34: مقدار الوقت في الإبحار وفق السن.

المجموع	السن				الفترة
	أقل من 15	من 16-30	من 31-50	أكثر من 50	
103	5	47	29	22	من ساعة إلى ساعتين
% 43.5	% 2.1	% 19.8	% 12.2	% 9.3	
87	6	65	5	11	أكثر من 3 ساعات
% 36.7	% 2.5	% 27.4	% 2.1	% 4.6	
47	4	10	17	16	أقل من ساعة
% 19.8	% 1.7	% 4.2	% 7.2	% 6.8	
237	15	122	51	49	المجموع
% 100	% 6.3	% 51.5	% 21.5	% 20.7	

قيمة ك ²	المجدولة	درجات الحرية	مستوى الدلالة	القرار
42.540	12.59	6	0.05	دال (توجد فروق)

يشير الجدول رقم 34 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير السن على مقدار وقت الإبحار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمونها من ساعة إلى ساعتين بنسبة 43.5% موزعة بالتفاوت بين فئة 16-30 بأكثر نسبة مقدرة بـ 19.8% تليها على التوالي فئة من 31-50 بنسبة 12.2% وفئة أكثر من 50 بنسبة 9.3% وأقل من 15 بنسبة 2.1%، بينما أكثر من 3 ساعات فتقدر نسبتها 36.7% موزعة بين أكبر نسبة لفئة من 16-30 بـ 27.4% ثم على التوالي فئة أكثر من 50 بنسبة 4.6% وأقل من 15 بنسبة 2.5% ومن 31-50 بنسبة 2.1%، أما أقل من ساعة فنسبتها الإجمالية تقدر بـ 19.8% موزعة بالتفاوت بين فئة من 31-50 بنسبة 7.2% وأكثر من 50 بنسبة 6.8% ومن 16-30 بنسبة 4.2% ثم فئة أقل من 15 بنسبة 1.7%، يتضح من خلال هذه النتائج تفاوت كبير في نسب مقدار وقت الاستخدام، ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة على أن فئة الشباب والمراهقين يقضون وقت أكبر على شبكات التواصل الاجتماعي فهم يبحثون دائماً عن ذواتهم داخل هذه المواقع من خلال نشر مضامين تعبر على نمط حياتهم وآرائهم حول القضايا التي يرتبطون بها. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية أي أن قيمة ك² المحسوبة تساوي 42.540 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 12.59 عند درجة الحرية 6، والشكل رقم 34 يوضح ذلك.

الشكل رقم 34: توزيع السن على مقدار الوقت في الإبحار.



الجدول 35: مقدار الوقت في الإبحار وفق الموقع في مكون الأسرة.

المجموع	الموقع في مكون الأسرة				الفترة
	الابن	الابن	الأم	الأب	
103	38	17	26	22	من ساعة إلى ساعتين
% 43.5	% 16	% 7.2	% 11	% 9.3	
87	44	28	4	11	أكثر من 3 ساعات
% 36.7	% 18.6	% 11.8	% 1.7	% 4.6	
47	9	4	16	18	أقل من ساعة
% 19.8	% 3.8	% 1.7	% 6.8	% 7.6	
237	91	49	46	51	المجموع
% 100	% 38.4	% 20.7	% 19.4	% 21.5	

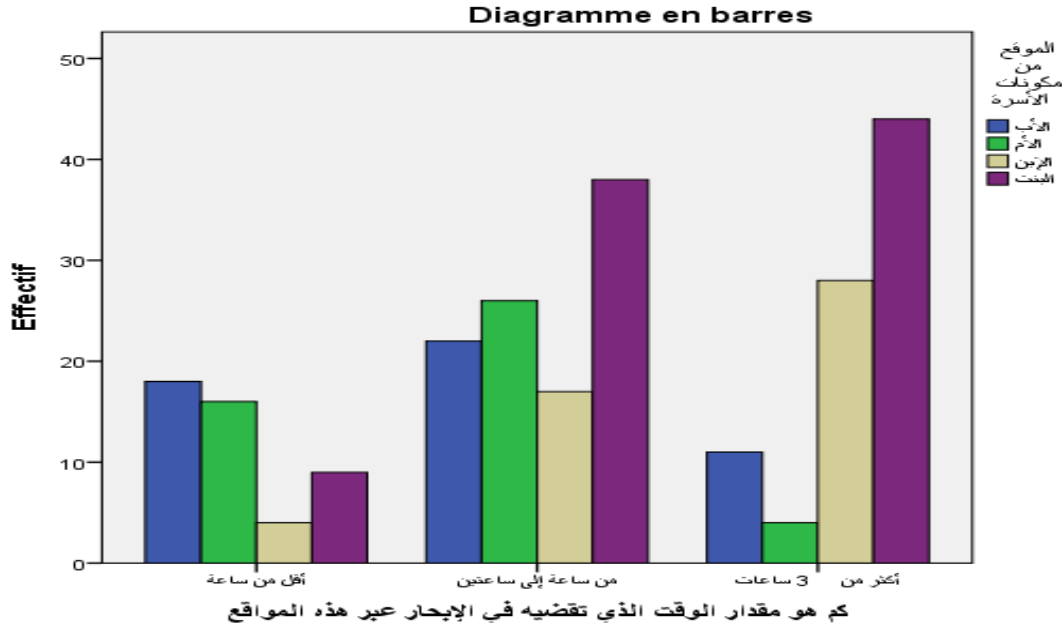
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	6	12.59	43.919

يشير الجدول رقم 35 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة على مقدار وقت الإبحار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم الباحثين يستخدمونها من ساعة إلى ساعتين بنسبة 43.5% موزعة بالتفاوت بين البنات بأكثر نسبة مقدر بـ 16% تليها على التوالي الأم بنسبة 11% والأب بنسبة 9.3% والابن بنسبة

عرض نتائج الدراسة الميدانية

7.2%، ويمكن تفسير ذلك إلى أن البنات تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة جديد التعليقات وكذا الأشخاص المتصلين، بينما أكثر من 3 ساعات فتقدر نسبتها 36.7% موزعة بين أكبر نسبة تخص البنات بـ 18.6% ثم على التوالي الابن بنسبة 11.8% والأب بنسبة 4.6% والأم بنسبة 1.7%، أما أقل من ساعة فنسبتها الإجمالية تقدر بـ 19.8% موزعة بالتفاوت بين الأب بنسبة 7.6% والأم بنسبة 6.8% والبنات بنسبة 3.8% ثم الابن بنسبة 1.7%، يتضح من خلال هذه النتائج تفاوت كبير في نسب مقدار وقت الاستخدام، ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن فئة البنات تجعل من شبكات التواصل الاجتماعي بوابة تتنفس من خلالها على العالم الخارجي وذلك لأن القيود الاجتماعية والعرف يرسمون حدودا لحريتها. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة χ^2 المحسوبة تساوي 43.919 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 12.59 عند درجة الحرية 6، والشكل رقم 35 يوضح ذلك.

الشكل رقم 35: توزيع المكون على مقدار الوقت في الابحار.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 36: مقدار الوقت في الإبحار وفق المستوى الدراسي.

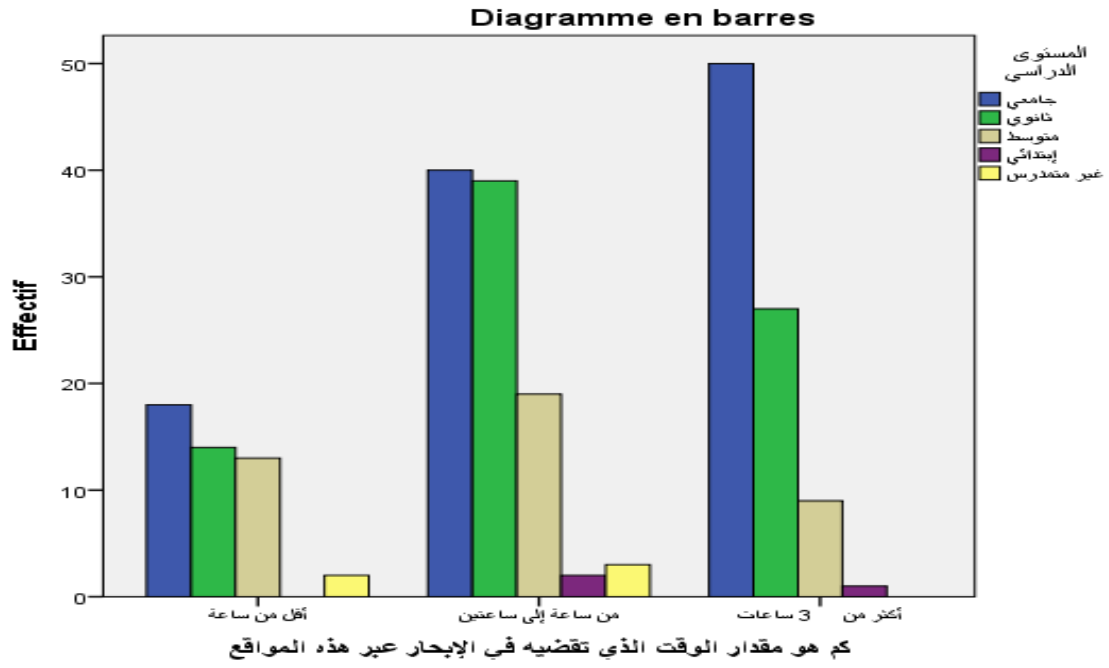
المجموع	المستوى الدراسي					الفترة
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
103	3	2	19	39	40	من ساعة إلى ساعتين
% 43.5	% 1.3	% 0.8	% 8	% 16.5	% 16.9	
87	0	1	9	27	50	أكثر من 3 ساعات
% 36.7	% 0	% 0.4	% 3.8	% 11.4	% 21.1	
47	2	0	13	14	18	أقل من ساعة
% 19.8	% 0.8	% 0	% 5.5	% 5.9	% 7.6	
237	5	3	41	80	108	المجموع
% 100	% 2.1	% 1.3	% 17.3	% 33.8	% 45.6	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.06	8	/	14.779

يشير الجدول رقم 36 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على مقدار وقت الإبحار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمونها من ساعة إلى ساعتين بنسبة 43.5% موزعة على التوالي جامعي بنسبة 16.9%، ثانوي بنسبة 16.5%، متوسط بنسبة 8% وغير متمدرس بنسبة 1.3% ثم ابتدائي بنسبة 0.8%، بينما أكثر من 3 ساعات فتقدر نسبتها 36.7% موزعة على التوالي، جامعي بنسبة 21.1%، ثانوي بنسبة 11.4% ومتوسط بنسبة 3.8% وابتدائي بنسبة 1% و0% بالنسبة لغير متمدرس، أما أقل من ساعة فنسبتها الإجمالية تقدر بـ 19.8% موزعة بين جامعي بنسبة 7.6% وثنانوي بنسبة 5.9% ومتوسط بنسبة 5.5% ثم غير متمدرس بنسبة 0.8% أما ابتدائي 0%، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب بين معظم نسب مقدار وقت الاستخدام وفق متغير المستوى الدراسي ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن تحسن المستوى الدراسي يولد الحاجة لزيادة المعرفة وهو ما يبرر الإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد مصدرا لتدفق المعلومات ومختلف الأخبار. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 36 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 36: توزيع المستوى على مقدار الوقت في الإبحار.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

المحور 02: حاجات ودوافع استخدام الأسرة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي.
بعد ما تعرفنا على عادات وأنماط استخدام الأسرة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي سنسعى، في هذا المحور إلى الكشف عن حاجات ودوافع عينة الدراسة لاستخدام هذه المواقع وتحليلها.

الجدول 37: دوافع الاستخدام وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
152	87	65	الحصول على المعلومات
% 64.4	% 36.9	% 27.5	
140	92	48	الاسترخاء والترفيه
% 59.3	% 39	% 20.3	
108	64	44	تنمية ثقافتك في عدة ميادين
% 45.8	% 27.1	% 18.6	
84	58	26	الدراسة والبحث العلمي
% 35.6	% 24.6	% 11	
71	37	34	العلاقات الاجتماعية
% 30.1	% 15.7	% 14.4	
70	41	29	الاندماج والتفاعل
% 29.7	% 17.4	% 12.3	
51	26	25	البحث عن الاعلانات التجارية
% 21.6	% 11	% 10.6	
46	29	17	التفاعل مع الإعلاميين وشخصياتك المفضلة
% 19.5	% 12.3	% 7.2	
722	434	288	المجموع
% 305.9	% 18.4	121.9 %	

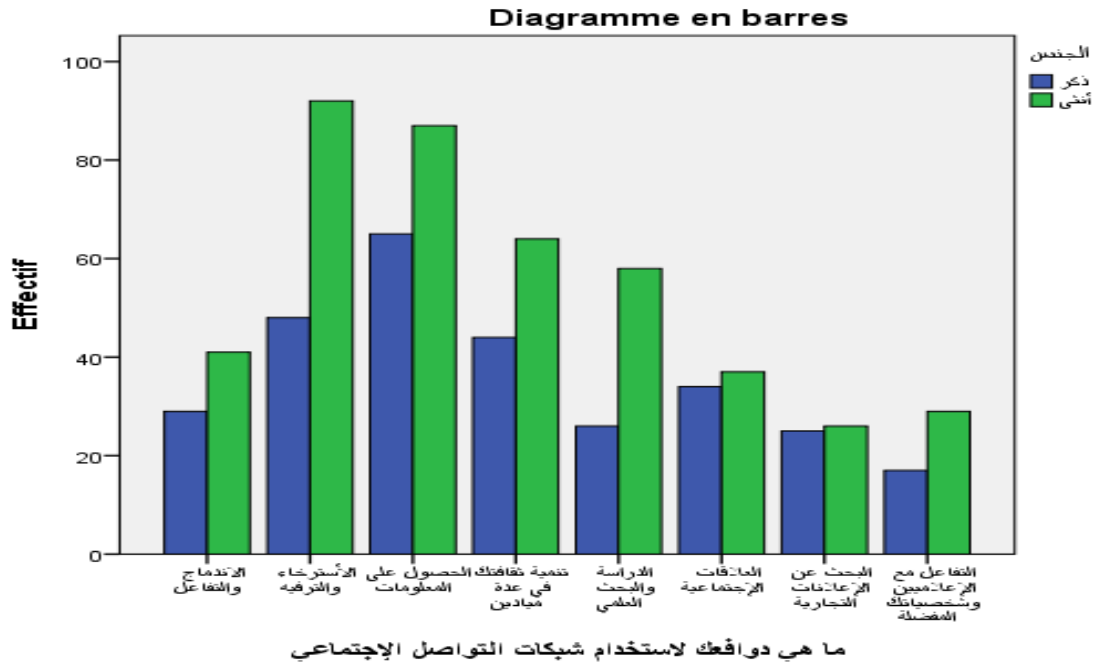
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.246	7	/	9.089

يشير الجدول رقم 37 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الجنس على دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين دوافعهم للاستخدام هي الحصول على المعلومات بنسبة 64.4% موزعة بين الإناث بنسبة 36.9% والذكور بنسبة

عرض نتائج الدراسة الميدانية

27.5%، أما الاسترخاء والترفيه فنسبتها 59.3% بين الإناث بنسبة 39% والذكور بنسبة 20.3%، بينما تنمية ثقافتك في عدة ميادين بنسبة 45.8% تشمل الإناث بنسبة 27.1% والذكور بنسبة 18.6%، ثم الدراسة والبحث العلمي بنسبة 35.6% بين الإناث بنسبة 24.6% والذكور بنسبة 11%، والعلاقات الاجتماعية بنسبة 30.1% بين الإناث والذكور بنسبة 15.7%، 14.4% على التوالي، بعدها الاندماج والتفاعل بنسبة 29.7% بين الإناث بنسبة 17.4% والذكور بنسبة 12.3%، تليه البحث عن الاعلانات التجارية بنسبة 21.6% بين الإناث بنسبة 12.3% والذكور بنسبة 7.2%، في الأخير التفاعل مع الإعلاميين وشخصياتك المفضلة بنسبة 19.5% موزعة بين الإناث بنسبة 12.3% والذكور بنسبة 7.2%، يتضح من خلال هذه النتائج وجود تقارب في معظم النسب الموزعة بين الذكور والإناث ومنه يمكن تفسير هذه النتائج على أن كلا الجنسين لديهم اهتمامات مشتركة حول دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. حيث يمكن اعتبار هذه النتيجة معقولة جدا لان إجابات المبحوثين على هذا السؤال تدخل في إطار وظائف وأدوار واستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، فهي فضاء تتدفق فيه المعلومات والتي تشكل دافعا قويا للمستخدم من أجل تنمية وتطوير مهاراته في شتى الميادين، كما أن دافع التحصيل العلمي للمتمدرسين والباحثين في جعلها القبلة المفضلة لهم ويتجلى ذلك من خلال المجموعات والصفحات التي تجيب عن الأسئلة وتطرح أحدث الدراسات. وفي نفس السياق تخلق هذه المواقع مجال للتفاعل والاندماج مما يعطيها ميزة كان يفتقدها جمهور وسائل الإعلام التقليدية بهذا النحو. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق $t=2$ حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 37 يوضح ذلك.

الشكل رقم 37 : توزيع الجنس على دوافع الاستخدام



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 38: دوافع الاستخدام وفق متغير السن.

المجموع	السن				
	أقل من 15	من 16-30	من 31-50	أكثر من 50	
152	4	69	38	41	الحصول على المعلومات
% 64.4	% 1.7	% 29.2	% 16.1	% 17.4	
140	13	82	31	14	الاسترخاء والترفيه
% 59.3	% 5.5	% 34.7	% 13.1	% 5.9	
108	4	50	26	28	تنمية ثقافتك في عدة ميادين
% 45.8	% 1.7	% 21.2	% 11	% 11.9	
84	4	65	7	8	الدراسة والبحث العلمي
% 35.6	% 1.7	% 27.5	% 3	% 3.4	
71	5	41	7	18	العلاقات الاجتماعية
% 30.1	% 2.1	% 17.4	% 3	% 7.6	
70	5	46	9	10	الاندماج والتفاعل
% 29.7	% 2.1	% 19.5	% 3.8	% 4.2	
51	2	26	10	13	البحث عن الاعلانات التجارية
% 21.6	% 0.8	% 11	% 4.2	% 5.5	
46	7	26	7	6	التفاعل مع الإعلاميين وشخصياتك المفضلة
% 19.5	% 3	% 11	% 3	% 2.5	
722	44	405	135	138	المجموع
%305.9	% 18.6	% 171.5	% 57.2	% 58.4	

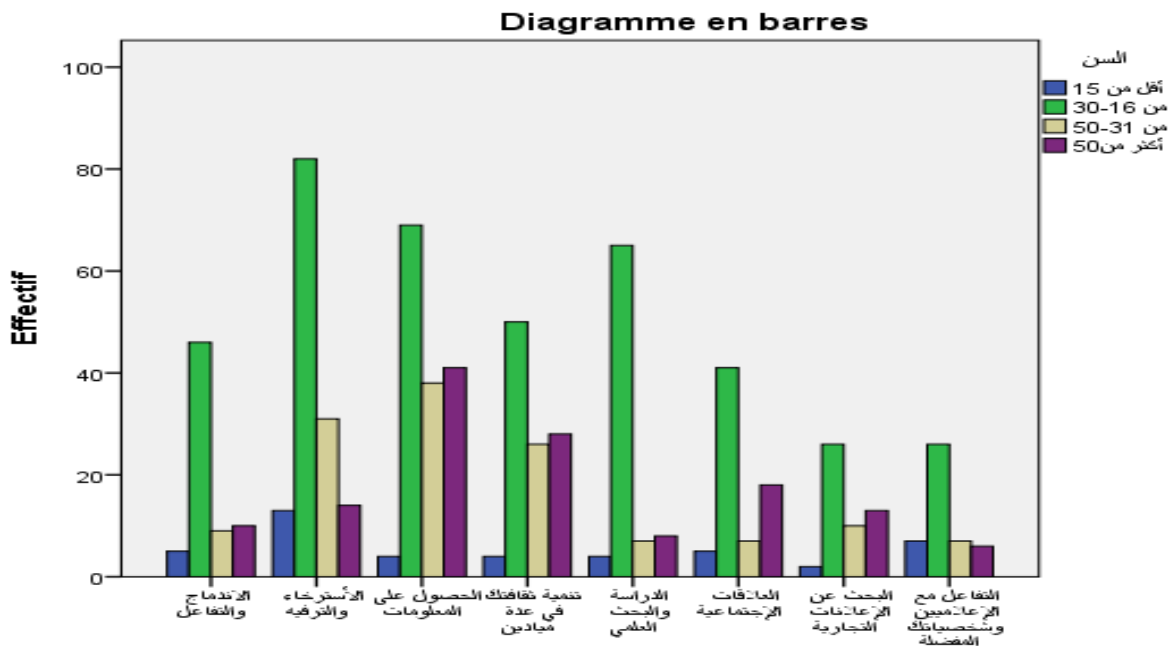
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	21	32.67	63.923

يشير الجدول رقم 38 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير السن على دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين دوافعهم للاستخدام هي الحصول على المعلومات بنسبة 64.4% موزعة بالتفاوت بين فئة 16-30 بأكبر نسبة مقدرة بـ 29.2% تليها على التوالي فئة أكثر من 50 بنسبة 17.4% وفئة من 31-50 بنسبة 16.1% وأقل من 15 بنسبة 1.7%، أما الاسترخاء والترفيه فنسبتها 59.3% موزعة بالتفاوت بين فئة 16-30 بأكبر نسبة مقدرة بـ 34.7% تليها على التوالي فئة أكثر من 31-50 بنسبة 13.1% وفئة أكثر من 50 بنسبة 5.9% وأقل من 15 بنسبة 5.5%، بينما تنمية ثقافتك في عدة ميادين فنسبة 45.8% موزعة بالتفاوت بين فئة 16-30 بأكبر نسبة مقدرة بـ 21.2% تليها على التوالي فئة أكثر من 50 بنسبة 11.9% وفئة من 31-50 بنسبة 11% وأقل من 15 بنسبة 1.7%، ثم الدراسة والبحث العلمي بنسبة 35.6% موزعة بالتفاوت بين فئة 16-30 بأكبر نسبة مقدرة بـ 27.5% تليها على التوالي فئة أكثر من 50 بنسبة 3.4% وفئة من 31-50 بنسبة 3% وأقل من 15 بنسبة 1.7%، والعلاقات الاجتماعية بنسبة 30.1% موزعة بالتفاوت بين فئة 16-30 بأكبر نسبة مقدرة بـ 17.4% تليها على التوالي

عرض نتائج الدراسة الميدانية

فئة أكثر من 50 بنسبة 7.6% وفئة من 31-50 بنسبة 3% وأقل من 15 بنسبة 2.1%، بعدها الاندماج والتفاعل بنسبة 29.7% موزعة بالتفاوت بين فئة 16-30 بأكثر نسبة مقدرة بـ 19.5% تليها على التوالي فئة أكثر من 50 بنسبة 4.2% وفئة من 31-50 بنسبة 3.8% وأقل من 15 بنسبة 2.1% تليه البحث عن الاعلانات التجارية بنسبة 21.6% موزعة بالتفاوت بين فئة 16-30 بأكثر نسبة مقدرة بـ 11% تليها على التوالي فئة أكثر من 50 بنسبة 5.5% وفئة من 31-50 بنسبة 4.2% وأقل من 15 بنسبة 0.8%، في الأخير التفاعل مع الإعلاميين وشخصياتك المفضلة بنسبة 19.5% موزعة بالتفاوت بين فئة 16-30 بأكثر نسبة مقدرة بـ 11% تليها على التوالي فئة من 31-50 وفئة أقل من 15 بنسبة 3% وفئة أكثر من 50 بنسبة 2.5%، يتضح من خلال هذه النتائج وجود تفاوت كبير في معظم النسب الموزعة بين وفق متغير السن ومنه يمكن تفسير هذه النتائج إلى أن المراهقين والشباب هم أكثر فئة في المجتمع لديها دوافع في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فالشخصية القوية هي التي تتمتع بمستوى ثقافي راقى وتحصيل علمي وأكاديمي. في نفس السياق تعتبر العلاقات الاجتماعية دافعا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فهي تساعد على تطوير الأنا لدى المستخدمين مما يولد لديهم شعور الاندماج في فضاء تفاعلي ممكن ألا يتوفر في غالب الأحيان في الواقع الحقيقي للأسرة الجزائرية. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة ك² المحسوبة تساوي 63.923 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 32.67 عند درجة الحرية 21، والشكل رقم 38 يوضح ذلك.

الشكل رقم 38: توزيع السن على دوافع الاستخدام



ما هي دوافعك لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 39: دوافع الاستخدام وفق متغير الموقع في مكون الأسرة.

المجموع	الموقع في مكون الأسرة				
	الابن	الابن	الأم	الأب	
152	50	23	40	39	الحصول على المعلومات
% 64.4	% 21.2	% 9.7	% 16.9	% 16.5	
140	68	27	26	19	الاسترخاء والترفيه
% 59.3	% 28.8	% 11.4	% 11	% 8.1	
108	40	14	27	27	تنمية ثقافتك في عدة ميادين
% 45.8	% 16.9	% 5.9	% 11.4	% 11.4	
84	53	17	5	9	الدراسة والبحث العلمي
% 35.6	% 22.5	% 7.2	% 2.1	% 3.8	
71	30	15	8	18	العلاقات الاجتماعية
% 30.1	% 12.7	% 6.4	% 3.4	% 7.6	
70	32	20	9	9	الاندماج والتفاعل
% 29.7	% 13.6	% 8.5	% 3.8	% 3.8	
51	17	13	9	12	البحث عن الاعلانات التجارية
% 21.6	% 7.2	% 5.5	% 3.8	% 5.1	
46	23	11	7	5	التفاعل مع الإعلاميين وشخصياتك المفضلة
% 19.5	% 9.7	% 4.7	% 3	% 2.1	
722	313	140	131	138	المجموع
% 305.9	% 132.6	% 59.3	% 55.4	% 58.4	

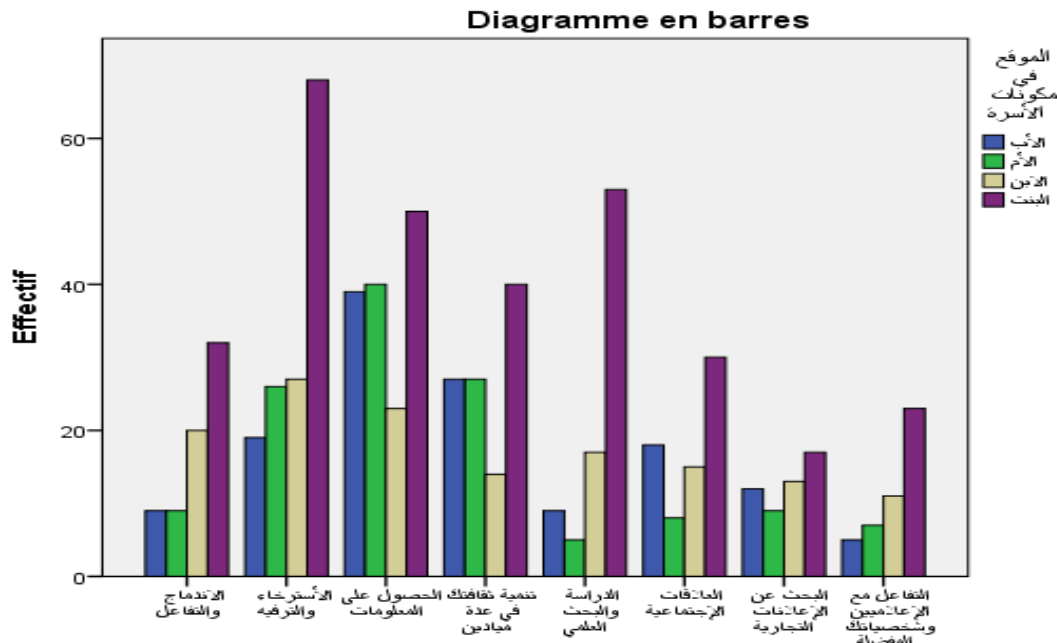
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة χ^2
دال (توجد فروق)	0.05	21	32.67	57.581

يشير الجدول رقم 39 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة على دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين دوافعهم للاستخدام هي الحصول على المعلومات بنسبة 64.4% موزعة بين البنات بنسبة 21.2% ثم الأم بنسبة 16.9% والأب بنسبة 16.5%، يليها الابن بنسبة 9.7%، ويمكن تفسير ذلك إلى أن البنات تهتم أكثر بالبحث عن المضامين الصحية وموضوعات العناية بجمالها في مقابل الابن الذي ليس له دافع قوي في الحصول على المعلومات. أما الاسترخاء والترفيه فنسبتها 59.3% موزعة بالتفاوت بين البنات بنسبة 28.8% يليها على التوالي الابن بنسبة 11.4% والأم بنسبة 11% والأب بنسبة 8.1%، ويعود ذلك إلى تواجد البنات في المنزل في غالب الأحيان. بينما تنمية ثقافتك في عدة ميادين فنسبة 45.8% بين البنات بنسبة 16.9% تليها الأم والأب بالتساوي بنسبة 11.4% ثم الابن بنسبة 5.9%، ثم الدراسة والبحث العلمي بنسبة 35.6% موزعة بين البنات بنسبة مقدره بـ 22.5% يليها على التوالي الابن بنسبة 7.2% والأب بنسبة 3.8% والأم بنسبة 2.1%، ويمكن تفسير ذلك إلى أن البنات لها

عرض نتائج الدراسة الميدانية

دافع قوي في تحصيل أعلى الشهادات العلمية مقابل الابن الذي في غالب الأحيان ينقطع عن الدراسة في سن مبكرة وهو ما نلاحظه في واقع الأسرة الجزائرية اليوم. والعلاقات الاجتماعية بنسبة 30.1% موزعة بين البنت بنسبة 12.7% تليها على التوالي الأب بنسبة 7.6% والابن بنسبة 6.4% والأم بنسبة 3.4%، بعدها الاندماج والتفاعل بنسبة 29.7% بين البنت بنسبة 13.6% يليها الابن بنسبة 8.5% وبالتساوي بين الأب والأم بنسبة 3.8%، تليه البحث عن الاعلانات التجارية بنسبة 21.6% موزعة بالتقارب بين البنت بنسبة 7.2% تليها على التوالي الابن بنسبة 5.5% والأب بنسبة 5.1% والأم بنسبة 3.8%، في الأخير التفاعل مع الإعلاميين وشخصياتك المفضلة بنسبة 19.5% موزعة بالتفاوت بين البنت بنسبة 9.7% يليها على التوالي الابن بنسبة 4.7% والأم بنسبة 3% ثم الأب بنسبة 2.1%، يتضح من خلال هذه النتائج وجود تفاوت كبير في معظم النسب ومنه يمكن تفسير هذه النتائج على أن الأب والأم والابن والبنت لهم دوافع مشتركة بنسب متفاوتة حول جمع المعلومات فهي تنمي أفكارهم حول المواضيع التي تتعلق بحياتهم سواء الشخصية أو العملية وحتى الصحية. ولا يقل الاسترخاء والترفيه أهمية في يوميات أفراد الأسرة لأنها تساعد على تجاوز متاعب الحياة اليومية وحتى المشاكل والصراعات التي قد تعترضهم وهو ما يشكل دافعا قويا للبنت التي تقضي معظم أوقاتها في البيت. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق K^2 حيث توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة K^2 المحسوبة تساوي 57.581 أكبر من القيمة المجدولة عند الدلالة الإحصائية 0.05 والتي تساوي 32.67 عند درجة الحرية 21، والشكل رقم 39 يوضح ذلك.

الشكل رقم 39: توزيع المكونات على دوافع الاستخدام



ما هي دوافعك لاستخدام شبكات التواصل الإجتماعي

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 40: دوافع الاستخدام وفق متغير المستوى الدراسي.

المجموع	المستوى الدراسي					
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
152	3	2	20	55	72	الحصول على المعلومات
% 64.4	% 1.3	% 0.8	% 8.5	% 23.3	% 30.5	
140	4	1	25	46	64	الاسترخاء والترفيه
% 59.3	% 1.7	% 0.4	% 10.6	% 19.5	% 27.1	
108	2	0	15	40	51	تنمية ثقافتك في عدة ميادين
% 45.8	% 0.8	% 0	% 6.4	% 16.9	% 21.6	
84	0	1	7	17	59	الدراسة والبحث العلمي
% 35.6	% 0	% 0.4	% 3	% 7.2	% 25	
71	0	1	13	24	33	العلاقات الاجتماعية
% 30.1	% 0	% 0.4	% 5.5	% 10.2	% 14	
70	1	0	6	22	41	الاندماج والتفاعل
% 29.7	% 0.4	% 0	% 2.5	% 9.3	% 17.4	
51	1	1	5	20	24	البحث عن الاعلانات التجارية
% 21.6	% 0.4	% 0.4	% 2.1	% 8.5	% 10.2	
46	0	1	8	17	20	التفاعل مع الإعلاميين وشخصياتك المفضلة
% 19.5	% 0	% 0.4	% 3.4	% 7.2	% 8.5	
722	11	7	99	241	364	المجموع
% 305.9	% 4.6	% 2.8	% 42	% 102.1	% 154.3	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.328	28	/	30.751

يشير الجدول رقم 40 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين دوافعهم للاستخدام هي الحصول على المعلومات بنسبة 64.4% موزعة بين جامعي بنسبة 30.5% ثم ثانوي بنسبة 23.3% ومتوسط بنسبة 8.5%، يليه ابتدائي بنسبة 9.7% وغير متمدرس بنسبة 1.3%، أما الاسترخاء والترفيه فنسبتها 59.3% موزعة بالتفاوت بين جامعي بنسبة 27.1% يليها على التوالي ثانوي بنسبة 19.5% ومتوسط بنسبة 10.6% وغير متمدرس بنسبة 0.4% ثم ابتدائي بنسبة 0.4%، بينما تنمية ثقافتك في عدة ميادين بنسبة 45.8% بين جامعي بنسبة 21.6% يليه ثانوي بنسبة 16.9% ثم متوسط بنسبة 6.4% وغير متمدرس بنسبة 0.8%، ثم الدراسة والبحث العلمي بنسبة 35.6% موزعة بين جامعي بأكبر نسبة مقدرة بـ 25% يليها على التوالي ثانوي بنسبة 7.2% ومتوسط بنسبة 3% وابتدائي بنسبة 0.4%، والعلاقات الاجتماعية بنسبة 30.1% موزعة بين جامعي بنسبة 14% تليها على التوالي ثانوي بنسبة 10.2% ومتوسط بنسبة 5.5% وابتدائي بنسبة 0.4%، بعدها الاندماج والتفاعل بنسبة 29.7% موزعة بالتفاوت بين جامعي بنسبة 17.4% يليه ثانوي بنسبة

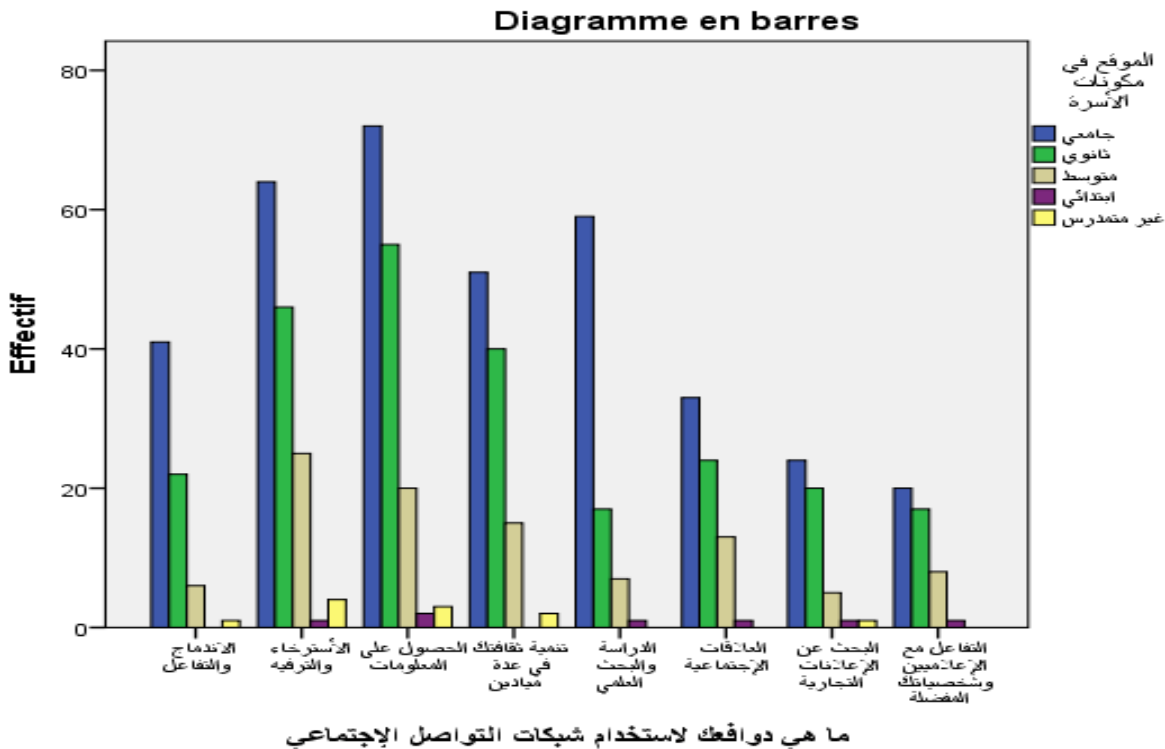
عرض نتائج الدراسة الميدانية

9.3% ومتوسط بنسبة 2.5% وغير متمدرس بنسبة 0.4%، يليه البحث عن الاعلانات التجارية بنسبة 21.6% موزعة بالتفاوت بين جامعي بنسبة 10.2% يليه على التوالي ثانوي بنسبة 8.5% ومتوسط بنسبة 2.1% وبالتساوي بين ابتدائي وغير متمدرس بنسبة 0.4%، في الأخير التفاعل مع الإعلاميين وشخصياتك المفضلة بنسبة 19.5% موزعة بين جامعي بنسبة 8.5% يليها على التوالي ثانوي بنسبة 7.2% ومتوسط بنسبة 3.4% ثم ابتدائي بنسبة 0.4%، يتضح من خلال هذه النتائج وجود تفاوت في بعض النسب غير أن هناك تقارب في معظمها ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن دافع إهتمام الأسرة الجزائرية بالتعليم من خلال تشجيع الأبناء على تحصيل أعلى الشهادات العلمية الممكنة ولد بدوره دوافع أخرى تساعد في الوصول إلى هذا الهدف النبيل. وهو ما نلاحظه في إقبال أفراد الأسرة الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي بدافع:

- الحصول على المعلومات التنموية الثقافية ويدل ذلك على الاهتمام بتطوير القدرات والخبرات للتعايش مع الأزمات والمشاكل الحالية والمستقبلية.
- الترفيه والتحصيل الدراسي ويدل ذلك على وعي الأسرة الجزائرية بتكوين أفرادها وتوفير الراحة النفسية لهم.
- الاندماج والتفاعل ويدل ذلك على انفتاح الأسرة الجزائرية على العالم الخارجي والإعلان عن بداية تجاوز الأعراف والمعتقدات.

