

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ أحمد سالم - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الخامس والستون - الجزء الثاني - رمضان ١٤٤٤هـ - أبريل ٢٠٢٣ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- ٦٧٩ ■ **توظيف ممارسي العلاقات العامة لتطبيقات الإعلام الجديد في إدارة السمعة الإلكترونية - دراسة ميدانية مقارنة على المنظمات العاملة في القطاع الحكومي والخاص بالمملكة العربية السعودية**
أ.م.د/ نهى السيد أحمد ناصر
- ٧٤٣ ■ **فاعلية برنامج تعليمي مدمج لتنمية الجوانب المعرفية والمهارية والدافعية للإنجاز لدى طلاب الإعلام التربوي في إنتاج مشروعات التخرج**
أ.م.د/ دعاء فكري عبد الله محمود- أ.م.د/ سكرة على حسن البريدي
- ٧٩٧ ■ **معالجة الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية لموضوعات التغيرات المناخية «دراسة تحليلية في ضوء مؤتمر المناخ COP 27»**
أ.م.د/ سحر عبد المنعم محمود الخولي
- ٨٧٧ ■ **واقع الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية- دراسة تحليلية من المستوى الثاني في الفترة (٢٠١٨-٢٠٢٢)**
أ.م.د/ وليد العشرى إبراهيم علي
- ٩٤٧ ■ **دور الصحف الإلكترونية المصرية في التثقيف بالتغذية العلاجية- دراسة حالة لصفحة (صحة وطب) بموقع اليوم السابع**
د/ محمد فرغلي عطا أحمد
- ٩٩١ ■ **التماس الجمهور للمعلومات حول تحديات الاقتصاد المصري عبر الصحافة الرقمية وعلاقته بإدراكه لها**
د/ سحر أحمد غريب محمد

■ الأطر الإخبارية للحرب الروسية الأوكرانية في الصحافة العربية-
١٠٤١ بالتطبيق على صحيفة الأهرام المصرية والشرق الأوسط السعودية
نموذجاً د/ أنغام مجدي سليمان

■ سيميولوجية تناول قضايا المرأة المطلقة في الدراما التلفزيونية- دراسة
١١٣٧ حالة: مسلسل فاتن أمل حربي
د/ هاجر شعبان سعداوي

■ استخدامات الأسرة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها
١١٨٩ بالترابط الأسري
لينا جميل عليان الجلوسي

■ Consumers' Attitudes Towards Augmented Reality Advertising
١٢٥٥ as Compared to Traditional Media Advertising
Dr.Nesrin El-Sherbini

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة يونيو 2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	7	2536- 9393	2735- 4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 914X	2682- 4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9158	2682- 4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9131	2682- 4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110- 5836	2682- 4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735- 3796	2735- 377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	7	1110- 5844	2682- 4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	7	2356- 9891	2682- 4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110- 9297	2682- 292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314- 8721	2314- 873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الاتصال	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	7	2536- 9237	2735- 4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالى للإعلام بالشروق	6.5	2357- 0407	2735- 4016

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر في هذه المجلات.

بحث مستل من رسالة الماجستير

استخدامات الأسرة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالترابط الأسري

- **The Saudi family's uses of social media
and its relationship to family bonding**

● لينا جميل عليان الجلسي

● باحثة ماجستير بقسم الإعلام-كلية الآداب- جامعة الملك فيصل

Email: lina_alja@hotmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقة الزوجية لدى المتزوجين في المملكة العربية السعودية، ومعرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي، بالإضافة إلى التعرف على اتجاهات عينة الدراسة نحو الانحرافات الأخلاقية على مواقع التواصل الاجتماعي.

وتمثلت مشكلة الدراسة في البحث عن طبيعة استخدامات الأسر السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقة ذلك بوجود الترابط الأسري أو عكسه. وتم استخدام المنهج الوصفي، على عينة بلغ قوامها (150) مفردة عن طريق الاستبانة الإلكترونية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها:

أن غالبية أفراد الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع معرفة الأخبار، وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً هو «سناپ شات»، وغالبية أفراد الدراسة أحياناً ما يقلُّ تفاعلهم مع شريكهم بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة بلغت (44.7%)، بالإضافة إلى موافقة غالبية أفراد الدراسة بمشاركة شريكهم بما يشاهدونه على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة بلغت (46%)، كما أنَّ غالبية أفراد الدراسة لا يفضلون قضاء وقت أطول على مواقع التواصل الاجتماعي من الوقت الذي يقضونه مع العالم الواقعي، وذلك بنسبة بلغت (59.3%).

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات والإشباعات- مواقع التواصل الاجتماعي- الترابط الأسري.

Abstract

The study aimed to identify the impact of the motives for using social media on the nature of the marital relationship of married couples in the Kingdom of Saudi Arabia, and to know the impact of social media on marital compatibility, in addition to identifying the attitude of the study sample towards moral deviations on social media. The problem of the study was to search for the nature of Saudi families' use of social media and its relationship to the existence of family This has to do with the existence of a family bond or its opposite. The descriptive approach was used, on a sample of (150) individuals using an online survey. The study reached several results, the most important of which are: The majority of the study members use social media out of knowledge of news, and the most used social media is Snapchat. And the majority of study individuals sometimes have less interaction with their partner after using social media, at a rate of (44.7%), in addition to the approval of the majority of study members with their partners to share and participate in what they are seeing on social media, at a rate of (46%), the majority of study individuals do not prefer spending more time on social media than the time they spend with the real world, with a percentage of (59.3%).

Keywords: uses and gratifications- social networking sites- family bonding.

منذ أن دخلت التكنولوجيا حياة البشر، أصبح العالم قرية كونية صغيرة لا تحكمها قيود الزمان ولا المكان، فسهل على الناس تداول ونشر الأيديولوجيات والأفكار التي منها الصالح ومنها المضل، وخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي التي تُعد من ثمار الإعلام الرقمي، كما انشغل الناس عن الحياة الاجتماعية الواقعية، واتجهوا نحو التكنولوجيا؛ لأنها أكثر جذباً وأقل تكلفة، وتسهم في خلق علاقات اجتماعية في الفضاء الإلكتروني الافتراضي، وهو ما يسمى بالتواصل الاجتماعي الشبكي، الذي أحدث تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الناس، وتُعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت من أحدث تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية، وقد استطاعت على اختلاف أسمائها وأنواعها، أن تغير عاداتنا اليومية وتبدل نمط حياتنا، وأصبحت الأسر اليوم في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على اهتمامهم، وأخذ كثيراً من وقتهم؛ الأمر الذي أثر على عمليات التواصل والحوار داخل الأسرة، إذ لوحظ إقبال أفراد المجتمع على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في علاقتهم الأسرية والاجتماعية، وهذا أدى إلى نقل ثقافات العالم وأصبحت الأجيال تتشبع بهذه الثقافات؛ مما يؤثر على طرق وأساليب الحوار داخل الأسرة، وبحسب دراسة (kimeto, 2016)⁽¹⁾ التي أوضحت أن وسائل التواصل هي سيف ذو حدين، إذ ينبغي أن يستخدمه الأفراد المتزوجون بعناية، فهي تعمل كمحفز؛ لتعزيز النجاح الزوجي لأولئك الذين يستخدمونه بشكل جيد في زواجهم، وينشرون استراتيجيات سليمة لعلاقة البيت، ومن ناحية أخرى فإنه قد يصعد من فشل الزوجات غير المبنية على الثقة والالتزام، ومن هنا فقد جاءت هذه الدراسة بعنوان: "استخدامات الأسرة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالترابط الأسري"، حيث تُعد الأسرة النواة الأساسية في بناء المجتمع، فعليها تتقدم المجتمعات وتزدهر،

فالأسرة السوية التي قوامها الحب والاحترام والتفاهم مصدر خصب لنشء صالح، يسهم في تنمية المجتمع وتطوره، وقيادة مستقبه نحو الأمن الشامل والاستقرار.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات التي أجريت لاستخدامات الأسرة العربية والسعودية لمواقع التواصل الاجتماعي:

1- دراسة (سكينة محمود التهامي، 2022) ⁽²⁾ بعنوان: "تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية"، وهدفت إلى التعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة الواحدة وما يمكن أن تحدثه من تباعد وتفكك أسري، ومعرفة طبيعة وأهداف شبكات التواصل الاجتماعي وأهم أشكالها المتداولة في مجتمع الدراسة، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح متبعة أسلوب المسح الشامل، تم استخدام أداة الاستبانة كأداة أساسية لجمع المعلومات على عينة قوامها (88) مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: أن (28.4%) يرون أن هذه المواقع عند استخدامها لها جعلتهم يبتعدون عن أسرهم، وكانت نسبة منهم وصلت (14.8%) إلى أنهم لم يجلسوا مع أسرهم ويستمعوا إلى مشاكلهم الخاصة، وقد أجاب (34.1%) من المبحوثين بأن سبب استخدامها لهذه المواقع هو معرفة ومتابعة مستجدات الأخبار وما يحصل في العالم، ومنهم من رأى أن استخدامها هو لأجل التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (22.7%)، و(20.5%) لأجل الترفيه والتسلية.

2- دراسة (منال إلياس، 2021) ⁽³⁾، بعنوان: "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأسرة المسلمة"، والتي هدفت إلى التعرف على وسائل التواصل الاجتماعي، والآثار المترتبة على الأسرة المسلمة نتيجة تعرض أفرادها لهذه الوسائل، والطرق والأساليب التي يجب اتباعها للحد من الآثار السلبية لهذه الوسائل، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، والأسلوب المقارن؛ لمقارنة النصوص الإسلامية مع القوانين والاتفاقيات الدولية، وتم استخدام أداة الاستبانة على عينة عشوائية قوامها (100) مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها ما يلي: 87% من المبحوثين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، انحسار الحوار والترابط داخل الأسر لانشغال أفراد الأسرة

بالتواصل عبر الوسائط، وذكر 54% من المبحوثين أن التعرض لهذه الوسائط قلل من الحوار والترابط الأسري.