وهو ما يشير إليه اختبار الفروق K^2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 40 يوضح ذلك.

الشكل رقم 40: توزيع المستوى على دوافع الاستخدام



عرض نتائج الدراسة الميدانية

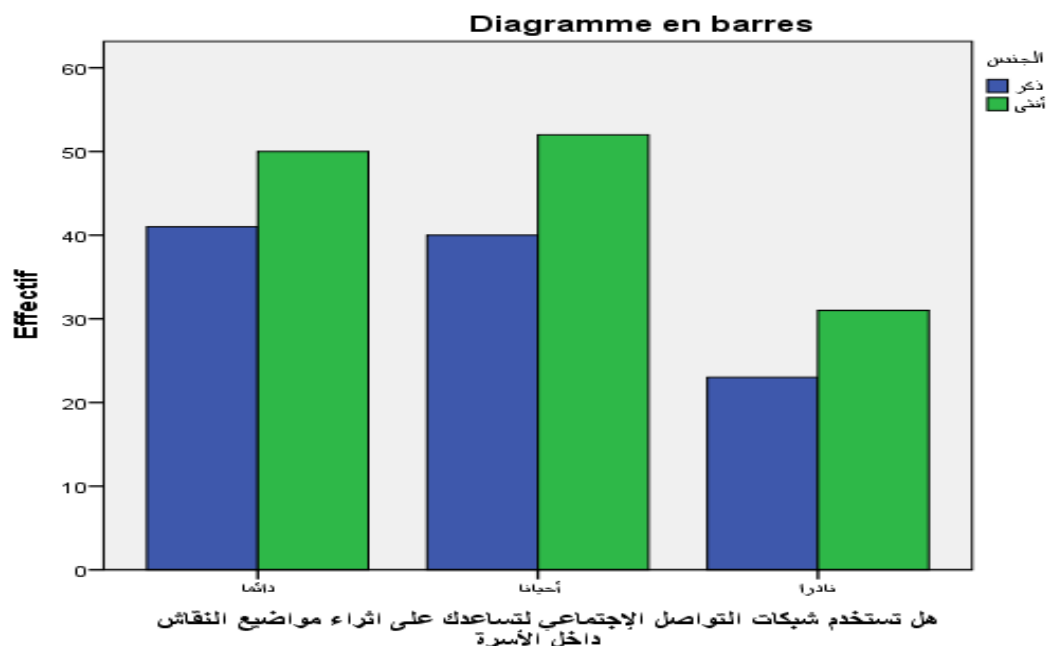
الجدول 41: استخدام شبكات التواصل لإثراء مواضيع النقاش داخل الأسرة وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
92	52	40	أحيانا
% 38.8	% 21.9	% 16.9	
91	50	41	دائما
% 38.4	% 21.1	% 17.3	
54	31	23	نادرا
% 22.8	% 13.1	% 9.7	
237	133	104	المجموع
% 100	% 56.1	% 43.9	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.954	2	/	0.093

يشير الجدول رقم 41 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الجنس على استخدام شبكات التواصل لإثراء مواضيع النقاش داخل الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين الذين أجابوا بـ أحيانا يستخدمون شبكات التواصل لإثراء النقاش نسبتهم 38.8% موزعة بين الإناث والذكور بنسبة 21.9%، 16.9% على التوالي، أما نسبة من أجابوا بـ دائما فنقدر نسبتهم 38.4% في اختلاف طفيف مع الإجابة الأولى وتتوزع بين الإناث بنسبة 21.1% والذكور بنسبة 17.3%، بينما من أجابوا بـ نادرا فنسبتهم 22.8% بين الإناث بنسبة 13.1% والذكور 9.7%، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب النسب، ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة على أن غالبية الذكور والإناث تتولد لديهم دوافع لإثراء مواضيع النقاش داخل الأسرة، إذ أن تدفق المعلومات داخل هذه المواقع ساعد على خلق أفكار جديدة وتشكيل المواقف اتجاه القضايا الراهنة، ومنه تساعد المعلومات المتوفرة على مواقع التواصل الاجتماعي في إثراء تلك النقاشات بين كلا الجنسين. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 41 يوضح ذلك.

الشكل رقم 41: توزيع الجنس على إثراء المواضيع النقاش



الجدول 42: استخدام شبكات التواصل لإثراء مواضيع النقاش داخل الأسرة وفق متغير السن.

المجموع	السن				
	أكثر من 50	من 31-50	من 16-30	أقل من 15	
92	21	18	49	4	أحيانا
% 38.8	% 8.9	% 7.6	% 20.7	% 1.7	
91	23	21	43	4	دائما
% 38	% 9.7	% 8.9	% 18.1	% 1.7	
54	5	12	30	7	نادرا
% 22.8	% 2.1	% 5.1	% 12.7	% 3	
237	49	51	122	15	المجموع
% 100	% 20.7	% 21.5	% 51.5	% 6.3	

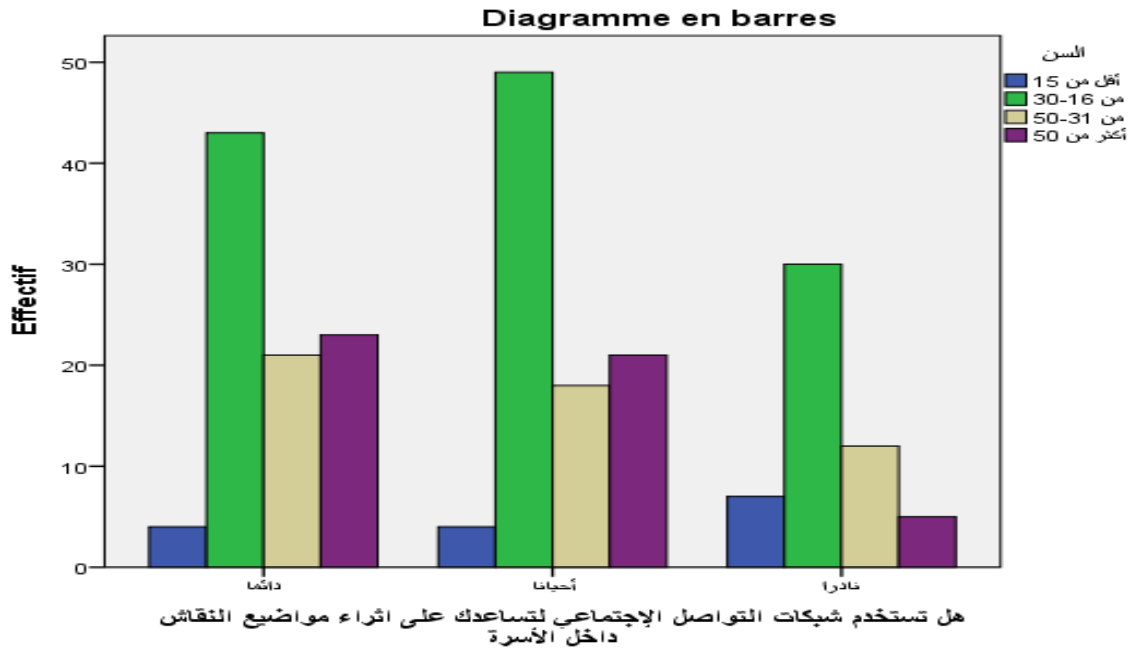
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.115	6	/	10.229

يشير الجدول رقم 42 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير السن على استخدام شبكات التواصل لإثراء مواضيع النقاش داخل الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين الذين أجابوا بـ أحيانا يستخدمون شبكات التواصل لإثراء النقاش نسبتهم %38.8 موزعة بين فئة 16-

عرض نتائج الدراسة الميدانية

30 بأكبر نسبة مقدرة بـ 20.7% تليها على التوالي فئة أكثر من 50 بنسبة 8.9% وفئة من 31-50 بنسبة 7.6% وأقل من 15 بنسبة 1.7%، أما نسبة من أجابوا بـ دائما فتقدر نسبتهم 38.4% موزعة بين فئة 16-30 بأكبر نسبة مقدرة بـ 18.1% تليها على التوالي فئة أكثر من 50 بنسبة 9.7% وفئة من 31-50 بنسبة 8.9% وأقل من 15 بنسبة 1.7%، بينما من أجابوا بـ نادرا فنسبتهم 22.8% موزعة بين فئة 16-30 بأكبر نسبة مقدرة بـ 12.7% تليها على التوالي فئة من 31-50 بنسبة 5.1% وفئة أقل من 15 بنسبة 3% وفئة أكثر من 50 بنسبة 2.1%، يتضح من خلال النتائج تقارب النسب باستثناء المتعلقة بفئة من 16-30 ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن عامل السن لا يشكل حاجزا في طرح النقاشات الأسرية وهذا يدل إلى انفتاح الأسرة وتفهمها. والملاحظ أنه في الماضي كانت أفراد الأسرة الجزائرية يتصفون بالحزم والشدّة في تعاملاتهم، لكن مع التغيرات الراهنة وفي ظل انتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تجاوزت الأسرة الجزائرية أسلوب التعنيف والترهيب، بل أنتج لنا هذا الانفتاح أسلوبا جديدا مبنيا على الاستماع والانصات ويتم فيه الاجابة على التساؤلات والموضوعات المهمة بالنسبة لأفراد الأسرة. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 42 يوضح ذلك.

الشكل رقم 42: توزيع السن على اثناء المواضيع النقاش.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

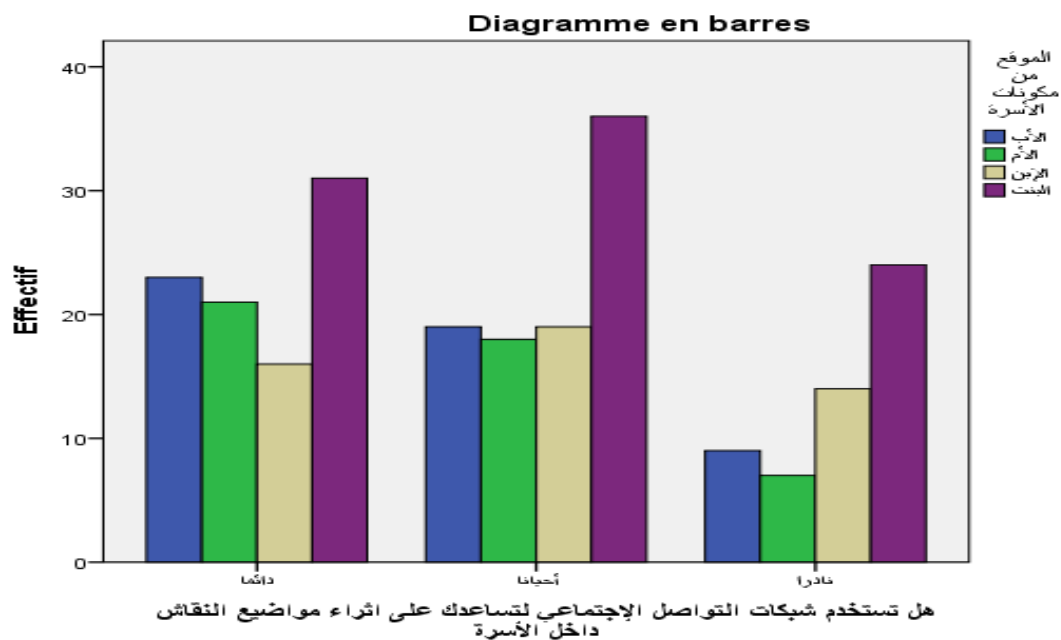
الجدول 43: استخدام شبكات التواصل لإثراء مواضيع النقاش داخل الأسرة وفق متغير الموقع في مكون الأسرة.

المجموع	الموقع في مكون الأسرة				الفترة
	الابن	الابن	الأم	الأب	
91	31	16	21	23	دائما
% 38.4	% 13.1	% 6.8	% 8.9	% 9.7	
92	36	19	18	19	أحيانا
% 38.8	% 15.2	% 8	% 7.6	% 8	
54	24	14	7	9	نادرا
% 22.8	% 10.1	% 5.9	% 3	% 3.8	
237	91	49	46	51	المجموع
% 100	% 38.4	% 20.7	% 19.4	% 21.5	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.528	6	/	5.120

يشير الجدول رقم 43 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة على استخدام شبكات التواصل لإثراء مواضيع النقاش داخل الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين الذين أجابوا بـ أحيانا يستخدمون شبكات التواصل لإثراء النقاش نسبتهم %38.8 موزعة بالتقارب بين البنات بأكثر نسبة مقدر بـ %13.1 يليها على التوالي الأب بنسبة %9.7 والأم بنسبة %8.9 والابن بنسبة %6.8، أما نسبة من أجابوا بـ دائما فنقدر نسبتهم %38.4 موزعة بين أكبر نسبة تخص البنات بـ %15.2 وبالتساوي بين الابن والأب بنسبة %8 ثم الأم بنسبة %7.6، بينما من أجابوا بـ نادرا فنسبتهم %22.8 موزعة بين البنات بنسبة %10.1 والابن بنسبة %5.9 والأب بنسبة %3.8 ثم الأم بنسبة %3، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب كبير بين معظم النسب، ويدل ذلك على أن الأسرة تحررت من قيود الممنوع والمرغوب، ففي وقت غير بعيد كان يمنع على أبناء المشاركة في المجالس وابداء رأيهم، والتفسير في الجدول السابق يوضح ذلك. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 43 يوضح ذلك.

الشكل رقم 43: توزيع المكون على إثراء مواضيع النقاش.



الجدول 44: استخدام شبكات التواصل لإثراء مواضيع النقاش داخل الأسرة وفق متغير لمستوى الدراسي.

المجموع	المستوى الدراسي					الفترة
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
92	3	1	15	32	41	أحيانا
% 38.8	% 1.3	% 0.4	% 6.3	% 13.5	% 17.3	
91	0	1	13	13	46	دائما
% 38.4	% 0	% 0.4	% 5.5	% 13.1	% 19.4	
54	0	1	13	17	21	نادرا
% 22.8	% 0.8	% 0.4	% 5.5	% 7.2	% 8.9	
237	5	3	41	80	108	المجموع
% 100	% 2.1	% 1.3	% 17.3	% 33.8	% 45.6	

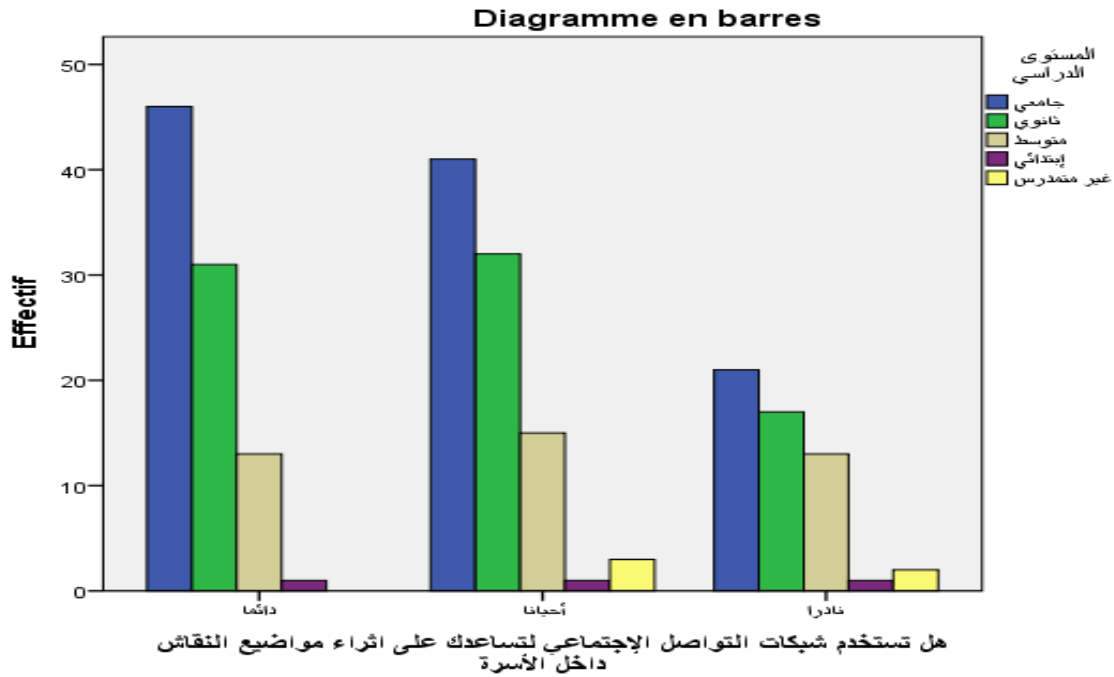
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.596	8	/	6.459

يشير الجدول رقم 44 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على استخدام شبكات التواصل لإثراء مواضيع النقاش داخل الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم الباحثين الذين أجابوا بـ أحيانا يستخدمون شبكات التواصل لإثراء النقاش نسبتهم %38.8

عرض نتائج الدراسة الميدانية

موزعة بين جامعي بنسبة 17.3% ثم ثانوي بنسبة 13.5% ومتوسط بنسبة 6.3%، يليه ابتدائي بنسبة 0.4% وغير متمدرس بنسبة 1.3%، أما نسبة من أجابوا بـ دائماً فتقدر نسبتهم 38.4% موزعة بين جامعي بنسبة 19.4% يليها على التوالي ثانوي بنسبة 13.1% ومتوسط بنسبة 5.5% وابتدائي بنسبة 0.4% ثم غير متمدرس بنسبة 0%، بينما من أجابوا بـ نادراً فنسبتهم 22.8% موزعة بين جامعي بنسبة 8.9% يليه ثانوي بنسبة 7.2% ثم متوسط بنسبة 5.5% وابتدائي بنسبة 0.4% غير متمدرس بنسبة 0.8%، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب بين معظم النسب، ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن تحسن المستوى الدراسي للآباء ساهم في تنمية القدرة على مجابهة العقبات التي تعترض الأسرة في مسارها. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك-2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 44 يوضح ذلك.

الشكل رقم 44: توزيع المستوى الدراسي على اثرات المواضيع النقاش.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 45: طبيعة مواضيع النقاش داخل الأسرة وفق متغير الجنس.

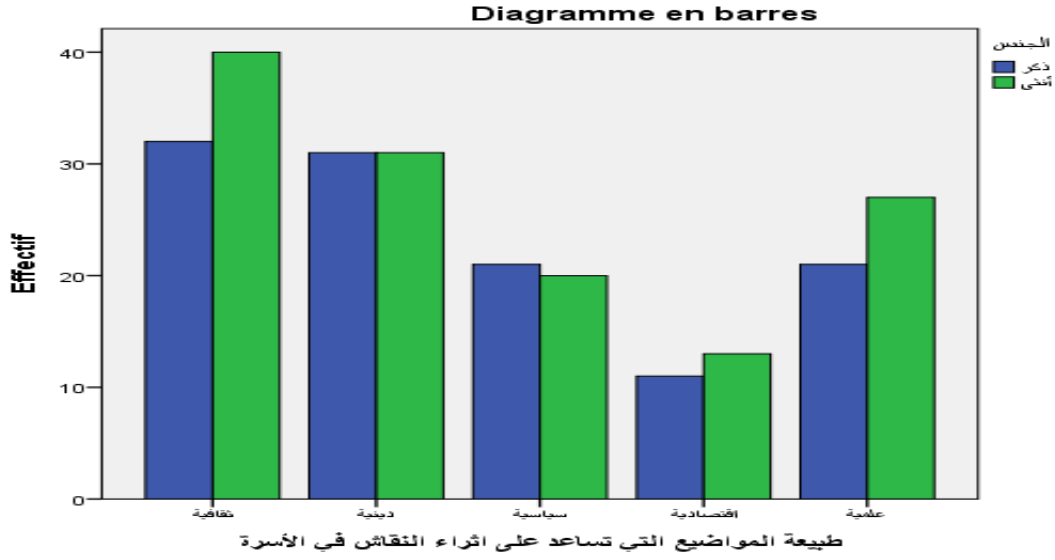
المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
72	40	32	ثقافية
% 30.4	% 16.9	% 13.5	
62	31	31	دينية
% 26.2	% 13.1	% 13.1	
48	27	21	علمية
% 20.3	% 11.4	% 8.9	
41	20	21	سياسية
% 17.3	% 8.4	% 8.9	
24	13	11	اقتصادية
% 10.1	% 5.5	% 4.6	
247	131	116	المجموع
% 104.3	% 55.3	% 49	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.921	4	/	0.922

يشير الجدول رقم 45 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الجنس على طبيعة مواضيع النقاش داخل الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يناقشون المواضيع الثقافية بنسبة 30.4%، موزعين بالتقارب بنسبة 16.9% للإناث و13.5% للذكور، أما المواضيع الدينية تأتي في المرتبة الثانية بنسبة 26.2% موزعة بالتساوي بين الإناث والذكور بنسبة 31.1%، فيما تقدر نسبة المواضيع العلمية 20.3% بين الإناث والذكور بنسبة 11.4%، 8.9% على التوالي، ثم المواضيع السياسية بنسبة 17.3% موزعة بالتقارب بين الذكور بنسبة 8.9% والذكور بنسبة 8.4%، في الأخير المواضيع الاقتصادية بنسبة 10.1% موزعة بالتقارب بين الإناث بنسبة 5.5% والذكور بنسبة 4.6%، يتضح من خلال هذه النتائج أن النسب متقارب. نلاحظ أن كلا الجنسين من الذكور والإناث لهم اهتمامات مشتركة حول مناقشة المواضيع (الثقافية، الدينية، العلمية، السياسية، الاقتصادية) دون تفضيل إحداها على الأخرى داخل المجال الخاص الأسري. وهذا راجع إلى إتاحة مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين الحرية في التعبير عن آرائهم في كافة القضايا المطروحة على الساحة وأيضاً التعرف على آراء الآخرين المختلفة والرد عليها بشكل ديمقراطي وحر دون أي قيود مفروضة. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية أي أن قيمة الدلالة

أكبر من 0.05، والشكل رقم 45 يوضح ذلك.

الشكل رقم 45: توزيع الجنس على طبيعة المواضيع النقاش.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 46: طبيعة مواضيع النقاش داخل الأسرة وفق متغير السن.

المجموع	السن				
	أكثر من 50	من 50-31	من 30-16	أقل من 15	
72	18	17	34	3	ثقافية
% 30.4	% 7.6	% 7.2	% 14.3	% 1.3	
62	18	17	26	1	دينية
% 26.2	% 7.6	% 7.2	% 11	% 0.4	
48	13	8	24	3	علمية
% 20.3	% 5.5	% 3.4	% 10.1	% 1.3	
41	13	10	18	0	سياسية
% 17.3	% 5.5	% 4.2	% 7.6	% 0	
24	10	7	7	0	اقتصادية
% 10.1	% 4.2	% 3	% 3	% 0	
247	72	59	109	7	المجموع
104.3 %	% 30.4	% 25	% 46	% 3	

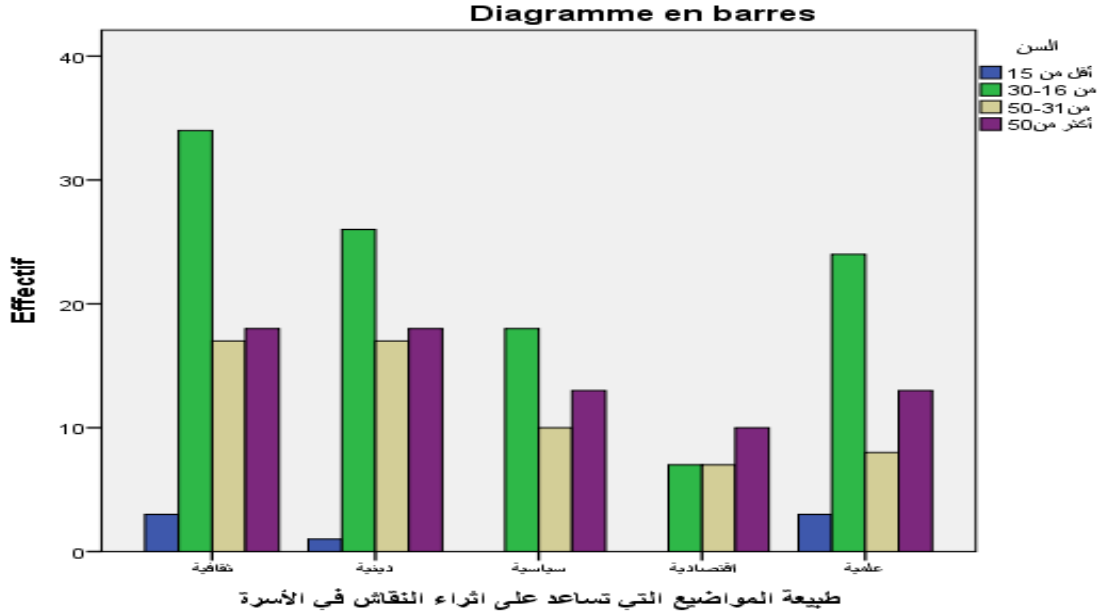
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.620	12	/	9.949

يشير الجدول رقم 46 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير السن على طبيعة مواضيع النقاش داخل الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يناقشون المواضيع الثقافية بنسبة 30.4%، موزعين على التوالي بين فئة 30-16 بنسبة 14.3% وفئة أكثر من 50 بنسبة 7.6% وفئة من 50-31 بنسبة 7.2% ثم فئة أقل من 15 بنسبة 1.3%، أما المواضيع الدينية تأتي في المرتبة الثانية بنسبة 26.2% موزعة بالتفاوت بين فئة 30-16 بنسبة 11% وفئة أكثر من 50 بنسبة 7.6% وفئة من 50-31 بنسبة 7.2% ثم فئة أقل من 15 بنسبة 0.4%، فيما تقدر نسبة المواضيع العلمية 20.3% موزعين بين فئة 30-16 بنسبة 10.3% وفئة أكثر من 50 بنسبة 5.5% وفئة من 50-31 بنسبة 3.4% ثم فئة أقل من 15 بنسبة 1.3%، ثم المواضيع السياسية بنسبة 17.3% موزعة على التوالي بين فئة 30-16 بنسبة 7.6% وفئة أكثر من 50 بنسبة 5.5% وفئة من 50-31 بنسبة 4.2% ثم فئة أقل من 15 بنسبة 0%، في الأخير المواضيع الاقتصادية بنسبة 10.1% موزعة بين فئة أكثر من 50 بنسبة 4.2% وبالتساوي بين فئتي 30-16 و 50-31 بنسبة 3% ثم فئة أقل من 15 بنسبة 0%، يتضح من خلال هذه النتائج أن النسب متقاربة جداً، ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن

عرض نتائج الدراسة الميدانية

فئة أقل من 15 سنة ليس لها دوافع حقيقية لمناقشة المواضيع (الثقافية، والدينية، العلمية، السياسية، الاقتصادية) ويعود ذلك إلى أن الأطفال في هذه المرحلة يكون إدراكهم للعالم الذي يعيشون فيه محدود جداً، فهم يهتمون باللعب أساساً والترفيه عن من خلال مشاهدة مقاطع الفيديو والأفلام الكرتونية عبر منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، انستغرام، تويتر). بينما إن مرحلة المراهقة والشباب وما بعدها هي محطة الانطلاقة لاكتشاف العالم الخارجي حيث يكون الفرد أمام حتمية البحث عن الاجابات الكافية حول الموضوعات التي تكون محلاً لطرح التساؤلات أو موضع نقاش فيها. إن فئة الأطفال مثلاً وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 46 يوضح ذلك.

الشكل رقم 46: توزيع السن على طبيعة المواضيع النقاش.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 47: طبيعة مواضيع النقاش داخل الأسرة وفق الموقع في مكون الأسرة.

المجموع	الموقع في مكون الأسرة				
	الابن	الابن	الأم	الأب	
72	23	13	18	18	ثقافية
% 30.4	% 9.7	% 5.5	% 7.6	% 7.6	
62	14	13	19	16	دينية
% 26.2	% 5.9	% 5.5	% 8	% 6.8	
48	18	8	10	12	علمية
% 20.3	% 7.6	% 3.4	% 4.2	% 5.1	
41	11	7	10	13	سياسية
% 17.3	% 4.6	% 3	% 4.2	% 5.5	
24	6	1	7	10	اقتصادية
% 10.1	% 2.5	% 0.4	% 3	% 4.2	
247	72	42	64	69	المجموع
104.3 %	% 30.3	% 17.8	% 27	% 29.2	

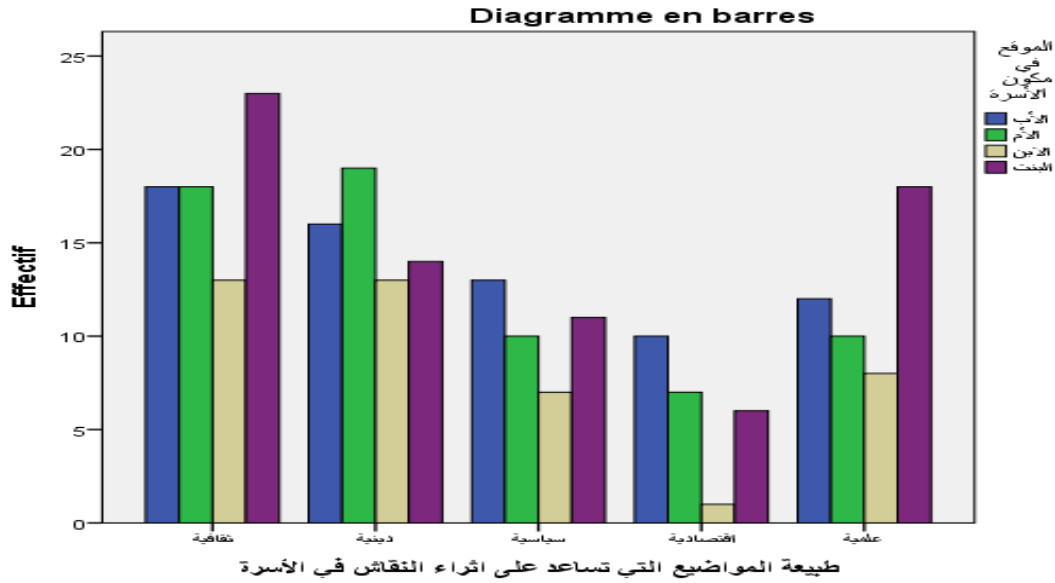
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.712	12	/	8.897

يشير الجدول رقم 47 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة على طبيعة مواضيع النقاش داخل الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يناقشون المواضيع الثقافية بنسبة 30.4%، موزعين على التوالي بين البنات بنسبة 9.7% وبالتساوي بين الأم والأب بنسبة 7.6% ثم الابن بنسبة 5.5%، أما المواضيع الدينية تأتي في المرتبة الثانية بنسبة 26.2% موزعة بالتقارب أيضا بين الأم بنسبة 8% والأب بنسبة 6.8% ثم البنات بنسبة 5.9% والابن بنسبة 0.4%، فيما تقدر نسبة المواضيع العلمية 20.3% موزعين بين البنات بنسبة 7.6% والأب بنسبة 5.1% والأم بنسبة 4.2% ثم الابن بنسبة 3.4%، ثم المواضيع السياسية بنسبة 17.3% موزعة على التوالي بين الأب بنسبة 5.5% والبنات بنسبة 4.6% والأم بنسبة 4.2% ثم الابن بنسبة 3%، في الأخير المواضيع الاقتصادية بنسبة 10.1% موزعة بين الأب بنسبة 4.2% والأم بنسبة 3% ثم البنات بنسبة 2.3% والابن بنسبة 0.4%، يتضح من خلال هذه النتائج أن النسب متقاربة جدا، ومنه يمكن تفسير هذه النتائج بالقول أن الأسرة الجزائرية المعاصرة قوضت حاجز المرغوب والممنوع الذي هيمن على سلوكيات أفرادها قبل انتشار تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وبالتالي فإن خلق

عرض نتائج الدراسة الميدانية

نقاشات بين مكونات الأسرة (الأب، الأم، البنت، الابن) حول الموضوعات (الثقافية، والدينية، العلمية، السياسية، الاقتصادية) هو دافع قوية لحماية أفرادها من المؤثرات الخارجية الأخرى (المؤثرين الاجتماعيين، جماعة الرفاق) حيث تعالج هذه الموضوعات في فضاء يتسم بالاختلاف في الآراء وحرية التعبير. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 47 يوضح ذلك.

الشكل رقم 47: توزيع السن على طبيعة المواضيع النقاش.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 48: في حالة الإجابة ب: نعم، طبيعة مواضيع النقاش داخل الأسرة وفق المستوى الدراسي.

المجموع	المستوى الدراسي					
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
72	0	1	8	26	37	ثقافية
% 30.4	% 0	% 0.4	% 3.4	% 11	% 15.6	
62	0	0	8	25	29	دينية
% 26.2	% 0	% 0	% 3.4	% 10.5	% 12.2	
48	0	0	4	21	23	علمية
% 20.3	% 0	% 0	% 1.7	% 8.9	% 9.7	
41	0	0	3	18	20	سياسية
% 17.3	% 0	% 0	% 1.3	% 7.6	% 8.4	
24	0	0	1	13	10	اقتصادية
% 10.1	% 0	% 0	% 0.4	% 5.5	% 4.2	
247	0	1	24	103	119	المجموع
104.3 %	% 0	% 0.4	% 10.2	% 43.5	% 50.1	

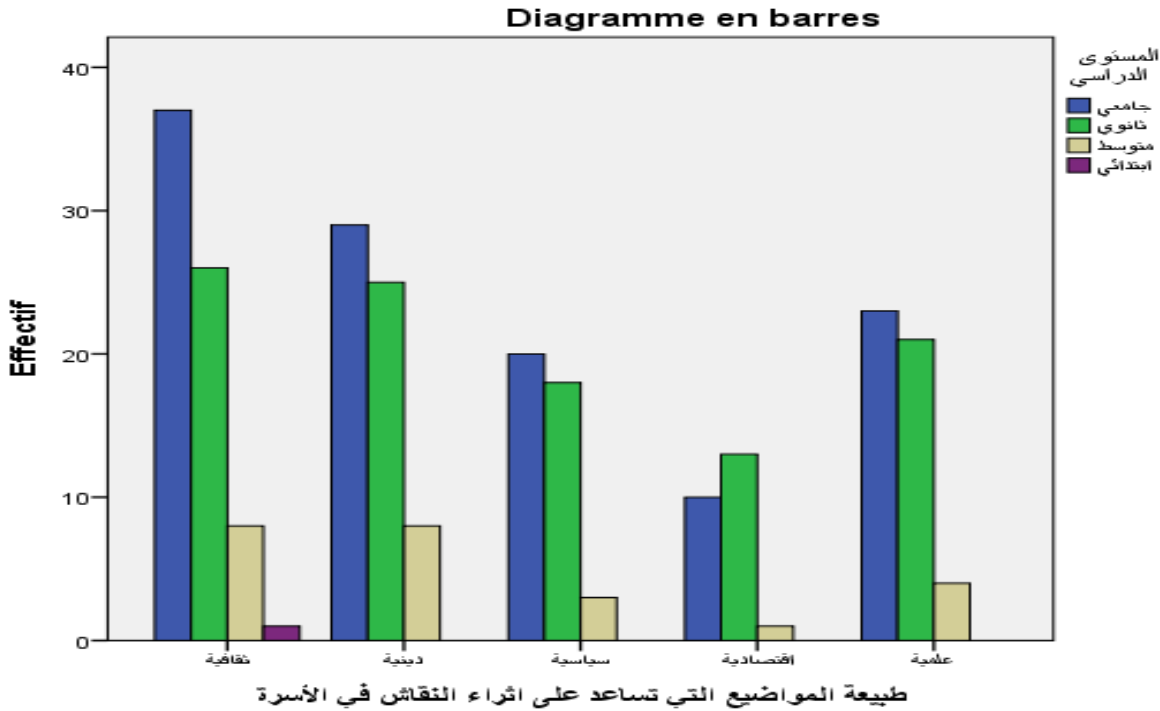
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.902	12	/	6.273

يشير الجدول رقم 48 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة على طبيعة مواضيع النقاش داخل الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يناقشون المواضيع الثقافية بنسبة 30.4%، موزعين على التوالي بين مستوى جامعي بنسبة 15.6% يليه ثانوي بنسبة 11% ثم متوسط بنسبة 3.4% وابتدائي بنسبة 0.4% وغير متمدرس 0%، أما المواضيع الدينية تأتي في المرتبة الثانية بنسبة 26.2% موزعة أيضا بين جامعي بنسبة 12.2% وثنانوي بنسبة 10.5% ثم متوسط بنسبة 3.4% بينما ابتدائي وغير متمدرس 0%، فيما تقدر نسبة المواضيع العلمية 20.3% موزعين بين جامعي بنسبة 9.7% وثنانوي بنسبة 8.9% ومتوسط بنسبة 1.7% بينما ابتدائي وغير متمدرس 0%، ثم المواضيع السياسية بنسبة 17.3% موزعة على التوالي بين جامعي بنسبة 8.4% وثنانوي بنسبة 7.6% وثنانوي بنسبة 1.3% بينما ابتدائي وغير متمدرس 0%، في الأخير المواضيع الاقتصادية بنسبة 10.1% موزعة بين ثانوي بنسبة 5.5% وجامعي بنسبة 4.2% ثم متوسط بنسبة 0.4% بينما ابتدائي وغير متمدرس 0%، يتضح من خلال هذه النتائج أن النسب متقاربة جدا،

عرض نتائج الدراسة الميدانية

نلاحظ هنا أن الأفراد الذين يناقشون المواضيع (الثقافية، والدينية، العلمية، السياسية، الاقتصادية) في الوسط الأسري من أصحاب المستوى التعليمي الجمعي والثانوي وبدرجة أقل متوسط، وهذا ما يؤكد وعي الأسرة الجزائرية بضرورة تفعيل الحوار الأسري ودمج أفرادها في حيز تفاعلي يتم فيه مناقشة الموضوعات والتجارب التي يعايشونها في روتينهم اليومي. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 48 يوضح ذلك.

الشكل رقم 48: توزيع المستوى على طبيعة المواضيع النقاش.



المحور 03: الإشباع التي تتحقق للأسرة عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.
نسعى في هذا المحور إلى معرفة الاشباع التي يحققها أفراد الأسرة عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وفي هذا الصدد اخترنا مجموعة من الاشباع التي نرى أنها تحقق الرضى لدى المبحوثين. تتلخص هذه الاشباع في رفع الرصيد المعرفي، ومدى مساهمة هذه المواقع في كسب أصدقاء جدد أو هي مجرد تعويض عن أصدقاء الواقع، أم أنها تساعد الفرد في الخروج من عزلة الأسرة. كما أننا نسعى إلى معرفة إلى أي مدى ساهمت هذه الفضاءات الاتصالية في تحقيق الشعور بالراحة لأفراد الأسرة، وتشبثهم بالقيم الثقافية والوطنية، وهل ساعدتهم في التعبير عن قناعاته الشخصية والمشاركة والتفاعل مع الشخصيات المشهورة، وفي الأخير معرفة أحوال العالم والسوق وهل نجحت في تعويض المصادر الأخرى للمعلومات.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

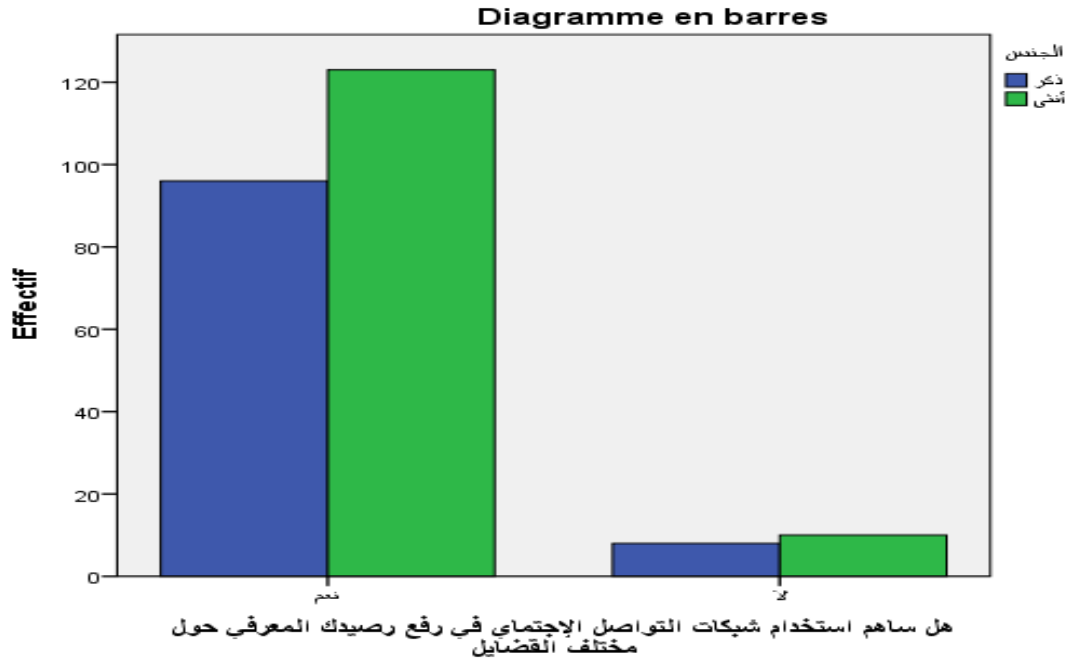
الجدول رقم 49: رفع الرصيد المعرفي وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
219	123	96	نعم
% 92.4	% 51.9	% 40.5	
18	10	8	لا
% 7.6	% 4.2	% 3.4	
237	133	104	المجموع
% 100	% 56.1	% 43.9	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.960	1	/	0.003

يشير الجدول رقم 49 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الجنس على مساهمة شبكات التواصل في رفع الرصيد المعرفي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين أجابوا بـ نعم بنسبة 92.4%، موزعين بالتقارب بين الإناث بنسبة 51.9% والذكور بنسبة 40.5%، أما المجيبون بـ لا فنسبتهم 7.6% موزعة بالتقارب بين الإناث بنسبة 4.2% والذكور بنسبة 3.4%، يتضح من خلال النتائج تقارب بين النسب، وبالتالي لا توجد فروق دالة بين رفع الرصيد المعرفي ومتغير الجنس. ومنه يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن اشباع المعارف هو سمة مشتركة بين الإناث والذكور، فكلاهما لديه اهتمامات البحث عن المعلومات التي تساعدهم في تنمية مهاراتهم الذاتية وإيجاد الحلول اللازمة لتجاوز الأزمات التي هم عرضة لها في مسار حياتهم. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 49 يوضح ذلك.

الشكل رقم 49: توزيع الجنس على مساهمات الاستخدام.



الجدول 50: رفع الرصيد المعرفي وفق متغير السن.

المجموع	السن				
	أكثر من 50	من 50-31	من 30-16	أقل من 15	
219	47	44	114	14	نعم
% 92.4	19.8	% 18.6	% 48.1	% 5.9	
18	2	7	8	1	لا
% 7.6	% 0.8	% 3	% 3.4	% 0.4	
237	49	51	122	15	المجموع
% 100	% 20.7	% 21.5	% 51.5	% 6.3	

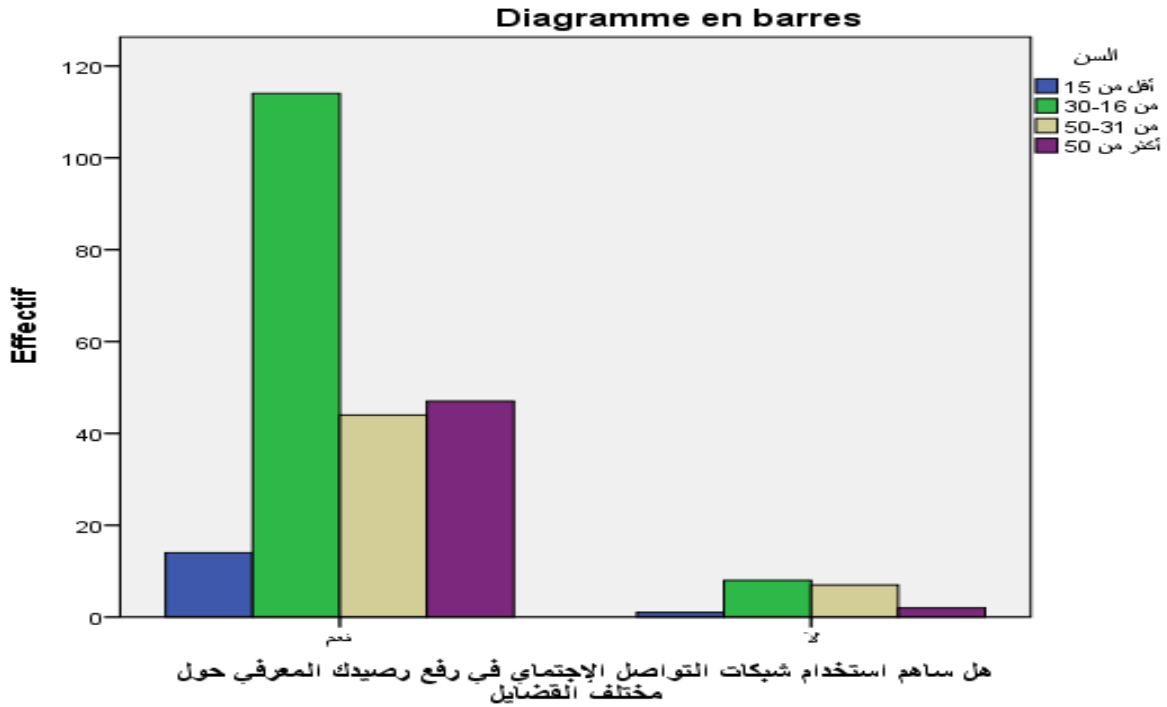
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	3.799	3	/	0.284

يشير الجدول رقم 50 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير السن على مساهمة شبكات التواصل في رفع الرصيد المعرفي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين أجابوا بـ نعم بنسبة 92.4%، موزعين على التوالي بين فئة من 30-16 بنسبة 48.1% وفئة أكثر من 50 بنسبة

عرض نتائج الدراسة الميدانية

19.8% وفئة من 31-50 بنسبة 18.6% وفئة أقل من 15 بنسبة 5.9%، أما المجيبون بـ لا فنسبتهم 7.6% موزعة بالتقارب بين فئة من 16-30 بنسبة 3.4% وفئة من 31-50 بنسبة 3% وفئة أكثر من 50 بنسبة 0.8% وفئة أقل من 15 بنسبة 0.4%، يتضح من خلال النتائج تقارب النسب، ومنه لا توجد فروق دالة تربط بين رفع الرصيد المعرفي ومتغير السن، يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن عامل السن ليس مؤثرا حقيقيا في التحصيل المعرفي للفئات العمرية للعيينة، فمثلا حاجة الطفل إلى اكتساب المعارف الأولية، تختلف حاجة المراهقين والشباب الذين يشبعون حاجة المعارف التي تفتح لهم الباب على العالم الخارجي وتكون عاملا في بناء شخصياتهم واتجاهاتهم، في المقابل فإن فئة الكهول والشيوخ يشبعون حاجتهم إلى فهم الواقع وقراءة الأحداث وتحليلها انطلاقا الأخبار والمستجدات التي توفرها لهم مواقع التواصل الاجتماعي. وبالتالي فإن أفراد العينة باختلاف أعمارهم يجدون في مواقع التواصل الاجتماعي الاجابات اللازمة حول التساؤلات التي تطرح لديهم بشكل دائم وهو ما يحقق لهم الاشباع. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 50 يوضح ذلك.

الشكل رقم 50: توزيع السن على مساهمات الاستخدام.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 51: رفع الرصيد المعرفي وفق متغير الموقع في مكون الأسرة.

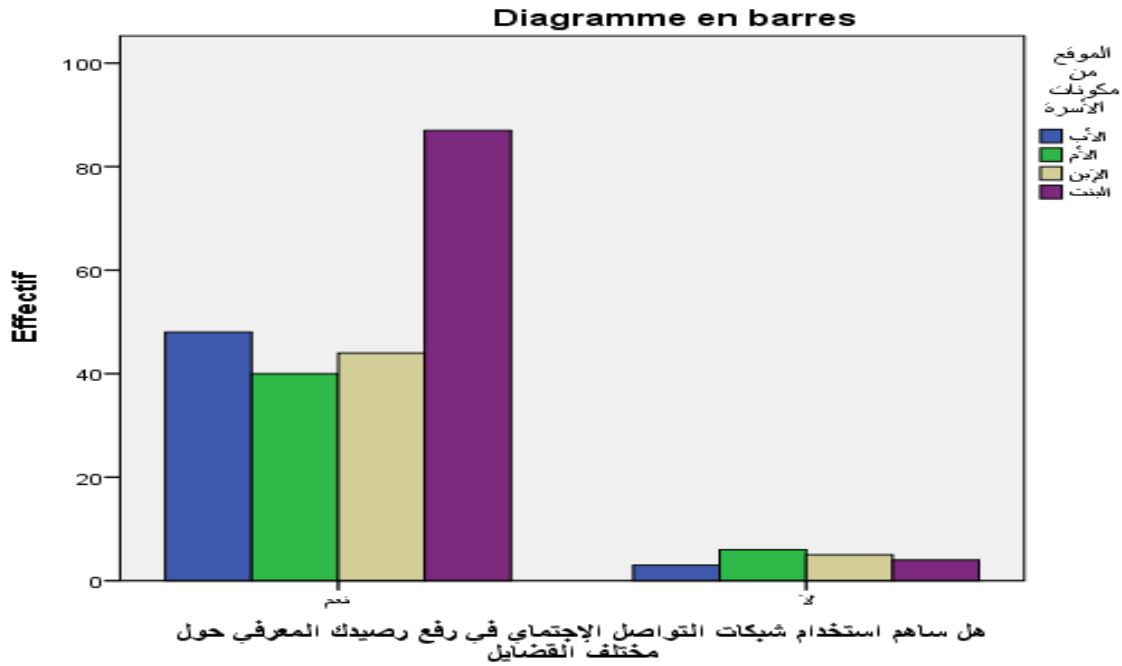
المجموع	الموقع في مكون الأسرة				
	الابن	الابن	الأم	الأب	
219	87	44	40	48	نعم
92.4 %	36.7	% 18.6	% 19.6	% 20.3	
18	4	5	6	3	لا
% 7.6	% 1.7	% 2.1	% 2.5	% 1.3	
237	91	49	46	51	المجموع
% 100	% 38.4	% 20.7	% 19.4	% 21.5	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.266	3	/	3.961

يشير الجدول رقم 51 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في الأسرة على مساهمة شبكات التواصل في رفع الرصيد المعرفي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين أجابوا بـ نعم بنسبة 92.4%، موزعين على التوالي بين البنات بنسبة 36.7% والأب بنسبة 20.3% والأم بنسبة 19.6% والابن بنسبة 18.6%، أما المجيبون بـ لا فنسبتهم 7.6% موزعة بالتقارب بين الأم بنسبة 2.5% والابن بنسبة 2.1% والبنات بنسبة 1.7% والأب بنسبة 1.3%، يتضح من خلال النتائج تقارب النسب، ومنه لا توجد فروق دالة تعبر عن العلاقة بين رفع الرصيد المعرفي ومتغير الموقع في مكون الأسرة. يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت الأب، الأم، الابن، البنات في تعلم المعارف الجديدة، إذ نلاحظ أن لكل مكون من مكونات الأسرة حاجاته الخاصة التي يسعى إلى إشباعها عبر الدروس والمحاضرات التي تعرضها هذه المواقع، فالأب يتحقق له الإشباع من خلال تحسين قدرته في تحمل المسؤوليات بصفته رب الأسرة، في حين يتحقق الإشباع عند الأم من خلال اهتمامها بتطوير أدائها المنزلية ويتجلى ذلك في تطبيق وصفات طبخ جديدة، تغيير ديكور المنزل، وإيجاد أساليب عصرية لتربية الأبناء وفهم حاجاتهم، وفي المقابل فإن الإشباع الذي يتحقق للأبناء يتمثل في تحسين قدراتهم الدراسية والمهنية. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 51 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 51: توزيع المكون على مساهمات الاستخدام.



الجدول رقم 52: رفع الرصيد المعرفي وفق متغير المستوى الدراسي.

المجموع	المستوى الدراسي					
	غير متدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
219	5	2	37	74	101	نعم
92.4 %	% 2.1	% 0.8	% 15.6	% 31.2	% 42.6	
18	0	1	4	6	7	لا
% 7.6	% 0	% 0.4	% 1.7	% 2.5	% 3	
237	5	3	41	80	108	المجموع
% 100	% 2.1	% 1.3	% 17.3	% 33.8	% 45.6	

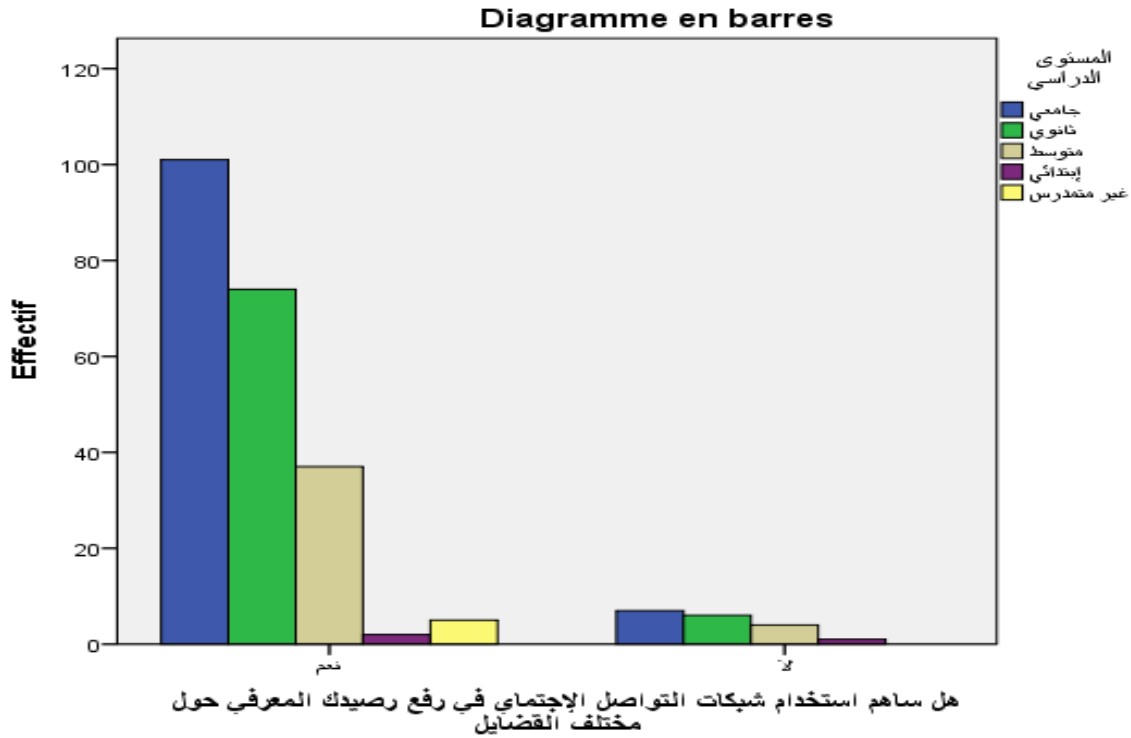
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.447	4	/	3.707

يشير الجدول رقم 51 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في الأسرة على مساهمة شبكات التواصل في رفع الرصيد المعرفي، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين أجابوا بـ نعم

عرض نتائج الدراسة الميدانية

بنسبة 92.4%، موزعين على التوالي بين جامعي بنسبة 42.6% و ثانوي بنسبة 31.2% ومتوسط بنسبة 15.6% وغير متمدرس بنسبة 2.1% ثم ابتدائي بنسبة 0.8%، أما المجيبون بـ لا فنسبتهم 7.6% موزعة بالتقارب بين جامعي بنسبة 3% و ثانوي بنسبة 2.5% ومتوسط بنسبة 1.7% و ابتدائي بنسبة 0.4%، يتضح من خلال النتائج تقارب النسب، ومنه لا توجد فروق دالة تربط بين رفع الرصيد المعرفي ومتغير المستوى الدراسي، يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن أفراد الأسرة على اختلاف مستوياتهم التعليمية فهم يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا من مصادر تدفق المعلومات وهي بالتالي تحقق لهم الاشباع المعرفي والتحليلات السابقة توضح ذلك. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 52 يوضح ذلك.

الشكل رقم 52: توزيع المستوى على مساهمات الاستخدام.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 53: اكساب أصدقاء جدد وفق متغير الجنس.

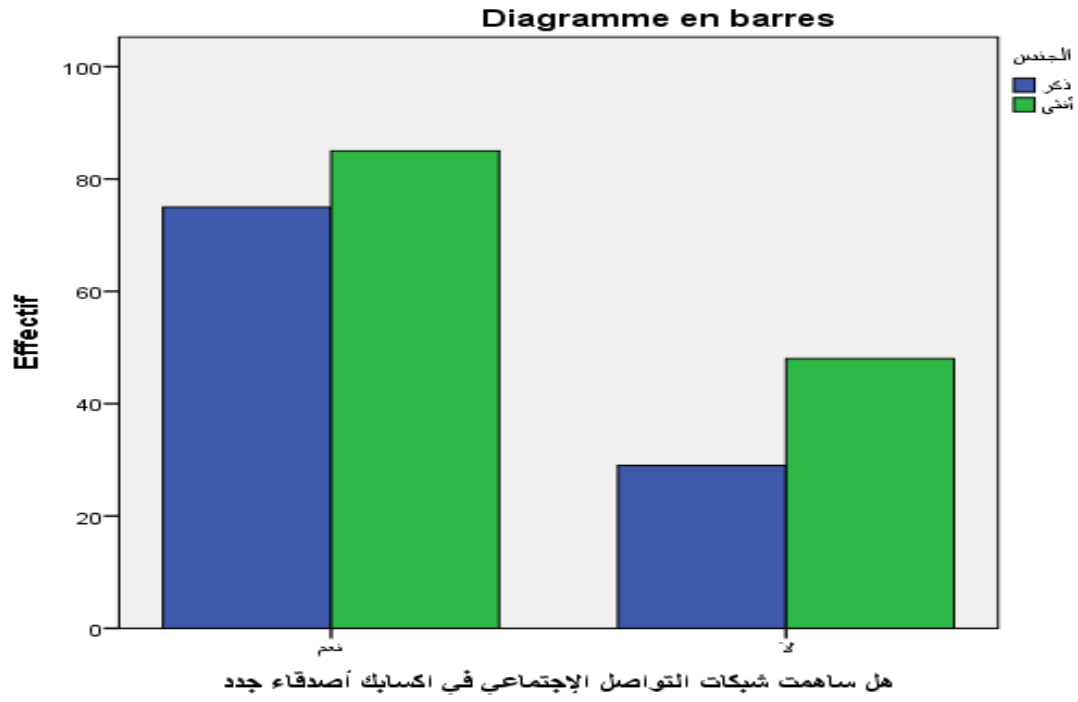
المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
160	85	75	نعم
% 67.5	% 35.9	% 31.6	
77	48	29	لا
% 32.5	% 20.3	% 12.2	
237	133	104	المجموع
% 100	% 56.1	% 43.9	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.181	1	/	1.792

يشير الجدول رقم 53 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الجنس على مساهمة شبكات التواصل في اكساب أصدقاء جدد، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين أجابوا بـ نعم بنسبة 67.5%، موزعين بالتقارب بين الإناث بنسبة 35.9% والذكور بنسبة 31.6%، أما المجهوبون بـ لا فنسبتهم 32.5% موزعة بالتقارب بين الإناث بنسبة 20.3% والذكور بنسبة 12.2%، يتضح من خلال النتائج تقارب بين النسب، ومنه لا توجد فروق دالة تربط بين اكساب أصدقاء جدد ومتغير الجنس، يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن الطبيعة البشرية تدفع بالإنسان إلى البحث عن علاقات جديدة بدافع اشباع رغبته في التعارف واكتشاف ثقافات الآخرين وعاداتهم وتقاليدهم، أو حتى اشباع رغبته في الزواج، ومن جهة أخرى صلة الرحم وتوطيد علاقات القرابة. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 53 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 53: توزيع الجنس على اكساب أصدقاء جدد.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 54: اكساب أصدقاء جدد وفق متغير السن.

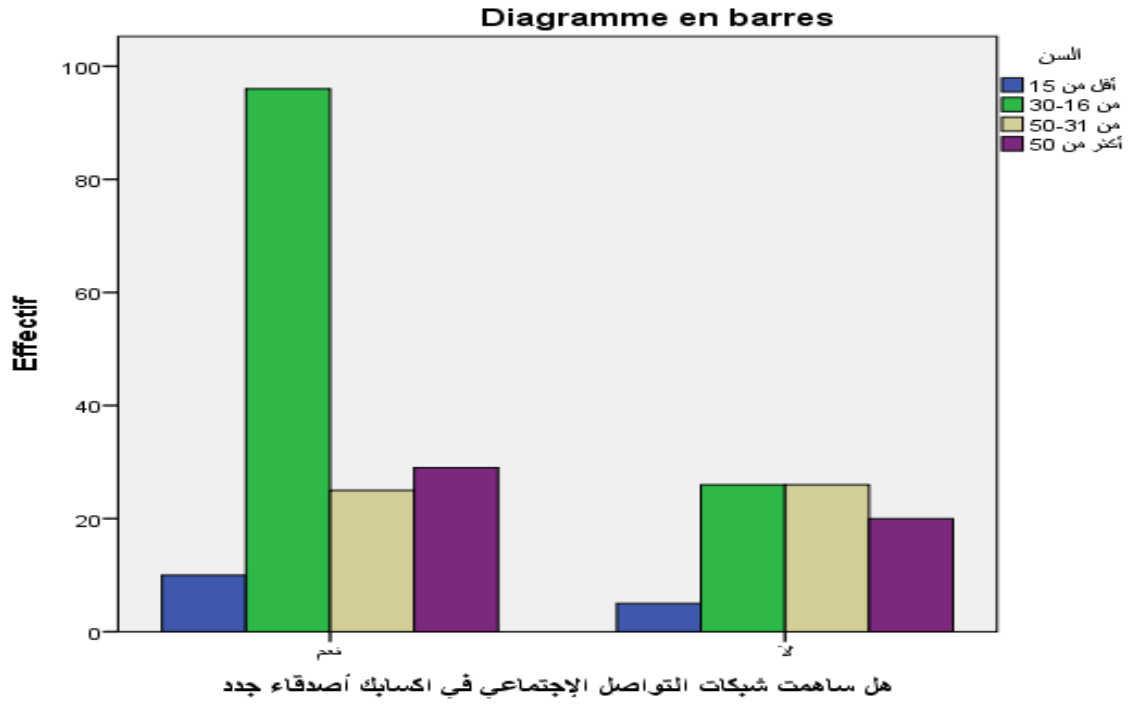
المجموع	السن				
	أكثر من 50	من 31-50	من 16-30	أقل من 15	
160	29	25	96	10	نعم
67.5 %	12.2	% 10.5	% 40.5	% 4.2	
77	20	26	26	5	لا
32.5 %	% 8.4	% 11	% 11	% 2.1	
237	49	51	122	15	المجموع
% 100	% 20.7	% 21.5	% 51.5	% 6.3	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.05	3	7.81	16.454

يشير الجدول رقم 54 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير السن على مساهمة شبكات التواصل في اكساب أصدقاء جدد، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين أجابوا بـ نعم بنسبة 67.5%، موزعين على التوالي بين فئة من 16-30 بنسبة 40.5% وفئة أكثر من 50 بنسبة 12.2% وفئة من 31-50 بنسبة 10.5% وفئة أقل من 15 بنسبة 4.2%، أما المجيبون بـ لا فنسبتهم 7.6% موزعة بالتساوي بين فئتي من 16-30 ومن 31-50 بنسبة 11% تليها فئة أكثر من 50 بنسبة 8.4% وفئة أقل من 15 بنسبة 2.1%، يتضح من خلال النتائج تقارب النسب، ومنه لا توجد فروق دالة اكساب أصدقاء جدد ومتغير السن. يمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن أفراد العينة هم دائماً بحاجة لتكوين علاقات جديدة مع أشخاص من أعمار وثقافات مختلفة. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 54 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 54: توزيع السن على اكساب أصدقاء جدد.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 55: اكساب أصدقاء جدد وفق متغير موقع المكون في الأسرة.

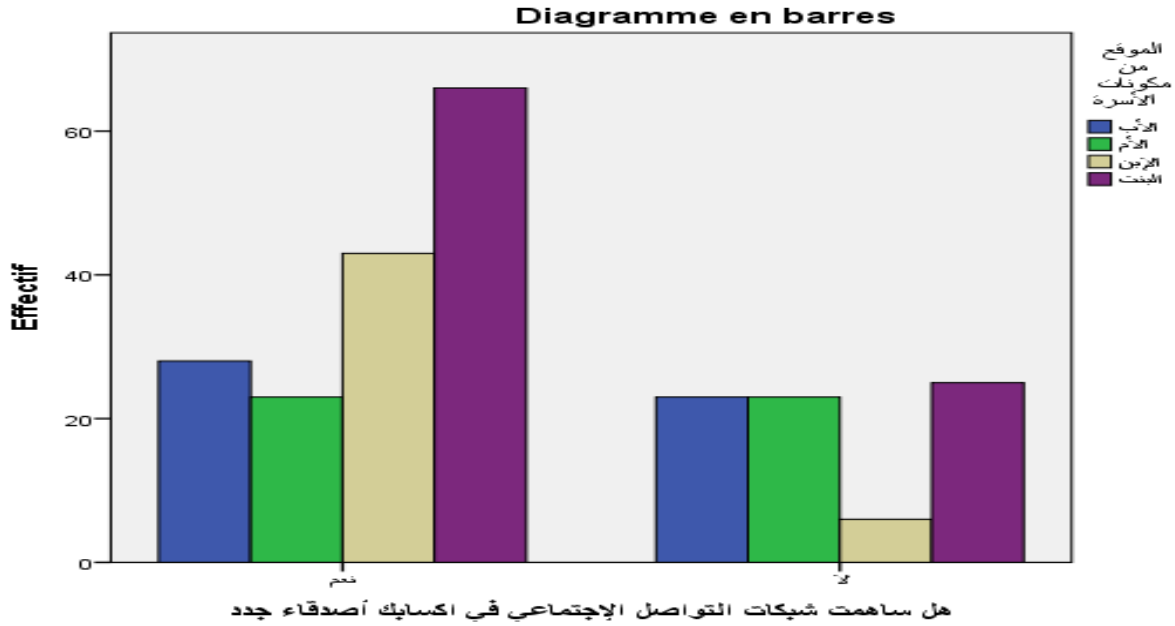
المجموع	الموقع في مكون الأسرة				
	الابن	الابن	الأم	الأب	
160	66	43	23	28	نعم
% 67.5	27.8	% 18.1	% 9.7	% 11.8	
77	25	6	23	23	لا
% 32.5	% 10.5	% 2.5	% 9.7	% 9.7	
237	91	49	46	51	المجموع
% 100	% 38.4	% 20.7	% 19.4	% 21.5	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة K^2
دال (توجد فروق)	0.05	3	7.81	20.327

يشير الجدول رقم 55 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة على مساهمة شبكات التواصل في اكساب أصدقاء جدد، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين أجابوا بـ نعم بنسبة 67.5%، موزعين على التوالي بين البنات بنسبة 27.8% والابن بنسبة 18.1% والأب بنسبة 11.8% والأم بنسبة 9.7%، أما المجيبون بـ لا فنسبتهم 7.6% موزعة على التوالي بين البنات بنسبة 10.5% وبالتساوي بين الأب والأم بنسبة 9.7% يليهما الابن بنسبة 2.5%، يتضح من خلال النتائج تقارب النسب، ومنه توجد فروق دالة تعبر عن العلاقة بين اكساب أصدقاء جدد ومتغير موقع المكون في الأسرة. نلاحظ أن أفراد العينة يشبعون رغبة اكتساب علاقات صداقة جديدة وتطويرها عبر استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد أن مكون البنات هو الأعلى اشباعاً لهذه الرغبة مقارنة بالأب والأم والابن، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن فئة البنات لا يستطعن تأمين علاقات صداقة مهما كانت طبيعتها في الواقع الحقيقي، حيث تضع الأعراف الاجتماعية عامة والأسرية خاصة قيوداً صارمة على مثل هذه السلوكيات وتصنفها في خانة الممنوع. في ظل هيمنة هذه القيود تجد البنات متنفساً لهن في الواقع الافتراضي خاصة الفيسبوك والانستاغرام، حيث يسقط حاجز الرقابة الوالدية وينمو الشعور بالحرية، وقد ساعد في ذلك انتشار الهاتف الذكي وسط هذه الفئة الذي يتوفر على خاصيتي الاستخدام الفردي وحماية الخصوصية. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق K^2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 55 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 55: توزيع المكون على اكساب أصدقاء جدد.



الجدول رقم 56: اكساب أصدقاء جدد وفق متغير المستوى الدراسي.

المجموع	المستوى الدراسي					
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
160	3	2	28	46	81	نعم
67.5 %	% 1.3	% 0.8	% 11.8	% 19.4	% 34.2	
77	2	1	13	34	27	لا
32.5 %	% 0.8	% 0.4	% 5.5	% 14.3	% 11.4	
237	5	3	41	80	108	المجموع
% 100	% 2.1	% 1.3	% 17.3	% 33.8	% 45.6	

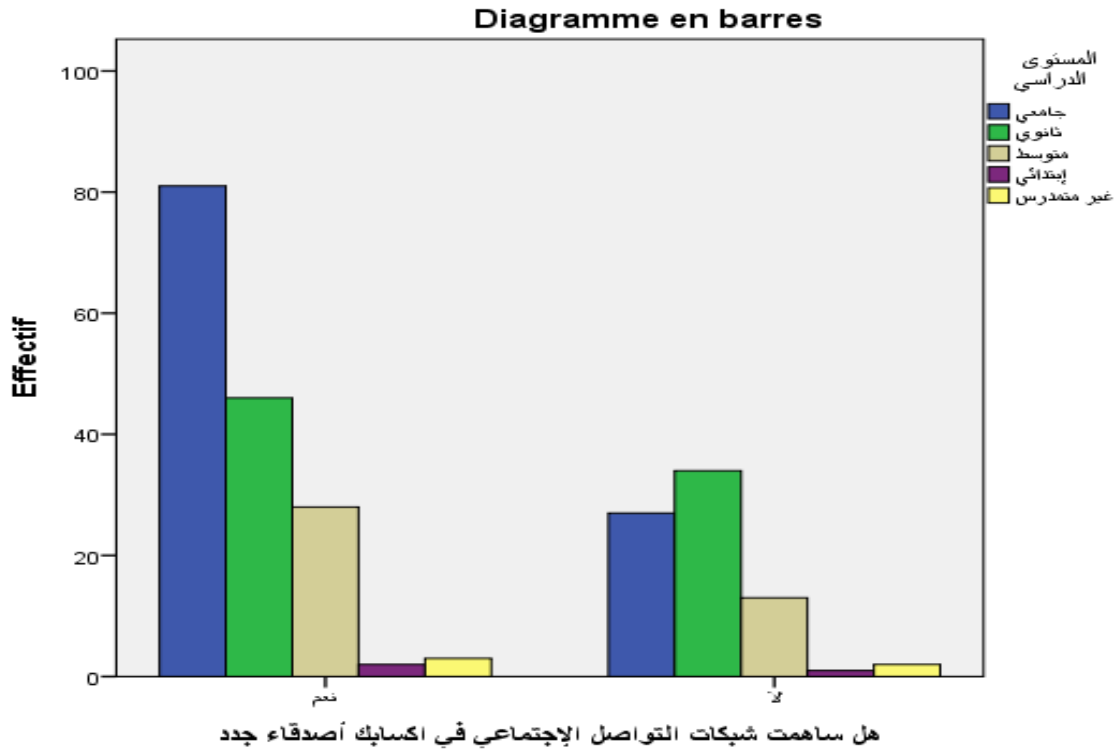
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.161	4	/	6.558

يشير الجدول رقم 56 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على مساهمة شبكات التواصل في اكساب أصدقاء جدد، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين أجابوا

عرض نتائج الدراسة الميدانية

ب نعم بنسبة 67.5%، موزعين على التوالي بين جامعي بنسبة 34.2% و ثانوي بنسبة 19.4% ومتوسط بنسبة 11.8% ثم غير متمدرس بنسبة 1.3% وابتدائي بنسبة 0.8%، أما المجهولون ب لا فنسبتهم 7.6% موزعة على التوالي بين ثانوي بنسبة 14.3% جامعي بنسبة 11.4% يليه متوسط بنسبة 5.5% ثم غير متمدرس بنسبة 0.8% وابتدائي بنسبة 0.4% يتضح من خلال النتائج تقارب النسب، ومنه لا توجد علاقات دالة تربط بين اكساب أصدقاء جدد ومتغير المستوى الدراسي. إن الملاحظ لهذه النتائج يستنتج أن المستوى الدراسي لم يؤثر على اكساب أفراد العينة لعلاقات صداقة جديدة. وبالتالي فإن أغلبية أفراد العينة -الذين هم أساسا أفراد الأسرة التيجنية- يشبعون كثيرا حاجتهم إلى التعارف وإحياء علاقات صداقة جديدة عبر هذه الوسائط. ويمكن اعتبار هذه النتيجة حاجة طبيعية في حياة الأفراد الذين يميلون إلى الاقبال على كل ما هو جديد ويولد لهم الفضول إلى اكتشافه. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 56 يوضح ذلك.