3- دراسة (إسراء سامي، 2021)⁽⁴⁾، بعنوان: "استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية- دراسة ميدانية"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وأداة الاستبانة لعينة قوامها (440)، مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: يوجد انعكاس كبير على علاقة المرأة بأسرتها، والتي تجمع بين الإيجاب والسلب، فمن الجزء الإيجابي: أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي جعل التواصل سهلاً مع أفراد الأسرة المقيمين بعيداً عن بعضهم البعض بالتالي تقوية علاقتهم، ومن الجزء السلبي: أن حضورهم في التجمعات العائلية بدأ يقل؛ بسبب استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن دوافع الاستخدام هي لغرض التواصل مع الأصدقاء، والترفيه، وإشباع الرغبة في الحصول على المعلومات التي تفيدها، وللتسوق والعمل.

4- دراسة (هناء هولي وراضية غيبور، 2020)⁽⁵⁾، بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالحوار الأسري- الفيس بوك نموذجاً- دراسة ميدانية على طلبة جامعة جيجل-تاسوست"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد الأسرة، والكشف عن العلاقة بين زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة الاتصال غير اللفظي، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأداة الاستبانة على عينة قوامها (45) مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: أن غالبية المبحوثين يقرّون بأن الحوار داخل الأسرة يساعدهم على حل مشاكلهم أكثر من الفيس بوك، وأنهم يخصصون وقتاً للحوار مع أفراد الأسرة أكثر من الفيس بوك، وأنهم راضون عن طريقة التحوار مع أفراد الأسرة.

5- دراسة (منال محمد، 2019)⁽⁶⁾، بعنوان: "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بمدينة الرياض"، هدفت الدراسة للكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية

والأسرية لدى الطلبة، والتعرف على دوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على الواقع الفعلي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي لعينة عشوائية من الجمهور قوامها (315) من طلاب وطالبات الجامعة؛ من خلال أداة الاستبانة، وتوصلت نتائج البحث إلى أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يتم استخدامها هي الواتس آب؛ بنسبة (7.98)، تلاها الانستغرام (2.83)، ومن ثم تويتر (4.71)، والفيس بوك (6.47) من أفراد العينة، وأن (4.32) من طلبة الجامعة يمضون خمس ساعات فأكثر في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأن الفترة المفضلة لديهم في استخدام تلك الوسائل هي الفترة المسائية بنسبة (4.52)، وأن استخدام وسائل التواصل يعيق عمل الطلبة بنسبة (4.45) في حين رأى (6.54) منهم أنه لا يعيق العمل، ودلت النتائج أن هناك تبايناً في مدى تأييد كل من الأب والأم والأخوة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأظهرت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي لها أثر كبير على الحياة الاجتماعية حيث بلغ المتوسط الحسابي (47.3)، في حين كان أثرها منخفضاً على العلاقات الأسرية.

6- دراسة (اسعداني سلامى وفقيري ليلي، 2019) (7)، "التفاعل الاجتماعي في الفضاء السيبراني وانعكاسه على القيم والعلاقات الأسرية"، وهدفت الدراسة للكشف وتحليل التغيرات التي طرأت على القيم والعلاقات الأسرية داخل الأسرة الجزائرية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وأداة الاستبانة، لعينة من الأسر قوامها (50) أسرة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج؛ أهمها: أن نسبة 38% من عينة الدراسة يتجهون إلى أن الإنترنت لا يؤثر على علاقة الفرد بأسرته، في حين أعرب 62% منهم أن المجتمعات الافتراضية تؤثر على علاقات الفرد بأسرته، و62% من أفراد العينة يقضون وقتاً أطول مع معارفهم وأصدقائهم في العالم الافتراضي أكثر من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم؛ في ظل الضغوطات والتوترات التي يعانيها الأفراد في حياتهم الواقعية، وبالتالي سيكون هذا العالم هو البديل للتخلص من المشاكل الحياتية التي يعانيها، وعليه يعتبر الفضاء الرمزي إطاراً جديداً للعلاقات الاجتماعية، في حين أشار 38% منهم بأنهم يقضون وقتاً

أطول مع عائلاتهم، فهم يرون الجو العائلي يوفر مجالاً أوسع للنقاش وتبادل الآراء والأفكار، والخوض في المسائل الأسرية، واقتراح حلول لها.

7- دراسة (نجاته عبدالله، 2018) ⁽⁸⁾، بعنوان: "النهم الاستهلاكي لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب الأسري مقارنة في مفهوم الاعتدال بين الأسرتين السعودية والمصرية"، وهدفت الدراسة إلى تحديد وضبط النهم الاستهلاكي لمواقع التواصل الاجتماعي، وإجراء مقارنة بين انعكاسات النهم الاستهلاكي لمواقع التواصل بين مصر والسعودية، واستخدمت الدراسة الأسلوب المقارن، وأداة الاستبانة لعينة قوامها (600) مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها: أن مظاهر الاعتراب الأسري تمثلت في (العزلة الأسرية- عدم التفاعل الأسري- نقص الإشباع العاطفي والجنسي- الاستهلاك الاقتصادي وإهدار المال- عدم الالتزام والتواصل المجتمعي) لدى المجتمع المصري والسعودي.

8- دراسة (أسماء الجيوشي، 2017) ⁽⁹⁾، بعنوان: "معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لمشاكل الأسرة السعودية واتجاهات الجمهور حولها"، وهدفت الدراسة للتعرف على أساليب معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية، واستخدمت منهج المسح، وأداة الاستبانة على عينة عمدية بلغت (400) مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها: ارتفاع نسبة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية في المملكة العربية السعودية، وأن أهم أسباب المتابعة لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش المشكلات الأسرية في المملكة لاستضافتها لمسؤولين ومتخصصين بهذه القضايا.

9- دراسة (مجدي جيوسي 2014) ⁽¹⁰⁾، بعنوان: "واقع العلاقات الأسرية المترتبة على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أولياء أمور الطلبة في مدينة طولكرم"، وهدفت الدراسة للتعرف على مستوى العلاقات الأسرية المترتبة على مواقع التواصل الاجتماعي في مدينة "طولكرم"، ومدى فاعلية التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أولياء أمور الطلبة في مدينة "طولكرم"، وفقاً لمتغيرات الجنس، المؤهل العلمي، العمر، الدخل، عدد أفراد الأسرة. واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبانة على

عينة عشوائية بلغ قوامها (489) أسرة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير الدخل، ولصالح الدخل الأعلى، ولم تجد الدراسة فروقاً تعزى لمتغيرات الجنس، والمؤهل، والعمر، وعدد أفراد الأسرة.

10-دراسة (إلهام فريج، 2004) ⁽¹¹⁾، بعنوان: "أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة"، هدفت الدراسة للتعرف على أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية، وبلغ أفراد العينة (200) أسرة عرضية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها: وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين مدة استخدام الأبناء للإنترنت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة بين الوالدين والأبناء، من وجهة نظر الوالدين، توجد فروق ذات دلالة معنوية بين جنس الزوجين وبين تأثير استخدام الإنترنت على العلاقة بينهما، توجد فروق ذات دلالة معنوية بين مدة استخدام الزوج للإنترنت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة فيما بينه وبين زوجته.

المحور الثاني: الدراسات التي أجريت على الترابط والتفكك الأسري:

11-دراسة (مريم قديد وسليمة مداني، 2021) ⁽¹²⁾، بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الاتصال الأسري- الفيسبوك نموذجاً"، وتتمثل أهمية الدراسة في التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبارها بيئة افتراضية تربط بين الأفراد من أماكن متباعدة؛ ليسهل عملية التواصل فيما بينهم، وتهدف إلى معرفة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الزوجين، وكيفية تأثير المواقع على الاتصال الأسري، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وأداة الاستبانة على عينة مكونة من (45) أسرة، وتوصلت لعدة نتائج؛ منها: أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على العمل الجماعي بين أفراد الأسرة، كما أنها لا تسهم في تماسك أفراد الأسرة فيما بينهم.

12-دراسة (وفاء محمد، 2021) ⁽¹³⁾، بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي والخرس الزوجي: دراسة ميدانية على عينة من الأزواج بمدينة سوهاج"، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والخرس الزوجي، ومدى انتشار ظاهرة الخرس الزوجي بمدينة سوهاج، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وأداة

الاستبانة على عينة قوامها (300) مفردة، توصلت لعدة نتائج؛ أهمها: أن أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: الهرب من المشكلات، والفرغ العاطفي، والتسلية، وبرود المشاعر بين الزوجين، وهذا يتفق مع نظرية الاستخدامات والإشباع، من ناحية أن الجمهور لا يعتبر مجرد متلقٍ، لكنه طرف فاعل ونشط، يقوم بدور بمجرد اشتراكه في أية وسيلة إعلامية.

13-دراسة (لمياء محسن، 2020)⁽¹⁴⁾، بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري: دراسة ميدانية"، هدفت الدراسة للتعرف على دور أثر مواقع التواصل الاجتماعي بالتفكك الأسري في المجتمع المصري، واعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ باستخدام أداة الاستبانة على عينة مكونة من (210) أسرة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها: أكدت ندرة التفاعل بين الزوجين داخل الأسرة، وأن أسباب المشاكل الأسرية الناجمة عن استخدام الزوجين لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في التجاوز الأخلاقي مع الجنس الآخر، والتعصب لرأي الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي، وإخبار الأصدقاء على مواقع التواصل ما يحدث معهم في حياتهم الخاصة.

14-دراسة (نسرين عبدالله، 2020)⁽¹⁵⁾، بعنوان: "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقات الزوجية"، وهدفت الدراسة للتعرف على مدى وجود تأثير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الزوجية بين المتزوجين في الأردن، وعلى تأثيرها في نشوء المشاكل بينهم، واعتمدت على المنهج الوصفي، والمنهج المسحي، واستخدمت أداة الاستبانة على عينة عشوائية بلغت (384) مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها: وجود أثر مهم ومعنوي لمواقع التواصل الاجتماعي في التوافق الأسري، ووجود دور مهم ومعنوي لمواقع التواصل الاجتماعي في حدوث المشكلات الزوجية.