الشكل رقم 56: توزيع المستوى على اكساب أصدقاء جدد.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

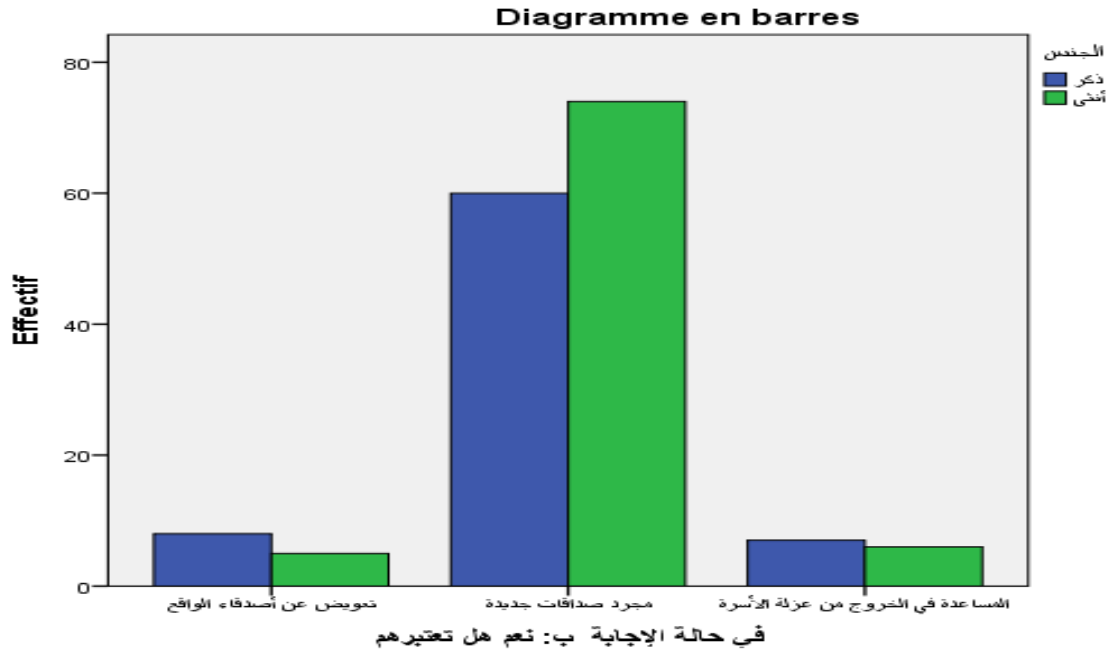
الجدول رقم 57: كيف يعتبر الأصدقاء الجدد وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
134	74	60	مجرد صداقات جديدة
% 83.8	% 46.2	% 37.5	
13	5	8	تعويض عن أصدقاء الواقع
% 8.1	% 3.1	% 5	
13	6	7	المساعدة في الخروج من عزلة الأسرة
% 8.1	% 3.8	% 4.4	
160	85	75	المجموع
% 100	% 53.1	% 46.9	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.446	2	/	1.613

يشير الجدول رقم 57 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الجنس اجابات المبحوثين حول كيفية اعتبارهم للأصدقاء الجدد، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يعتبرون الأصدقاء الجدد مجرد صداقات جديدة بنسبة 67.5%، موزعة بين الإناث بنسبة 46.2% والذكور بنسبة 37.5%، أما اعتبارهم للأصدقاء الجدد تعويض عن أصدقاء جدد فنسبتها 8.1% بين الذكور بنسبة 5% والإناث 3.1%، بينما اختياريهم المساعدة في الخروج عن عزلة الأسرة فكانت نسبتها أيضا 8.1% بين الذكور بنسبة 4.4% والإناث 3.8%، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب بين النسب، ومنه لا توجد علاقة دالة بين السؤال: كيف يعتبر الأصدقاء الجدد؟ ومتغير الجنس. إذن نلاحظ أن غالبية الذكور والإناث في هذه العينة لا يعتبرون علاقات الصداقة الجديدة المشبعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي تعويض عن أصدقاء الواقع فقط، أو أنها مجرد منفذ عن عزلة الأسرة، وهذا ما يفسر امتداد العلاقات الواقعية إلى المواقع الافتراضية خاصة فيسبوك وانستغرام. وفي نفس السياق عملت هذه المواقع أيضا على تقويض عزلة الأسرة وهذه يعود إلى اندماج مكوناتها (الأب، الأم، الابن، البنت) معا في تلك المنصات والتي تسهم في احياء قيم التواصل الأسري إلى حد ما. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 56 يوضح ذلك.

الشكل رقم 57: توزيع الجنس على طبيعة الأصدقاء الجدد.



الجدول رقم 58: كيف يعتبر الأصدقاء الجدد وفق متغير السن.

المجموع	السن				
	أكثر من 50	من 50-31	من 30-16	أقل من 15	
134	25	19	84	6	مجرد صداقات جديدة
% 83.8	% 15.6	% 11.9	% 52.5	% 3.8	
13	2	3	6	2	تعويض عن أصدقاء الواقع
% 8.1	% 1.2	% 1.9	% 3.8	% 1.2	
13	2	3	6	2	المساعدة في الخروج من عزلة الأسرة
% 8.1	% 1.2	% 1.9	% 3.8	% 1.2	
160	29	25	96	10	المجموع
% 100	% 18.1	% 15.6	% 60	% 6.2	

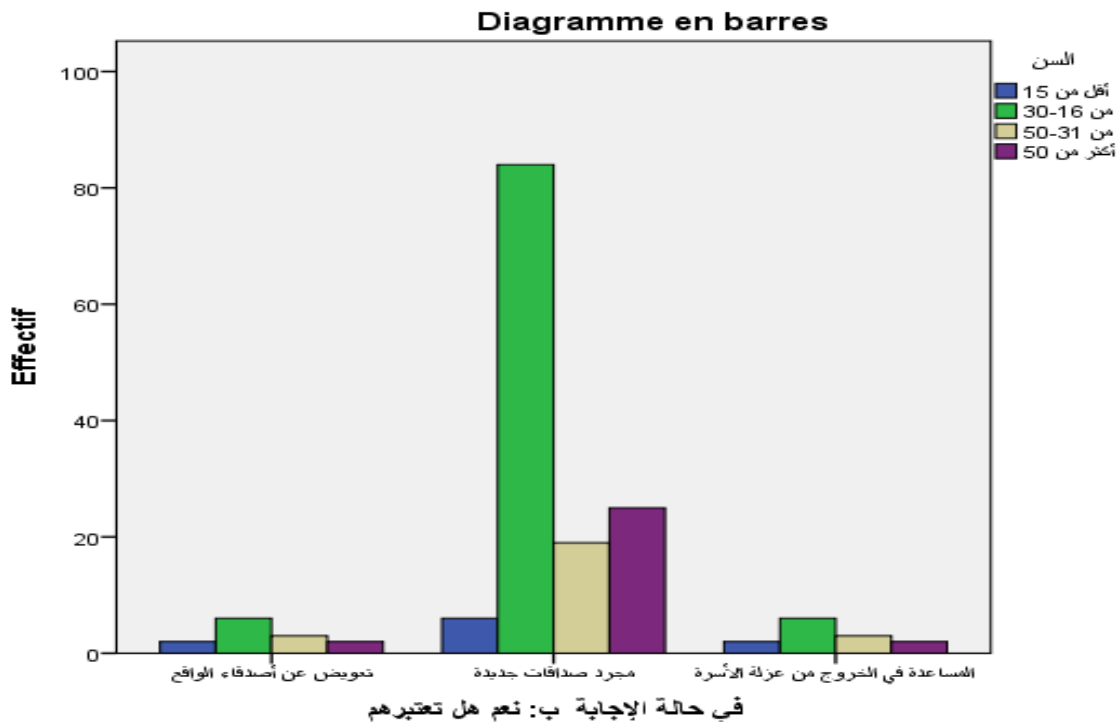
قيمة ك ²	المجدولة	درجات الحرية	مستوى الدلالة	القرار
6.369	/	6	0.383	غير دال (لا توجد فروق)

يشير الجدول رقم 58 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير السن على كيفية اعتبار الباحثين للأصدقاء الجدد، حيث نلاحظ أن معظم الباحثين يعتبرون الأصدقاء الجدد مجرد صداقات جديدة بنسبة 83.8%، موزعة على التوالي بين فئة من 30-16 بنسبة 52.5%

عرض نتائج الدراسة الميدانية

وفئة أكثر من 50 بنسبة 15.6% ثم فئة من 31-50 بنسبة 11.9% وفئة أقل من 15 بنسبة 3.8%، أما اعتبراهم للأصدقاء الجدد تعويض عن أصدقاء جدد فنسبتها 8.1% موزعة على التوالي بين فئة من 16-30 بنسبة 3.8% وفئة من 31-50 بنسبة 1.9% ثم بالتساوي بين فئتي أكثر من 50 وأقل من 15 بنسبة 1.2%، بينما اختيارهم المساعدة في الخروج عن عزلة الأسرة فكانت نسبتها أيضا 8.1% موزعة على التوالي بين فئة من 16-30 بنسبة 3.8% وفئة من 31-50 بنسبة 1.9% ثم بالتساوي بين فئتي أكثر من 50 وأقل من 15 بنسبة 1.2%، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب كبير بين النسب، ومنه لا توجد علاقة دالة بين السؤال: كيف يعتبر الأصدقاء الجدد؟ ومتغير السن. نلاحظ أن متغير السن لم يؤثر في تقييم طبيعة علاقات الصداقة الجديدة والتي يتشعب بها أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. إذن نستنتج أن الفئات السنية (أطفال، مراهقون، شباب، كهول، شيوخ) في هذه العينة -وهي في الأساس أفراد الأسرة التيغنية- لا يعتبرون الأصدقاء الجدد المشبعة في مواقع التواصل الاجتماعي تعويض عن أصدقاء الواقع أو أنها تساعد في الخروج من عزلة الأسرة، ويمكن تفسير ذلك بالقول أن جماعات الصداقة -لا على سبيل الحصر- التي تنتمي إليها كل فئة سنية على حدا صار لها امتداد عبر تلك المنصات وبالتالي تم احياؤها من جديد بل وايجاد علاقات أخرى تجمعهم نفس الاهتمامات والاتجاهات. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 58 يوضح ذلك.

الشكل رقم 58: توزيع السن على طبيعة الأصدقاء الجدد.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 59: كيف يعتبر الأصدقاء الجدد وفق متغير الموقع في مكون الأسرة.

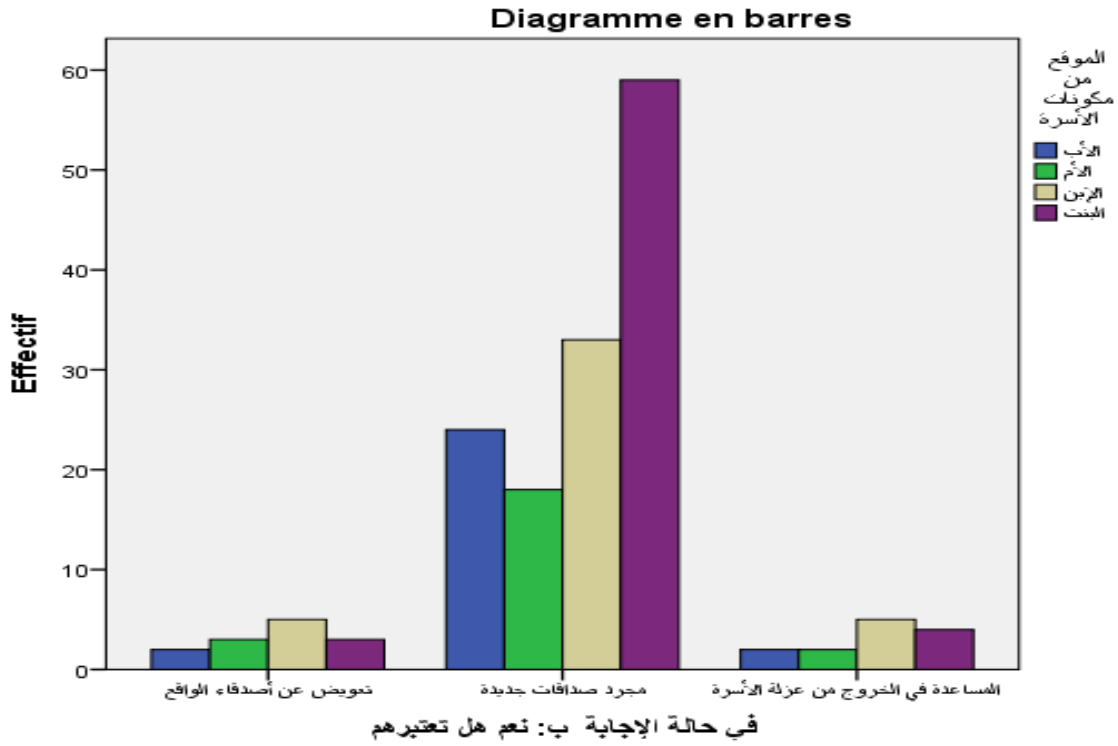
المجموع	الموقع في مكون الأسرة				
	الابن	الابن	الأم	الأب	
134	59	33	18	24	مجرد صداقات جديدة
% 83.8	% 36.9	% 20.6	% 11.2	% 15	
13	3	5	3	2	تعويض عن أصدقاء الواقع
% 8.1	% 1.9	% 3.1	% 1.9	% 1.2	
13	4	5	2	2	المساعدة في الخروج من عزلة الأسرة
% 8.1	% 2.5	% 3.1	% 1.2	% 1.2	
160	66	43	23	28	المجموع
% 100	% 41.2	% 26.9	% 14.4	% 17.5	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.671	6	/	4.045

يشير الجدول رقم 59 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة إجابات المبحوثين حول كيفية اعتبارهم للأصدقاء الجدد، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يعتبرون الأصدقاء الجدد مجرد صداقات جديدة بنسبة 83.8%، موزعة على التوالي بين البنات بنسبة 36.9% والابن بنسبة 20.6% ثم الأب بنسبة 15% والأم بنسبة 11.2%، أما اعتبارهم للأصدقاء الجدد تعويض عن أصدقاء جدد فنسبتها 8.1% موزعة على التوالي، الابن بنسبة 3.1% وبالتساوي بين الأم والبنات بنسبة 1.9% ثم الأب بنسبة 1.2%، بينما اختارهم المساعدة في الخروج عن عزلة الأسرة فكانت نسبتها أيضا 8.1% موزعة على التوالي بين الابن بنسبة 3.1% والبنات بنسبة 2.5% ثم بالتساوي بين الأم والأب بنسبة 1.2%، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب كبير بين النسب، ومنه لا توجد فروق دالة بين السؤال: كيف يعتبر الأصدقاء الجدد؟ ومتغير الموقع في مكون الأسرة. نلاحظ أن كل من الأب والأم والابن والبنات لا يعتبرون الصداقات الجديدة المشبعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي تعويض عن أصدقاء الواقع أو أنها تساعد في الخروج من عزلة الأسرة ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى اهتمام أفراد الأسرة بقيم التعارف وتكوين شبكة علاقات جديدة وإعادة إحياء العلاقات السابقة. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 59 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 59: توزيع المكون على طبيعة الأصدقاء الجدد.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 60: كيف يعتبر الأصدقاء الجدد وفق متغير المستوى الدراسي.

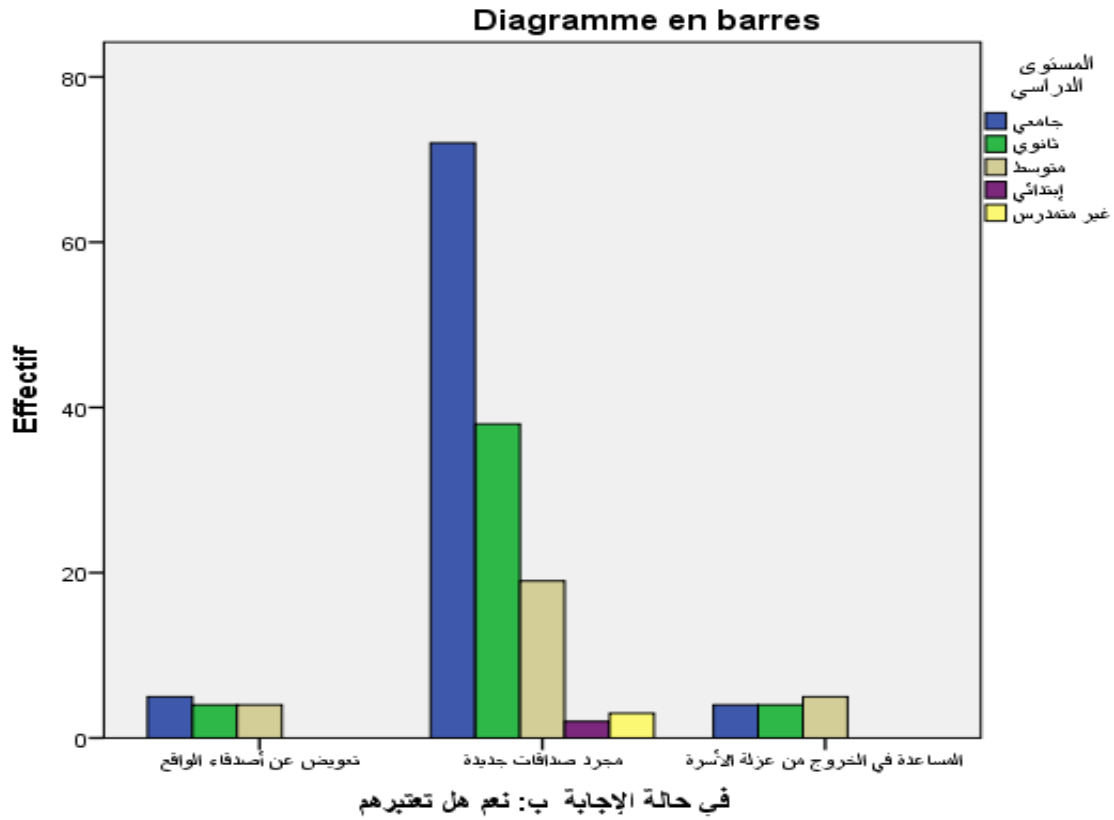
المجموع	المستوى الدراسي					
	غير متدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
134	3	2	19	38	72	مجرد صداقات جديدة
83.8 %	1.9 %	1.2 %	11.9 %	23.8 %	45 %	
13	0	0	4	4	5	تعويض عن أصدقاء الواقع
8.1 %	0 %	0 %	2.5 %	2.5 %	3.1 %	
13	0	0	5	4	4	المساعدة في الخروج من عزلة الاسرة
8.1 %	0 %	0 %	3.1 %	2.5 %	2.5 %	
160	3	2	28	46	81	المجموع
100 %	1.9 %	1.2 %	17.5 %	28.8 %	50.6 %	

القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.426	8	/	8.078

يشير الجدول رقم 60 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي اجابات المبحوثين حول كيفية اعتبارهم للأصدقاء الجدد، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يعتبرون الأصدقاء الجدد مجرد صداقات جديدة بنسبة 83.8 %، موزعة على التوالي بين جامعي بنسبة 45 % و ثانوي بنسبة 23.8 % ثم متوسط بنسبة 11.9 % وغير متدرس بنسبة 1.9 % وابتدائي بنسبة 1.2 %، أما اعتبارهم للأصدقاء الجدد تعويض عن أصدقاء جدد فنسبتها 8.1 % موزعة على التوالي، جامعي بنسبة 3.1 % وبالتساوي بين ثانوي ومتوسط بنسبة 2.5 % ثم باقي المستويات 0 %، بينما اختيارهم المساعدة في الخروج عن عزلة الأسرة فكانت نسبتها أيضا 8.1 % موزعة على التوالي، متوسط بنسبة 3.1 %، ثم بالتساوي بين جامعي و ثانوي بنسبة 2.5 % وباقي المستويات 0 %، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب كبير بين النسب، ومنه لا توجد فروق دالة تعبر على العلاقة بين السؤال: كيف يعتبر الأصدقاء الجدد؟ ومتغير المستوى الدراسي. هذا الأخير لم يؤثر على تصور أفراد الأسرة التيجينية لعلاقات الصداقة الجديدة المشبعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بحيث لا يعتبرونها تعويض عن أصدقاء أو أنها تساعد في الخروج من عزلة الاسرة والتفسيرات السابقة تبين ذلك. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 60 يوضح ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الشكل رقم 60: توزيع المستوى على طبيعة الأصدقاء الجدد.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول 61: مساهمات شبكات التواصل الاجتماعي وفق متغير الجنس.

المجموع	الجنس		
	أنثى	ذكر	
171	96	75	معرفة أحوال العالم
% 72.1	% 40.5	% 31.6	
94	57	37	احساسك بالراحة
% 39.7	% 24.1	% 15.6	
81	41	40	تشبثك بالقيم الدينية والثقافية لوطنك
% 34.2	% 17.3	% 16.9	
69	38	31	معرفة أحوال السوق
% 29.1	% 16	% 13.1	
68	37	31	التعبير عن قناعاتك الشخصية
% 28.7	% 15.6	% 13.1	
41	23	18	المشاركة والتفاعل مع الشخصيات المشهورة
% 17.3	% 9.7	% 7.6	
29	17	12	عدم حاجتك لمصادر المعلومات الأخرى
% 12.3	% 7.2	% 5.1	
553	309	244	المجموع
% 233.4	130.4 %	% 103	

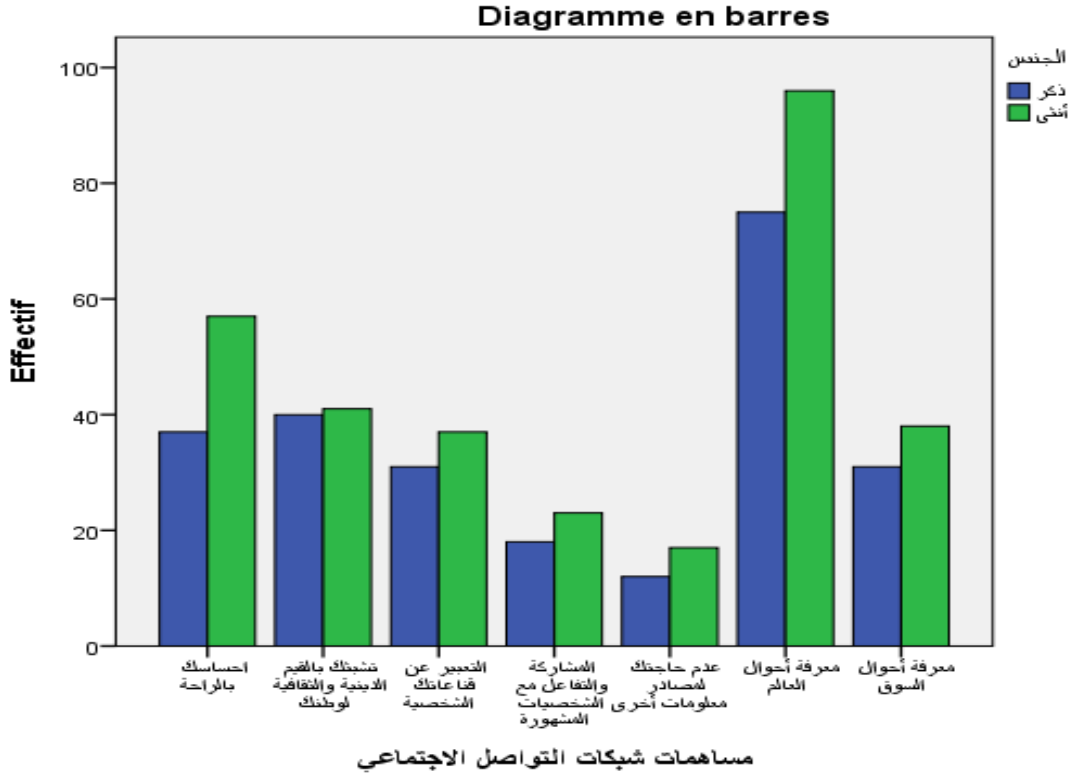
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.925	6	/	1.945

يشير الجدول رقم 61 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الجنس على مساهمات شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق إشباع الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يعتبرون أن شبكات التواصل اسهمت في تعريفهم بأحوال العالم بنسبة 72.1%، موزعة بين الإناث بنسبة 40.5% والذكور بنسبة 31.6% من مجموع 237 وحدة، ويفسر ذلك استخدام أفراد الأسرة التيغنية لمواقع التواصل الاجتماعي على مدار اليوم وبشكل شبه متقطع. أما بالنسبة للإحساس بالراحة فنسبتها 39.7 بين الإناث بنسبة 24.1% والذكور بنسبة 15.6% من مجموع 237 وحدة، وهذا نلاحظه من خلال تفاعل أفراد العينة مع الفيديوهات والصور الترفيهية ومشاركتها مع الآخرين. ثم اسهامها في التشبث بالقيم الدينية والثقافية والوطنية بنسبة 34.2 بين الإناث 17.3% والذكور 16.9%، ونسبة معرفة أحوال السوق فتقدر بـ

عرض نتائج الدراسة الميدانية

29.1% من مجموع 237 وحدة موزعة بين الإناث بنسبة 16% والذكور 13.1%، بينما التعبير عن القناعات الشخصية فقدرت نسبتها 28.7% بين الإناث بنسبة 15.6% والذكور 13.1%، ثم المشاركة والتفاعل مع الشخصيات المشهورة بنسبة 17.3% موزعة بالتقارب بين الإناث بنسبة 9.7% والإناث بنسبة 7.6%، وعدم الحاجة لمصادر المعلومات الأخرى بنسبة 12.3% بين الإناث بنسبة 7.2% والذكور بنسبة 5.1%، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب كبير بين النسب، ومنه لا توجد فروق دالة تعبر عن وجود علاقة بين مساهمات شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس. ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن المستخدمين ذكورا وإناث لهم اهتمامات مشتركة بما يدور حولهم من أحداث مع مراعاة الأنوية والمصادقية التي تراجعت في وسائل الإعلام التقليدية التي تخضع أجندتها لمالكيها أو في بعض الأحيان لمن يدفع أكثر. تسمح هذه المواقع للمستخدم الالمام من مكانه بكل ما يحدث في مناطق مختلفة من العالم عبر تقنية البث المباشر، أو الفيديو والصورة المنشورة. فهي تفتح لهم متنفسا للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم وهذا ما يولد لديهم الشعور بالراحة والرضا النفسي. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق F_{2} حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 61 يوضح ذلك.

الشكل رقم 61: توزيع الجنس على مساهمات شبكات التواصل.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 62: مساهمات شبكات التواصل الاجتماعي وفق متغير السن.

المجموع	السن				
	أكثر من 50	من 31-50	من 16-30	أقل من 15	
171	36	40	86	9	معرفة أحوال العالم
% 72.1	% 15.2	% 16.9	% 36.3	% 3.8	
94	11	18	54	11	احساسك بالراحة
% 39.7	% 4.6	% 7.6	% 22.8	% 4.6	
81	29	19	29	4	تشبثك بالقيم الدينية والثقافية لوطنك
% 34.2	% 12.2	% 8	% 12.2	% 1.7	
69	20	16	31	2	معرفة أحوال السوق
% 29.1	% 8.4	% 6.8	% 13.1	% 0.8	
68	17	14	32	5	التعبير عن قناعاتك الشخصية
% 28.7	% 7.2	% 5.9	% 13.5	% 2.1	
41	7	3	26	5	المشاركة والتفاعل مع الشخصيات المشهورة
% 17.3	% 3	% 1.3	% 11	% 2.1	
29	6	8	13	2	عدم حاجتك لمصادر المعلومات الأخرى
% 12.3	% 2.5	% 3.4	% 5.5	% 0.8	
553	126	118	271	38	المجموع
% 233.4	% 53.1	% 49.9	% 114.4	% 15.9	

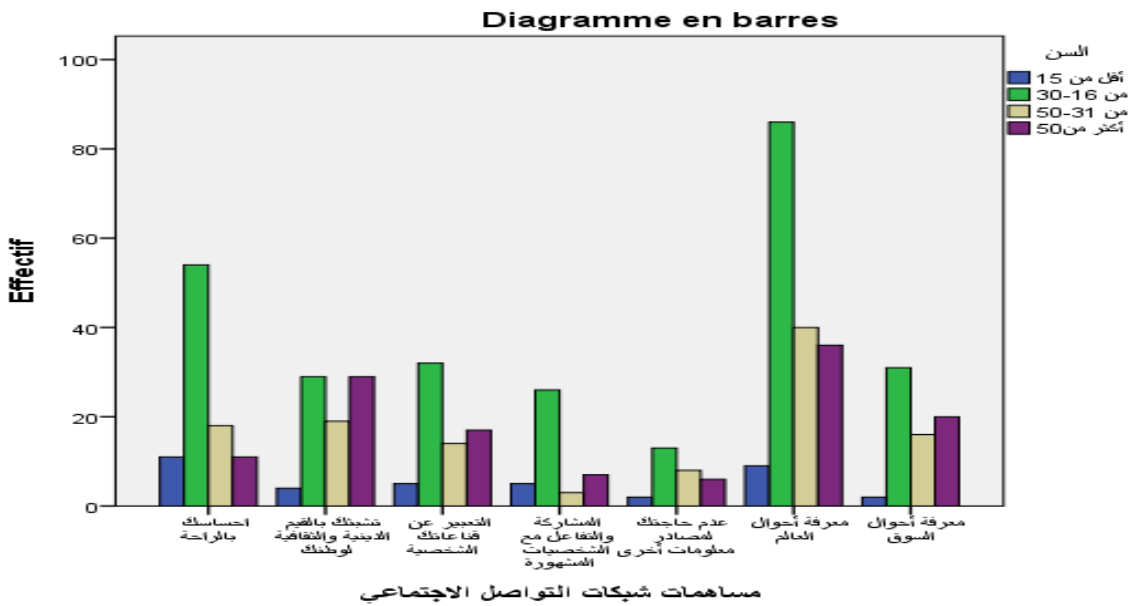
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
دال (توجد فروق)	0.05	18	28.87	32.435

يشير الجدول رقم 62 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الجنس على مساهمات شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق إشباع الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يعتبرون أن شبكات التواصل اسهمت في تعريفهم بأحوال العالم بنسبة 72.1%، موزعة بين فئة من 16-30 بنسبة 36.3% وفئة من 31-50 بنسبة 16.9% وفئة أكثر من 50 بنسبة 15.2% ثم أقل من 15 بنسبة 3.8% من مجموع 237 وحدة، نرجع ذلك إلى ما تعرضه هذه المواقع من أخبار ومعلومات (سياسية واقتصادية، رياضية وحروب وإحصاءات)، بحيث نجد أن فئة الشباب والكهول والشيوخ أكثر ميلا لمشاهدة مثل هذه البرامج التي يغلب عليها الطابع الإخباري والتحليلي، النقاش والاستزادة في المعلومات والبيانات في مجال السياسة والإعلام، القانون والرياضة أما بالنسبة للإحساس بالراحة فنسبتها 39.7% موزعة بين فئة من 16-30 بنسبة 22.8% وفئة من 31-50 بنسبة 7.6% وبالتساوي بين فئتي أكثر من 50 وأقل من 15 بنسبة 4.6% من مجموع 237 وحدة، نلاحظ هنا أن فئة المراهقين والشباب هي الأكثر اشباعا لحاجة الراحة النفسية وهذا راجع إلى الضغوطات التي تعيشها في هذه المرحلة (مثلا ضغط الدراسة والبحث عن العمل) وبالتالي ساعدت مضامين هذه المنصات في اشباع حاجة الترفيه للتخفيف من حدة تلك الضغوطات. ثم اسهامها في التشبث بالقيم

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الدينية والثقافية والوطنية بنسبة 34.2 موزعة بالتساوي بين فئتي من 16-30 وأكثر من 50 بنسبة 12.2% وفئة من 31-50 بنسبة 8% ثم أقل من 15 بنسبة 1.7% من مجموع 237 وحدة، ونسبة معرفة أحوال السوق فتقدر بـ 29.1% من مجموع 237 وحدة موزعة بين فئة من 16-30 بنسبة 13.1% وفئة أكثر من 50 بنسبة 8.4% وفئة من 31-50 بنسبة 6.8% ثم أقل من 15 بنسبة 0.8% من مجموع 237 وحدة، بينما التعبير عن القناعات الشخصية فتقدر نسبتها 28.7% موزعة بين فئة من 16-30 بنسبة 13.5% وفئة أكثر من 50 بنسبة 7.2% وفئة من 31-50 بنسبة 5.9% ثم أقل من 15 بنسبة 2.1% من مجموع 237 وحدة، ثم المشاركة والتفاعل مع الشخصيات المشهورة بنسبة 17.3% موزعة بين فئة من 16-30 بنسبة 11% وفئة أكثر من 50 بنسبة 3% وفئة أقل من 15 بنسبة 2.1% ثم من 31-50 بنسبة 1.3% من مجموع 237 وحدة، وعدم الحاجة لمصادر المعلومات الأخرى بنسبة 12.3% موزعة بين فئة من 16-30 بنسبة 5.5% وفئة من 31-50 بنسبة 3.4% وفئة أكثر من 50 بنسبة 2.5% ثم أقل من 15 بنسبة 0.8% من مجموع 237 وحدة، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب كبير بين النسب، ومن هناك فروق دالة تعبر عن وجود علاقة بين مساهمات شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير السن. ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن فئة المراهقين والشباب هي الأكثر اشباعا لهذه الموضوعات مقارنة بالفئات الأخرى وهذا يدل على حرصها الشديد في متابعة مجريات الأحداث الدولية، والتشبث بالقيم الوطنية والدين في ظل التطورات التي يعرفها العالم عامة والجزائر خاصة. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق χ^2 حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 62 يوضح ذلك.

الشكل رقم 62: توزيع السن على مساهمات شبكات التواصل.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 63: إسهامات الشبكة وفق متغير الموقع في مكون الأسرة.

المجموع	الموقع في مكون الأسرة				
	الابن	الابن	الأم	الأب	
171	63	33	36	39	معرفة أحوال العالم
% 72.1	% 26.6	% 13.9	% 15.2	% 16.9	
94	41	24	19	10	احساسك بالراحة
% 39.7	% 17.3	% 10.1	% 8	% 4.2	
81	21	14	21	25	تشبثك بالقيم الدينية والثقافية لوطنك
% 34.2	% 8.9	% 5.9	% 8.9	% 10.5	
69	23	11	15	20	معرفة أحوال السوق
% 29.1	% 9.7	% 4.6	% 6.3	% 8.4	
68	23	14	16	15	التعبير عن قناعاتك الشخصية
% 28.7	% 9.7	% 5.9	% 6.8	% 6.3	
41	19	12	4	6	المشاركة والتفاعل مع الشخصيات المشهورة
% 17.3	% 8	% 5.1	% 1.7	% 2.5	
29	9	5	8	7	عدم حاجتك لمصادر المعلومات الأخرى
% 12.3	% 3.8	% 2.1	% 3.4	% 3	
553	199	113	119	122	المجموع
% 233.4	% 84	% 47.6	% 50.3	% 51.8	

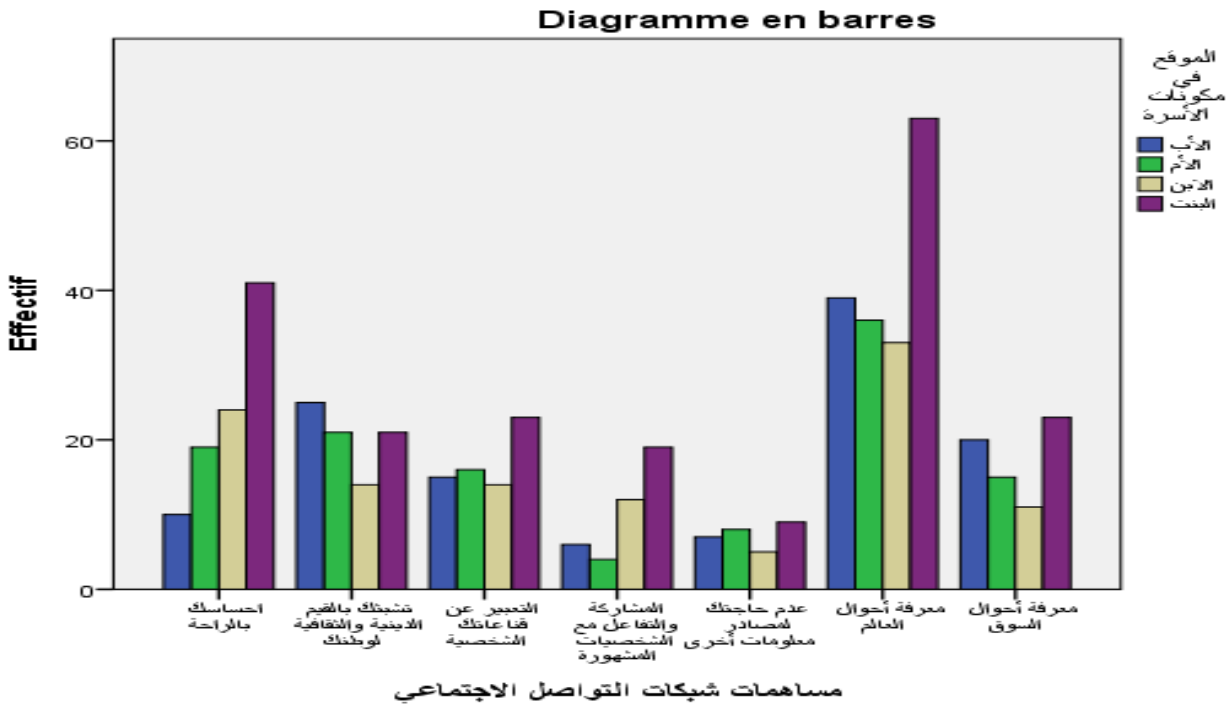
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة ك ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.134	18	/	24.680

شير الجدول رقم 63 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة على مساهمات شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق إشباعات الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم المبحوثين يعتبرون أن شبكات التواصل اسهمت في تعريفهم بأحوال العالم بنسبة 72.1%، موزعة بين البنات بنسبة 26.6% والأب بنسبة 16.9% والأم بنسبة 15.2% ثم الابن بنسبة 13.9% من مجموع 237 وحدة، أما بالنسبة للإحساس بالراحة فنسبتها 39.7% موزعة بين البنات بنسبة 17.3% والابن بنسبة 10.1% والأم بنسبة 8% والأب بنسبة 4.2% من مجموع 237 وحدة، ثم إسهامها في التشبث بالقيم الدينية والثقافية والوطنية بنسبة 34.2% موزعة بين الأب بنسبة 10.5% وبالتساوي بين الأم والبنات بنسبة 8.9% والابن بنسبة 5.9% من مجموع 237 وحدة، ونسبة معرفة أحوال السوق فتقدر بـ 29.1% من مجموع 237 وحدة موزعة بين البنات بنسبة 9.7% والأب بنسبة 6.3% والأم بنسبة 6.3% ثم الابن بنسبة 4.6%، بينما التعبير عن القناعات الشخصية فتقدر نسبتها 28.7% موزعة بين البنات بنسبة 9.7% والأم بنسبة 6.8% والأب بنسبة 6.3% ثم الابن بنسبة 5.9% من مجموع 237 وحدة، ثم المشاركة والتفاعل مع الشخصيات المشهورة بنسبة 17.3% موزعة بين البنات بنسبة 8% والابن بنسبة 5.1% والأب بنسبة 2.5% ثم الأم بنسبة 1.7% من مجموع

عرض نتائج الدراسة الميدانية

237 وحدة، وعدم الحاجة لمصادر المعلومات الأخرى بنسبة 12.3% موزعة بين البنات 3.8% والأم بنسبة 3.4% والأب بنسبة 3% ثم الابن بنسبة 2.1% من مجموع 237 وحدة، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب بين النسب. ومنه لا توجد فروق دالة تعبر عن وجود علاقة بين إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير الموقع في مكون الأسرة. نلاحظ أن الأب والأم والبنات والابن -من خلال العبارات الواردة في الجدول أعلاه- تتحقق لهم نفس الاشباع بنسب متفاوتة، ويمكن تفسير ذلك بالقول أن مواقع التواصل الاجتماعي أضحت فاعلا اجتماعيا في أوساط الأسرة الجزائرية، إذ أصبح لها قدرة كبيرة على الاستقطاب، وأضحت تنافس المؤسسات الاجتماعية الأخرى في مجال التأثير على الأفراد خاصة مكونات الأسرة (الأب، الأم، الابن، البنات) نتيجة التعرض المستمر والطويل للرسائل الإعلامية ذات الصبغة الفكرية، والتي أضحت لها دور كبير في عملية التشكيل المعرفي للأفراد وتغيير المواقف والاتجاهات أو تعزيزها، بل وأصبحت ذات تأثير مباشر على توجيه الرأي العام، وأضحت دورها في تكوين ثقافة المجتمع يفوق دور الأسرة والمجتمع¹. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق ك² حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 63 يوضح ذلك.

الشكل رقم 63: توزيع المكون على مساهمات شبكات التواصل.



¹ أمينة حلال، وهيبية دالع، "شبكات التواصل الاجتماعي: فضاء جديد لنشر ثقافة الحوار"، دفاتر السياسة والقانون، (الجزائر: المجلد 14، العدد3، جامعة قاصدي مرباح بورقلة 3، 2022)، ص 373.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 64: إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي وفق متغير المستوى الدراسي.

المجموع	المستوى الدراسي					
	غير متمدرس	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
171	3	2	26	55	85	معرفة أحوال العالم
% 72.1	% 1.3	% 0.8	% 11	% 23.2	% 35.9	
94	1	1	15	35	42	احساسك بالراحة
% 39.7	% 0.4	% 0.4	% 6.3	% 14.8	% 17.7	
81	1	2	16	29	33	تشبثك بالقيم الدينية والثقافية لوطنك
% 34.2	% 0.4	% 0.8	% 6.8	% 12.2	% 13.9	
69	1	0	10	27	31	معرفة أحوال السوق
% 29.1	% 0.4	% 0	% 4.2	% 11.4	% 13.1	
68	2	1	9	27	29	التعبير عن قناعاتك الشخصية
% 28.7	% 0.8	% 0.4	% 3.8	% 11.4	% 12.2	
41	1	0	7	16	17	المشاركة والتفاعل مع الشخصيات المشهورة
% 17.3	% 0.4	% 0	% 3	% 6.8	% 7.2	
29	0	1	6	10	12	عدم حاجتك لمصادر المعلومات الأخرى
% 12.3	% 0	% 0.4	% 2.5	% 4.2	% 5.1	
553	9	7	89	199	249	المجموع
% 233.4	3.7	% 2.8	% 37.6	% 84	% 105.1	

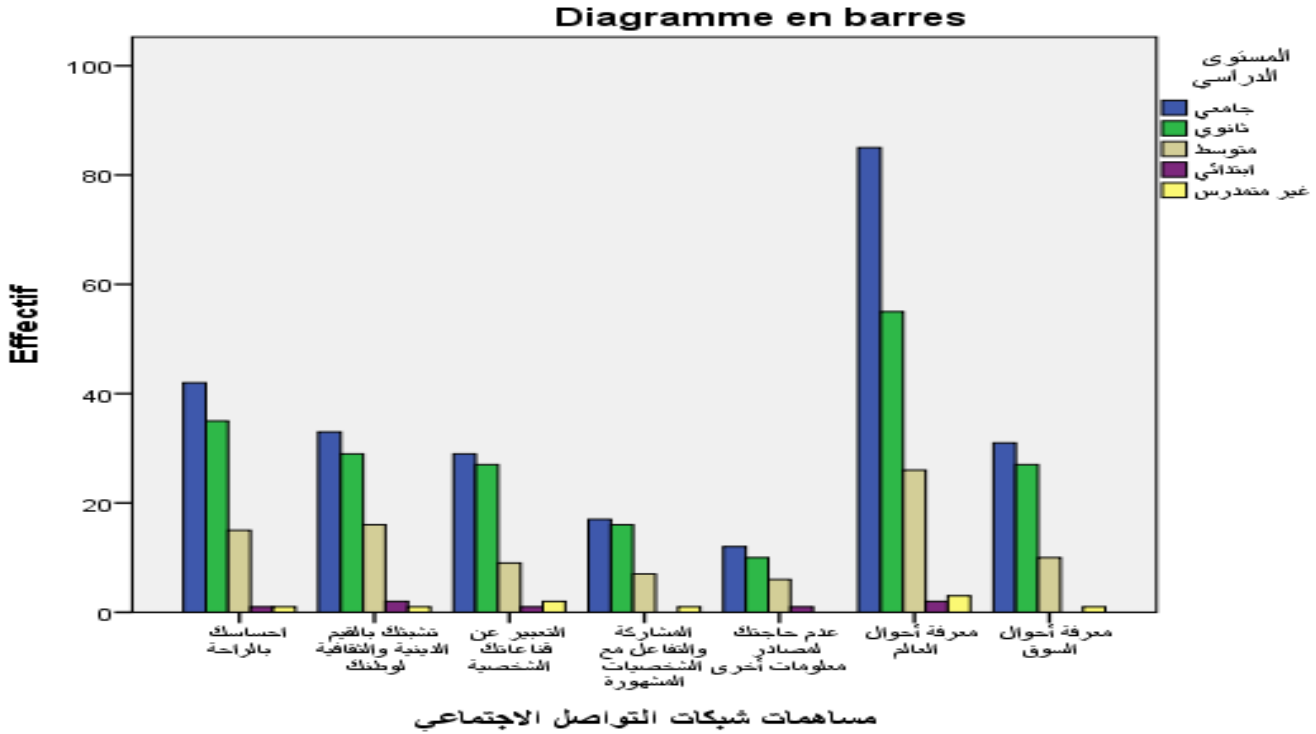
القرار	مستوى الدلالة	درجات الحرية	المجدولة	قيمة K ²
غير دال (لا توجد فروق)	0.996	24	/	9.507

يشير الجدول رقم 64 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على مساهمات شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق إشباعات الأسرة، حيث نلاحظ أن معظم الباحثين يعتبرون أن شبكات التواصل اسهمت في تعريفهم بأحوال العالم بنسبة 72.1%، موزعة بين جامعي بنسبة 35.9% و ثانوي بنسبة 23.2% ومتوسط بنسبة 11% ثم غير متمدرس بنسبة 1.3% وابتدائي 0.8% من مجموع 237 وحدة، أما بالنسبة للإحساس بالراحة فنسبتها 39.7% موزعة بين جامعي بنسبة 17.7% و ثانوي بنسبة 14.8% ومتوسط بنسبة 6.3% ثم بالتساوي بين ابتدائي وغير متمدرس بنسبة 0.4% من مجموع 237 وحدة، ثم إسهامها في التشبث بالقيم الدينية والثقافية والوطنية بنسبة 34.2% موزعة بين جامعي بنسبة 13.9% و ثانوي بنسبة 12.2% ثم متوسط بنسبة 6.8% وابتدائي بنسبة 0.8% وغير متمدرس بنسبة 0.4% من مجموع 237 وحدة، ونسبة معرفة أحوال السوق فتقدر بـ 29.1% من مجموع 237 وحدة موزعة بين جامعي بنسبة 13.1% و ثانوي بنسبة 11.4% ومتوسط بنسبة 4.2% ثم غير متمدرس بنسبة 0.4%، بينما التعبير عن القناعات الشخصية فتقدر نسبتها 28.7% موزعة بين جامعي بنسبة 12.2% و ثانوي بنسبة 11.4% ومتوسط بنسبة 3.8% ثم غير متمدرس بنسبة 0.8% وابتدائي بنسبة 0.4% من مجموع

عرض نتائج الدراسة الميدانية

237 وحدة، ثم المشاركة والتفاعل مع الشخصيات المشهورة بنسبة 17.3% موزعة بين جامعي بنسبة 7.2% و ثانوي بنسبة 6.8% ومتوسط بنسبة 3% ثم غير متمدرس بنسبة 0.4% من مجموع 237 وحدة، وعدم الحاجة لمصادر المعلومات الأخرى بنسبة 12.3% موزعة بين جامعي بنسبة 5.1% و ثانوي بنسبة 4.2% ثم متوسط بنسبة 2.5% وابتدائي بنسبة 0.4% من مجموع 237 وحدة، يتضح من خلال هذه النتائج تقارب بين النسب. ومنه لا توجد فروق دالة تعبر على العلاقة بين إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير المستوى الدراسي. نلاحظ أن أفراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي -من خلال العبارات الواردة في الجدول أعلاه- تتحقق لهم نفس الاشباعات بنسب متفاوتة، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن المضامين التي تنتشرها مواقع التواصل الاجتماعي أضحت تحاكي البرامج التعليمية والتثقيفية مما يدفعنا إلى القول بأن هذه المنصات أضحت تؤدي نفس الدور الذي تقوم به المؤسسات التعليمية (مدارس، معاهد، جامعات، مراكز التكوين)، وبالتالي بداية تشكيل الوعي الذي ساعد في بناء الأفكار وتغيير السلوكيات، هذا ما يفتح المجال لاحتمالية تجاوز الفرد لحدية الانخراط في هذه المؤسسات من أجل التحصيل العلمي، بل هو في حاجة فقط للوسيلة (هاتف ذكي، لوح الكتروني، كمبيوتر) ومصدر تدفق للانترنت. وهو ما يشير إليه اختبار الفروق F_{2} حيث لا توجد فروق ذات دلالة احصائية أي أن قيمة الدلالة أكبر من 0.05، والشكل رقم 64 يوضح ذلك.

الشكل رقم 64: توزيع المستوى على مساهمات شبكات التواصل.



عرض نتائج الدراسة الميدانية

المحور 05: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين أفراد الأسرة.
يرتبط تماسك الأسرة واستقرارها بالمحافظة على العلاقة الدائمة بين أفرادها، وفي ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عرفت الروابط الأسرية عدة تطورات. سنسعى في هذا المحور إلى اكتشاف طبيعة أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الزوجين، ثم بين الزوجين والأبناء، وصولاً إلى الأبناء في ظل الإقبال الكبير على هذه المواقع.

الجدول 65: أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الزوجين.

الاتجاه				العبارات
المجموع	موافق	محايد	معارض	
97	16	21	60	أصدقاؤك في شبكات التواصل الاجتماعي بديل عن وقت الفراغ الذي يتركه الطرف الآخر
% 100	% 16.5	% 21.6	% 61.9	
97	22	23	52	تتيح لك شبكات التواصل الاجتماعي التعبير عن آرائك ومشاعرك أفضل من الطرف الآخر
% 100	% 22.7	% 23.7	% 53.6	
97	17	25	55	انشاءك حساب مزدوج على شبكات التواصل الاجتماعي مع الطرف الآخر أفضل للعلاقة الزوجية
% 100	% 17.5	% 25.8	% 56.7	
97	6	22	69	الاستخدام الدائم لشبكات التواصل من الطرف الآخر أفقدك الثقة في العلاقة الزوجية
% 100	% 6.2	% 22.7	% 71.1	
97	58	16	23	افشاءك الاسرار عبر شبكات التواصل يؤدي إلى افساد علاقتك الزوجية
% 100	% 59.8	% 16.5	% 23.7	
97	47	21	29	ادمانك على شبكات يؤدي الى اهمالك للطرف الآخر وهو ما يؤدي الى افساد العلاقة الزوجية
% 100	% 48.5	% 21.6	% 29.9	
97	18	40	39	ابتعادك في بعض الأحيان عن شبكات التوصل الاجتماعي أدى بك إلى الاشتياق للطرف الآخر
% 100	% 18.6	% 41.2	% 40.2	

يشير الجدول رقم 65 إلى النسب الإحصائية للإجابات بشكل عام على عبارات الاستبيان المتعلقة باتجاه الزوجين نحو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بينهما، حيث نلاحظ في العبارة الأولى (أصدقاؤك في شبكات التواصل الاجتماعي بديل عن وقت الفراغ الذي يتركه الطرف الآخر) أن الاتجاه المعارض جاء في المرتبة الأولى بنسبة 61.9% من مجموع 97 وحدة مكونة من الأب والأم وهو يرجح اتجاه العبارة إلى المعارضة، وهذا يدل على أن العلاقة الزوجية لم تتأثر بالفراغ الذي يتركه أحد الطرفين ويرجع هذا إلى الرقابة المفروضة من قبل الزوجين على بعضهما البعض من خلال متابعة المشاركات والتعليقات والإيماءات على هذه المواقع ومراقبة أيضا صندوق الرسائل الخاصة. أما العبارة الثانية (تتيح لك شبكات التواصل الاجتماعي التعبير عن آرائك

عرض نتائج الدراسة الميدانية

ومشاعرك أفضل من الطرف الآخر) فيتضح أيضا أن الاتجاه المعارض نسبته 53.6% من مجموع 97 وحدة وهو ما يرجح اتجاه العبارة إلى المعارضة، وقد يرجع ذلك إلى الحذر الشديد في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، إذ من الممكن استخدام تلك التعبيرات عن الآراء والمشاعر من قبل أشخاص آخرين بغرض افتعال المشاكل بين الأزواج. كما يتبين أن الاتجاه المعارض جاء بنسبة عالية في العبارة الثالثة (انشاءك حساب مزدوج على شبكات التواصل الاجتماعي مع الطرف الآخر أفضل للعلاقة الزوجية) تقدر بـ 56.7% من مجموع 97 وحدة، ويوضح ذلك ما جاء في تفسير العبارة الأولى. ثم العبارة الرابعة (الاستخدام الدائم لشبكات التواصل من الطرف الآخر أفقدك الثقة في العلاقة الزوجية) التي بلغت أعلى نسبة ضمن إجاباتها للاتجاه المعارض بـ 71.1% من مجموع 97 وحدة، ويدل ذلك على أن الثقة المتبادلة بين الزوجين عامل مهم في ضمان استقرار العلاقة واستمرارها. تليها العبارة الخامسة (افشاءك الاسرار عبر شبكات التواصل يؤدي إلى افساد علاقتك الزوجية) التي نلاحظ من خلالها أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى بنسبة 59.8% من مجموع 97 وحدة، وهذا يؤكد لنا نتيجة العبارة الثانية ويفسر ذلك ميل الزوجين في العادة إلى عدم اشراك الآخرين (أقارب، أصدقاء، معارف) في شؤون حياتهم خاصة، سواء كانت صراعات ناجمة عن عدم قيام أحدهما أو كلاهما بدوره أو الاختلافات في الرأي. وكذلك العبارة السادسة (ادمانك على الشبكات يؤدي إلى اهمالك للطرف الآخر وهو ما يؤدي إلى افساد العلاقة الزوجية) قدرت نسبة الموافقة ضمنها 48.5% من مجموع 97 وحدة، ويؤكد ذلك ارتفاع نسبة الطلاق في مجتمعنا التي من أهم أسبابه هي اهمال أحد طرفي العلاقة الزوجية للآخر. في الأخير تظهر نتائج إجابات العبارة السابعة (ابتعادك في بعض الأحيان عن شبكات التواصل الاجتماعي أدى بك إلى الاشتياق للطرف الآخر) الآخر تقارب كبير بين الاتجاه المحايد والمعارض بنسبة 41.2% و 40.2% على التوالي، ويفسر ذلك أن الأزواج الذين يعارضون هذه العبارة يتعاملون بحذر جديد مع مواقع التواصل الاجتماعي ويؤكد ذلك نتائج العبارات في الجدول أعلاه، أما أولئك الذين عبروا بالحياد هم في الغالب مدمنين لهذه المنصات الافتراضية، والملاحظ أنه بمجرد الانطلاق في معالجة هذا الادمان يمتلكهم الفراغ، فيدركون أهمية الطرف الآخر في حياتهم وهذا ما يولد لديهم الشعور بالاشتياق. يتضح من خلال هذه النتائج أن النسب اتجاهات الزوجين حول تطور العلاقة بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي معظمها مرجحة نحو المعارضة، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن العلاقة بين الأزواج لم تتأثر بدرجة كبيرة بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ويمكن ارجاع ذلك إلى ما توفره هذه الأخيرة من مميزات أبرزها البقاء على تواصل لمدة طويلة عن طريق الرسائل السمعية والنصية والمكالمات باستخدام تقنية الفيديو. كما تعتبر المنشورات والموضوعات التي يشاركها الطرفين على هذه المواقع بوابة لاكتشاف بعضهما البعض أكثر وهذا ما يحقق التفاهم والانسجام. وهو ما سيتم التأكد منه بعد التحقق من الفرضية الأولى عن طريق اختبار T-test.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 66: أثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة بين الزوجين وفق متغير الموقع في مكونات الأسرة.

اختبار ك ² للفروق بين التكرارات وفق متغير المكون			الموقع في مكونات الأسرة						العبارات
			الأم			الأب			
النتيجة	قيمة ك ²	الدلالة	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	
غير دال	0.23	0.88	8	9	29	8	12	31	أصدقاؤك في شبكات التواصل الاجتماعي بديل عن وقت الفراغ الذي يتركه الطرف الآخر
			% 8.2	% 9.3	% 29.9	% 8.2	% 12.4	% 32	
غير دال	0.51	0.77	9	11	26	13	12	26	تتيح لك شبكات التواصل الاجتماعي التعبير عن آرائك ومشاعرك أفضل من الطرف الآخر
			% 9.3	% 11.3	% 26.8	% 13.4	% 12.4	% 26.8	
غير دال	2.69	0.26	7	9	30	10	16	25	انشاءك حساب مزدوج على شبكات التواصل الاجتماعي مع الطرف الآخر أفضل للعلاقة الزوجية
			% 7.2	% 9.3	% 30.9	% 10.3	% 16.5	% 25.8	
غير دال	0.60	0.73	2	10	34	4	12	35	الاستخدام الدائم لشبكات التواصل من الطرف الآخر أفقدك الثقة في العلاقة الزوجية
			% 2.1	% 10.3	% 35.1	% 4.1	% 12.4	% 36.1	
غير دال	2.11	0.34	27	10	9	31	6	14	افشاءك الاسرار عبر شبكات التواصل يؤدي إلى افساد علاقتك الزوجية
			% 27.8	10.3 %	% 9.3	% 32	% 6.2	% 14.4	
غير دال	0.39	0.82	22	9	15	25	12	14	ادمانك على شبكات يؤدي الى اهمالك للطرف الآخر وهو ما يؤدي الى افساد العلاقة الزوجية
			% 22.7	% 9.3	% 15.5	% 25.8	% 12.4	% 14.4	
دال	6.24	0.04	4	23	19	14	17	20	ابتعادك في بعض الأحيان عن شبكات التواصل الاجتماعي أدى بك إلى الاشتياق للطرف الآخر
			% 4.1	% 23.7	% 19.6	% 14.3	% 17.5	% 20.6	

عرض نتائج الدراسة الميدانية

يشير الجدول رقم 66 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة على اتجاهات الزوجين حول تطور العلاقة بينها بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ في العبارة الأولى (أصدقاؤك في شبكات التواصل الاجتماعي بديل عن وقت الفراغ الذي يتركه الطرف الآخر) أن الاتجاه المعارض جاء في المرتبة الأولى لدى الأب بنسبة 32% وعند الأم بنسبة 29.9% مع تقارب النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.88 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بالنسبة للعبارة الثانية (تتيح لك شبكات التواصل الاجتماعي التعبير عن آرائك ومشاعرك أفضل من الطرف الآخر) يتبين من خلال الجدول أن الاتجاه المعارض بنسبة أعلى لدى الأب تقدر بـ 26.8% ونفس النسبة لدى الأم مع تقارب النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.77 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، أما العبارة الثالثة (انشاءك حساب مزدوج على شبكات التواصل الاجتماعي مع الطرف الآخر أفضل للعلاقة الزوجية) فإن الاتجاه المعارض لدى الأم قدرت نسبته 30.9% ولدى الأب بنفس درجة الاتجاه بنسبة 25.8% لكن هناك تقارب متوسط بين الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.26 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، ويتبين في العبارة الرابعة (الاستخدام الدائم لشبكات التواصل من الطرف الآخر أفقدك الثقة في العلاقة الزوجية) تقارب كبير في الاتجاه المعارض لدى الأب والأم والذي جاء بأعلى نسبة لكليهما بـ 36.1% و 35.1% على التوالي مع تقارب باقي النسب وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.73 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة الخامسة (افشاءك الاسرار عبر شبكات التواصل يؤدي إلى افساد علاقتك الزوجية) هناك تقارب في الاتجاه الموافق لدى الزوجين بأعلى درجة لكليهما تقدر بـ 32% للأب و 27.8% للأم مع تقارب متوسط لباقي الاتجاهات وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.34 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة السادسة (ادمانك على شبكات يؤدي إلى اهمالك للطرف الآخر وهو ما يؤدي إلى افساد العلاقة الزوجية) يظهر أن الاتجاه الموافق لدى الأب جاء بأعلى نسبة وتقدر بـ 25.8% وب نفس درجة الاتجاه للأم بنسبة 22.7% مع تقارب درجات باقي الاتجاهات وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.82 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في الأخير تشير العبارة السابعة (ابتعادك في بعض الأحيان عن شبكات التوصل الاجتماعي أدى بك إلى الاشتياق للطرف الآخر) إلى أن الاتجاه المعارض لدى الأب جاء في المرتبة الأولى بنسبة 20.6% فيما يقدر لدى الأم بنسبة 19.6% لكن مع وجود اختلاف في النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.04 أقل من 0.05 ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية. ومنه يمكن

عرض نتائج الدراسة الميدانية

أن نستقرئ من نسب العبارات السابقة، أنه لا يوجد أثر كبير لشبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الزوجين وفق متغير الموقع في مكونات الأسرة (الأب، الأم) الأسرة بمحيطها الخارجي، فالأثر لم يتجاوز العلاقات الأسرية الداخلية إلى العلاقات الافتراضية. كما أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تعزل الأفراد والأسر عن مجتمعهم، وهذا ما توصلت له الدراسات الحديثة، ويمكن أن نفسر ذلك أن الإنسان بطبعه اجتماعي، وأن المجتمع الافتراضي لم يسلب المجتمع الواقعي مكانته. كما أن الروابط التي تتيحها الانترنت للفرد، هي روابط الكترونية تبدو اصطناعية، على عكس الروابط الاجتماعية والعلاقات الانسانية الأصلية.¹

¹ رابع صادق، التكنولوجيات الاتصالية الحديثة وإشكالية الروابط الاجتماعية، مجلة شؤون اجتماعية، (الإمارات العربية المتحدة، العدد 99، 2008)، ص 3.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 67: أثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة بين الزوجين وفق متغير السن.

اختبار ك-2 للفروق بين التكرارات وفق متغير السن			السن									العبارات
			أكثر من 50			من 50-31			من 30-16			
النتيجة	قيمة ك-2	الدلالة	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	
غير دال	1.42	0.84	9 % 9.3	9 % 9.3	31 % 32	7 % 7.2	12 % 12.4	28 % 28.9	0 % 0	0 % 0	1 % 1	أصدقاؤك في شبكات التواصل الاجتماعي بديل عن وقت الفراغ الذي يتركه الطرف الآخر
غير دال	4.02	0.40	13 % 13.4	11 % 11.3	25 % 25.8	9 % 9.3	11 % 11.3	27 % 27.8	0 % 0	1 % 1	0 % 0	تتيح لك شبكات التواصل الاجتماعي التعبير عن آرائك ومشاعرك أفضل من الطرف الآخر
غير دال	0.90	0.92	9 % 9.3	12 % 12.4	28 % 28.9	8 % 8.2	13 % 13.4	26 % 26.8	0 % 0	0 % 0	1 % 1	انشاءك حساب مزدوج على شبكات التواصل الاجتماعي مع الطرف الآخر أفضل للعلاقة الزوجية
غير دال	3.46	0.48	3 % 3.1	11 % 11.3	35 % 36.1	3 % 3.1	10 % 10.3	34 % 35.1	0 % 0	1 % 1	0 % 0	الاستخدام الدائم لشبكات التواصل من الطرف الآخر أفقدك الثقة في العلاقة الزوجية
غير دال	3.38	0.49	29 % 29.9	8 % 8.2	12 % 12.4	29 % 29.9	8 % 8.2	10 % 10.3	0 % 0	0 % 0	1 % 1	افشاءك الأسرار عبر شبكات التواصل يؤدي إلى افساد علاقتك الزوجية
غير دال	3.04	0.55	26 % 26.6	10 % 10.3	13 % 13.4	21 % 21.6	11 % 11.3	15 % 15.5	0 % 0	0 % 0	1 % 1	ادمانك على شبكات يؤدي إلى اهمالك للطرف الآخر وهو ما يؤدي إلى افساد العلاقة الزوجية
غير دال	2.50	0.64	10 % 10.3	18 % 18.6	21 % 21.6	8 % 8.2	22 % 22.7	17 % 17.5	0 % 0	0 % 0	1 % 1	ابتعادك في بعض الأحيان عن شبكات التواصل الاجتماعي أدى بك إلى الاشتياق للطرف الآخر

عرض نتائج الدراسة الميدانية

يشير الجدول رقم 67 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير السن على اتجاهات الزوجين حول تطور العلاقة بينها بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ في العبارة الأولى أن الاتجاه المعارض الفئة من 31-50 يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 28.9% وفئة أكثر من 50 يأتي الاتجاه الموافق الأول بنسبة 9.3% ثم الاتجاه المعارض في فئة من 16-30 بنسبة 1% مع تقارب نسب الاتجاهات الأخرى بين الفئات العمرية وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.84 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بالنسبة للعبارة الثانية يتبين من خلال الجدول أن فئة من 31-50 يأتي الاتجاه المعارض بأعلى نسبة وتقدر بـ 27.8% ثم فئة أكثر من 50 للاتجاه المعارض أيضا بـ 25.8% بعدها فئة من 16-30 تسجل أقل النسب مع الاتجاه المحايد بنسبة 1% فقط مع تقارب نسب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.40 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بالنسبة للعبارة الثالثة نلاحظ ان النسب المئوية الأعلى للفئات العمرية كانت على التوالي، 28.9% معارض لفئة أكثر من 50 ثم 26.8% معارض لفئة من 31-50 و 1% معارض لفئة من 16-30 مع تقارب نسب الاتجاهات الأخرى بشكل أقوى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.92 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة الرابعة هناك تقارب في الاتجاهات المعارضة بأعلى نسبة لكلا الفئتين حيث تقدر النسبة في فئة أكثر من 50 بـ 36.1% وفي فئة من 31-50 بـ 10.3% بينما يأتي الاتجاه المحايد في فئة من 16-30 بأعلى نسبة تقدر بـ 1% مع تقارب متوسط لباقي الاتجاهات وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.49 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، ويتبين في العبارة الخامسة أن نسب الاتجاه الموافق الأعلى نسبة تتساوى بين فئتي من 31-50 وفئة أكثر من 50 بنسبة 29.9% ثم الاتجاه المعارض بأعلى نسبة عند فئة من 16-30 بـ 1% مع تقارب باقي النسب. وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.48 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة السادسة يظهر أن نسبة الاتجاه الموافق قدرت كأعلى نسبة بـ 26.6% في فئة أكثر من 50 ثم فئة من 31-50 للاتجاه الموافق بنسبة 21.6% بينما سجلت نسبة 1% لفئة من 16-30 للاتجاه المعارض مع تقارب النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.55 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في الأخير تشير العبارة السابعة إلى أن نسبة الاتجاه المحايد في فئة من 31-50 يقدر بـ 22.7% كأعلى نسبة ثم نسبة 21.6% للاتجاه المعارض في فئة أكثر من 50 و 1% للاتجاه المعارض لفئة من 16-30 مع وجود تقارب متذبذب بين الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.64 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية. ومنه يمكن أن نستقرئ من نسب

عرض نتائج الدراسة الميدانية

العبارات السابقة أنه لا يوجد أثر لشبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة بين الزوجين وفق متغير السن، ويمكن أن نفسر ذلك إلى أن عامل الخبرة المكتسبة لدى الأب والأم مكنهم من احتواء أسرار ومشكال الحياة الزوجية، لأن الهدف الأسمى للعلاقات الإنسانية هو ايجاد التوافق والانسجام والتكيف مع التغيرات الاجتماعية لضمان الاستقرار والاستمرارية.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 68: أثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة بين الزوجين وفق متغير المستوى الدراسي.

اختبار ك-2 للفروق بين التكرارات وفق متغير المستوى			المستوى الدراسي															العبارات
			غير متمدرس			ابتدائي			متوسط			ثانوي			جامعي			
نتيجة	القيمة ك-2	دلالة	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	مع	
غير دال	6.06	0.64	0	0	5	0	0	1	3	6	11	10	9	26	3	6	17	أصدقاؤك في شبكات التواصل الاجتماعي بديل عن وقت الفراغ الذي يتركه الطرف الآخر
			%0	%0	%5.2	%0	%0	%1	%3.2	%6.2	%11.3	%10.3	%9.3	%26	%3.1	%6.2	%17.5	
غير دال	7.10	0.52	0	0	5	0	0	1	4	5	11	12	13	20	6	5	15	تتيح لك شبكات التواصل الاجتماعي التعبير عن آرائك ومشاعرك أفضل من الطرف الآخر
			%0	%0	%5.2	%0	%0	%1	%4.1	%5.2	%11.3	%12.4	%13.4	%20.6	%6.2	%5.2	%15.5	
غير دال	4.07	0.84	1	1	3	0	1	0	5	4	11	7	12	26	4	7	15	انشاءك حساب مزدوج على شبكات التواصل مع الطرف الآخر أفضل للعلاقة الزوجية
			%1	%1	%3.1	%0	1%	%0	%5.2	%4.1	%11.3	%7.2	%12.4	%2.8	%4.1	%7.2	%15.5	
غير دال	7.37	0.49	0	0	5	0	0	1	1	4	15	4	8	33	1	10	15	الاستخدام الدائم لشبكات التواصل من الطرف الآخر أفنك الثقة في العلاقة الزوجية
			%0	%0	%5.2	%0	%0	%1	%1	%4.1	%15.1	%4.1	%8.2	%34	%1	%10.3	%15.5	
دال	25.9	0.00	0	0	5	0	0	1	11	2	7	32	8	5	15	6	5	افشاءك الاسرار عبر شبكات التواصل يؤدي إلى افساد علاقتك الزوجية
			%0	%0	%5.2	%0	%0	1%	%11.3	%2.1	%7.2	%33	%8.2	%5.2	%15.5	%6.2	%5.2	
غير دال	12.1	0.14	0	2	3	0	0	1	7	7	6	25	9	11	15	3	8	ادمانك على شبكات يؤدي الى اهمالك للطرف الآخر وهو ما يؤدي الى افساد العلاقة الزوجية
			%0	%2	%3.1	%0	%0	%1	%7.2	%7.2	%6.2	%25.8	%9.3	%11.3	%15.5	%3.1	%8.2	
غير دال	3.76	0.87	1	3	1	0	0	1	4	6	10	8	20	17	5	11	10	ابتعادك في بعض الأحيان عن شبكات التواصل الاجتماعي أدى بك إلى الإشتياق للطرف الآخر
			%1	%3.1	%1	%0	%0	%1	%4.1	%6.2	%10.3	%8.2	%20.6	%17.5	%5.2	%11.3	%10.3	

عرض نتائج الدراسة الميدانية

يشير الجدول رقم 68 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على اتجاهات الزوجين حول تطور العلاقة بينها بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ في العبارة الأولى (أصداقوك في شبكات التواصل الاجتماعي بديل عن وقت الفراغ الذي يتركه الطرف الآخر) أن نسب الاتجاه المعارض جاءت في المرتبة الأولى في كل المستويات وهي على التوالي، ثانوي بنسبة 26%، جامعي بنسبة 17.5%، متوسط بنسبة 11.3%، غير متمدرس بنسبة 5.2% وابتدائي بنسبة 1% مع تسجيل تقارب نسب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.64 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بالنسبة للعبارة الثانية (تتيح لك شبكات التواصل الاجتماعي التعبير عن آرائك ومشاعرك أفضل من الطرف الآخر) فإن نسب الاتجاه المعارض جاءت في المرتبة الأولى أيضا في كل المستويات وهي على التوالي، ثانوي بنسبة 20.6%، جامعي بنسبة 15.5%، متوسط بنسبة 11.3%، غير متمدرس بنسبة 5.2% وابتدائي بنسبة 1% مع تسجيل تقارب نسب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.52 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بينما في العبارة الثالثة (انشاءك حساب مزدوج على شبكات التواصل مع الطرف الآخر أفضل للعلاقة الزوجية) يتبين أن الاتجاه المعارض جاء بأعلى نسبة في مستوى جامعي بـ 15.5% يليه الاتجاه المحايد كأعلى نسبة تقدر بـ 12.4% للمستوى ثانوي ثم 11.3% معارض كأعلى نسبة في اتجاهات مستوى متوسط بعدها يأتي غير متمدرس بنسبة 3.1% معارض يليها ابتدائي بنسبة 1% محايد مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.84 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة الرابعة (الاستخدام الدائم لشبكات التواصل من الطرف الآخر أفقدك الثقة في العلاقة الزوجية) نسب الاتجاه المعارض جاءت في المرتبة الأولى أيضا في كل المستويات وهي على التوالي، ثانوي بنسبة 34%، جامعي بنسبة 15.5%، متوسط بنسبة 15.1%، غير متمدرس بنسبة 5.2% وابتدائي بنسبة 1% مع تسجيل تقارب نسب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.49 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة الخامسة (افشاءك الاسرار عبر شبكات التواصل يؤدي إلى افساد علاقتك الزوجية) يتبين أن نسب الاتجاه الموافق جاءت في المرتبة الأولى في كل من ثانوي بنسبة 33%، جامعي بنسبة 15.5%، متوسط بنسبة 11.3%، والاتجاه المعارض بأعلى نسبة في كل من غير متمدرس بنسبة 5.2% وابتدائي بنسبة 1% مع تسجيل اختلاف في نسب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.00 أقل من 0.05 ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة السادسة (ادمانك على شبكات يؤدي الى اهمالك

عرض نتائج الدراسة الميدانية

للطرف الآخر وهو ما يؤدي الى افساد العلاقة الزوجية) يظهر أن نسب الاتجاه الموافق جاءت في المرتبة الأولى في كل من ثانوي بنسبة 25.8%، جامعي بنسبة 15.5%، وتوافق بين الاتجاه المحايد والموافق في مستوى متوسط بنسبة 7.2% ثم الاتجاه المعارض في كل من غير متمدرس بنسبة 3.1% وابتدائي بنسبة 1% مع تسجيل تقارب نسب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.14 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في الأخير تشير العبارة السابقة (ابتعادك في بعض الأحيان عن شبكات التواصل الاجتماعي أدى بك إلى الاشتياق للطرف الآخر) إلى أن نسب الاتجاه المحايد جاءت في المرتبة الأولى في مستوى ثانوي بنسبة 20.6%، ثم الاتجاه المعارض في كل من مستوى جامعي ومتوسط بنسبة 10.3%، يليه مستوى غير متمدرس باتجاه محايد بنسبة 3.1% واتجاه معارض في مستوى ابتدائي بنسبة 1% مع تسجيل تقارب نسب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.87 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية. ومنه يمكن أن نستقرئ من نسب العبارات السابقة أنه لا يوجد أثر لشبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الزوجين وفق متغير المستوى الدراسي. ويمكن تفسير ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، انستغرام، يوتوب، تويتر) أضحت تقدم مضامين تعليمية تستهدف جميع فئات المجتمع باختلاف السن والجنس والحالة الاجتماعية، وبالتالي تنمية الوعي بالمخاطر التي ينطوي عليها الاستخدام السيء لتلك المنصات على الأسرة، فمثل تلك السلوكيات الاتصالية المعبر عليها بالعبارات الواردة في الجدول أعلاه تدمر العلاقة الزوجية. وفي المقابل نجد أن القنوات التعليمية اليوتوبية والفيسبوكية وغيرها تساعد الأزواج في تحديد الهدف المسبق من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حتى يتم تلبينه بشكل سريع.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 69: أثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة بين الزوجين والأبناء.