15-دراسة (Christensen,spencer palmer 2018)⁽¹⁶⁾، بعنوان: "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات والعواطف"، هدفت الدراسة إلى تحديد مدى أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الرفاهية العاطفية للمستخدمين، والعلاقات الشخصية خارج الإنترنت، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وأداة الاستبانة على عينة قوامها (627) مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها:

كلما زاد الوقت الذي يقضيه الفرد على مواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد احتمال تعرضهم لتأثير سلبي على رفاهيتهم العاطفية بشكل عام، وانخفاض الجودة في علاقتهم، وكلما زاد الوقت الذي يقضيه الفرد على مواقع التواصل الاجتماعي زاد احتمال تدهور صحته العاطفية؛ مما يؤثر سلباً على الآخرين، وأن الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المشاعر هي الإحباط، والاكتئاب، والمقارنة الاجتماعية.

16-دراسة (mustafs sahin et al 2018)⁽¹⁷⁾، بعنوان: "تأثير الشبكات الاجتماعية على عملية الطلاق"، وهدفت هذه الدراسة إلى فحص آراء الأشخاص الذين انتهت علاقتهم بالطلاق بسبب علاقات أزواجهم على الشبكات الاجتماعية، واستخدمت الدراسة أسلوب دراسة الحالة؛ من خلال جمع البيانات عن طريق المقابلة على عينة قوامها (10) أفراد، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها: أن طرق استخدام الزوجين لشبكات التواصل الاجتماعي أثرت سلباً على الزواج، وأن الجوانب العاطفية والسلوكية والاجتماعية والنفسية إثر استخدام أزواج المطلقات للشبكات الاجتماعية أثرت على العلاقات بين أفراد الأسرة.

17-دراسة (إسماعيل بحاش، إسماعيل فايد، 2018)⁽¹⁸⁾، بعنوان: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التفكك الأسري"، وهدفت الدراسة لإبراز ما إذا كان لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على التفكك الأسري، ومعرفة طبيعة العلاقات الأسرية في ظل استخدام الزوج لحساب فيس بوك، تم استخدام منهج المسح، وأداة الاستبانة، والملاحظة، والمقابلة على عينة من أساتذة جامعة المسيلة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: أن الفيس بوك يسهم في خلق مشاكل داخل الأسرة من بينها: غياب الحور بين الزوج والزوجة، ونسيان الواجبات، وعدم توفير جو عائلي ملائم.

18-دراسة (أمانى عطية، أحمد شال، 2017)⁽¹⁹⁾، بعنوان: "أثر استخدام الإنترنت على الترابط الأسري لدى الشباب الجامعي"، هدفت الدراسة إلى التعرف على مصادر تعرف أفراد العينة على شبكة الإنترنت، والمدة الزمنية للتعرف، وأماكن الاستخدام، والمواقع الأكثر رواجاً لدى العينة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة على عينة قوامها (100) طالب باستخدام العينة العشوائية المنتظمة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: نسبة

84% من أفراد العينة يستخدمون شبكة الإنترنت من المنزل، و67% يقضون من 6 إلى 10 ساعات في استخدام الإنترنت، ونسبة 56% من العينة يترددون على مواقع الترفيه، و23% يترددون على مواقع الترفيهية والعلمية، ويرى 36.8% أن من سلبيات استخدام الإنترنت هو الترويج للثقافة الغربية.

19-دراسة (نصيرة شلحيون ومريم بوعيطة، 2017) ⁽²⁰⁾، بعنوان: "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري"، هدفت الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال داخل الأسرة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة على عينة قوامها (102) أسرة، توصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها: أن نسبة كبيرة من المبحوثين يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في تصفحهم للفييس بوك، وأن استخدام الفييس بوك قد أثر سلباً على علاقات المبحوثين بأسرهم؛ مما قلل من الحوار الشفهي التفاعلي.

20-دراسة (Korakot sanjit 2017) ⁽²¹⁾، بعنوان: "وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتواصل العائلي في العصر الرقمي: وظائف الاتصال، وربط وبناء العلاقات وبناء التفاهم المتبادل"، هدف البحث لدراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل داخل الأسرة ومعرفة كيفية إسهام وسائل التواصل الاجتماعي في بناء علاقات متينة داخل الأسرة، ودراسة كيف يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي بناء تفاهم أفضل بين أفراد الأسرة، تم استخدام المنهج الكمي والنوعي، وأسلوب كورة الثلج والمقابلة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: تساعد وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز العلاقات بين أفراد الأسرة بثلاث طرق: ربط أفراد الأسرة المباشرين، التواصل مع الأقارب، وربط الأجيال المختلفة التي تتكون منها الأسرة.

21-دراسة (سلوى محمد وآخرين، 2017) ⁽²²⁾، بعنوان: "آليات التواصل الاجتماعي والتفكك الأسري: دراسة ميدانية في قرية مصرية"، هدفت الدراسة للتعرف على طبيعة ونوعية العلاقات الاجتماعية القائمة داخل نطاق الأسرة الريفية، وعلى وصف وتحليل تأثير آليات مواقع التواصل الاجتماعي على قضايا التفكك الأسري في القرية المصرية،

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة الاستبانة، والمقابلة، والملاحظة على عينة عمدية قوامها (200) مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها: أن استعمال الإنترنت ومشاهدة الفضائيات واستخدام المحمول بشكل زائد كان سبباً في حدوث الخلاف بين الزوجين، وأن الغالبية العظمى من أفراد العينة يفضلون استخدام الإنترنت وهم بمفردهم بعيداً عن الأسرة والأصدقاء.

22-دراسة (Andrea ev asiuk 2016)⁽²³⁾، بعنوان: "تأثير استخدام الفيس بوك على العلاقات الرومانسية خارج الإنترنت"، وهدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على كيفية تأثير الفيس بوك على العلاقات الرومانسية خارج الإنترنت، وعلى وجه الخصوص ركزت على مشاعر السعادة والغيرة، نتيجة لاستخدام الفيس بوك، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبانة على عينة قوامها (124) مفردة، وتوصلت لعدة نتائج؛ أهمها: أن استخدام الفيس بوك يمكن أن يؤثر على العلاقات الرومانسية خارج الإنترنت، وأبلغ عدد كبير من المبحوثين عن شعورهم بالسعادة والغيرة نتيجة استخدامهم للفيس بوك، وأن متغير العمر لم يكن له تأثير في تجربة مشاعر الغيرة والسعادة على الفيس بوك.

المحور الثالث: دراسات ارتكزت على نظرية الاستخدامات والإشباعات:

23-دراسة (مصعب إبراهيم، 2020)⁽²⁴⁾، بعنوان: "استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى متابعتهم لمحتوى الإعلام التقليدي"، وهدفت الدراسة للتعرف على حجم استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي، والأهداف المتحققة منها، ورصد أبرز الشبكات الرقمية استخداماً من قبل الشباب السعودي، ورصد أكثر محتوى متابع من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة على عينة قوامها (325) وتوصلت لعدة نتائج؛ أهمها: أن أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كانت لاكتساب المعرفة و المعلومات، وكان ذلك بنسبة 32% و متابعة الأخبار المحلية والعربية و العالمية جاءت بنسبة 20%، وجاء موقع "اليوتيوب" في المركز الأول من حيث كثرة

استخدامه، من قبل أفراد العينة المستخدمين لوسائل الإعلام لمتابعة المشاهير، ثم برنامج "سناپ شات"، يليه "الانستغرام".

24-دراسة (رضوى السيد، 2018) (25)، بعنوان: "تأثير استخدام الفيس بوك على الرضا عن الحياة الزوجية: دراسة ميدانية": اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت أداة الاستبانة على عينة قوامها (400) مفردة من زوج وزوجة، وتوصلت لعدة نتائج؛ أهمها: أن أكثر الدوافع النفسية شدة والتي تحققت بالفعل حسب المتوسط الحسابي هي: التعرف على الأخبار ومجريات الأمور (3.50)، وأقل الدوافع النفسية شدة هي: تسيير أمور العمل بمتوسط حسابي (1.07). وأن الإشباع الطقوسية للزوجين من استخدام الفيس بوك دافع الترفيه والتسلية بمتوسط حسابي (2.94)، وأقل الإشباع الطقوسية شدة هي: إقامة علاقات حميمية وعاطفية بمتوسط حسابي (1.60). وأن 90.2% من العينة يعتقدون أن هناك متزوجين يقيمون علاقات عاطفية مع آخرين على الفيس بوك، ويرجع ذلك الاعتقاد إلى عدد من الأسباب، أهمها: الملل والفتور في الحياة الزوجية بمتوسط حسابي (3.11).

25-دراسة (محمد محفوظ، 2016) (26)، بعنوان: "استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي SMS والإشباع المتحققة وانعكاسها على سلوكياته"، وهدفت الدراسة للتعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وأهم الإشباع المتحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وأداة الاستبانة بالمقابلة على عينة قوامها (600) مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج؛ أهمها: أن أهم دوافع الاستخدام هي للتواصل مع الآخرين بنسبة 40.3%، وأن أهم الإشباع المتحققة تتمثل في تبادل الرسائل والآراء بنسبة 40.5%.
التعليق على الدراسات السابقة:

- انطلق عدد كبير من الدراسات التي أُجريت على واقع مختلف وبيئات ثقافية مختلفة، والتي أكدت بدورها أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تعوق، أو تعزز العلاقات الزوجية، اعتماداً على قدرة الزوجين في إدارة ومراقبة والتأمل في استخدامها.