الاتجاه				العبارات
المجموع	موافق	محايد	معارض	
97	64	17	16	استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية
% 100	% 66	% 17.5	% 16.5	
97	82	13	2	لكي يستطيع الوالدين حماية الأبناء من المخاطر لابد عليهما المراقبة الدائمة لنشاطاتهم على الشبكة
% 100	% 84.5	% 13.4	% 2.1	
97	45	21	31	في معظم الأحيان لا تؤثر شبكات التواصل في الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الوالدين
% 100	% 46.4	% 21.6	% 32	
97	68	14	15	عدم اهتمام الوالدين بشؤون الأسرة يؤدي بالأبناء إلى الهروب نحو شبكات التواصل
% 100	% 70.1	% 14.4	% 15.5	
97	68	22	7	صداقة الوالدين مع الأبناء في شبكات التواصل تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل
% 100	% 70.1	% 22.7	% 7.2	
97	68	17	12	الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء يؤثر في قيم العائلة
% 100	% 70.1	% 17.5	% 12.4	
97	31	35	31	منع الأبناء من استخدام شبكات التواصل يؤدي إلى توطيد العلاقة داخل الأسرة
% 100	% 32	% 36.1	% 32	

يشير الجدول رقم 69 إلى النسب الإحصائية للإجابات بشكل عام على عبارات الاستبيان المتعلقة باتجاه الزوجين نحو تطور العلاقة بينهما والأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ في العبارة الأولى (استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية) أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى بنسبة 66% من مجموع 97 وحدة مكونة من الأب والأم وهو يرجح اتجاه العبارة إلى الموافقة، ويفسر ذلك الدور التعليمي لهذه المواقع من خلال انشاز صفحات متخصصة في التحصيل العلمي لكل المستويات والفئات. أما العبارة الثانية (لكي يستطيع الوالدين حماية الأبناء من المخاطر لابد عليهما المراقبة الدائمة لنشاطاتهم على الشبكة) وهذا يدل على وعي الوالدين بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على أبنائهم، فيتضح أيضا أن الاتجاه الموافق نسبته 84.5% من مجموع 97 وحدة وهو ما يرجح اتجاه العبارة إلى الموافقة، كما يتبين أن الاتجاه الموافق جاء بنسبة متوسطة في العبارة الثالثة (في معظم الأحيان لا تؤثر شبكات التواصل في الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الوالدين) تقدر بـ 46.4% من مجموع 97 وحدة، ويفسر ذلك وجود عوامل أخرى تقلل في الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الوالدين لعل من أهمها تواجد الأب والأم لوقت أكبر في آن واحد خارج المنزل بدافع العمل. ثم

عرض نتائج الدراسة الميدانية

العبارة الرابعة (عدم اهتمام الوالدين بشؤون الأسرة يؤدي بالأبناء إلى الهروب نحو شبكات التواصل) التي بلغت أعلى نسبة ضمن إجاباتها للاتجاه الموافق بـ 70.1% من مجموع 97 وحدة، وما يفسر ذلك تراخي بعض الآباء والأمهات عن القيام بأدوارهم الأسرية اتجاه أبنائهم كالحرص على تفعيل لغة الحوار والانصات والسؤال الدائم، والملاحظ هنا أن تقويض مثل هذه القيم داخل الأسرة يدفع بالأبناء إلى البحث عنها لاشباعها عبر استخدام منصات التواصل الاجتماعي. العبارة الخامسة (صداقة الوالدين مع الأبناء في شبكات التواصل تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل) التي نلاحظ من خلالها أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى بنسبة 70.1% أيضا من مجموع 97 وحدة، حيث لاحظ الباحث أن هناك امتداد لعلاقة الآباء مع الأبناء من الواقع الحقيقي نحو الواقع الحقيقي ويمكن تفسير ذلك إلى أن الآباء يسعون دائما لأن يكونوا قريبين من أبنائهم حتى يسهل عليهم مراقبتهم وتقويم سلوكياتهم. وكذلك العبارة السادسة (الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء يؤثر في قيم العائلة) قدرت نسبة الموافقة ضمنها 70.1% من مجموع 97 وحدة، ويمكن تفسير ذلك إلى وعي الآباء بأهمية القيم العائلية في المحافظة على تماسك الأسرة. في الأخير تظهر نتائج إجابات العبارة السابعة (منع الأبناء من استخدام شبكات التواصل يؤدي إلى توطيد العلاقة داخل الأسرة) تساوي بين الاتجاه الموافق والمعارض بنسبة 32% أما الاتجاه المحايد فنسبته 36.1%. ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن المعارضين لهذه العبارة لديهم رابطة قوية اتجاه أبنائهم لأن تلك العلاقة تمتد من الواقع الحقيقي إلى الواقع الافتراضي وبالتالي تسهل عليهم عملية التواصل، في حين أن الموافقون على هذه العبارة يرون في مواقع التواصل الاجتماعي سببا لتفكك العلاقات الأسرية وهذا يرجع للاستخدام المفرط لها. ومنه يمكن أن نستقري من نسب العبارات السابقة أن اتجاهات الزوجين حول تطور علاقتهما مع الأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي معظمها مرجحة نحو الموافقة، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن الآباء لديهم دافع قوي في المحافظة على أولادهم والسعي قدر المستطاع على توفير لهم الرعاية اللازمة. وهذا ما نلاحظه من خلال مجارة الوالدين للتطورات التكنولوجية، فاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للوالدين يعتبر ضرورة ملحة تفرضها التغيرات الاجتماعية المستمرة لفهم سلوكيات الأبناء ومجاراتهم في اهتماماتهم واتجاهاتهم. وهو ما سيتم التأكد منه بعد التحقق من الفرضية الأولى عن طريق اختبار T-test.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 70: أثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة بين الزوجين والأبناء وفق متغير الموقع في مكونات الأسرة.

اختبار ك ² للفروق بين التكرارات وفق متغير المكون			الموقع في مكونات الأسرة						البيانات
			الأم			الأب			
النتيجة	القيمة ك ²	الدلالة	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	
غير دال	0.77	0.67	30 % 30.9	7 % 7.2	9 % 9.3	34 % 35.1	10 % 10.3	7 % 7.2	استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية
غير دال	0.48	0.78	40 % 41.2	5 % 5.2	1 % 1	42 % 43.3	8 % 8.2	1 % 1	لكي يستطيع الوالدين حماية الأبناء من المخاطر لابد عليهما المراقبة الدائمة لنشاطاتهم على الشبكة
غير دال	0.10	0.95	22 % 22.7	10 % 10.3	14 % 14.4	23 % 23.7	11 % 11.3	17 % 17.5	في معظم الأحيان لا تؤثر شبكات التواصل في الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الوالدين
غير دال	0.40	0.81	33 % 34	7 % 7.2	6 % 6.2	35 % 36.1	7 % 7.2	9 % 9.3	عدم اهتمام الوالدين بشؤون الأسرة يؤدي بالأبناء إلى الهروب نحو شبكات التواصل
غير دال	0.12	0.93	33 % 34	10 % 10.3	3 % 3.1	35 % 36.1	12 % 12.4	4 % 4.1	صداقة الوالدين مع الأبناء في شبكات التواصل تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل
غير دال	2.69	0.26	29 % 29.9	11 % 11.3	6 % 6.2	39 % 40.2	6 % 6.2	6 % 6.2	الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء يؤثر في قيم العائلة
غير دال	1.46	0.48	17 % 17.5	14 % 14.4	15 % 15.5	14 % 14.4	21 % 21.6	16 % 16.5	منع الأبناء من استخدام شبكات التواصل يؤدي إلى توطيد العلاقة داخل الأسرة

عرض نتائج الدراسة الميدانية

يشير الجدول رقم 70 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة على اتجاهات الزوجين حول تطور العلاقة بينها والأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ في العبارة الأولى (استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية) أن نسب الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى لكل من الأب بنسبة 35.1% والأم بنسبة 30.9% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.67 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بالنسبة للعبارة الثانية (لكي يستطيع الوالدين حماية الأبناء من المخاطر لابد عليهما المراقبة الدائمة لنشاطاتهم على الشبكة) يتبين من خلال الجدول ارتفاع نسبة الاتجاه الموافق لكل من الأب بنسبة 43.3% والأم بنسبة 41.2% مع تقارب النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.78 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، أما العبارة الثالثة (في معظم الأحيان لا تؤثر شبكات التواصل في الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الوالدين) فيظهر أيضا أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى لكل من الأب بنسبة 23.7% والأم بنسبة 22.7% وهناك تقارب في الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.95 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، ويتبين في العبارة الرابعة (عدم اهتمام الوالدين بشؤون الأسرة يؤدي بالأبناء إلى الهروب نحو شبكات التواصل) كذلك ارتفاع نسبة الاتجاه الموافق لكل من الأب بنسبة 36.1% والأم بنسبة 34% مع تقارب باقي النسب وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.81 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة الخامسة (صداقة الوالدين مع الأبناء في شبكات التواصل تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل) أيضا يتبين أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى لكل من الأب بنسبة 36% والأم بنسبة 34% مع تقارب لباقي الاتجاهات وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.93 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة السادسة (الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء يؤثر في قيم العائلة) لم تختلف درجة تطور العلاقة حيث يتضح أن الاتجاه الموافق يأتي في المرتبة الأولى لكل من الأب بنسبة 40.2% والأم بنسبة 29.9% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.26 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في الأخير تشير العبارة السابعة (منع الأبناء من استخدام شبكات التواصل يؤدي إلى توطيد العلاقة داخل الأسرة) إلى أن الاتجاه المحايد جاء المرتبة الأولى لدى الأب بنسبة 21.6%، أما الأم فيتبين أن الاتجاه الموافق هو الغالب على باقي النسب بـ 17.5% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.48 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية. ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى

عرض نتائج الدراسة الميدانية

أن الأب والأم يعملان في إطار مشترك لمواجهة مخاطر التكنولوجيا الحديثة على أبنائهم. ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن الاهتمام بالأبناء ورعايتهم هي قيم مشتركة بين الأب والأم لتوطيد العلاقة داخل الأسرة والمحافظة عليها. وفي هذا الصدد ترى الباحثة إيمان شاهين أن شعور الأطفال بقلّة دعم آبائهم لهم وذلك نتيجة لقيام الآباء باستخدام تلك المواقع بشكل كبير يؤثّر على التواصل مع أطفالهم، كما تسمح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية وصول الأطفال أو المراهقين عبر هذه المنصات إلى محتوى لا يناسب وأعمارهم، مع احتمالية تعرضهم إلى عمليات التنمّر الإلكتروني عبر تلك المواقع مما يؤدي إلى حدوث حالات القلق والاكتئاب عند الأطفال والمراهقين.¹

¹ غنيم المعزز، كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على استقرار الأسرة العربية؟، في: <https://www.skynewsarabia.com/technology/1606540-15.35>، تم الاطلاع عليه في 2023/06/06، على الساعة: 15.35.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 71: أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الزوجين والأبناء وفق متغير السن.

اختبار ك2 للفروق بين التكرارات وفق متغير المكون			السن									العبارات
			أكثر من 50			من 31-50			من 16-30			
النتيجة	القيمة ك2	الدلالة	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	
غير دال	2.41	0.66	29	10	10	34	7	6	1	0	0	استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية
			%29.9	%10.3	%10.3	%35.1	%7.2	%6.2	%1	%0	%0	
غير دال	2.25	0.68	40	7	2	41	6	0	1	0	0	لكي يستطيع الوالدين حماية الأبناء من المخاطر لابد عليهما المراقبة الدائمة لنشاطاتهم على الشبكة
			%41.2	%7.2	%2.1	%41.3	%6.2	%0	%1	%0	%0	
غير دال	1.94	0.74	23	9	17	21	12	14	1	0	0	في معظم الأحيان لا تؤثر شبكات التواصل في الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الوالدين
			%23.7	%9.3	%17.5	%21.6	%12.4	%14.4	%1	%0	%0	
غير دال	0.88	0.92	35	6	8	32	8	7	1	0	0	عدم اهتمام الوالدين بشؤون الأسرة يؤدي بالأبناء إلى الهروب نحو شبكات التواصل
			%36.1	%6.2	%8.2	%33	%8.2	%7.2	%1	%0	%0	
غير دال	1.64	0.80	36	9	4	31	13	3	1	0	0	صداقة الوالدين مع الأبناء في شبكات التواصل تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل
			%37.1	%9.3	%4.1	%32	%13.4	%3.1	%1	%0	%0	
غير دال	0.93	0.91	33	10	6	34	7	6	1	0	0	الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء يؤثر في قيم العائلة
			%34	%10.3	%6.2	%35.1	%7.2	%6.2	%1	%0	%0	
غير دال	8.8	0.06	10	19	20	21	15	11	0	1	0	منع الأبناء من استخدام شبكات التواصل يؤدي إلى توطيد العلاقة داخل الأسرة
			%10.3	%19.6	%20.6	%21.6	%15.5	%11.3	%0	%1	%0	

عرض نتائج الدراسة الميدانية

يشير الجدول رقم 71 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير السن على اتجاهات الزوجين حول تطور العلاقة بينها والأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ في العبارة الأولى (استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية) أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى عند كل الفئات العمرية حيث يقدر في فئة من 31-50 بـ 35.1% وفئة أكثر من 50 بنسبة 29.9% ثم فئة من 16-30 بنسبة 1% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.66 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بالنسبة للعبارة الثانية (لكي يستطيع الوالدين حماية الأبناء من المخاطر لابد عليهما المراقبة الدائمة لنشاطاتهم على الشبكة) يتبين أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى لكل من فئة من 31-50 بنسبة 41.3% وفئة أكثر من 50 بنسبة 41.2% ثم فئة من 16-30 بنسبة 1% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.68 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة الثالثة (عدم اهتمام الوالدين بشؤون الأسرة يؤدي بالأبناء إلى الهروب نحو شبكات التواصل) نجد أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى عند كل الفئات العمرية حيث يقدر في فئة أكثر من 50 بـ 23.7% وفئة من 31-50 بنسبة 21.6% ثم فئة من 16-30 بنسبة 1% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.74 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، ويتبين في العبارة الرابعة (صداقة الوالدين مع الأبناء في شبكات التواصل تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل) أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى عند كل الفئات العمرية حيث يقدر في فئة أكثر من 50 بـ 36.1% وفئة من 31-50 بنسبة 33% ثم فئة من 16-30 بنسبة 1% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.92 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة الخامسة (صداقة الوالدين مع الأبناء في شبكات التواصل تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل) يتضح أيضا أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى عند كل الفئات العمرية حيث يقدر في فئة أكثر من 50 بـ 37.1% وفئة من 31-50 بنسبة 32% ثم فئة من 16-30 بنسبة 1% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.80 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة السادسة (الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء يؤثر في قيم العائلة) كذلك جاء الاتجاه الموافق في المرتبة الأولى عند كل الفئات العمرية حيث يقدر في فئة أكثر من 31-50 بـ 35.1% وفئة من 50 بنسبة 34% ثم فئة من 16-30 بنسبة 1% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.92 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في الأخير تشير العبارة السابعة (منع الأبناء من استخدام شبكات التواصل يؤدي إلى

عرض نتائج الدراسة الميدانية

توطيد العلاقة داخل الأسرة) إلى أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى لدى فئة من 31-50 بـ 21.6% ثم الاتجاه المعارض في المرتبة الأولى لدى فئة أكثر من 50 بنسبة 20.6% تليها فئة من 16-30 بنسبة 1% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.06 أكبر من 0.05 بجزء واحد من المئة فقط ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بنسبة ضعيفة. نلاحظ أن فئة من 16-30 لم تتفاعل مع العبارات في الجدول أعلاه وهذا راجع إلى أن هذه الفئة تتكون من المراهقين والشباب الذين لم يقبلوا على الزواج بعد. أما فئة 31-50 وأكثر من 50 يظهر تفاعلها مع العبارات واضحا، إذ أن كل اجاباتهم كانت تميل إلى موافق ويمكن تفسير النتيجة في الجدول أعلاه إلى أن هذه الفئة في الغالب تتكون من الأفراد الذين يشكلون أسرا نووية أو زواجية وهي "نمط أسري يتكون من زوج وزوجة وأبنائهم غير المتزوجين ويتميز هذا النمط بالفردية والتحرر الواضح من الضبط الأسري"¹. أمام الغياب شبه الكلي لتوجيه الأبناء وتثقيف الصغار نتيجة عمل الأبوين يقتصر الترويح في هذه الأسر على مواقع التواصل الاجتماعي التي بدورها تحتوي على مضامين تعليمية تساعد الزوجين تلبية حاجاتهم المعرفية حول رعاية الأولاد وتربيتهم في ظل التغيرات الراهنة التي تعرفها الأسرة.

¹ عاطف غيث محمد، قاموس علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره ، ص 414.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 72: أثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة بين الزوجين والأبناء وفق متغير المستوى الدراسي.

اختبار ك-2 للفروق بين التكرارات وفق متغير المستوى			المستوى الدراسي														العبارات	
			غير ممتدرس			ابتدائي			متوسط			ثانوي			جامعي			
نتيجة	القيمة ك-2	دلالة	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	مع	
غير دال	12.6	0.12	1	1	3	1	0	0	11	5	4	30	7	8	21	4	1	استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية
			%1	%1	%3.1	%1	%0	%0	%11.3	%5.2	%4.1	%30.9	%7.2	%8.2	%21.6	%4.1	%1	
غير دال	11.1	0.19	4	1	0	0	1	0	20	0	0	37	7	1	21	4	1	لكي يستطيع الوالدين حماية الأبناء من المخاطر لابد من مراقبة نشاطاتهم على الشبكة
			4.1 %	%1	%0	%0	%1	%0	%20.6	%0	%0	%38.1	%7.2	%1	%21.6	%4.1	%1	
غير دال	8.5	0.37	4	0	1	1	0	0	13	3	4	17	11	17	10	7	9	في معظم الأحيان لا تؤثر شبكات التواصل في الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الوالدين
			4.1 %	%0	%1	%1	%0	%0	%13.4	%3.1	%4.1	%17.5	%11.3	%17.5	%10.3	%7.2	%9.3	
غير دال	5.4	0.73	3	1	1	1	0	0	13	3	4	29	9	7	22	1	3	عدم اهتمام الوالدين بشؤون الأسرة يؤدي بالأبناء إلى الهروب نحو شبكات التواصل
			3.1 %	%1	%1	%1	%0	%0	%13.4	%3.1	%4.1	%29.9	%9.3	%7.2	%22.7	%1	%3.1	
غير دال	10.5	0.23	4	1	0	1	0	0	17	1	2	30	10	5	16	10	0	صداقة الوالدين مع الأبناء في شبكات التواصل تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل
			4.1 %	%1	%0	%1	%0	%0	%17.5	%1	%2.1	%30.9	%10.3	%5.2	%15.5	%10.3	%0	
دال	17.3	0.02	2	0	3	1	0	0	15	2	3	28	12	5	22	3	1	الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء يؤثر في قيم العائلة
			2.1 %	%0	%3.1	%1	%0	%0	%15.5	%2.1	%3.1	%28.9	%12.4	%5.2	%22.7	%3.1	%1	
غير دال	10.2	0.24	2	3	0	0	1	0	5	9	6	19	13	13	5	9	12	منع الأبناء من استخدام شبكات التواصل يؤدي إلى توطيد العلاقة داخل الأسرة
			2.1 %	3.1 %	%0	%0	%1	%0	%5.2	%9.3	%6.2	%19.6	%13.4	%13.4	%5.2	%9.3	%12.4	

عرض نتائج الدراسة الميدانية

يشير الجدول رقم 72 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على اتجاهات الزوجين حول تطور العلاقة بينهما والابناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ في العبارة الأولى (استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية) أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى لكل من ثانوي بنسبة 30.9% وجامعي بنسبة 21.6% ثم متوسط بنسبة 11.3% وابتدائي بنسبة 1% أما مستوى غير متمدرس فيتضح أن تفوق الاتجاه المعارض لديها بنسبة 3.1% بالإضافة الى تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.12 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بالنسبة للعبارة الثانية (لكي يستطيع الوالدين حماية الأبناء من المخاطر لابد من مراقبة نشاطاتهم على الشبكة) يتبين من خلال الجدول أن الاتجاهات الموافقة جاءت في المرتبة الأولى لدى كل من ثانوي بنسبة 38.1% ثم بالتساوي بين جامعي ومتوسط بنسبة 20.6% وبعدها غير متمدرس بنسبة 4.1% أما مستوى ابتدائي فتظهر النتائج تفوق الاتجاه المحايد بنسبة 1% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.19 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بينما العبارة الثالثة (في معظم الأحيان لا تؤثر شبكات التواصل في الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الوالدين) يتبين من خلال الجدول أن الاتجاهات الموافقة جاءت في المرتبة الأولى لدى كل من ثانوي بنسبة 17.3% ثم متوسط بنسبة 13.4% وبعدها جامعي بنسبة 10.3% وغير متمدرس بنسبة 4.1% وكذلك مستوى ابتدائي فتظهر النتائج تفوق الاتجاه الموافق بنسبة 1% مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.37 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، ويتبين في العبارة الرابعة (عدم اهتمام الوالدين بشؤون الأسرة يؤدي بالأبناء إلى الهروب نحو شبكات التواصل) أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى لكل من ثانوي بنسبة 29.9% وجامعي بنسبة 22.7% ثم متوسط بنسبة 13.4% وغير متمدرس بنسبة 3.1% وبعدها مستوى ابتدائي بنسبة 1% بالإضافة الى تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.73 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة الخامسة (صداقة الوالدين مع الأبناء في شبكات التواصل تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل) نلاحظ أن الاتجاه الموافق جاء في المرتبة الأولى أيضا لكل من ثانوي بنسبة 30.9% ومتوسط بنسبة 17.5% ثم جامعي بنسبة 15.5% وغير متمدرس بنسبة 4.1% وبعدها مستوى ابتدائي بنسبة 1% بالإضافة الى تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.23 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة السادسة (الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء يؤثر في قيم العائلة) يظهر أن الاتجاه الموافق جاء في

عرض نتائج الدراسة الميدانية

المرتبة الأولى لكل من ثانوي بنسبة 28.9% وجامعي بنسبة 22.7% ثم متوسط بنسبة 15.5% وابتدائي بنسبة 1% أما مستوى غير متمدرس فيتضح تفوق الاتجاه المعارض لديها بنسبة 3.1% مع اختلاف الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.02 أقل من 0.05 ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية، في الأخير تشير العبارة السابعة (منع الأبناء من استخدام شبكات التواصل يؤدي إلى توطيد العلاقة داخل الأسرة) إلى ارتفاع نسبة الاتجاه الموافق لدى مستوى ثانوي بنسبة 19.6% ثم الاتجاه المعارض في المرتبة الأولى لدى مستوى جامعي بنسبة 12.4% أما بالنسبة للمستويات الأخرى فيظهر أن الاتجاه المحايد يأتي في المرتبة الأولى لكل من متوسط بنسبة 9.3% وغير متمدرس بنسبة 3.1% بعدها ابتدائي بنسبة 1% مع الى تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.24 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية. ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن المكتسبات العلمية المشبعة من مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في زيادة درجة الوعي بموضوع رعاية الأبناء وحمايتهم من مخاطر التكنولوجيا الحديثة والتفسيرات السابقة توضح ذلك.

الجدول رقم 73: أثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة بين الأبناء.

الاتجاه				العبارات
المجموع	موافق	محايد	معارض	
140	36	37	67	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد أسرتك
% 100	% 25.7	% 26.4	% 47.9	
140	25	41	74	تفضل البوح بأسرارك لأصدقائك الافتراضيين أفضل من أفراد الأسرة
% 100	% 17.9	% 29.3	% 52.9	
140	60	38	42	الوقت الذي تقضيه في شبكات التواصل أقل من الوقت الذي تقضيه مع أفراد الأسرة
% 100	% 42.9	% 27.1	% 30	
140	23	46	71	تفاعل مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل يعتبر بديلا عن المحادثات مع أفراد الأسرة
% 100	% 16.4	% 32.9	% 50.7	
140	39	36	65	الفراغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلك تستخدم شبكات التواصل معظم الوقت
% 100	% 27.9	% 25.9	% 46.4	
140	41	37	62	علاقتك مع أفراد الأسرة تكون جيدة إذا كان معظمهم يتفاعل معك عبر الشبكة
% 100	% 29.3	% 26.4	% 44.3	
140	63	48	29	استخدام شبكات التواصل عرفك بالقيم العائلية وأهمية العلاقة الأسرية
% 100	% 45	% 34.3	% 20.7	

عرض نتائج الدراسة الميدانية

يشير الجدول رقم 73 إلى النسب الإحصائية للإجابات بشكل عام على عبارات الاستبيان المتعلقة باتجاه الأبناء نحو تطور العلاقة بينهم بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ في العبارة الأولى (استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد أسرتك) أن الاتجاه المعارض جاء في المرتبة الأولى بنسبة 47.9% من مجموع 140 وحدة مكونة من الابن والبنت هو يرجح اتجاه العبارة إلى المعارضة، وهذا يرجع إلى امتداد العلاقة بين أفراد الأسرة نحو مواقع التواصل الاجتماعي ما يسمح لهم بالبقاء على تواصل مستمر عبر تبادل الرسائل باستخدام تطبيق Messenger مثلا، أو التفاعل مع المنشورات التي يشاركونها بالتعليق عليها أو وضع إماءات. أما العبارة الثانية (تفضل البوح بأسرارك لأصدقائك الافتراضيين أفضل من أفراد الأسرة) فيتضح أيضا أن الاتجاه معارض نسبته 52.9% من مجموع 140 وحدة وهو ما يرجح اتجاه العبارة إلى المعارضة، وما يفسر ذلك هو استخدام تلك المعلومات أحيانا في غير صالحهم، بحيث التعبير عن الحالة النفسية والبوح بالأسرار يعرض صاحبه إلى التمر والسخرية، ويمكن أن يعرضه للوم من طرف الوالدين. كما يتبين أن الاتجاه الموافق جاء بنسبة متوسطة في العبارة الثالثة (الوقت الذي تقضيه في شبكات التواصل أقل من الوقت الذي تقضيه مع أفراد الأسرة) تقدر بـ 42.9% من مجموع 140 وحدة، وهذا يرجع إلى تواجد أفراد الأسرة معا وأحيانا في نفس الوقت والمكان على هذه المنصات فلا يشعرهم ذلك أنهم في عزلة عن بعضهم البعض. ثم العبارة الرابعة (تفاعلك مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل يعتبر بديلا عن المحادثات مع أفراد الأسرة) التي بلغت نسبة إجاباتها للاتجاه المعارض 50.7% من مجموع 140 وحدة، ويفسر ذلك أن غالبية الأبناء يعتبرون الأصدقاء عبر هذه المواقع هي مجرد علاقات جديدة وليست بديلا عن الروابط الأسرية. تليها العبارة الخامسة (ال فراغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلك تستخدم شبكات التواصل معظم الوقت) التي نلاحظ من خلالها أن الاتجاه المعارض جاء بنسبة متوسطة تقدر بـ 46.4% أيضا من مجموع 140 وحدة، وهذا يرجع إلى خاصيتي التفاعلية وكسر حاجز الزمان والمكان التي ساعدة الأبناء في اشباع هذه الرغبة. وكذلك العبارة السادسة (علاقتك مع أفراد الأسرة تكون جيدة إذا كان معظمهم يتفاعل معك عبر الشبكة) قدرت نسبة المعارضة ضمنها 44.3% من مجموع 140 وحدة، وهذا يدل على أن الأبناء لا يهتمون بتواجد أفراد الأسرة على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يرجع إلى عدم تمكنهم من استخدام التكنولوجيا الحديثة والتعايش معها. في الأخير تظهر نتائج إجابات العبارة السابعة (استخدام شبكات التواصل عرفك بالقيم العائلية وأهمية العلاقة الأسرية) أن الاتجاه الموافق متوسط بنسبة 45%. وهذا يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي كسرت الفجوة التي أحدثتها التكنولوجيات المتطورة بين أفراد

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الأسرة حيث أعادت بعث القيم والعلاقة الأسرية من الواقع الحقيقي إلى العالم الافتراضي.

يتضح من خلال هذه النتائج أن نسب اتجاهات تطور العلاقة بين الأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي معظمها مرجحة نحو المعارضة، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن انخراط الأبناء مع الآباء في المواقع ساهم في احياء قيم التواصل الأسري من جديد، وأعطى نفساً جديداً لقياس العلاقة الأسرية، حيث مكنت خاصية التفاعل عبر هذه المواقع من ايجاد أساليب جديدة تسعى لمحاولة فهم أفراد الأسرة لبعضهم البعض. هذا الاندماج ساعد في متابعة الأبناء والآباء والتعرف على نمط تفكير كل واحد منهم. وبالتالي سهل ذلك ايجاد الحلول واتخاذ القرارات المناسبة لمعالجة قضايا الأسرة. وهو ما سيتم التأكد منه بعد التحقق من الفرضية الثالثة عن طريق اختبار T-test.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 74: أثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة بين الأبناء وفق متغير الموقع في مكون الأسرة.

اختبار ك ² للفروق بين التكرارات وفق متغير المكون.			الموقع في مكونات الأسرة						العبارات
			البنات			الابن			
النتيجة	القيمة ك ²	الدلالة	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	
دال	10.75	0.05	17 %12.1	31 %22.1	43 %30.7	19 %13.6	6 %4.3	24 %17.1	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد أسرتك
غير دال	0.27	0.87	16 %11.4	28 %20	47 %33.6	9 %6.4	13 %9.3	27 %19.3	تفضل البوح بأسرارك لأصدقائك الافتراضيين أفضل من أفراد الأسرة
دال	6.80	0.03	45 %32.1	25 %17.9	21 %15	15 %10.7	13 %9.3	21 %15	الوقت الذي تقضيه في شبكات التواصل أقل من الوقت الذي تقضيه مع أفراد الأسرة
غير دال	1.15	0.56	13 %9.3	32 %22.9	46 %32.9	10 %7.1	14 %10	25 %17.9	تفاعلك مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل يعتبر بديلا عن المحادثات مع أفراد الأسرة
غير دال	4.80	0.09	30 %21.4	19 %13.6	42 %30	9 %6.4	17 %12.1	23 %16.4	الفراغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلك تستخدم شبكات التواصل معظم الوقت
غير دال	0.31	0.85	28 %20	24 %17.1	39 %27.9	13 %9.3	13 %9.3	23 %16.4	علاقتك مع أفراد الأسرة تكون جيدة إذا كان معظمهم يتفاعل معك عبر الشبكة
غير دال	1.36	0.50	38 %27.1	32 %22.9	21 %15	25 %17.9	16 %11.4	8 %5.7	استخدام شبكات التواصل عرفك بالقيم العائلية وأهمية العلاقة الأسرية

عرض نتائج الدراسة الميدانية

يشير الجدول رقم 74 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير الموقع في مكون الأسرة على اتجاهات الأبناء حول تطور العلاقة بينهم بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ في العبارة الأولى (استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد أسرتك) أن نسبة المعارضين لدى مكون البنات جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 30.7% ونفس الاتجاه عند الابن بنسبة 17.1% فيما تظهر النتائج اختلاف النسب بين معظم اتجاهات العبارة وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.05 مما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية، وهذا راجع إلى أن نسبة فئة (البنات) أكثر من فئة (الابن) في عينة الدراسة. بالنسبة للعبارة الثانية (تفضل البوح بأسرارك لأصدقائك الافتراضيين أفضل من أفراد الأسرة) يتبين من خلال الجدول أن الاتجاه المعارض في المرتبة الأولى لدى البنات بنسبة 33.6% ونفس الاتجاه عند الابن بنسبة 19.3% فيما تشير النتائج إلى تقارب النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.87 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، وهذا يعكس درجة الوعي لدى الابن والبنات فيما يتعلق بالمخاطر التي تنتج من التعبير عن المشاعر والمواضيع الخاصة والحساسة على منصات التواصل الاجتماعي. بينما يظهر في العبارة الثالثة (الوقت الذي تقضيه في شبكات التواصل أقل من الوقت الذي تقضيه مع أفراد الأسرة) أن نسبة الاتفاق جاءت بنسبة أعلى لدى البنات بـ 32.1% أما لدى الابن فيأتي الاتجاه المعارض في المرتبة الأولى بنسبة 15% مع اختلاف في النسب المئوية للاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.03 أصغر من 0.05 ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية، وهذا يرجع إلى تواجد البنات في معظم الأوقات داخل المنزل، وفي ظل عدم تفرغ الوالدين بدافع العمل وتواجد الابن خارج المنزل تلجأ أي البنات - إلى ملئ ذلك الفراغ باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ويتبين في العبارة الرابعة (تفاعلك مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل يعتبر بديلاً عن المحادثات مع أفراد الأسرة) أن الاتجاه المعارض لدى البنات جاء في أعلى نسبة مقدرة بـ 32.9% ولدى الابن بنسبة 17.9% لكن تظهر النتائج تقارب في اتجاهات العبارة وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.56 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، ويمكن تفسير ذلك على أن البنات في الغالب لا تثق في علاقات الصداقة الفيسبوكية، ولكن هذا لا ينفي وجود علاقات صداقة (سرية) لا ترغب في التعبير عنها وملاحظة الباحث في الميدان تثبت ذلك. وتشير نتائج العبارة الخامسة (الفراغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلك تستخدم شبكات التواصل معظم الوقت) إلى أن الاتجاه المعارض لدى البنات قدر بـ 30% كأعلى نسبة ونفس الاتجاه لدى الابن بنسبة 16.4% مع تقارب متوسط لباقي النسب وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.93 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، وهذا يرجع إلى التواصل

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الدائم بين أفراد الأسرة باستخدام التطبيقات المختلفة خاصة في ظل توفر الأنترنت في أغلب الأمكنة. في العبارة السادسة (علاقتك مع أفراد الأسرة تكون جيدة إذا كان معظمهم يتفاعل معك عبر الشبكة) يظهر أن الاتجاه المعارض جاء بنسب أعلى لدى البنات والابن أيضا ويقدر بـ 27.1% و 17.9% لدى الاثنتين على التوالي مع تقارب الاتجاهات الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.85 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، وهذا يعكس أهمية الاتصال المباشر بين أفراد الأسرة. في الأخير تشير العبارة السابعة (استخدام شبكات التواصل عرفك بالقيم العائلية وأهمية العلاقة الأسرية) إلى أن الاتجاه الموافق لدى البنات نسبته 27.1% ولدى الابن 17.9% مع تقارب باقي النسب وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.50 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية. ويمكن تفسير ذلك إلى أن المضامين التي توفرها مواقع التواصل (المجموعات، الصفحات، المنشورات، التي تتناول موضوع الأسرة) ساعدت في توطيد الرابطة الأسرية. وعلى العموم فإن شبكات التواصل الإجتماعي لا تؤثر على العلاقة بين الأبناء وفق متغير الموقع في مكون الأسرة (بنات، ابن). يمكن تفسير هذه النتائج بالقول أن مواقع التواصل الاجتماعي أضحت ضمن الروتين اليومي للأبناء والبنات. كما نلاحظ في الجدول أعلاه أن كلاهما عبر بـ(معارض) على جل العبارات الواردة، وهذا يرجع إلى الحذر الشديد من أفراد الأسرة التيغنيفية عند التعامل مع هذه المواقع، لكن هذا لا يعكس وجود تحفض في الاجابات خاصة في عبارة (الفراغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلك تستخدم شبكات التواصل معظم الوقت)، إذ أنها لا تعكس الواقع الحقيقي حيث يرى الباحث أن الأبناء والبنات في الأسرة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لاشباع رغبات عاطفية ناتجة عن الفراغ الذي يتركه الآخر.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 75: أثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة بين الأبناء وفق متغير السن.

اختبار ك-2 للفروق بين التكرارات وفق متغير السن			السن									العبارات
			من 50-31			من 30-16			أقل من 15			
النتيجة	القيمة ك-2	الدلالة	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض	
غير دال	7.44	0.11	0	0	4	33	35	53	3	2	10	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد أسرتك
			%0	%0	%2.9	%23.6	%25	%37.9	%2.1	%1.4	%7.1	
غير دال	1.39	0.84	0	2	2	22	35	64	3	4	8	تفضل البوح بأسرارك لأصدقائك الافتراضيين أفضل من أفراد الأسرة
			%0	%1.4	%1.4	%15.7	%25	%45.7	%2.1	%2.9	%5.7	
غير دال	4.55	0.33	3	1	0	53	33	35	4	4	7	الوقت الذي تقضيه في شبكات التواصل أقل من الوقت الذي تقضيه مع أفراد الأسرة
			%2.1	%0.7	%0	%37.9	%23.6	%25	%2.9	%2.9	%5	
غير دال	7.68	0.10	0	2	2	17	41	63	6	3	6	تفاعلك مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل يعتبر بديلا عن المحادثات مع أفراد الأسرة
			%0	%1.4	%1.4	%12.1	%29.3	%45	%4.3	%2.1	%4.3	
غير دال	2.22	0.69	0	1	3	34	32	55	5	3	7	الفراغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلك تستخدم شبكات التواصل معظم الوقت
			%0	%0.7	%2.1	%24.3	%22.9	%39.3	%3.6	%2.1	%5	
غير دال	0.69	0.95	1	1	2	36	33	52	4	3	8	علاقتك مع أفراد الأسرة تكون جيدة إذا كان معظمهم يتفاعل معك عبر الشبكة
			%0.7	%0.7	%1.4	%25.7	%23.6	%37.1	%2.9	%2.1	%5.7	
غير دال	5.20	0.26	0	3	1	55	42	24	8	3	4	استخدام شبكات التواصل عرفك بالقيم العائلية وأهمية العلاقة الأسرية
			%0	%2.1	%0.7	%39.3	%30	%17.1	%5.7	%2.1	%2.9	

عرض نتائج الدراسة الميدانية

يشير الجدول رقم 75 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير السن على اتجاهات الأبناء حول تطور العلاقة بينهم بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ في العبارة الأولى (استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد أسرتك) أن نسبة المعارضة جاءت في المرتبة الأولى لكل من فئة من 16-30 بنسبة 37.9% وفئة أقل من 15 بنسبة 7.1% ثم فئة من 31-5 بنسبة 2.9% فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.11 أكبر من 0.05 مما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بالنسبة للعبارة الثانية (تفضل البوح بأسرارك لأصدقائك الافتراضيين أفضل من أفراد الأسرة) نلاحظ أن نسبة المعارضة جاءت أيضا في المرتبة الأولى لكل من فئة من 16-30 بنسبة 45.7% وفئة أقل من 15 بنسبة 5.7% ثم فئة من 31-5 بنسبة 1.4% فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.84 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بينما يظهر في العبارة الثالثة (الوقت الذي تقضيه في شبكات التواصل أقل من الوقت الذي تقضيه مع أفراد الأسرة) أن نسبة الموافقة جاءت في المرتبة الأولى لدى فئة من 16-30 بنسبة 37.9% ثم الاتجاه المعارض في المرتبة الأولى لدى فئة أقل من 15 بنسبة 5% بعدها فئة من 31-5 بنسبة 2.1% للاتجاه الموافق، فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.33 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، ويتبين في العبارة الرابعة (تفاعلك مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل يعتبر بديلا عن المحادثات مع أفراد الأسرة) أن نسبة المعارضة جاءت في المرتبة الأولى لدى فئة من 16-30 بنسبة 45% ثم التساوي بين الاتجاه المعارض والموافق لدى فئة أقل من 15 بنسبة 4.3% وكذلك التساوي بين الاتجاه المعارض والمحايد لدى فئة من 31-5 بنسبة 1.4% فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.10 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، وتشير نتائج العبارة الخامسة (الفراغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلك تستخدم شبكات التواصل معظم الوقت) أن نسبة المعارضة جاءت في المرتبة الأولى لكل من فئة من 16-30 بنسبة 39.3% وفئة أقل من 15 بنسبة 5% ثم فئة من 31-5 بنسبة 2.1% فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.69 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة السادسة (علاقتك مع أفراد الأسرة تكون جيدة إذا كان معظمهم يتفاعل معك عبر الشبكة) يظهر أن نسبة المعارضة جاءت في المرتبة الأولى لكل من فئة من 16-30 بنسبة 37.1% وفئة أقل من 15 بنسبة 5.7% ثم فئة من 31-5 بنسبة 1.4% فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث

عرض نتائج الدراسة الميدانية

دلالتة 0.95 أكبر 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في الأخير تشير العبارة السابعة (استخدام شبكات التواصل عرفك بالقيم العائلية وأهمية العلاقة الأسرية) إلى أن نسبة الموافقة جاءت في المرتبة الأولى لكل من فئة من 16-30 بنسبة 39.3% وفئة أقل من 15 بنسبة 5.7% بينما جاء الاتجاه المحايد في المرتبة الأولى لدى فئة من 31-5 بنسبة 2.1% فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالتة 0.26 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية.

نستنتج أن شبكات التواصل الإجتماعي لا تؤثر على العلاقة بين الأبناء وفق متغير السن، ومنه يلاحظ أن المراهقين والشباب (16-30) هم الفئة الأكثر تفاعلا مع العبارات في الجدول أعلاه. حيث يشكلون غالبية العينة بنسبة 48.6%، وهي الفئة الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 48.2%، وهذا ما يجعل استخدامهم المكثف لها عرضة لمضامينها المختلفة سلبية كانت أم ايجابية، ويمكن تفسير هذه النتيجة حسب الباحث إلى أن الخبرة التي اكتسبها مستخدمي هذه المواقع من المراهقين والشباب في هذا المجال كونت لديهم الوعي الكافي بمخاطرها والعواقب الناتجة عن سوء استخدامها، لكن هذا لا يمنع وجود استثناءات وحالات شاذة توحي بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمة في خلق سلوكيات جديدة وقيم افتراضية لم يتحقق لهم الاشباع منها في الواقع الحقيقي، والعبارات المعبر عليها بـ(موافق) و(محايد) خير دليل على ذلك.

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم 76: أثر شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقة بين الأبناء وفق متغير المستوى الدراسي.

اختبار ك-2 للفروق بين التكرارات وفق متغير السن			المستوى الدراسي															العبارات
			غير متمدرس			ابتدائي			متوسط			ثانوي			جامعي			
نتيجة	القيمة ك	دلالة	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	معا	موافق	محايد	معا	
غير دال	6.11	0.41	0	0	0	0	1	1	7	2	12	10	12	13	19	22	41	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد أسرتك
			%0	%0	%0	%0	%0.7	%0.7	%5	%1.4	%8.6	%7.1	%8.6	%9.3	%13.6	%15.7	%29.3	
غير دال	5.60	0.47	0	0	0	0	1	1	5	6	10	9	12	14	11	22	49	تفضل البوح بأسرارك لأصدقائك الافتراضيين أفضل من أفراد الأسرة
			%0	%0	%0	%0	%0.7	%0.7	%3.6	%4.3	%7.1	%6.4	%8.6	%10	%7.9	%15.7	%35	
غير دال	5.71	0.45	0	0	0	1	0	1	7	5	9	12	10	13	40	23	19	الوقت الذي تقضيه في شبكات التواصل أقل من الوقت الذي تقضيه مع أفراد الأسرة
			%0	%0	%0	%0.7	%0	%0.7	%5	%3.6	%6.4	%8.6	%7.1	%9.3	%28.6	%16.4	%13.6	
غير دال	8.91	0.17	0	0	0	0	2	0	6	4	11	7	10	18	10	30	42	تفاعلك مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل يعتبر بديلا عن المحادثات مع أفراد الأسرة
			%0	%0	%0	%0	%1.4	%0	%4.3	%2.9	%7.9	%5	%7.1	%12.9	%7.1	%21.4	%30	
غير دال	6.83	0.33	0	0	0	0	1	1	7	5	9	11	13	11	21	17	44	الفراغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلك تستخدم شبكات التواصل معظم الوقت
			%0	%0	%0	%0	%0.7	%0.7	%5	%3.6	%6.4	%7.9	%9.3	%7.9	%15	%12.1	%31.4	
غير دال	9.83	0.13	0	0	0	0	2	0	9	4	8	10	12	13	22	19	41	علاقتك مع أفراد الأسرة تكون جيدة إذا كان معظمهم يتفاعل معك عبر الشبكة
			%0	%0	%0	%0	%1.4	%0	%6.4	%2.9	%5.7	%7.1	%8.6	%9.3	%15.7	%13.6	%29.3	
غير دال	7.08	0.31	0	0	0	2	0	0	9	6	6	12	17	6	40	25	17	استخدام شبكات التواصل عرفك بالقيم العائلية وأهمية العلاقة الأسرية
			%0	%0	%0	%1.4	%0	%0	%6.4	%4.3	%4.3	%8.6	%12.1	%4.3	%28.6	%17.9	%12.1	

عرض نتائج الدراسة الميدانية

يشير الجدول رقم 76 إلى النسب الإحصائية لتوزيع متغير المستوى الدراسي على اتجاهات الأبناء حول تطور العلاقة بينهم بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ في العبارة الأولى (استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد أسرتك) أن نسبة المعارضة جاءت في المرتبة الأولى لكل من جامعي بنسبة 29.3% وثنائوي بنسبة 9.3% ثم متوسط بنسبة 8.6% وتساوي الاتجاه المعارض مع المحايد لدى ابتدائي بنسبة 0.7% فيما تظهر النتائج تقارب بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.41 أكبر من 0.05 مما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بالنسبة للعبارة الثانية (تفضل البوح بأسرارك لأصدقائك الافتراضيين أفضل من أفراد الأسرة) نلاحظ أن نسبة المعارضة جاءت أيضا في المرتبة الأولى لكل من جامعي بنسبة 35% وثنائوي بنسبة 10% ثم متوسط بنسبة 7.1% وتساوي الاتجاه المعارض مع المحايد لدى ابتدائي بنسبة 0.7% فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.47 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، بينما يظهر في العبارة الثالثة (الوقت الذي تقضيه في شبكات التواصل أقل من الوقت الذي تقضيه مع أفراد الأسرة) أن نسبة الموافقة جاءت في المرتبة الأولى لدى جامعي بنسبة 28.6% ثم الاتجاه المعارض في المرتبة الأولى لدى مستوى ثنائوي بنسبة 9.3% بعدها مستوى ابتدائي بنسبة 7% ومتوسط بنسبة 6.4%، فيما تظهر النتائج تقارب بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.45 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، ويتبين في العبارة الرابعة (تفاعل مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل يعتبر بديلا عن المحادثات مع أفراد الأسرة) أن نسبة المعارضة جاءت في المرتبة الأولى لدى جامعي بنسبة 30% ولدى ثنائوي بنسبة 12.9% ثم متوسط بنسبة 7.9% بينما جاء الاتجاه المحايد في المرتبة الأولى لدى غير متمدرس بنسبة 1.4% فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.17 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، وتشير نتائج العبارة الخامسة (الفراغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلك تستخدم شبكات التواصل معظم الوقت) أن نسبة المعارضة جاءت في المرتبة الأولى لدى مستوى جامعي بنسبة 31.4% ثم الاتجاه المحايد بأعلى نسبة لدى مستوى ثنائوي بنسبة 9.3% والاتجاه المعارض أيضا لدى كل من غير متمدرس بنسبة 7% وابتدائي بنسبة 6.4% فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.33 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في العبارة السادسة (علاقتك مع أفراد الأسرة تكون جيدة إذا كان معظمهم يتفاعل معك عبر الشبكة) يظهر أن نسبة المعارضة جاءت في المرتبة الأولى لكل من جامعي بنسبة 29.3% وثنائوي بنسبة

عرض نتائج الدراسة الميدانية

9.3% ثم الاتجاه الموافق في المرتبة الأولى لدى مستوى متوسط بنسبة 6.4% والاتجاه المحايد لمستوى ابتدائي بنسبة 1.4% فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.13 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية، في الأخير تشير العبارة السابعة (استخدام شبكات التواصل عرفك بالقيم العائلية وأهمية العلاقة الأسرية) إلى أن نسبة الموافقة جاءت في المرتبة الأولى لدى جامعي بنسبة 28.6% واتجاه محايد في المرتبة الأولى لدى مستوى ثانوي بنسبة 12.1% ثم الاتجاه الموافق أيضا في المرتبة الأولى لدى مستوى متوسط بنسبة 6.4% ولدى غير متمدرس بنسبة 1.4% فيما تظهر النتائج تقارب متوسط بين النسب الأخرى وهو ما يؤكد اختبار ك² حيث دلالاته 0.31 أكبر من 0.05 ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية.

نستنتج أن شبكات التواصل الإجتماعي لا تؤثر على العلاقة بين الأبناء وفق متغير المستوى الدراسي. يلاحظ أن غالبية أفراد العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لديهم مستوى جامعي وذلك بنسبة 43.1%، وهذا ما يفسر درجة الوعي التي تتصف بها هذه الفئة من المجتمع حيث أنها تتعامل مع هذه المنصات بكثير من العقلانية والحذر الشديد. في المقابل فإن أفراد العينة الذين أجابوا بـ(موافق) و(محايد) عن العبارات في الجدول أعلاه فهم حسب الباحث إما عايشوا تجارب محاكية لها أو أن تلك المؤشرات لا زالت موجودة واقعهم إلى يومنا هذا.

مناقشة النتائج
على ضوء
فرضيات الدراسة

التحقق من فرضيات الدراسة

❖ الفرضية الأولى:

N₀: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

N₁: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 77: يبين اختبار T حول تطور العلاقة بين الزوجين.

اختبار T		متوسط درجة العبارة واتجاهها			الاتجاه			العبارات	
معنوية الفروق بدرجة ثقة %95	قيمة T	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	الاتجاه	متوسط الدرجة	معارض	محايد		موافق
0.00	-5.84	0.078	0.76	معارض	1.55	16	21	60	أصدقاؤك في شبكات التواصل الاجتماعي يبدل عن وقت الفراغ الذي يتركه الطرف الآخر
						16.5%	21.6%	61.9%	
0.00	-3.71	0.083	0.82	محايد	1.69	22	23	52	تتيح لك شبكات التواصل الاجتماعي التعبير عن آرائك ومشاعرك أفضل من الطرف الآخر
						22.7%	23.7%	53.6%	
0.00	-5.00	0.078	0.77	معارض	1.61	17	25	55	انشاءك حساب مزدوج على شبكات التواصل الاجتماعي مع الطرف الآخر أفضل للعلاقة الزوجية
						17.5%	25.8%	56.7%	
0.00	-10.73	0.059	0.59	معارض	1.35	6	22	69	الاستخدام الدائم لشبكات التواصل من الطرف الآخر أفقدك الثقة في العلاقة الزوجية
						6.2%	22.7%	71.1%	
0.00	4.21	0.086	0.84	موافق	2.36	58	16	23	افشاءك الاسرار عبر شبكات التواصل يؤدي إلى افساد علاقتك الزوجية
						59.8%	16.5%	23.7%	
0.00	2.10	0.088	0.87	محايد	2.19	47	21	29	ادمانك على شبكات يؤدي إلى اهمالك للطرف الآخر وهو ما يؤدي إلى افساد العلاقة الزوجية
						48.5%	21.6%	29.9%	
0.03	-2.88	0.075	0.73	محايد	1.78	18	40	39	ابتعادك في بعض الأحيان عن شبكات التواصل الاجتماعي أدى بك إلى الاشتياق للطرف الآخر
						18.6%	41.2%	40.2%	
0.00	-0.05	0.041	0.41	محايد	1.78	المدى الأدنى		المدى الأقصى	متوسط درجات كل العبارات
						1		2.71	

النتيجة:

يتضح من خلال الجدول أن معظم متوسطات عبارات الاستبيان المتعلقة بتطور العلاقة بين الزوجين أقل من الوسيط الافتراضي لمقياس ليكرت (2) ويتضح أن معظم قيم T سالبة رغم وجود الفروق معنوية. كما يتبين أن متوسط درجات كل العبارات يساوي 1.78 أقل من متوسط القياس المستخدم $test\ value=2$ وقيمة T -0.05 عند الدلالة الاحصائية 0.05. وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرض البديل؛ أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين بعد استخدام شبكات

التواصل الاجتماعي. لكن يشير الجدول أعلاه إلى وجود فروق سلبية بالإضافة إلى ظهور إيجابيات معارضة ومحايدة للمستجوبين مما يدل على وجود تأثير معتدل بعد الاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي.

نلاحظ أن الفراغ الذي قد يتركه أحد الطرفين في العلاقة الزوجين لا يدفع أحدهما أو كلاهما إلى البحث عن بديل له في شبكات التواصل الاجتماعي وهو ما عارضه المبحوثين مثلا في عبارة (أصدقاؤك في شبكات التواصل الاجتماعي بديل عن وقت الفراغ الذي يتركه الطرف الآخر)، كذلك هو الأمر بالنسبة لإنشاء حساب مزدوج والاستخدام الدائم لهذه المواقع لم يؤثر على العلاقة بين الزوجين، في حين يوافق الزوجين على أن إفشاء الأسرار عبر شبكات التواصل يؤدي إلى إفساد العلاقة بينهما. ويمكن تفسير ذلك إلى أن الزوجين منفتحان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتبقى الثقة الموجودة بينهم هي التي تحافظ على استقرار العلاقة واستمرارها. وقد التزم الزوجين موقف الحياد في عبارة (تتيح لك شبكات التواصل الاجتماعي التعبير عن آرائك ومشاعرك أفضل من الطرف الآخر)، وعبارة (إدمانك على شبكات يؤدي إلى إهمالك للطرف الآخر وهو ما يؤدي إلى إفساد العلاقة الزوجية)، وكذلك عبارة (ابتعادك في بعض الأحيان عن شبكات التواصل الاجتماعي أدى بك إلى الاشتياق للطرف الآخر). ويمكن تفسير ذلك إلى أن الزوجين قد عايشا تجارب مشابهة في مرحلة ما من العلاقة الزوجية وقد اكتسبا الخبرة اللازمة في التعامل مع مثل هذه المواقف. نستنتج أن لشبكات التواصل الاجتماعي انعكاسات سلبية وإيجابية على العلاقة بين الزوجين، والتي نوجز منها¹:

- خرق خصوصيات الأفراد واقتحام حياتهم الخاصة.
- ظهور بعض الأعراض النفسية مثل الاكتئاب والفراغ، فضلا عن تغيير منظومة القيم الاجتماعية بتعزيز الفردانية وتنامي الشعور بالوحدة بدل القيم الجماعية.
- التعبير عن الذات وسهولة التواصل والتعارف بين الأفراد وهذا ينطبق على العلاقة بين الزوجين بالبقاء على تواصل دائم والمتابعة من خلال المنشورات والتعليقات التي يشاركها الطرفان في الصفحات الشخصية أو المجموعات الافتراضية.
- توفير التسلية والترفيه نظرا لتنوع وثراء ما تبثه مواقع التواصل الاجتماعي من أفلام وفيديوهات.

وهذا يدل على وعي الأزواج بمخاطر ومزايا استخدام هذه المواقع وطرق التعايش معها، وقد ساعد في ذلك تحسن المستوى التعليمي في أواسط الأسر. وهو ما يدفعنا للقول بأن الزوجين يلعبان دورا إيجابيا عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، فمبدأ استخدامه لهذه المواقع تنبع من حاجاته ورغباته التي يبحث عنها لإشباعها وهذا ما جاء به مدخل الاستخدامات والإشباعات. يرى كاتز أن "التوقعات هي الإشباعات التي يبحث عنها"² التوقعات تسهم في اختيار الوسائل والمضامين، وتختلف توقعات الأزواج من

¹ عبد الكريم تفرقنيت، "مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات والسلبيات دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، (الجزائر: منشورات جامعة البليدة، العدد15، 2016)، ص ص 127-128.

² حمدي حسن، الوظيفة الاخبارية لوسائل الإعلام، (مصر: دار الفكر العربي، 1991)، ص 23.

مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للفروق الفردية وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات، ويرى شرام في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب¹. وفي هذا السياق فإن توقعات الزوجين هي خطوة هامة في عملية التعرض لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي من جهه، ومن جهة أخرى استخدامها لتكوين علاقات جديدة أو وسيلة يتم التعبير فيها عن الآراء والمشاعر والميولات، بل إن الزوجين معا يستعيضان مشاركة ذلك في الواقع الافتراضي، ويبين ذلك معارضتهم للجمل المعبرة عن تطور العلاقة بين الزوجين بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الواردة في الجدول أعلاه، ومن فإن مواقع التواصل الاجتماعي لم تكن بديلا في اشباع حاجات الزوجين النفسية والاجتماعية، وهذا يدل على تمتعهما بدرجة وعي كافية في التعامل مع تلك المنصات.

وهذه النتائج تؤكد صحة الفرض البديل، أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

¹ ويليام ريفرز وآخرون، تر: أحمد طلعت البشيشي، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، (مصر: دار المعرفة الجامعية، 2005)، ص 296.

التحقق من فرضيات الدراسة

❖ الفرضية الثانية:

N_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين والأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

N_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين والأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 78: يبين اختبار T حول تطور العلاقة بين الزوجين والأبناء.

اختبار T		متوسط درجة العبارة واتجاهها			الاتجاه			العبارات	
معنوية الفروق بدرجة ثقة %95	قيمة T	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	الاتجاه	متوسط الدرجة	موافق	محايد		معارض
0.00	6.36	0.078	0.76	موافق	2.49	64 %66	17 %17.5	16 %16.5	استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية
0.00	18.74	0.044	0.43	موافق	2.82	82 %34.6	13 %13.4	2 %2.1	لكي يستطيع الوالدين حماية الأبناء من المخاطر لابد عليهما المراقبة الدائمة لنشاطاتهم على الشبكة
0.10	1.61	0.089	0.87	محايد	2.14	45 %46.4	21 %21.6	31 %32	في معظم الأحيان لا تؤثر شبكات التواصل في الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الوالدين
0.00	7.17	0.076	0.75	موافق	2.55	68 %70.1	14 %14.4	15 %15.5	عدم اهتمام الوالدين بشؤون الأسرة يؤدي بالأبناء إلى الهروب نحو شبكات التواصل
0.00	10.02	0.063	0.61	موافق	2.63	68 %70.1	22 %22.7	7 %7.2	صداقة الوالدين مع الأبناء في شبكات التواصل تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل
0.00	8.06	0.072	0.70	موافق	2.58	68 %70.1	17 %17.5	12 %12.4	الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء يؤثر في قيم العائلة
1.00	0.00	0.082	0.80	محايد	2	31 %32	35 %36.1	31 %32	منع الأبناء من استخدام شبكات التواصل يؤدي إلى توطيد العلاقة داخل الأسرة
0.00	14.65	0.031	0.30	موافق	2.45	المدى الأدنى المدى الأقصى 3		1.29	متوسط درجات كل العبارات

النتيجة:

يتضح من خلال الجدول أن معظم متوسطات عبارات الاستبيان المتعلقة بتطور العلاقة بين الزوجين والأبناء أكبر من الوسيط الافتراضي لمقياس ليكرت (2) ويتضح أن معظم قيم T موجبة والفروق معنوية. كما يتبين أن متوسط درجات كل العبارات يساوي 2.45 أكبر من متوسط القياس المستخدم $test\ value=2$ وقيمة T 14.65 عند الدلالة الاحصائية 0.05. بالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين والأبناء بعد استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي. وبما أن الفروق إيجابية وإيجابيات المستجوبين موافقة فإن تأثر العلاقة سلبى بعد الاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي. نلاحظ أن الوالدين على دراية بمخاطر شبكات التواصل الاجتماعي على أبنائهم، وهو ما وافق عليه في معظم العبارات المشار إليها مثل (لكي يستطيع الوالدين حماية الأبناء من المخاطر لابد عليهما المراقبة الدائمة لنشاطاتهم على الشبكة)، وكذلك حرصهم على التحصيل العلمي الجيد في عبارة (استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية). ويمكن تفسير ذلك إلى وجود متابعة دائمة من الأب والأم للمسار العلمي لأبنائهم وهذا ما ينعكس في الواقع من خلال ملاحظتنا لتوصيات الآباء المتكررة لأبنائهم بضرورة الدراسة وتحصيل النتائج الممتازة. وفي المقابل يسعى الوالدين إلى استخدام جميع الوسائل لتعزيز التماسك الأسري وهو ما لاحظناه في التعليقات والإيماءات المتبادلة بين الوالدين والأبناء عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

يرى الباحث أن شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤثر بالسلب على استقرار العلاقة بين أفراد الأسرة في حالة عدم وعي الآباء والأبناء بأخطارها، وهو ما توصلت إليه مصطفى سحاري وخير الدين بوهدة في دراسة حو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، حيث توصل الباحثان أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على العلاقات والروابط الأسرية، وهذا من خلال إلغاء دور الأسرة في النقاش وتبادل الأفكار والآراء واستبدالها بمجال آخر افتراضي يتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك منها الذي صار يستأثر حاليا بتبادل الأفكار والآراء، كما أدى هذا إلى انتزاع دور الأسرة في التوجيه والإرشاد.¹ وهو ما أكده الباحث عبد الحفيظ بوخلوه في دراسته حول: التواصل عبر الموقع الاجتماعي (فيس بوك) وعلاقته بالاغتراب الأسري، حيث خلصت الدراسة إلى أن "غالبية أفراد الأسرة علاقتهم مع بعضهم جيدة وأنها لم تتأثر بفعل التواصل الاجتماعي عبر فيسبوك كما أن هذا الأخير لن يؤثر في عادات الأسرة وتقاليدها، وأضافت الدراسة أن غالبية أفراد الأسرة يرون أن التواصل في موقع فيسبوك سلاح ذو حدين فقد يكون سببا للاغتراب وللانحراف إذا أسأنا استخدامه كما يكون وسيلة فعالة للتعرف والاطلاع على ثقافة الآخر".²

ينطوي واجب التنشئة الاجتماعية للأبناء على عاتق الأسرة وبالتحديد الوالدين لأنها الجماعة الأولية التي يتلقى فيها الابن والبنات معارفهم الأولى وتترسخ لديهم القيم الأسرية والاجتماعية. وقصد بناء شخصية قوية لأبنائهم ورغبتهم الطامحة في أن يكونوا أفراد فاعلين في مجتمعهم، تظهر جليا خلال مراحل التنشئة الاجتماعية عدة تحديات أمام الوالدين، ولعل أبرزها هو توفير الحاجات البيولوجية والنفسية والاجتماعية في الوسط الأسري لما لذلك من أهمية في تحقيق التوازن والاستقرار والاستمرارية داخل هذا المجال الخاص، وفي هذا الصدد يرى روزنجرين Rosengren أن هذه الحاجيات تتفاعل "مع

¹ مصطفى سحاري، خير الدين بوهدة، "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية - دراسة ميدانية على عينة من الأسر في ولاية المدية"، مجلة البحوث والدراسات العلمية، (الجزائر: العدد 01، المجلد 15، 2021)، ص 18.

² عبد الحفيظ بوخلوه، التواصل عبر الموقع الاجتماعي (فيس بوك) وعلاقته بالاغتراب الأسري، دراسة ميدانية لعينة من الأسر المستخدمة للفيسبوك بحي 24 فيبرابر (لاسيبيس) بمدينة ورقلة، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة البلدة، 2015).

الخصائص الفردية والاطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدتها، وحلول محتملة لتلك المشكلات، وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، ويؤدي ذلك إلى إشباع أو عدم إشباع، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة¹ الأبناء تتولد لديهم دوافع لحل المشكلات الأسرية التي تعترض حياتهم، مما يجعل من مواقع التواصل الاجتماعي فضاء لإشباع تلك الحاجات، ويمكن لعدة متغيرات مثل قضاء وقت كاف مع الوالدين، الاهتمام بشؤون الأسرة، حاجة الانصات والحوار الأسري البناء والهادف، إذا لم تتوفر في الواقع الحقيقي قد تدفع بهم (الأبناء) إلى إشباعها في الواقع الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تتيح هذه الأخير المجال لإيجاد علاقات جديدة بعيدا عن العلاقات الأسرية، وتكون متنفسا للتعبير عن آرائهم ومشاعرهم، وبالتالي يكون عرضة للاستدراج نحو تبني أفكار وقيم جديدة منافية لأخلاق وأعراف المجتمع الذي نشأوا فيه.

وهذه النتائج تؤكد صحة الفرض البديل، أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعبر عن تأثير العلاقة بين الزوجين والأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

¹ حسن عماد مكاي، مرجع سبق ذكره، ص 242.

التحقق من فرضيات الدراسة

❖ الفرضية الثالثة:

N_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

N_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات اتجاه العبارات والمتوسط الافتراضي للمقياس تعبر عن تأثير العلاقة بين الأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 79: يبين اختبار T حول تطور العلاقة بين الأبناء.

اختبار T		متوسط درجة العبارة واتجاهها		الاتجاه			العبارات		
معنوية الفروق بدرجة ثقة %95	قيمة T	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	الاتجاه	متوسط الدرجة	معارض		محايد	موافق
0.02	-3.15	0.070	0.83	محايد	1.78	36	37	67	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد أسرتك
						25.7%	26.4%	47.9%	
0.00	-5.39	0.065	0.76	معارض	1.65	25	41	74	تفضل البوح بأسرارك لأصدقائك الافتراضيين أفضل من أفراد الأسرة
						17.9%	29.3%	52.9%	
0.07	1.79	0.072	0.84	محايد	2.13	60	38	42	الوقت الذي تقضيه في شبكات التواصل أقل من الوقت الذي تقضيه مع أفراد الأسرة
						42.9%	27.1%	30%	
0.00	-5.43	0.063	0.74	معارض	1.66	23	46	71	تفاعل مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل يعتبر بديلاً عن المحادثات مع أفراد الأسرة
						16.4%	32.9%	50.7%	
0.01	-2.60	0.071	0.84	محايد	1.81	39	36	65	الفرغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلك تستخدم شبكات التواصل معظم الوقت
						27.9%	25.9%	46.4%	
0.03	-2.09	0.072	0.84	محايد	1.85	41	37	62	علاقتك مع أفراد الأسرة تكون جيدة إذا كان معظمهم يتفاعل معك عبر الشبكة
						29.3%	26.4%	44.3%	
1.00	3.70	0.066	0.77	محايد	2.24	63	48	29	استخدام شبكات التواصل عرقك بالقيم العائلية وأهمية العلاقة الأسرية
						45%	34.3%	20.7%	
0.00	-4.11	0.030	0.36	محايد	1.87	المدى الأدنى		المدى الأقصى	متوسط درجات كل العبارات
						3		1.29	

النتيجة:

يتضح من خلال الجدول أن معظم متوسطات عبارات الاستبيان المتعلقة بتطور العلاقة بين الأبناء أقل من الوسيط الافتراضي لمقياس ليكرت (2) ويتضح أن معظم قيم T سالبة رغم وجود الفروق معنوية. كما يتبين أن متوسط درجات كل العبارات يساوي 1.87 أقل من متوسط القياس المستخدم $test\ value=2$ وقيمة T -4.11 عند الدلالة الإحصائية 0.05. وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة؛ أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعبر عن تأثير العلاقة بين الأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. وبما أن الفروق سلبية وإجابات المستجوبين معارضة ومحايدة فإن تأثير العلاقة معتدل بعد الاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي.

نلاحظ أن الأبناء التزموا الحياد في أغلب العبارات ويمكن تفسير ذلك بوجود تحفظ حول تقديم تعليقات أو آراء واضحة وصريحة في مثل هذه مواضيع، إذ أن فئة الشباب والمراهقين في الغالب نجدهم منطوين على أنفسهم ولا يقبلون مناقشة مواضيع (يعتبرونها مرتبطة بمجالهم الخاص) التي تخص استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وما يعزز هذا الرأي هو ما تفسره الملاحظة المباشرة للباحث حيث أن هذه المواقع ساعدت إلى حد ما في التأثير على العلاقة بين الأبناء داخل الأسرة، خاصة عندما يتعلق الأمر بحجم الوقت الذي يقضونه في هذه المواقع مقابل الوقت المخصص للقاءات العائلية. وهي النتيجة التي وصل إليها الباحث جمال شريف في دراسة حول: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية حيث "أظهرت نتائج الدراسة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية داخل الأسرة الواحدة، حيث ساهمت هذه المواقع في زيادة انتشار النزعة الفردية والجنوح إلى العزلة الاجتماعية داخل الأسرة على حساب الجماعة، الشيء الذي جعل الأسرة تعيش في صراع مستمر يتجلى من خلال حدوث مشكلات أسرية كبيرة أهمها الطلاق والإهمال الأسري"¹. ويمكن تفسير ذلك أن الأسرة لم تعد تنمي مفاهيم للخبرات والأولويات والقيم والعلاقات لدى الأبناء، ولم تعد تدمهم أيضا بمعلومات عن كيفية التصرف حيال المواقف المختلفة التي تعترضهم في حياتهم.

إن مواقع التواصل الاجتماعي هي وسيلة فريدة للإنماء مقارنة بمكانة الأسرة التي تراجع دورها في عملية التنشئة الاجتماعية مقابل انتشار هذه المواقع في أوساط أفرادها وخاصة الأبناء بصفتهم الفئة الأكثر استخدام لها. تتيح الصورة الذهنية التي تعكسها رسائل ومضامين مواقع التواصل الاجتماعي تعميمات لدى الأبناء من خلال بناء رمزي عن البيئة الإنسانية التي يعيشون فيها، إذ تتيح لهم نماذج من الشخصيات والاتجاهات والأفكار التي تميزهم عن الآخرين وتحدد خصائصهم، وتساعدهم على القيام بسلوكيات واعية أو غير واعية، كما وتساعدنا في الحكم على الأشخاص غير المعروفين لهم لتجعل منهم أصدقاء أو أعداء يعجبون بهم أو يكرهونهم.²

نستنتج بأن تأثير العلاقة بين الأبناء جاء معتدلا بعد الاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث يمكن تفسير ذلك بأن الأبناء هم من فئة سنية متقاربة وبالتالي لديهم اهتمامات وميول مشتركة، وفي ظل تراجع دور الأسرة (تعليم، قيم، حوار، انصات، أمان،... وغيرها) في المجتمع بفعل تقسيم العمل يصبح التعلم غير المقصود (العرضي) ومهارات الاستدلال المعرفي آليات لتكوين القيم وجمع المعلومات عن العالم الحقيقي. وهذه النتائج تؤكد صحة الفرض البديل، أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعبر عن تأثير العلاقة بين الأبناء بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

¹ جمال شريف، مرجع سبق ذكره.

² حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره، ص 301.

النتائج العامة

النتائج العامة للدراسة:

جاءت نتائج الدراسة على النحو الآتي:

- ✓ أكدت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق دالة تربط بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس إذ جاءت النتائج متقاربة بين الذكور والاناث، ويمكن تفسير ذلك على أن كلا الجنسين لديه دوافعه الخاصة في استخدام هذه المواقع.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن فروق دالة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير السن، إذ نجد أن فئة من 16-30 سنة هي أكثر استخداما لهذه المواقع بنسبة 93.7%.
- ويدل ذلك على الشعبية التي تحظى بها هذه المواقع في أوساط الشباب والمراهقين في الجزائر.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه هناك علاقة ذات دلالة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير مكونات الأسرة (الأب، الأم، البنت، الابن)، حيث نلاحظ أن فئة البنات هن الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 36% مقارنة بفئة الأب والأم والابن، ويدل ذلك على وجود دوافع عند فئة البنات في مقروئية الموضوعات المتعلقة بالموضة والتجميل وتطوير العلاقات الاجتماعية التي يصعب إيجادها في الواقع الحقيقي الذي يمكن القول بأنه محافظ إلى حد ما. كما أظهرت نتائج الدراسة أن نفس الفئة (البنات) هي الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتوب، أنستغرام، تويتر) وذلك بنسبة 81.4% وهو ما يدعم وجود تلك الدوافع بكثرة لدى هذه الفئة بما أن هذه المواقع هي أفضل مصدر يوفر هذه المعلومات.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن هناك فروق دالة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير المستوى الدراسي. والملاحظ أن أفراد العينة أصحاب المستوى الجامعي هم الأكثر استخداما لهذه المواقع بنسبة 42.7%، وهذا يعود إلى حرص الشئد للأسرة الجزائرية عامة والأسرة التيغنية خاصة على تحسين المستوى التعليمي لأفرادها وتطوير قدراتهم الذاتية.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن هناك فروق دالة تربط بين مواقع شبكات التواصل المستخدمة (فيسبوك، يوتوب، أنستغرام، تويتر) ومتغير السن. حيث نلاحظ أن الفئة العمرية من 16-30 سنة هي الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 111.4، وهذا يدل على الشعبية الكبيرة لهذه المواقع في الجزائر.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه توجد فروق دالة بين مواقع شبكات التواصل المستخدمة ومتغير المستوى الدراسي. حيث أثبتت الدراسة أن أفراد عينة البحث الذين يملكون مستوى جامعي هو الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتوب، أنستغرام، تويتر) وذلك بنسبة 96.3%.

- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه توجد فروق دالة بين مدة استخدام مواقع التواصل ومتغير السن. فلقد أكدت الدراسة أن أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين 16-30 سنة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات وذلك بنسبة 40.9%.
- ويمكن تفسير ذلك على أن مواقع التواصل الاجتماعي عرفت ظهورها الأول في الجزائر منذ حوالي عقدين من الزمن، وما ساعد في ذلك أيضا هو انتشار استخدام الهواتف الذكية وسهولة الربط بشبكة الانترنت.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن فئة البنات هي الأكثر استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات وذلك بنسبة 29.5%، وهذا يدل على أن البنات لها دوافع أكثر من الأب والأم والاب.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد العينة الذين يملكون مستوى جامعي هو الأكثر استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي لمدة أكثر من ثلاث سنوات وذلك بنسبة 37.6%، وهذا يدل على أنه كلما تحسن المستوى التعليمي لأفراد الأسرة زادت حاجتهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع رغباتهم حول المضامين التي لها علاقة بتطوير الذات وتحسين الأداء.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة الإناث هي أكبر من نسبة الذكور في استخدام هوية حقيقية أو وهمية في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 48.1%. وهذا راجع إلى الثقة والقبول في المجتمع التي أضحت تحظى بها هذه المواقع بعد أن كان ذلك في زمن قريب غير مرغوب فيه خوفا من الرقابة الأسرية.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن هوية المستخدم وفق متغير السن هي متقاربة بين المبحوثين وبالتالي لا توجد فروق دالة.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن هوية المستخدم وفق متغير الموقع في مكونات الأسرة (الأب، الأم، البنات، الابن) ووفق متغير المستوى الدراسي (ابتدائي، متوسط، ثانوي، جامعي) نسبها متقاربة وبالتالي لا توجد فروق دالة. وهذا راجع إلى تعايش أفراد الأسرة مع التطور الراهن في تكنولوجيات الإعلام والاتصال المختلفة.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن فئة الإناث هي الأكثر استخداما للهاتف الذكي مقابل الوسائل الأخرى وذلك بنسبة 45.6% مقابل الذكور 37.6%.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية من 16-30 هي الأثر استخداما للهاتف الذكي بنسبة 45.1%. وهذا راجع إلى شعبية هذه الوسيلة في بين المراهقين والشباب.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن البنات هي الأكثر استخداما للهاتف الذكي مقارنة بالأب والأم والابن وذلك بنسبة 33.3%.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة دالة بين المستوى الدراسي لأفراد العينة والوسيلة المستخدمة (الهاتف الذكي، الكمبيوتر، اللوح الإلكتروني) وبالتالي كانت

- النسب متقاربة، وهذا يدل على سهولة استخدام هذه الوسائل بين الأفراد المتعلمين والذين لديهم مستوى تعليمي محدود.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة بين متغيرات (الجنس، السن، المكون في الأسرة، المستوى التعليمي) وأوقات الإبحار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يدل على أن رغم اختلاف الفروق الفردية للأسرة التيجينية نجده يستخدمون تلك المواقع على مدار اليوم للاطلاع على الرسائل ومتابعة نشاط الآخرين عليها.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن الاناث هم أكثر فئة تفضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل مقارنة بالأمكان الأخرى وفقا لمتغير الجنس ومكونات الأسرة (الأب، الأم، البنات). ويرجع ذلك إلى تواجدهن في غالب الأوقات بالمنزل مقارنة بالذكور الذين يتمتعون بالحرية.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية من 16-30 سنة هي أكثر فئة تفضل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المنزل مقارنة بالفئات العمرية والأماكن الأخرى وذلك بنسبة 49.8%. وهذا راجع إلى توفر الأنترنت مجانا في المنزل عبر شبكة Wi-Fi.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة دالة بين أماكن الإبحار عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمستوى الدراسي لأفراد العينة.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة بين الوقت الذي يقضيه المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس والمستوى الدراسي.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية من 16-30 سنة هي أكثر فئة تقضي وقتا أطول (أكثر من ثلاث ساعات) على شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 27.4%. وهذا بدافع تبادل الرسائل ومتابعة المنشورات والتفاعل معها.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن فئة البنات تقضي أكثر من ثلاث ساعات على شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالأب والابن والأم وذلك بنسبة 18.6%، وهذا يدل على حاجتها لملا الفراغ الذي يسببه انشغال الوالدين بالعمل.
- ✓ أكدت نتائج الدراسة أنه ليس هناك فوارق دالة دوافع استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي (الحصول على المعلومات، الاسترخاء والترفيه، تنمية ثقافتك في عدة ميادين، الدراسة والبحث العلمي، العلاقات الاجتماعية، الاندماج والتفاعل، البحث عن الاعلانات التجارية، التفاعل مع الإعلاميين وشخصياتك المفضلة) ومتغيري الجنس والمستوى الدراسي.
- ✓ أكدت الدراسة أن الفئة العمرية من 16-30 سنة هي الفئة التي لها دوافع أكثر في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالفئات العمرية الأخرى وذلك بنسبة 171.5%، وهذا راجع إلى أن المراهقين والشباب هم الأكثر استعمالا لهذه المواقع وبالتالي هم الفئة التي لديها دوافع أكثر من وراء هذا الاستخدام.

- ✓ أظهرت نتائج الدراسة فئة البنات هي التي لها دوافع أكثر في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالأب والأم والابن وذلك بنسبة 132.6%. وجاء على قائمة هذه الدوافع الاسترخاء والترفيه بنسبة 28.8%، وهذا يرجع إلى حاجة البنت إلى الراحة النفسية بسبب قضاء معظم الوقت في المنزل.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق دالة بين استخدام شبكات التواصل لإثراء مواضيع النقاش داخل الأسرة وفق متغيرات: الجنس، السن، المستوى الدراسي، المكون في الأسرة (الأب، الأم، الابن، البنت). وهذا يدل على اتساع دائرة التفاعل الأسري من العالم الافتراضي نحو الواقع الحقيقي.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد الأسرة التيغنيفية يناقشون المواضيع المتعلقة بالحياة الثقافية، الدينية، العلمية، السياسية، الاقتصادية داخل الأسرة. وهذا يدل على وجود مؤشر قوي للغة الحوار بين أفراد الأسرة.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن كلا الجنسين يشبعون حاجتهم من المعلومات والأخبار من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 92.4%. وهذا يدل على أن هذه المواقع ساعدت أفراد الأسرة التيغنيفية في الاطلاع على الأحداث والمستجدات التي يشهدها العالم.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت أفراد الأسرة التيغنيفية في اشباع رصيدهم المعرفي وذلك بنسبة 92.4%، وهذا يدل على أن المضامين التي تعرضها هذه المواقع تساعد في بناء الذات وتطوير الخبرات والمهارات للمستخدمين.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت أفراد الأسرة التيغنيفية في اشباع رغبتهم في تكوين علاقات صداقة جديدة رغم اختلاف الفروق الفردية وذلك بنسبة 67.5%. وهذا يدل على أن هذه المواقع هي فضاءات للتعارف وتكوين علاقة صداقة جديدة.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية (16-30) سنة هي الأكثر اشباعا لرغبة (اكتساب علاقات جديدة) وذلك بنسبة 40.5%. وهذا يرجع إلى أن المراهقين والشباب هم الفئة الأكثر حبا للاكتشاف وخوض تجارب في الحياة.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن البنت هي اشباعا لرغبة (اكتساب أصدقاء جدد عبر شبكات التواصل الاجتماعي) مقارنة بالأب والأم والابن الأكثر وذلك بنسبة 38.4%. وهذا يعكس رغبة البنت في البحث عن علاقات عاطفية.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد الأسرة الذين لديهم مستوى دراسي جامعي هم الفئة الأكثر اشباعا لرغبة (اكتساب أصدقاء جدد) وذلك بنسبة 34.2%، وهذا يدل على أهمية الحاجة للتعارف.

- ✓ أظهرت الدراسة أن أفراد الأسرة التيجنيفية يرون علاقات الصداقة المكتسبة على مواقع التواصل الاجتماعي هي (مجرد صداقات جديدة) رغم اختلاف الفروق الفردية وذلك بنسبة 83.8%، ويرجع ذلك إلى أن معظم هذه العلاقات لم تتطور نحو الواقع الحقيقي.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد الأسرة التيجنيفية يشبعون رغباتهم التي تدور حول (معرفة أحوال العالم، الاحساس بالراحة، التثبيت بالقيم الدينية والثقافية للوطن، معرفة أحوال السوق، التعبير عن قناعاتك الشخصية، المشاركة والتفاعل مع الشخصيات المشهورة، عدم حاجتك لمصادر المعلومات الأخرى) عبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 233.4%. وهذا يعكس الدور الذي أضحت تتفرد به مواقع التواصل الاجتماعي والمتمثل في كونها مصدرا لتدفق المعلومات والأخبار الآنية.
- ✓ كما أكدت نتائج الدراسة أن الفئة السنية (16-30) هي الأكثر اشباعا لهذه الرغبات وذلك بنسبة 114.4%، وجاءت عبارة (معرفة أحوال العالم) في الصدارة بنسبة 36.3%. وهذا يدل تفضيل هذه الفئة لمواقع التواصل الاجتماعي على حساب الوسائل الأخرى.
- ✓ وافق ما نسبته 66% من الأزواج على أن استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية.
- ✓ وافق غالبية الأزواج (84.5%) على أن المراقبة الدائمة لنشاط أبنائهم على مواقع التواصل الاجتماعي لكي يساعدهم في حمايتهم من المخاطر المتوقعة.
- ✓ يعترف الأزواج أنه في معظم الأحيان لا تؤثر شبكات التواصل في الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الوالدين وذلك بنسبة 46.4%، وهذا يرجع انخراط أفراد الأسرة معا على هذه المواقع ما يساعدهم في البقاء على تواصل دائم.
- ✓ وافق الزوجان بنسبة 70.1% على عبارة عدم اهتمام الوالدين بشؤون الأسرة يؤدي بالأبناء إلى الهروب نحو شبكات التواصل، وهذا يعكس في بعض الأحيان استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي في ايجاد علاقات حميمة.
- ✓ يعترف الزوجين بأن الصداقة مع الأبناء في شبكات التواصل تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل وذلك بنسبة 70.1%.
- ✓ يتفق الزوجين على أن الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء يؤثر في قيم العائلة وذلك بنسبة 70.1%. وهذا يبين أن الادمان على هذه المواقع أدى إلى تبني قيم وسلوكيات جديدة بين الأبناء.
- ✓ جاء موقف الزوجين محايدا من عبارة منع الأبناء من استخدام شبكات التواصل يؤدي إلى توطيد العلاقة داخل الأسرة وذلك بنسبة 36.1%، وهذا يدل على أنه هذه المواقع سلاح ذو حدين، إذا أن اشتراك جميع أفراد الأسرة فيها لا يؤثر في الغالب على الرابطة

- الأسرية، في حين أن تواجد البعض وامتناع البعض الآخر عنها يحدث فجوة بين أفراد الأسرة.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة على أنه لا توجد فروق دالة بين أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الزوجين والأبناء وفق متغيري الموقع في مكونات الأسرة (أب، أم، ابن، بنت) ومتغير السن.
- ✓ أكدت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق دالة بين أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الزوجين والأبناء وفق المستوى الدراسي إلى في عبارة "الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء يؤثر في قيم العائلة"، حيث جاء في أعلى نسبة المستوى الثانوي بـ 28.9% والمستوى الجامعي بـ 22.1%. وهذا ما يعكس اهتمام الأسر الزوجية (النوعية) الجزائرية بأهمية التعليم ودوره في الحفاظ على تماسك العلاقات الأسرية.
- ✓ عارض غالبية الأبناء عبارة "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد أسرتك" وذلك بنسبة 47.9%.
- ✓ لا يوافق معظم الأبناء عبارة "تفضل البوح بأسرارك لأصدقائك الافتراضيين أفضل من أفراد الأسرة" وذلك بنسبة 52.9%. وهذا يرجع إلى إمكانية استخدام تلك المعلومات في التنمر عليهم أو التشهير بهم.
- ✓ يتفق الأبناء على أن الوقت الذي يقضونه في شبكات التواصل أقل من الوقت الذي يقضونه مع أفراد أسرهم وذلك بنسبة 42.9%، وهذا يعكس استخدام الدائم للأبناء لمواقع التواصل الاجتماعي في مقابل قضاء الوالدين معظم الوقت خارج المنزل بدافع العمل.
- ✓ عارض الأبناء "تفاعل مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل يعتبر بديلا عن المحادثات مع أفراد الأسرة" وذلك بنسبة 50.7%. ويرجع ذلك إلى أن تلك المحادثات صارت متاحة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الرسائل المكتوبة والمكالمات عبر تقنية الفيديو.
- ✓ لم يتفق غالبية الأبناء على أن الفراغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلهم يستخدمون شبكات التواصل معظم الوقت وذلك بنسبة 46.4%.
- ✓ لا يوافق الأبناء على عبارة "علاقتك مع أفراد الأسرة تكون جيدة إذا كان معظمهم يتفاعل معك عبر الشبكة" وذلك بنسبة 44.3%.
- ✓ يتفق أغلب الأبناء على أن استخدام شبكات التواصل عرفهم بالقيم العائلية وأهمية العلاقة الأسرية وذلك بنسبة 45%. وهذا يدل على الدور أضحت تؤديه هذه المواقع والمتمثل أساسا في تعزيز قيم التواصل عبر استخدام وسائط اتصالية جديدة.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق دالة بين أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الأبناء وفق متغير الموقع في مكون الأسرة (أب، أم، ابن، بنت)، إلا في عبارة

"استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد أسرتك" نلاحظ تفوق في النسب لصالح البنات بـ 30.7% مقابل الابن بـ 17.1% رغم أن كلاهما كانت اجابته (معارض)، وهذا يرجع إلى أن فئة البنات تشكل معظم أفراد العينة. ويوجد أيضا فروق دالة في عبارة "الوقت الذي تقضيه في شبكات التواصل أقل من الوقت الذي تقضيه مع أفراد الأسرة" حيث كانت اجابة الابن بـ (معارض) وذلك بنسبة 15% في حين كانت اجابة البنات بـ (موافق) وذلك بنسبة 32.1%.

✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق دالة بين أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الأبناء وفق متغيري السن والمستوى الدراسي. وهذا يدل على أن هذه المواقع تعرف انتشارا واسعا بين شرائح المراهقين والشباب الذين أصبحت لديهم تكونت لديهم الخبرة اللازمة في كيفية التعاطي مع هذه المواقع، وقد ساعدتهم ذلك في عملية ضبط السلوك اتجاه كل ما ينشر ورسم معالم واضحة لطبيعة العلاقات المكتسبة.

خاتمة

خاتمة:

إن معرفة أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية استدعى منا استخدام جميع المفاهيم والمؤشرات البحثية في الفصول النظرية، بالإضافة إلى نتائج الدراسة الميدانية التي كشفت طبيعة هذا التأثير في ظل استخدامات أفراد الأسرة بتغنيف ولاية معسكر لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة من ذلك. لكن قبل التطرق إلى هذا الأثر، لا بد من العودة إلى أهداف هذه الدراسة والتي تمثلت في سعينا إلى معرف حاجات ودوافع استخدام الأسرة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة من ذلك، وكذا الأثر المرجو من هذا الاستخدام والإشباع، أيضا معرفة طبيعة العلاقات الأسرية في ظل الإقبال الكبير على هذه المواقع، بحيث اعتمدنا على خطة بحثية تكونت من ثلاثة إطارات وهي: الإطار المنهجي، الإطار النظري ثم الإطار التطبيقي.

بالنسبة للإطار المنهجي تطرقنا إلى مشكلة الدراسة وفرضياتها، ثم إلى أسباب اختيار الدراسة وأهدافها وأهميتها، ثم استعرضنا بعدها مختلف الدراسات التي تناولت موضوع الأسرة وشبكات التواصل الاجتماعي، بعد ذلك تناولنا منهج الدراسة وأدواتها البحثية، ثم أنهينا هذا الجانب بتحديد مجتمع البحث وعينته. وقد ساعدنا هذا الإطار في تحقيق أهداف هذه الدراسة من خلال توضيح تلك الآثار المترتبة عن استخدام أفراد الأسرة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي، كما أننا استطعنا من خلال هذا الجانب من الدراسة تحديد مشكلة البحث بدقة، ثم من اختيار المقاربة النظرية المناسبة والمتمثلة في الاستخدامات والإشباع التي يمكن من خلالها تفسير هذه الظاهرة، لنرطرح بعدها التساؤل العام التالي: ما أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في دائرة تيغنيف من خلال الإشباع المحققة؟

للإجابة على هذا التساؤل تطرقنا في الفصل الأول إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث يشكل هذا المدخل اتجاها جديدا في أبحاث الاتصال بعيدا عما كان سائدا من قبل بأن الجمهور يتأثر تأثيرا مباشرا بالمضامين التي تقدمها وسائل الإعلام. وعليه قدمنا أهم التعاريف المتعلقة بهذه النظرية، ثم قمنا بعرض أهم المحطات التاريخية التي مر بها مقرب الاستخدامات والإشباع ابتداء بالمرحلة الوصفية، ثم المرحلة التطبيقية، وصولا إلى المرحلة التفسيرية. أوضحنا في هذا الفصل أهداف هذه النظرية التي يمكن تلخيصها في السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وشرح دوافع التعرض لوسيلة معينة. لقد ساعدتنا الدراسات التي قام بها الباحثون في مدخل الاستخدامات والإشباع في فهم وتحليل العلاقة التي تربط بين الأسرة واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومن أبرزها الدراسة التي قام بها كاتز Kats حيث يرى أن الفرد يتخذ قراره باستخدام وسيلة إعلامية دون الأخرى يكون وفقا لحاجاته وإشباعاته، وعليه فإن هذا الطرح يمكن اسقاطه على واقع الأسرة اليوم، إذ نجد أن الحاجات التي تتولد لدي الأب والأم والأبناء تدفعهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإشباعها.

أما في الفصل الثاني من الدراسة فقد تم تحديد أولا: المفاهيم المتعلقة بالأسرة وخصائصها ووظائفها وعرض أشكالها المختلفة، ثانيا: وضع تعريفات لشبكات التواصل الاجتماعي والخصائص المميزة لها، ثالثا: محاولة فهم العلاقة بين الأسرة وشبكات التواصل الاجتماعي من خلال التعرف على الانعكاسات النفسية والاجتماعية الناتجة عن هذا الاستخدام،

بالإضافة إلى تسليط الضوء على طبيعة العلاقات بين الأب والأم والأبناء في ظل هذا الاستخدام.

بناء على الفصول السالفة الذكر، حاولنا في المرحلة التطبيقية للدراسة عرض النتائج الكمية المنبثقة من عملية تفريغ البيانات التي تحصلنا عليها باستخدام تقنيتي الاستبيان والملاحظة بالمشاركة، بغية تبيان أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من خلال الإشباع المحققة، ذلك أن رغبة الباحث في معرفة المسارات التي تأخذها هذه العملية لا يمكن أن تتحقق دون تحليل لطبيعة هذه الحاجات والإشباع من جهة، ومن جهة أخرى طبيعة العلاقة بين أفراد الأسرة (الأب، الأم، الأبناء) في ظل الاقبال على هذه المواقع ثم استخلاص أثر هذه الحاجات والإشباع على العلاقة.

لقد كشفت نتائج الدراسة التحليلية في المحور الأول أن فئة المراهقين والشباب ذوي المستوى الجامعي هم الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي لأنها الفئة الأكثر تحكما واقبالا ومعرفة بالتقنية التكنولوجية. بالنسبة للمحور الثاني الخاص بعادات وأنماط استخدام الأسرة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي فقد أظهرت النتائج أن مواقع (فيسبوك، يوتوب، أنستغرام، تويتر) تقبل عليها بنسبة كبيرة فئة المراهقين والشباب ذوي المستوى الجامعي وخاصة الإناث منهم. وهذا يدل على الشعبية العارمة لهذه المواقع وسهولة الولوج إليها. فيما يخص محور حاجات ودوافع استخدام الأسرة الجزائرية لمواقع التواصل أكدت نتائج الدراسة أن فئة الشباب والمراهقين لها دوافع أكثر في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بغرض الاسترخاء والترفيه والحصول على المعلومات والدراسة. بالنسبة للمحور الأخير الخاص بتطورات العلاقة بين أفراد الأسرة بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فقد أظهرت الدراسة أن الزوجان يستخدمان مواقع التواصل الاجتماعي للبقاء على تواصل دائم فيما بينهما، في حين أن تحسن المستوى التعليمي ساعد الوالدي على تكوين الوعي بمخاطر الاستخدام السيء لهذه المواقع.

هذه النتائج التي توصلنا إليها ساهمت في تبيان أهم الحاجات والإشباع التي تتحقق لأفراد الأسرة الجزائرية جراء استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى أنها ساعدت على الكشف عن أثر هذا الاستخدام بعد تحقق الإشباع. وبشكل عام لاحظنا من خلال هذه الدراسة أن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية يختلف وفق عدة متغيرات، لعل أبرزها المستوى الدراسي لأفراد الأسرة وطبيعة العلاقة بينهم. في الأخير توصل الباحث إلى مجموعة من المقترحات، يمكن اختصارها في النقاط التالية:

- لا بد من إجراء أبحاث أخرى لمعرفة طبيعة الأثر في ظل تطور العلاقات الاجتماعية.
- إن إضافة متغيرات جديدة لهذه الدراسة مثل المجموعات Groupes، الدردشة Discussions، من شأنه تحسين النتائج وفتح آفاق بحثية أخرى.
- يمكن إضافة تقنية المقابلة البؤرية Focus group، التي ستساعد الباحثين في إثراء الرصيد المعرفي في هذا النوع من البحوث.
- وأخيرا تفتح هذه الدراسة الطريق للعديد من الأبحاث في مجال الأسرة في ظل تطور تقنيات الاتصال التي تتميز بسرعة التكيف معها وخلوها من التعقيدات.

- للوصول إلى نتائج أفضل في مثل هذا النوع من الدراسات لابد من إقحام المنهج الإثنوغرافي الذي يساهم في إمكانية تغلغل الباحث في معالم الأسرة والتدقيق في العلاقة بين أفرادها.

قائمة المصادر

والمراجع

(1) الكتب:

1. الحاج كمال، نظريات الاعلام والاتصال، دمشق: الجامعة الافتراضية السورية، 2020.
2. الخشاب مصطفى، دراسات في علم الاجتماع العائلي، بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1985.
3. الدليمي عبد الرزاق، دراسات وبحوث في الإعلام، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015.
4. الدليمي عبد الرزاق، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015.
5. العبد الله مي، نظريات الاتصال، بيروت: دار النهضة العربية، 2010.
6. أنجريس موريس، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث في العلوم الإنسانية - تدريبات علمية-، الجزائر: دار القصة للنشر، ط2، 2010.
7. أولجا جودي، سبيليوكاميرتس، بارث، ترجمة أحمد صلاح، الإعلام البديل، القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2009.
8. البرنشاوي عبد السيد، تنظيم الأسرة اقتصاديا، اجتماعيا، دينيا وطرق تنظيم النسل، دار الفكر العربي، دون تاريخ، ص 7.
9. بالنافز مارك وآخرون، تر: عاطف حطيبة، نظريات ومناهج الاعلام، القاهرة: دار النشر للجامعات، 2017.
10. بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، القاهرة: عالم الكتب، 2008.
11. بن ابراهيم الشاعر عبد الرحمان، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، الأردن، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015.
12. بن عبد الرحمان الحضيف محمد، كيف تؤثر وسائل الاعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، 1998.
13. بوحوش عمار، الذنبيات محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد المذكرات، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2007.
14. تركي رابح، أصول التربية والتعليم، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1982.
15. التيجاني ثريا، القيم الاجتماعية والتلفزيون في المجتمع الجزائري، الجزائر: دار الهدى، 2011.

16. جبر مؤمن، عبد اللطيف مروى، تطبيقات نظريات الاتصال الاجتماعي، القاهرة: المكتب المصري للتوزيع، 2016.
17. حجاب محمد منير، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط3، 2000.
18. خولي سناء، الأسرة والحياة العائلية، بيروت: دار النهضة العربية، 1984.
19. درويش اللبان شريف، تكنولوجيايات الاتصال -المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005.
20. رمضان السيد، مدخل في رعاية الأسرة والطفولة، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1990.
21. زايد أحمد وآخرون، الأسرة والطفولة، مصر: دار المعرفة الجامعية، 1998.
22. زهران سناء حامد، الصحة النفسية والأسرة، القاهرة: عالم الكتب، 2011.
23. سالي رمضان عبد المنعم، الفضائيات وتأثيرها الإعلامي، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2015.
24. سلمان المشهداني سعد، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2010.
25. سيد أحمد منصور عبد المجيد ، الشربيني زكرياء أحمد، الأسرة على مشارف القرن 21: الأدوار، المرض النفسي، المسؤوليات، القاهرة: دار الفكر العربي، 2000.
26. عبادة مديحة أحمد، علم الاجتماع العائلي المعاصر، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011.
27. عبد الحميد صلاح، الاعلام وثقافة الصورة، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2013.
28. عبد الحميد محمد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، ط3، 2010.
29. عدلي العبد عاطف، عاطف العبد نهى، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 2011.
30. عزت هبة رؤوف، الأسرة ومشكلاتها، مصر: دار المعارف، 1967.
31. عمر الحسيني أماني، الدراما التلفزيونية وأثرها في حياة أطفالنا، القاهرة: عالم الكتب، 2005.
32. غيث محمد عاطف، قاموس علم الاجتماع، مصر: الهيئة العامة المصرية للكتاب، 1979.
33. فريدمان توماس، العالم مسطح: تاريخ موجز للقرن الواحد والعشرون، ترجمة عمر الأيوبي، بيروت: دار الكتاب العربي، 2006.
34. فريديريك معتوق، معجم العلوم الاجتماعية، لبنان: أكاديميكا، 1993.

35. قطوش سامية، **عولمة الاتصال**، الجزائر: دار الخلدونية، 2017.
36. ماتلار أرمان، تر: نصرالدين العياضي، الصادق رايح، **تاريخ نظريات الاتصال**، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005.
37. مبارك الكندري أحمد محمد، **علم النفس الأسري**، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط2، 1996.
38. محمد جابر نجلاء، **دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري**، الأردن: دار المعزز للنشر والتوزيع، 2015.
39. محمد عبد الحميد صلاح، **الإعلام الجديد**، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2012.
40. محمد عفيفي عبد الخالق، **بناء الأسرة والمشكلات الأسرية المعاصرة**، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2011.
41. محمد محمد يوسف، **النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والإلكترونية**، القاهرة: دار الكتاب الحديث، ط2، 2015.
42. مكايي حسن عماد، ليلي حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط11، 2014.
43. نخلة أشرف سعد، **الأسرة وتحديات العصر**، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2011.
44. الوحيشي أحمد بيري، **الأسرة والزواج: مقدمة في علم الاجتماع العائلي**، طرابلس: الجامعة المفتوحة، 1998.
45. وصفي عاطف، **الانثروبولوجيا الاجتماعية**، القاهرة: دار المعارف، ط2، 1985.
46. وطفة علي أسعد، **علم الاجتماع التربوي**، سوريا: منشورات جامعة دمشق، 1993.
47. يوسف كافي مصطفى، **الرأي العام ونظريات الاتصال**، عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2014.

2) المعاجم والقواميس:

48. ابن منظور، **لسان العرب**، دار الفكر، المجلد الأول.
49. الباشا محمد الكافي، **معجم عربي حديث**، لبنان: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، 1992.
50. غيث محمد عاطف، **قاموس علم الاجتماع**، مصر: الهيئة العامة المصرية للكتاب، 1979.
51. مصطفى ابراهيم وآخرون، **المعجم الوسيط**، دار الدعوة، مجمع اللغة العربية، ط4، الجزء1، 2004.
52. نخبة من أساتذة قسم علم الاجتماع بجامعة الاسكندرية، **المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية**، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

3) الملتقيات والمجلات العلمية:

53. بريقل هاشمي، "التحضر والأسرة الجزائرية"، مجلة الخلدونية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر: جامعة ابن خلدون تيارت، العدد7، ديسمبر 2014.
54. بن ورقلة نادية، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي"، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 5، العدد 11، 2013.
55. زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، جامعة عمان: العدد 15، 2006.
56. علي الموسوي إبراهيم، "نظريات التأثير الإعلام التقليدية و"النيوميديا" -دراسة حالة فوز دونالد ترامب 2016-"، مجلة الحداثة، العدد 199-200، ربيع 2019.
57. لقلوق رقية، ياسين قرناني، "مواقع التواصل الاجتماعي والعزلة الاجتماعية من وجهة نظر مستخدمي موقع فيسبوك"، مجلة العلوم الاجتماعية، الجزائر: جامعة سطيف2: المجلد16، العدد1، 2022.
58. تفرقنيت عبد الكريم، "مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات والسلبيات دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، الجزائر: منشورات جامعة البليدة2، العدد 15، 2016.

4) الرسائل الجامعية:

59. بركات نوال، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية - دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين-، أطروحة دكتوراه، الجزائر: جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2016.
60. بوخلوه عبد الحفيظ، التواصل عبر الموقع الاجتماعي (فيس بوك) وعلاقته بالاغتراب الأسري، دراسة ميدانية لعينة من الأسر المستخدمة للفيسبوك بحي 24 فيبرابر (لاسيليس) بمدينة ورقلة، أطروحة دكتوراه، الجزائر: جامعة البليدة 02، 2015.
61. بن زيان محفوظ، الأسرة والوعي التربوي -تطور وتعامل الأسرة الجزائرية مع المدرسة، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2001.
62. دوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الأسرية - دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين-، أطروحة دكتوراه، الجزائر: جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2016.

63. شريف جمال، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة المسيلة أنموذجاً، أطروحة دكتوراه، الجزائر: جامعة عمار ثلجي الأغواط، 2021.
64. صراوي نادية، المحددات السوسولوجية لأساليب التنشئة الاجتماعية في الأسرة الجزائرية - دراسة ميدانية لعينة من الأسر بالجزائر العاصمة-، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006.
65. عبدلي أحمد، مستخدمو الانترنت، رسالة ماجستير، الجزائر: جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2003.
66. علاق أمينة، استخدامات وإشباعات النخب لتكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، الجزائر: جامعة قسنطينة3، 2018.
67. منصر خالد، علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة باتنة-، رسالة ماجستير، الجزائر: جامعة الحاج لخضر -باتنة-، 2012.
68. نريمان نומר مريم، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية - دراسة عينة من مستخدمي موقع فيسبوك بالجزائر، رسالة ماجستير، الجزائر: جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012.
69. هادف نورالدين، التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال: الاستخدامات والإشباعات دراسة حول استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في وسائل الاعلام الجزائرية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2008.

(5) المراجع الأجنبية:

70. Asma Ali Alolyan, **The perceived impact of the internet on family and social relations in the Kingdom of Saudi Arabia**, A thesis of the Doctor in Philosophy, Faculty of Health, Psychology and social care The Manchester Metropolitan University, November 2015.
71. Blumler Jay, Mcquail Denis, **television in politic : Its user and influenc**, Chicqgo : Univercity of Chicago press : 1980.
72. Boutefnouchet Mustapha, **La famille Algérienne , évolution et caractéristiques**, sncd, Alger, 1980.
73. Dumont (J) et VAN Dooren (ph), **La sociologie**, dictionnaire Marabout Université, 3 tomes Belgique, Verviers, pressz de Gerard 1972.
74. Emilio WILLIAIMS, **Dictionnaire de sociologie**, ed M.Rivière, Paris, 1970.

75. Esmail Hassan, et al, **social media and its impact on family relationships in cairo, egypt**, International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT), Volume 8, Issue 10 October 2020.
76. Fortuna Procentese, et al, **Families and Social Media Use: The Role of Parents' Perceptions about Social Media Impact on Family Systems in the Relationship between Family Collective Efficacy and Open Communication**, International Journal of Environmental Research and Public Health, v.16(24), 2019 Dec, P2
77. Heba Shafik Ibrahim Mohamed, et autre, **Family Relationships among Users and Non Users of Social Media**, American Journal of Nursing Research, 2018, Vol. 6, No. 6.
78. Kellerhals (Jean), **Micro-sociologie de la famille, Que sais-je**, Presse universitaire de France, 1984.
79. Mcquail Denis, Windahl Signitzer, **Communication models**, London : Langman, 1998

6) المراجع الإلكترونية:

80. نصرالدين العياض، التفكير في عدة التفكير: مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والإشباع في

البيئة الرقمية، مركز الجزيرة للدراسات، بتاريخ: 2022/10/31، على الساعة: 19:14،

<https://studies.aljazeera.net/ar/article/4876>

81. Amy Y. Chou, David C. Chou, **Information System Characteristics and Social Network Software**, www.swdsi.org/swdsi2009/Papers/9K02.pdf
82. Danah M. Boyd, Nikole B. Ellison, **Social network site : Definition, history and scholar ship** ; Journal off mediated communication, vole 13, issue 1, 2007, p2. Available on : <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full> visit of 15/10/2022 at 22:43
83. Manoj Kumar, **Types of Family in Sociology: Functions**, date of publication: 27 June 2021, Date of visit: 15/11/2022 at: 00:40, Link: <https://getuplearn.com/blog/types-of-family-in-sociology/#compound-family>.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

عنوان الأطروحة :

مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية في الجزائر
دراسة على عينة من الأسر بولاية معسكر تغنيف

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

في إطار التحضير لأطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الموسومة بـ : مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية في الجزائر: دراسة على عينة من الأسر ببلدية تغنيف ولاية معسكر. أقدم لكم هذه الإستمارة من أجل إتمام الدراسة الميدانية ، و عليه نرجو منكم التعاون معنا بالإجابة الدقيقة والموضوعية على ما تتضمنه الاستمارة من اسئلة ونتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات المدلى بها واستعمالها في أغراض علمية فقط. نشكركم على تعاونكم

إشراف:

أ.د مالفى عبد اقادير

إعداد الباحث:

يحياوي سيد أحمد

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس: ذكر أنثى

2- السن: أقل من 15 من 16 - 30 من 31 - 50 أكثر من 50

3- الموقع في مكونات الأسرة: الأب الأم الابن البنت

4 - المستوى الدراسي: جامعي ثانوي متوسط ابتدائي

غير ممتدرس

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي.

1- هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

2- في حالة الإجابة بـ نعم: ما هي شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها دائما؟

تويتر يوتوب فيس بوك إنستغرام

3- منذ متى وأنت تستخدم هذه المواقع؟

سنة سنتين 3سنوات أكثر من 3 سنوات

4- هل تستخدم هذه المواقع بحساب وهمي أم حقيقي؟

.....

5- ماهي الوسائل التي تستخدمها للإبحار عبر هذه المواقع؟

الهاتف الذكي اللوح الإلكتروني الكمبيوتر

6- ماهي الأوقات المفضلة لك للإبحار عبر هذه المواقع؟

الفترة الصباحية فترة الظهيرة الفترة المسائية الفترة الليلية

7- ماهي الأماكن التي تفضل فيها الإبحار عبر هذه المواقع؟

المنزل أماكن العمل أماكن الدراسة الأماكن العامة

8- كم هو مقدار الوقت الذي تقضيه في الإبحار عبر هذه المواقع؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من 3 ساعات

المحور الثالث: حاجات ودوافع استخدام أفراد الأسرة لمواقع التواصل الاجتماعي.

9- ماهي دوافعك لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

الاندماج والتفاعل الاسترخاء والترفيه الحصول على المعلومات

تنمية ثقافتك في عدة ميادين الدراسة والبحث العلمي العلاقات الاجتماعية

البحث عن الاعلانات التجارية التفاعل مع الاعلاميين وشخصياتك المفضلة

أخرى أذكرها

10- هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لتساعدك على اثراء مواضيع النقاش داخل الأسرة؟

دائماً أحياناً نادراً

11- في حالة الإجابة بـ دائماً : ما طبيعة هذه المواضيع؟

ثقافية
 دينية
 سياسية
 اقتصادية
 علمية

المحور الرابع: الإشباع التي تتحقق لأفراد الأسرة عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

12- هل ساهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في رفع رصيدك المعرفي حول مختلف القضايا؟

نعم لا

13- هل ساهت شبكات التواصل الاجتماعي في اكسابك أصدقاء جدد؟

نعم لا

14- في حالة الإجابة بـ نعم: هل تعتبرهم:

تعويض عن أصدقاء الواقع
مجرد صداقات جديدة
المساعدة في الخروج من عزلة الأسرة

15- هل تعتقد أن استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي ساهم في :

احساسك بالراحة تشبثك بالقيم الدينية والثقافية لوطنك

التعبير عن قناعاتك الشخصية المشاركة والتفاعل مع الشخصيات المشهورة

عدم حاجتك لمصادر المعلومات الأخرى معرفة أحوال العالم

معرفة أحول السوق

المحور الخامس: تطورات العلاقة بين أفراد الأسرة بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

16- كيف تطورت العلاقة بين الزوجين بعد الاستخدام ؟ (سؤال للوالدين).

معارض	محايد	موافق	العبارات
			أصدقاؤك في شبكات التواصل الاجتماعي بديل عن وقت الفراغ الذي يتركه الطرف الآخر
			تتيح لك شبكات التواصل الاجتماعي التعبير عن آرائك ومشاعرك أفضل من الطرف الآخر
			انشاءك حساب مزدوج على شبكات التواصل الاجتماعي مع الطرف الآخر أفضل للعلاقة الزوجية
			الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من الطرف الآخر أفقدك الثقة في العلاقة الزوجية
			افشاءك الاسرار عبر شبكات التواصل يؤدي إلى افساد علاقتك الزوجية
			ادمانك على شبكات التوصل الاجتماعي يؤدي الى تجاهلك واهمالك للطرف الآخر وهو ما يؤدي الى افساد العلاقة الزوجية
			ابتعادك في بعض الأحيان عن شبكات التوصل الاجتماعي أدى بك إلى الاشتياق للطرف الآخر

معارض	محايد	موافق	العبارات
			استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في حياتهم العلمية
			لكي يستطيع الوالدين حماية الأبناء من مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي لابد عليهما من المراقبة الدائمة لنشاطاتهم عبر الشبكة
			في معظم الأحيان لا تأثر شبكات التواصل الاجتماعي في الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الوالدين
			عدم اهتمام الوالدين بشؤون الأسرة يؤدي بالأبناء إلى الهروب نحو شبكات التواصل الاجتماعي
			صداقة الوالدين مع الأبناء في شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي إلى زيادة التماسك والتكامل
			الاستخدام الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الابناء يؤثر في قيم العائلة

الملاحق

			منع الأبناء من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي الى توطيد العلاقة داخل الأسرة
--	--	--	---

- 17- كيف تطورت العلاقة بين الزوجين والأبناء بعد الاستخدام: (سؤال للوالدين)
 18- كيف تطورت العلاقة بين الأبناء وأفراد الأسرة بعد الاستخدام: (سؤال للأبناء).

معارض	محايد	موافق	العبارات
			استخدامك شبكات التواصل الاجتماعي أبعدك عن أفراد الأسرة
			تفضل البوح بأسرارك لأصدقائك الافتراضيين أفضل من أفراد الأسرة
			الوقت الذي تقضيه في شبكات التواصل الاجتماعي أقل من الوقت الذي تقضيه مع أفراد الأسرة
			تفاعل مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي يعتبر بديلاً عن المحادثات مع أفراد الأسرة
			الفراغ العاطفي الذي يتركه أفراد الأسرة يجعلك تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي معظم الوقت
			علاقتك مع أفراد الأسرة تكون جيدة إذا كان معظمهم يتفاعل معك عبر شبكات التواصل الاجتماعي
			استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عرفك بالقيم العائلية وأهمية العلاقة الأسرية