- في ضوء الدراسات السابقة تبين عدم وجود دراسة تتناول تأثير هذه المواقع على الترابط الأسري في المجتمع السعودي؛ مما يجعل لهذه الدراسة أهمية كبيرة لمعرفة استخدامات الأسر السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بالترابط الأسري، وذلك انطلاقاً لأهمية دور الأسرة في المجتمع.
- أكدت الدراسات السابقة ما تفترضه نظرية الاستخدامات والإشباع من ناحية أن الجمهور لا يعتبر مجرد متلقٍ، لكنه طرف فاعل ونشط يقوم بدور بمجرد اشتراكه في أية وسيلة إعلامية.
- ساعدت الدراسات السابقة في التحديد الدقيق لمشكلة وتساؤلات الدراسة، والإجراءات المنهجية الملائمة لموضوع الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تعاني الأسر المعاصرة الكثير من التحديات إثر التطور الكبير في وسائل الاتصال الحديثة، وتزايد مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها ومميزاتها، إذ أصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للفرد، ويمكن القول بأنها الأداة الأولى في التواصل والتعارف بين الناس في مختلف بقاع العالم، ولو نظرنا لمواقع التواصل الاجتماعي بحيادية؛ لوجدنا أنها سلاح ذو حدين، فيقدر الفوائد التي توفرها هذه المواقع؛ إلا أنها قد تسبب العديد من المشكلات والأضرار على مستوى الفرد والأسرة إذا لم يتم استخدامها بحكمة، فقد ينغمس الزوجان بحياتهما الافتراضية، ويغيبان عن بعضهما البعض، فينشأ الإهمال، ويقل التواصل بينهما، وتعد الأسرة الوحدة الأساسية للمجتمع، وهي من أهم المؤسسات الاجتماعية؛ حيث تتأثر العلاقات الأسرية فيما بينها وبالمحيط الخارجي أيضاً، وعليه تتبلور مشكلة الدراسة في البحث عن طبيعة استخدامات الأسر السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقة ذلك بوجود الترابط الأسري أو عكسه.

أهمية الدراسة:

تتعلق أهمية الدراسة من أهمية الأسرة التي تعتبر الأساس الذي يقوم عليه المجتمع، وباعتبارها بيئة اجتماعية تعتمد على الاتصال بين أفرادها؛ لخلق التواصل بينهم، والمحافظة على العلاقات الأسرية، وأهمية البحث في كيفية استخدامات الأسرة، ومدى الإفادة من مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى تقديم رؤية علمية تكشف عن الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة السعودية، وفي ظل المجتمع الذي يشكوا من زيادة حالات الطلاق باستمرار، لا شك في أن هذه الدراسة ستفيد القائمين على المجال الاجتماعي والديني لمعرفة الأسباب الناشئة عن وجود حالات التفكك الأسري داخل المجتمع، وتحديد ما إذا كان لهذه الأداة سبب في الترابط أو الانفصال الأسري، ومدى تأثيرها على طبيعة العلاقة الزوجية من جميع النواحي الإيجابية والسلبية.

أهداف الدراسة:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأسرة السعودية.
- مدى وجود فروق بين الجنسين (الذكور- الإناث) في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد الأسر السعودية.
- رصد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد الأسر السعودية.
- التعرف على دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقة الزوجية لدى المتزوجين في المملكة العربية السعودية.
- معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي.
- التعرف على اتجاهات عينة الدراسة نحو الانحرافات الأخلاقية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة الإشباعات الاجتماعية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين.

أسئلة الدراسة:

- ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد الأسر السعودية؟
- ما عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد الأسرة السعودية؟
- ما دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقة الزوجية لدى المتزوجين في المملكة العربية السعودية؟
- هل هناك تأثير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي بين المتزوجين في المملكة العربية السعودية؟
- ما أسباب استخدام أفراد الأسر السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما الإشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لدى المتزوجين في المملكة العربية السعودية؟
- هل أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في ظهور انحرافات أخلاقية عند بعض الأشخاص؟

فروض الدراسة:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة التوافق الزوجي.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين طبيعة العلاقة الزوجية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (التعليم- العمل- السن- النوع).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع الباحثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (التعليم- العمل- السن- النوع).
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية في مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والانحرافات الأخلاقية.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قبول الانحرافات الأخلاقية وعدم التوافق الزوجي.
منهجية الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى مجموعة البحوث الوصفية Descriptive Research التي تقرر خصائص معينة، أو موقف يغلب عليه صفة التحديد، من خلال جمع الحقائق، وتحليلها، وتفسيرها؛ لاستخلاص دلالتها؛ للوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها.

من خلال منهج المسح بالعينة، وهذا المنهج يعد واحداً من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية، كما يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة؛ وذلك بهدف تدعيم أو رفض مجموعة من الفروض، أو تقديم معلومات أساسية حول مدى تغير أو استمرار نماذج سلوك بالعينة، حيث سيتم مسح عينة من الأسر السعودية- زوج وزوجة- بهدف التعرف على دوافع استخداماتهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بالترابط الأسري من خلال الاعتماد على الاستبانة الرقمية لجمع المعلومات وتحليلها.

أداة الدراسة:

تعد الاستبانة أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية، أو أساسية، أو مباشرة من العينة المختارة، أو من جميع مفردات مجتمع البحث، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المُعدّة مقدّماً؛ بهدف التعرف على حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم، أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.

وتحتوي الاستبانة على محورين، الأول: يتعلق بخصائص أفراد العينة؛ كالنوع، والفئة العمرية، والمستوى التعليمي، والمهنة والبيئية، والثاني يدور حول: مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع استخدامها، والإشباع المتحققة منها، ومعرفة تأثيرها على الترابط الأسري.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في أفراد الأسرة (الزوج والزوجة) في المملكة العربية السعودية بمختلف الفئات العمرية، وقد تم إعداد الاستبانة عبر جوجل Drive وإرسالها للمبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

واستخدمت الباحثة العينة المتكاثرة أو المتضاعفة snowball sample والتي تستخدم حين يصعب الوصول لكل المبحوثين الذين ينتمون إلى مجتمع الدراسة لاتساع مساحة المملكة، حيث أُرسِل رابط الاستبانة إلى مجموعات المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وطلبت الباحثة من الشخص الذي يستقبل الرسالة أن ينشرها على الآخرين ويحثهم على التعاون مع الباحثة، وهو جوهر العينة المتكاثرة لضمان هدف الوصول لنسبة كبيرة من المبحوثين.

مقياس الصدق والثبات:

اختبار صدق أداة الدراسة:

الصدق هو "صلاحية الأسلوب، أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما توصل إليه الباحث من نتائج بحيث يمكن الانتقال منها إلى التعميم" (27).

اختبار ثبات أداة الدراسة:

يعرف الثبات بأنه الاستقرار، و"الثبات" قد يعني الموضوعية، بمعنى أن الفرد يحصل على نفس الدرجة مهما اختلف الباحث الذي يطبق الاختبار، أو الذي يصححه، وفي هذه الحالة يكون الاختبار الثابت اختباراً يقدر الفرد تقديراً لا يختلف في حسابه اثنان" (28).

حدود الدراسة:

أ- الحد المكاني: مدينة جدة في المملكة العربية السعودية؛ وذلك لقرب الباحثة من مجتمع البحث.

ب- الحد الزمني: تم إجراء الدراسة في الفترة الزمنية ١ رجب إلى ١٠ رمضان من سنة ١٤٤٣هـ.

مصطلحات الدراسة:

تعريف الترابط:

الترابط تفاعل من ربط: أصل يدل على شد وثبات وملزمة. ويقال: ربطت الشيء أربطه ربطاً، أي شدته، والذي يشد به رباط. وفلان رابط الجأش، أي شديد القلب ثابت النفس. وماء مترابط، أي دائم لا يبرح⁽²⁹⁾.

ومن كلام أهل اللغة يظهر لنا أن الترابط معناه: تفاعل من التماسك، وشد عرى التواصل، وملزمة ذلك، وعدم نقضه.

تعريف الأسري:

الأسري نسبة إلى الأسرة، وهي في اللغة: الدرع الحصينة، ومنها: أهل الرجل وعشيرته، والجماعة التي يربطها أمر مشترك⁽³⁰⁾.

ويمكن استنباط تعريف الترابط الأسري المركب من خلال تعريف اللغة فيكون:

"الأواصر الرابطة بين أفراد الأسرة التي تُمكن أفرادها من معرفة اهتمامات واحتياجات بعضهم البعض الجسدية والعاطفية وسلوكياتهم، ومشاركتهم في أفراحهم وأحزانهم، وتفهم مواقفهم الصعبة، وإعانتهم لتخطيها".

وأهم خصائص هذا الترابط:

1. قوة تواصل أفراد الأسرة مع بعضهم.
2. تعاطفهم وتوادهم وتكاتفهم فيما بينهم.
3. جعل ثقافة العمل الجماعي هي الأصل فيما يقومون به من أعمال.
4. تنمية روح الانتماء للأسرة الواحدة.
5. غرس الأخلاق الحميدة في نفوس أفراد الأسرة، وتربيتهم على التأدب بهذه الأخلاق في تعاملهم مع بعضهم، وانتقاء الكلمات اللطيفة حال التخاطب.

6. أن يكون جميع أفراد الأسرة على دراية وفهم لأهمية مقام الأسرة، وأن يكون في نفس جميع أفرادها ولاء لها، وضرورة المحافظة عليها.

الإطار النظري للدراسة:

مدخل الاستخدامات والإشباع:

ظهر مدخل الاستخدامات والإشباع لأول مرة في دراسة "لازرسفيلد" Lazarsfeld، وتهدف هذه النظرية إلى التعرف على الأغراض التي تستخدم وسائل الإعلام من أجلها، وأنواع الإشباع التي تحققها وسائل الإعلام، ويقصد بالإشباع إرضاء الأفراد؛ حيث يطرح الفرض الأساسي للنظرية أن جمهور وسائل الإعلام لا يعد مستخدماً سلبياً لوسائل الإعلام، ولكنه يؤدي دوراً في انتقاء مختلف الوسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاته، وقد تطور مدخل الاستخدامات وتبلور في السبعينات عند "كاتز وبلومر" في دراسة الاتصال الجماهيري في كتابهما "استخدامات وسائل الاتصال الجماهيرية" *The uses of communication*، عام 1974م، وما قدمه "كابتز وبلومر" قد أسهم بشكل أساسي في نضج هذا المدخل وبلورة افتراضاته الأساسية، فقد قدّمَا وصفاً كاملاً لمدخل الاستخدامات والإشباع (Blumler jay G. and Elhu⁽³¹⁾) (1974: Katz) ويذهب "إدلستين وزملاؤه" إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات والإشباع جاء كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، ويضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال منظور الاستخدامات لم تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي رسائل الاتصال التي يتعرضون لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية⁽³²⁾، ويرى المدخل أن أي فرد لديه مجموعة من الدوافع والحاجات تجعله يستجيب للرسالة ويؤيدها، إذا ما جاءت ملبية لهذه الدوافع والحاجات، وهذا يفسر أيضاً التباين في السلوك الاتصالي للأفراد، الذي يتمثل في مظاهر استخدام وسائل الإعلام المختلفة، نتيجة لاختلاف الدوافع عند كل منهم وتغييرها بتغيير الزمن، والأدوار والمواقع والثقافات الاجتماعية (محمد عبد الحميد: 1992، 41)⁽³³⁾.

- ويذكر "ماكويل وويندال 1984" Windahl & Macquail سببين لظهور هذا المدخل:
- معارضة باحثي الاتصال لافتراض التأثيرات القوية لوسائل الإعلام، فقد أثبتت دراسة اكتشاف الشعب Redis covery of people أن دور وسائل الاتصال في الانتخابات كان ضئيلاً.
 - ويهدف مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى شرح تفاعل السلوك الاتصالي بين الجمهور والرسالة الاتصالية، ويتم النظر إلى أعضاء الجمهور بوصفهم مشاركين إيجابيين في عملية الاتصال الجماهيري، وتتبع دوافع التعرض لوسائل الاتصال من احتياجات الجمهور، ويحقق سلوك التعرض بعض النتائج أو الإشباعات للأفراد، وعليه فإن الآثار التي تنتج عن استخدام وسائل الاتصال تكون آثاراً غير مباشرة، ويرتبط استخدام وسائل الاتصال ببدائل وظيفية في السياق الاجتماعي، مثل ممارسة أنشطة أخرى، أو استخدام قنوات الاتصال الشخصي لإشباع الحاجات.
 - وبحوث الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratifications، تركز أولاً على احتياجات الأفراد، وليست هناك نتائج مؤكدة عما إذا كانت تبدأ بالوسائل، أم احتياجات الجمهور، أو النخبة Institutional، التي تعد مصادر لوسائل الاتصال.
- عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:
- 1- الجمهور النشط: Active Audience: ويقصد به أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة، وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام.
 - 2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام.
 - 3- حاجات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، وتنقسم إلى قسمين: أولاً: الدوافع النفسية (Instrumental Motive): وهي تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها المواد الإخبارية والبرامج التعليمية والثقافية.

ثانياً: دوافع طقوسية (Ritualized Motive): وهي تستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الترفيهية، مثل: المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة. ولا شك أن رسم السياسات الإعلامية وتنفيذها يكون مرهوناً بداية بحاجات جمهور وسائل الإعلام من التعرض إلى رسائلها، وبذلك فإن هذه الرسائل يجب أن تأتي ملبية لهذه الحاجات، وأنه من الناحية النظرية نجد أن وسائل الإعلام يجب أن تضع حاجات الجمهور في اعتبارها بالدرجة الأولى، بما يعكس كثافة التعرض، التي تعكس بذلك زيادة الموارد الإعلانية، معنى ذلك أن الجمهور هو الذي يضع أجندة وسائل الإعلام وليس العكس، وهذا ما يتفق مع مدخل الاستخدامات والإشباع التي يهتم بتحليل دوافع الأفراد إلى التعرض لوسائل الإعلام (محمد عبد الحميد: (34) 1997,282).

أسباب تطبيق النظرية على الدراسة الحالية:

يعتبر مدخل الاستخدامات والإشباع من المداخل النظرية التي تفسر دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الحديثة "مواقع التواصل الاجتماعي"؛ على اعتبار كونهم جمهوراً نشطاً يسعى بشكل فعال وهادف وراء تلك الوسائل لإشباع احتياجاته. وفي تلك الحالة فإن هذه النظرية تعد ملائمة في دراسة تشمل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الثري بالعديد من أشكال الاتصال؛ مثل قدرة المستخدمين على التواصل مع الآخرين والتعبير عن آرائهم، والبحث عن المعرفة واكتساب معلومات في العديد من المجالات المختلفة، وهذا ما دفع الباحثة لتوظيف هذا المدخل في الدراسة؛ لمعرفة طبيعة استخدام الأسرة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي والدوافع التي تحققها لهم، ومدى تأثيرها على العلاقة الأسرية.

أهمية الأسرة في الإسلام:

الأسرة هي الأساس الذي يقوم عليه المجتمع، حيث إن ترابط الأسرة وعكسه يؤثر على بناء الإنسان، وبالتالي يؤثر على المجتمع كله، ولقد منح الإسلام اهتماماً خاصاً ببناء الأسرة؛ حيث جعل الزواج رباطاً مقدساً يسير وفق قواعد وشروط تعمل على الاحترام والود المتبادل بين الطرفين، وفي هذا الشأن قال الله تعالى {وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ} (35)،

فقيام الأسرة على الأسس والمبادئ الدينية والأخلاقية هو أهم ما يسعى الإسلام دائماً لتحقيقه.

وقد بلغ من تعظيم الإسلام للزواج الشرعى وتكوين الأسرة المسلمة أن اعتبرها معادلة لنصف الإيمان، وقد وضع نبينا الكريم فعن أنس بن مالك رضى الله عنه، أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: (من رزقه الله امرأة سالحة، فقد أعانه على شطر دينه فليتق الله في الشطر الثاني)⁽³⁶⁾.

ويعتبر الإسلام بناء الأسرة وسيلة فعالة لحماية الشباب من الفساد، ووقاية له من الانحرافات الأخلاقية؛ ولذا حث الإسلام الشباب على الزواج وجعله الوسيلة الوحيدة المشروعة لإشباع الغريزة وتكوين الأسر، وفي هذا حماية للمجتمع من الفساد والأمراض الجنسية والنفسية والتفكك الأسرى؛ فعن عبد الله بن مسعود رضى الله عنه، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (يا معشر الشباب، من استطاع منكم الباءة⁽³⁷⁾ فليتزوج، فإنه أغض للبصر وأحصن للفرج، ومن لم يستطع فعليه بالصون فإنه له وجاء⁽³⁸⁾⁽³⁹⁾.) والباءة: هى النكاح والقدرة على الجماع.

الوجاء: أن تُرض أنثيا الفحل رضاً شديداً يذهب شهوة الجماع.

ومن مقومات الترابط الأسرى أن تقوم العلاقة بين الزوجين على التشاور والتناصح فيما بينهم، والتعامل اللين مما يديم الألفة والمحبة؛ وقد ضرب لنا نبينا الكريم صلى الله عليه وسلم أروع الأمثلة في التعامل مع زوجاته، وفي حسن العشرة ومكارم الأخلاق ورفعته السلوك، فلم يفرق في حسن المعاملة بين زوجاته أبداً، إذ كان يترفق بهن في الحديث ويداعبهن ويلاعبهن، ويترفق بهن ليعلم الأزواج كيف يتعاملون مع زوجاتهم قال عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم (خيركم خيركم لأهله، وأنا خيركم لأهلي)⁽⁴⁰⁾.

الأسرة في رؤية المملكة العربية السعودية لعام 2030:

إن أبرز ما يميز المجتمع السعودى هو التزامه بالمبادئ والقيم الإسلامية، وقوة روابطه الأسرية وامتدادها، وقد أولت المملكة العربية السعودية اهتماماً بالغاً بالعبارة بالأسرة؛ حيث جاءت تحت أهم المحاور التي تركز عليها رؤية المملكة، وهو المجتمع الحيوى الذى يعتبر أساساً لتحقيق هذه الرؤية، فالأسرة هي اللبنة الأولى في بناء صرح التقدم

الحضارى في المجتمع، وفي إنتاج القوى البشرية التي تتحمل مهام دعم الحضارة ومسيرة التنمية والازدهار.

ومن أهداف الرؤية تعزيز مبادئ الرعاية الاجتماعية وتطويرها؛ لبناء مجتمع قوي ومنتج، وذلك من خلال تعزيز دور الأسرة وقيامها؛ كونها تمثل الحاضنة الأولى للأبناء، والراعى الرئيس لاحتياجاتهم، والحامى للمجتمع من التفكك.

وقد كان من أبرز عوامل النجاح التي التزمت الرؤية بتقديمها هو تشجيع الأسرة على بناء ثقافة التخطيط بما يتناسب مع الإمكانيات المتاحة لها، وبما يمكنها من توفير الاحتياجات الخاصة بها، وترسيخ القيم الإيجابية في شخصيات الأبناء من خلال المنظومة التعليمية والتربوية؛ لتقوية نسيج المجتمع من خلال إكساب الفرد لمعارف، ومهارات، وسلوكيات حميدة؛ حتى يصبح ذا شخصية مستقلة تملك قدراً من الوعي الذاتى والاجتماعى والثقافى.

وقد بذلت المملكة العربية السعودية جهوداً عظيمة لدعم مواطنيها في مختلف مراحل حياتهم لضمان حياة كريمة، وتعود إمكانية تحقيق هذه الجهود لتكامل أنظمة الرعاية الاجتماعية، والتي من خدماتها برامج الدعم والتمويل الاجتماعى والأسرى، وإعانة زواج الأيتام، وبرامج الدعم السكنى وخدمات حماية الأسرة.

ونحمد الله عز وجل الذي هبى الأسباب لحكومتنا الرشيدة لدعم الأسرة والذي ظهر جلياً في رؤية المملكة العربية السعودية.
خصائص عينة الدراسة:

وفيما يلي وصف للبيانات الأولية لعينة الدراسة:

جدول (1)

يوضح توزيع أفراد الدراسة حسب لنوع

النسبة	التكرار	
30.0	45	ذكر
70.0	105	أنثى
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة من الإناث وذلك بنسبة بلغت (70.0%)، بينما بلغت نسبة الذكور (30.0%)؛ ويرجع ذلك نظراً لأن الإناث أكثر تجاوباً من الذكور، بالإضافة إلى أن الإحصائيات تؤكد زيادة عدد الإناث على الذكور.

جدول (٢)

يوضح توزيع أفراد الدراسة حسب العمر

النسبة	التكرار	
47.3	71	من 20 إلى 30 سنة
22.7	34	من 31 إلى 40 سنة
19.3	29	من 41 إلى 50 سنة
10.7	16	51 سنة فأكثر
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة وذلك بنسبة بلغت (47.3%)، بينما بلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 31 إلى 40 سنة (22.7%)، وبلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 41 إلى 50 سنة (19.3%)، أما الذين أعمارهم من 51 سنة فأكثر فقد بلغت نسبتهم (10.7%).

جدول (٣)

يوضح توزيع أفراد الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
16.7	25	تعليم ثانوي فأقل
11.3	17	دبلوم
54.7	82	بكالوريوس
17.3	26	دراسات عليا
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة مستواهم التعليمي بكالوريوس وذلك بنسبة بلغت (54.7%) بينما بلغت نسبة الذين مستواهم التعليمي دراسات عليا (17.3%) وبلغت نسبة الذين مؤهلهم التعليمي ثانوية عامة (16.7%) أما الذين مؤهلهم التعليمي دبلوم فقد بلغت نسبتهم (11.3%).

ويتضح من هذه النتيجة مدى ارتفاع المستوى التعليمي لأفراد العينة وحرصهم على الحصول على مستويات علمية مرموقة، وهذا ما يتفق مع دراسة (لمياء محسن: 2020، 3000)⁽⁴¹⁾ دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري، ودراسة (نسرین

عبد الله: (2020،496) (42) أثر وسائل التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقات الزوجية.

جدول (٤)

يوضح توزيع أفراد الدراسة حسب العمل

النسبة	التكرار	
48.0	72	أعمل
52.0	78	لا أعمل
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة لا يعملون وذلك بنسبة بلغت (52.0%) بينما بلغت نسبة الذين يعملون (48.0%).

جدول (٥)

يوضح توزيع أفراد الدراسة حسب الوضع الاجتماعي

النسبة	التكرار	
85.3	128	متزوج
2.7	4	مطلق
12.0	18	عزب (سبق له الزواج)
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة من المتزوجين وذلك بنسبة بلغت (85.3%)، بينما بلغت نسبة العزاب (12.0%)، أما المطلِّقون فقد بلغت نسبتهم (2.7%).

لا شك أنه تم عمل هذه الدراسة على الأسرة، وهذه النسبة تتوافق مع طبيعة المجتمع فنسبة المتزوجين أكبر من المطلِّقين.

جدول (٦)

يوضح توزيع أفراد الدراسة حسب الإقامة

النسبة	التكرار	
100.0	150	مدينة جدة

يتبين من الجدول أعلاه أن جميع أفراد الدراسة يقيمون في مدينة جدة وذلك بنسبة بلغت (100%)؛ وذلك بسبب أن الدراسة تستهدف الأسر المقيمة في مدينة جدة.

صدق أداة الدراسة:

يقصد بالصدق "شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها" (43). وقد قامت الباحثة بالتأكد من صدق أداة الدراسة من خلال:

أ - الصدق الظاهري لأداة الدراسة:

قامت الباحثة بعرض أداة الدراسة بعد الانتهاء منها على مجموعة من المحكمين (44) المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال، ومجال الدراسات الاجتماعية في جامعة الملك فيصل بالأحساء، وجامعة الملك عبد العزيز بجدة؛ للتأكد من صحة عباراتها وبنائها، وقد تنوع أفراد تحكيم الاستبانة في تخصصاتهم ودرجاتهم العلمية من أعضاء هيئة التدريس، وذلك للتأكد من مدى ملائمة العبارات واتصالها بالموضوع، وبعد الاطلاع على ملاحظات ومقترحات الأساتذة المحكمين والأخذ بها، قامت الباحثة بالتعديل والحذف والإضافة، حتى تم بناء الأداة في صورتها النهائية.

ب-صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قامت الباحثة بتطبيقها ميدانياً على عينة استطلاعية، وبعد تجميع الاستبانات، قامت الباحثة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **Statistical Package For Social Sciences (SPSS)**، ومن ثم قامت باستخدام معامل الارتباط بيرسون "معامل الارتباط" لحساب معامل الارتباط بين درجة كل فقرة من فقرات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه الفقرة، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول أدناه:

جدول (٧)

يوضح معاملات ارتباط بيرسون لفقرات أداة الدراسة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة التوافق الزوجي		مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت في					
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
.701**	1	.581**	11	.499**	6	.413**	1
.686**	2	.606**	12	.518**	7	.224**	2
.794**	3	.613**	13	.560**	8	.259**	3
.691**	4	.451**	14	.571**	9	.291**	4
.689**	5	.528**	15	.590**	10	.573**	5

يبين الجدول أعلاه أن قيم معامل ارتباط فقرات محاور أداة الدراسة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) لجميع فقرات المحاور.

ج- ثبات أداة الدراسة:

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة استخدمت الباحثة (معادلة ألفا كرونباخ) (Cronbach's Alpha (α)) للتأكد من ثبات أداة الدراسة، كما هو مبين بالجدول التالي.

جدول (٨)

يوضح معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات محاور أداة الدراسة

ثبات ألفا كرونباخ	عدد العبارات	المحور
0.77	15	مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت في
0.75	5	أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة التوافق الزوجي
0.79	20	الثبات العام

يتضح من الجدول أعلاه أن معامل الثبات لمحاور أداة الدراسة تراوح بين (0.75 و0.77) بينما بلغ الثبات العام لأداة الدراسة (0.79)؛ مما يدل على أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package For Social Sciences والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS).

وبعد أن تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا للمقياس الثلاثي (الحدود الدنيا والعليا) تم حساب المدى ($3 - 1 = 2$)، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي ($2/3 = 0.66$)، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح)؛ وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي:

- من 1 إلى 1.66 يمثل (الاستجابة غير موافق) نحو كل عبارة.
- من 1.67 وحتى 2.33 يمثل (الاستجابة محايد) نحو كل عبارة.
- من 2.34 وحتى 3.00 يمثل (الاستجابة موافق) نحو كل عبارة.

وبعد ذلك تم حساب الإحصائية التالية:

- 1) معامل ألفا كرونباخ Alpha Cranbach لقياس الثبات.
- 2) معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق الاتساق الداخلي.
- 3) التكرارات والنسبة المئوية والمتوسط الحسابي لمعرفة استجابات أفراد عينة الدراسة على بنود أداة الدراسة ومحاورها.
- 4) الانحراف المعياري لترتيب العبارات لصالح الأقل تشتتاً عند تساوي المتوسطات الحسابية.
- 5) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية.
- 6) اختبار تحليل التباين
- 7) اختبار T.

تحليل نتائج الدراسة وتفسيرها:

تساؤلات الدراسة:

أولاً: أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد الأسر السعودية؟

جدول (٩)

يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها

النسبة	التكرار	مواقع التواصل الاجتماعي
78.7	118	سناب شات
48.0	72	يوتيوب
47.3	71	إنستجرام
47.3	71	تويتر
12.7	19	واتس اب
6.0	9	فيس بوك
4.7	7	تيك توك

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة يرون أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد الأسر السعودية "سناب شات" وذلك بنسبة بلغت (78.7%)، يليه في المرتبة الثانية "اليوتيوب" بنسبة بلغت (48.0%)، يليه في المرتبة الثالثة كل من "إنستجرام" و"تويتر" بنسبة بلغت (47.3%)، يليه في المرتبة الخامسة "واتس اب" بنسبة بلغت (12.7%)، يليه في المرتبة السادسة "فيس بوك" بنسبة بلغت (6.0%)، أما المرتبة السابعة والأخيرة فقد جاء فيها "تيك توك" بنسبة بلغت (4.7%).

وترى الباحثة أن ما جعل "سناب شات" يحتل المركز الأول في الاستخدام، هو تميز تصميمه، وسهولة استعماله، وجمعه لكل الإيجابيات والإمكانات التي يحتاجها أي شخص أياً كان تخصصه واهتمامه، فهو يقدم محتوى مرئياً ومختصراً لكل ما يحدث حول العالم.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (مصعب إبراهيم السعيد: 2020، 3229) (45) "استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى متابعتهم لمحتوى الإعلام التقليدي"، إذ جاء "اليوتيوب" في المركز الأول من حيث أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها أفراد الدراسة، ودراسة (سكينة محمود

التهامي: 2022,18) (46) "تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية"، إذ نسبة الأشخاص الذين يرون بأن الفيس بوك هو أحد أفضل مواقع التواصل الاجتماعي بلغت (2.8%) وهذه النسبة توافق غالبية الدراسات المصرية، وقد يعود تصدر الفيس بوك لكونه لا يقيد الفرد بعدد من الأحرف، ويعد أكثر حميمية من بقية مواقع التواصل الاجتماعي كونه يلزم بعدد محدد من الأصدقاء.

ثانياً: عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى افراد الأسرة السعودية؟

جدول (١٠)

يوضح عدد ساعات استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	عدد ساعات الاستخدام
15.3	23	أقل من ساعتين
20.7	31	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
26.0	39	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
19.3	29	من أربع ساعات إلى أقل من خمس ساعات
18.7	28	من خمس ساعات فأكثر
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات يومياً وذلك بنسبة بلغت (26.0%)، بينما بلغت نسبة الذين يستخدمون مواقع التواصل من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات (20.7%)، وبلغت نسبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أربع ساعات إلى أقل من خمس ساعات (19.3%)، وبلغت نسبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من خمس ساعات فأكثر (18.7%)، أما الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعتين فقد بلغت نسبتهم (15.3%).

ويتضح من هذه النتيجة نسبة الاستخدام العالية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث إنها أصبحت إحدى الأولويات في حياة الباحثين، بحيث إنهم يعتمدون عليها لتلبية العديد من الرغبات والإشباع الحياتية بوجه عام، وهذه النتيجة تعكس أحد أهم مساوئ مواقع التواصل الاجتماعي في إهدار الوقت الذي يتمثل في الغالب في تصفح عدد

من المعلومات التي قد لا تكون مفيدة على الإطلاق، بالإضافة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة قد يؤدي للعزلة والانطوائية الأمر الذي قد أثبتته العديد من الدراسات السابقة التي تستهدف البحث في مساوئ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة.

مثل دراسة (Christensen,spencer palmer:37، 2018) ⁽⁴⁷⁾ "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات والعواطف"، التي تشير إلى الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المشاعر هي الإحباط والاكتئاب.

وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع دراسة (لمياء محسن:3003، 2020) ⁽⁴⁸⁾ دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري، والتي أوضحت أن غالبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من خمس ساعات يومياً. وتختلف مع دراسة (نسرین عبد الله: 496، 2020) ⁽⁴⁹⁾ "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقات الزوجية"، التي أوضحت أن غالبية أفراد الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعتين يومياً.

جدول (١١)

يوضح مدى استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

النسبة	التكرار	مدى الاستخدام
81.3	122	دائماً
17.3	26	أحياناً
1.3	2	نادراً
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائماً وذلك بنسبة بلغت (81.3%)، بينما بلغت نسبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً (17.3%)، أما الذين نادراً ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فقد بلغت نسبتهم (1.3%).

ويتضح من هذه النتيجة أن أفراد العينة يهتمون بالتواصل بصورة دورية في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة بشكلٍ دائمٍ ومستمرٍ؛ وهذا لتلبية احتياجاتهم وإشباع رغباتهم، وهذا ما يتفق مع دراسة (هناؤ هولي وراضية غيبور: 2020، 91) (50) مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالحوار الأسري.

ودراسة (محمد محفوظ الزهري: 2016، 166) (51) استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي SMS والإشباع المتحققة وانعكاسها على سلوكياتهم، والتي تشير إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح عادة يومية لا يمكن الاستغناء عنها.

جدول (١٢)

يوضح تفضيل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	
44.0	66	أكون بمفردي
2.7	4	مع الأهل والأصدقاء
24.0	36	في المنزل
29.3	44	في أي وقت
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عندما يكونون بمفردهم وذلك بنسبة بلغت (44.0%)، بينما بلغت نسبة الذين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أي وقت (29.3%)، وبلغت نسبة الذين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل (24.0%)، أما الذين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء فقد بلغت نسبتهم (2.7%).

ويتضح من هذه النتيجة أن غالبية أفراد الدراسة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عندما يكونون بمفردهم؛ الأمر الذي قد يشير إلى احترام أفراد الدراسة

للوقت العائلي واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الفراغ، بالإضافة لحاجتهم للخصوصية.

وهذا ما اتفق مع دراسة (هنا هولي وراضية غيبور: 2020،96) ⁽⁵²⁾ "مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالحوار الأسري".

واختلفت مع دراسة (إسماعيل بحاش وإسماعيل فايد: (2018،57) ⁽⁵³⁾ "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التفكك الأسري"، إذ إن معظم الأزواج يفضلون استخدام الفيس بوك في البيت، وذلك ما يترتب عليه خلق نوع من العزلة عن أسرته؛ مما يؤدي إلى مشاكل داخل الأسرة.

ثالثاً: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على طبيعة العلاقة الزوجية لدى المتزوجين في المملكة العربية السعودية؟

جدول (١٣)

يوضح دوافعك في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	دوافع الاستخدام
74.7	112	الحصول على الأخبار
72.0	108	للتسلية والترفيه
70.7	106	للتواصل مع الأهل والأصدقاء
66.0	99	للحصول على المعلومات
46.0	69	لشغل وقت الفراغ
40.0	60	للتعرف على أماكن جديدة للترفيه
38.0	57	لغرض الدراسة والعمل
36.7	55	للتعرف على أكلات جديدة
14.0	21	لتطوير العلاقة الزوجية
9.3	14	لتطوير علاقات عاطفية
6.0	9	للتخلص من الفراغ العاطفي

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة يدفعهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الحصول على الأخبار وذلك بنسبة بلغت (74.7%)، بينما بلغت نسبة الذين يدفعهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التسلية والترفيه

(72.0%)، بينما بلغت نسبة الذين يستخدمونها لغرض التواصل مع الأهل والأصدقاء (70.7%)، في حين بلغت نسبة الذين يدفعهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الحصول على المعلومات (66.0%)، وبلغت نسبة الذين يدفعهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي شغل وقت الفراغ (46.0%)، وبلغت نسبة الذين يدفعهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التعرف على أماكن جديدة للترفيه (40.0%)، وبلغت نسبة الذين يدفعهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي غرض الدراسة والعمل (38.0%)، وبلغت نسبة الذين يدفعهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على أدوات جديدة (36.7%)، وبلغت نسبة الذين يستخدمون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لهدف تطوير العلاقة الزوجية (14.0%)، وبلغت نسبة الذين يستخدمونها لغرض تطوير علاقات عاطفية (9.3%)، وبلغت نسبة الذين يدفعهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التخلص من الفراغ العاطفي (6.0%).

ويتضح من هذه النتيجة أن غالبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار، خصوصاً وأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت المصدر المعلوماتي الأول لجميع أفراد المجتمع، وذلك لسرعتها في نشر الأخبار حول الأحداث في مختلف أرجاء العالم بالصوت والصورة. وهذا يتفق مع دراسة (لمياء محسن: 2020، 3006) ⁽⁵⁴⁾ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري". ودراسة (سكينة محمود التهامي: 2022، 19) ⁽⁵⁵⁾ "تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية".

وتختلف مع دراسة (محمد محفوظ الزهري: 2016، 168) ⁽⁵⁶⁾ "استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي SMS والإشباع المتحققة وانعكاسها على سلوكياتهم"، فقد جاء دافع التواصل مع الآخرين في المرتبة الأولى، وقد يعود ذلك بسبب أن الدراسة استهدفت الشباب الجامعي؛ حيث إن فئة الشباب تفضل دون غيرها التواصل مع الأخير عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير. ودراسة (إسماعيل بحاش وإسماعيل فايد: 2018، 58) ⁽⁵⁷⁾ "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في

التفكك الأسري"، إذ جاء دافع إقامة علاقات مع الجنس الآخر في المرتبة الأولى، وقد يعود ذلك لانتشار ثقافة استخدام الفيس بوك لدى هذه العينة.

ويأتي في المرتبة الثانية دافع التسلية والترفيه، وهذا قد يعود للترويج عن النفس والتخلص من الضغوطات الاجتماعية والأعباء المنزلية، وملاءة وقت الفراغ، خصوصاً في وقتنا الحالي، ومع انتشار منصات التواصل الاجتماعي والتي من أشهرها منصة "التيك توك" التي أصبحت واحدة من أكثر المنصات استخداماً حول العالم، كونها تحتوي على الكثير من الصور ومقاطع الفيديو المسلية، والعديد من الخدمات الترفيهية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نصيرة شليحون ومريم بو عيطة: 2017,85) ⁽⁵⁸⁾ "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري"، ودراسة (محمد محفوظ الزهري 2016) ⁽⁵⁹⁾ "استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي SMS والإشباع المتحققة وانعكاسها على سلوكياتهم".

جدول (١٤)

يوضح رأي المبحوثين في مشاركة الشريك بما يشاهدونه على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	
3.3	5	غير موافق أبداً
3.3	5	غير موافق
18.7	28	محايد
46.0	69	موافق
28.7	43	موافق جداً
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة يوافقون على مشاركة شريكهم بما يشاهدونه على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة بلغت (46.0%)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون جداً مشاركة شريكهم بما يشاهدونه على مواقع التواصل الاجتماعي (28.7%)، في حين بلغت نسبة الذين يحايدون حيال مشاركة شريكهم بما يشاهدونه على مواقع التواصل الاجتماعي (18.7%)، أما الذين لا يوافقون والذين لا يوافقون بشدة على مشاركة شريكهم بما يشاهدونه على مواقع التواصل الاجتماعي فقد بلغت نسبتهم (3.3%).

ونستنتج من هذه النتيجة أن أفراد الدراسة يهتمون بالمواضيع والقضايا التي تثيرها مواقع التواصل الاجتماعي، ويشاركونها مع شريكهم، وهذا يرجع إلى طبيعة العلاقة القائمة على الحوار والتواصل وتبادل الآراء مع بعضهم البعض، والثقة المتبادلة بين الشركاء، الأمر الذي يؤدي للتفاعل وتعزيز الترابط الأسري بينهم، وهو مؤشر إيجابي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (هنا هولي وراضية غيبور: 2020،98) ⁽⁶⁰⁾ "مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالحوار الأسري، في حين تختلف مع دراسة (رضوى السيد الحسيني: 274، 2018) ⁽⁶¹⁾ "تأثير استخدام الفيس بوك على الرضا عن الحياة الزوجية"، والتي تشير لعدم معرفة الشريك باستخداماتهم "للفيس بوك"، وذلك اعتقاداً بحرية امتلاك حساب شخصي لهم يحقق الخصوصية، دون الاهتمام بالطرف الآخر في العلاقة الزوجية. ودراسة (إسماعيل بحاش وإسماعيل فايد: 2018،59) ⁽⁶²⁾ والتي توضح أن غالبية الأزواج لا يسمحون لزوجاتهم بالاطلاع على حسابهم الشخصي في الفيس بوك، وذلك بسبب العلاقات التي يملكونها.

جدول (١٥)

يوضح تفضيل قضاء وقت أطول على مواقع التواصل الاجتماعي

أكثر من الوقت الذي تقضيه مع العالم الواقعي؟

النسبة	التكرار	
59.3	89	لا
31.3	47	إلى حد ما
9.3	14	نعم
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة لا يفضلون قضاء وقت أطول على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي يقضونه مع العالم الواقعي، وذلك بنسبة بلغت (59.3%)، بينما بلغت نسبة الذين يفضلون إلى حد ما (31.3%)، في حين أن الذين يفضلون قضاء وقت أطول على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي يقضونه مع العالم الواقعي قد بلغت نسبتهم (9.3%).

ومن خلال هذه النتيجة يمكن أن نتبين أن غالبية أفراد الدراسة لا يفضلون قضاء وقت أطول على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي يقضونه مع العالم الواقعي، وهي نتيجة مرضية، إذ إن هناك رغبة أكيدة في قضاء وقت أطول مع العالم الواقعي، لكن الحقيقة تثبت أن أفراد الأسرة يقضون وقتاً أطول على المواقع الافتراضية؛ مما يعكس أن هناك اختلافاً بين الرغبة الحقيقية وبين التنفيذ الواقعي، بالإضافة لعدم قدرة الشريكين في تحقيق رغبة الآخر، فالفضاء الافتراضي هو الأكثر تواصلاً، فغالبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات يومياً كما وضع جدول (١٠).

جدول (١٦)

يوضح إلى أي مدى يقل تفاعلك مع شريكك بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

النسبة	التكرار	
17.3	26	أبداً
28.0	42	نادراً
44.7	67	أحياناً
10.0	15	كثيراً
100.0	150	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة أحياناً ما يقل تفاعلهم مع شريكهم بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة بلغت (44.7%)، بينما بلغت نسبة الذين نادراً ما يقل تفاعلهم مع شريكهم بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (28.0%)، في حين بلغت نسبة الذين لا يقل تفاعلهم مع شريكهم بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (17.3%)، أما الذين كثيراً ما يقل تفاعلهم مع شريكهم بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فقد بلغت نسبتهم (10.0%).

ويتضح من هذه النتيجة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً ما يقلل من التفاعل مع شريكهم؛ الأمر الذي يوضح أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً على العلاقات الأسرية والترابط الأسري، فالانشغال بمواقع التواصل الاجتماعي، وقضاء كثير من الوقت في استخدامها، قد يؤدي للصمت والعزلة عن شريك الحياة، والغياب عن

العالم الواقعي لساعات طوال، الأمر الذي سيكون له بلا شك تأثير سلبي كبير؛ مما ينشئ عنه ما يسمى لدى علماء الاجتماع بـ"الخرس الزوجي".

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نصيرة شلحيون ومريم بوعيطة: 98، 2017) ⁽⁶³⁾ "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري"، التي أوضحت الآثار السلبية لاستخدام "الفايس بوك" على علاقة أفراد الدراسة بأسرهم، وجاء بالنتيجة الأولى: أنه عمل على تقليل الحوار الشخصي التفاعلي بين الأسرة. ودراسة (إسماعيل بحاش وإسماعيل فايد: 62، 2018) ⁽⁶⁴⁾ التي أوضحت أن العلاقة بعد استخدام الزوج لحساب الفيس بوك أصبحت عادية، وهذا يعود لثقافة استخدامهم للفيس بوك من خلال ضبطهم لأوقات استخدام الفيس بوك، في حين أن البعض يرى أن العلاقة سيئة وهذا ما يفسر إدمان الزوج على الفيس بوك؛ مما يخلق عزلة تامة عن زوجته، حيث يكون لقاءه بها أو الحوار معها وقت الجلوس أمام مائدة الأكل.

وتختلف مع دراسة (لمياء محسن: 3009، 2020) ⁽⁶⁵⁾ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري"، التي أشارت إلى أن العلاقة الزوجية والأسرية لم تتأثر بسبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ وذلك لوعي أفراد الأسرة بمخاطر وآثار مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية. ودراسة (رضوى السيد الحسيني: 271، 2018) ⁽⁶⁶⁾ "تأثير استخدام الفيس بوك على الرضا عن الحياة الزوجية" والتي أوضحت أن 52,5% من المتزوجين لم يتأثروا سلباً في علاقاتهم مع شريكهم بسبب استخدام "الفايس بوك".

رابعاً: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي بين المتزوجين في المملكة العربية السعودية؟

جدول (١٧)

يوضح تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي بين المتزوجين في المملكة العربية السعودية

الاتجاه	ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	
موافق إلى حد ما	3	0.69	1.91	43	78	29	ك
				28.7	52.0	19.3	%
موافق إلى حد ما	5	0.72	1.73	65	61	24	ك
				43.3	40.7	16.0	%
موافق إلى حد ما	2	0.70	1.93	42	76	32	ك
				28.0	50.7	21.3	%
موافق إلى حد ما	4	0.75	1.74	27	57	66	ك
				18.0	38.0	44.0	%
موافق إلى حد ما	1	0.81	2.01	49	53	48	ك
				32.7	35.3	32.0	%

يتبين من النتائج الموضحة أعلاه أن أفراد عينة الدراسة يوافقون إلى حد ما على جميع الفقرات التي تقيس تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي بين المتزوجين في المملكة العربية السعودية، حيث تراوح متوسطها الحسابي ما بين (1.73 إلى 2.01) وهو متوسط يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الثلاثي من (1.67 إلى 2.33) وهي الفئة التي تشير إلى خيار "موافق إلى حد ما" وفيما يلي عرض للفقرات ومتوسطها الحسابي من المتوسط الأكبر إلى المتوسط الأقل (قلل من قضاء الوقت مع شريكي "2.01"، أثر إيجابياً في علاقتي مع شريكي "1.93"، زاد تفاعلي مع شريكي "1.91"، أثر سلبياً في علاقتي مع شريكي "1.74"، ساعد في حل خلافاتي مع شريكي "1.73").

يوضح هذا الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي تأخذ حيزاً من الوقت بحيث تقلل من قضاء الوقت بين الشريكين؛ الأمر الذي قد يزيد من الفجوة بينهما في التواصل إذا تم

استخدامها لساعات طويلة، وهذا ما يتفق مع دراسة (رضوى السيد الحسيني: 2018،273)⁽⁶⁷⁾ "تأثير استخدام الفيس بوك على الرضا عن الحياة الزوجية"، التي توضح أن إدمان الزوجين للفيس بوك يتسبب في فقدان لغة الحوار بين الأزواج بسبب انشغالهم بالفيس بوك وبالتالي يقل الوقت الذي يقضيه الزوجان معاً. ودراسة (إسماعيل بحاش وإسماعيل فايد: 2018،63)⁽⁶⁸⁾ التي توضح أن الوقت الذي يقضيه الزوج مع أفراد أسرته في تجاذب الأحاديث بعد استخدامه للفيس بوك قد نقص، فاستخدام الفيس بوك لوقت طويل يجعله يغوص في عالم افتراضي ويصبح عادة للمستخدم؛ مما يقلل الجلوس أو الحديث مع أفراد أسرته الأمر الذي قد يؤدي للتفكك الأسري.

وجاء في المرتبة الثانية أنها "أثرت بشكل إيجابي في علاقتي مع شريكي"، وترى الباحثة أن ذلك قد يعود لمميزات وسائل التواصل الاجتماعي التي تربط بين الأشخاص في كل وقت ومكان، وهو الأمر الذي يساعد الأزواج بشكل إيجابي في التواصل بمختلف الوسائل المطروحة إذا ما تم استخدامها بمسؤولية عالية واطمئنان، بالإضافة إلى وجود العديد من الحسابات المتخصصة على مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الزوجية والأسرية والتي تسعى لرفع وبناء الوعي لأهمية الترابط الأسري. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نسرین عبد الله: 2020، 499)⁽⁶⁹⁾ "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقات الزوجية".

خامساً: الإشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لدى المتزوجين في المملكة العربية السعودية؟

جدول (١٨)

يوضح الإشباعات التي تتحقق من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الإشباعات المتحققة
77.3	116	معرفة ما يدور في العالم
66.0	99	تنمية الثقافة العامة
51.3	77	شغل وقت الفراغ
46.0	69	التحدث مع الآخرين
31.3	47	تنظيم الأمور داخل المنزل
26.0	39	مواكبة الموضة
18.0	27	إيجاد حلول للمشاكل الزوجية
9.3	14	التعرف على أشخاص جدد

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد الدراسة يتحقق لهم من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الإشباعات التالية: معرفة ما يدور في العالم، وذلك بنسبة بلغت (77.3%)، بينما بلغت نسبة الذين يتحقق لهم إشباع تنمية الثقافة العامة نسبة (66.0%)، في حين بلغت نسبة الذين يتحقق لهم إشباع شغل وقت الفراغ نسبة (51.3%) وقد بلغت نسبة الذين يتحقق لهم إشباع التحدث مع الآخرين نسبة (46.0%)، أما الذين يتحقق لهم إشباع تنظيم الأمور داخل المنزل فقد بلغت نسبتهم (31.3%)، بينما بلغت نسبة الذين يتحقق لهم مواكبة الموضة (26.0%)، وبلغت نسبة الذين يتحقق لهم إشباع إيجاد حلول للمشاكل الزوجية (18.0%)، وبلغت نسبة الذين يتحقق لهم التعرف على أشخاص جدد نسبة (9.3%).

ويتضح لنا من خلال هذه النتيجة أن معرفة ما يدور في العالم هي أهم الإشباعات التي تلبها مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد الدراسة، وهذا ما اتفق مع جدول (١٣) في دوافع استخدام أفراد الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.

ويأتي في المرتبة الثانية: تنمية الثقافة العامة، ويعود ذلك لسبب أن مواقع التواصل الاجتماعي سهلت على الجميع الحصول على العديد من المعلومات المختلفة من

المتخصصين في جميع المجالات حول العالم. وهذا ما اتفق فيه مع دراسة (نصيرة شليحون ومريم بو عيطة: 89، 2017) ⁽⁷⁰⁾ "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري" واختلفت مع دراسة (رضوى السيد الحسيني: 266، 2018) ⁽⁷¹⁾ "تأثير استخدام الفيس بوك على الرضا عن الحياة الزوجية": إذ جاء دافع التعرف على أشخاص جدد في المرتبة الثانية.

أما في المرتبة الثالثة: فقد جاء نتيجة شغل الفراغ، الأمر الذي قد يتفق مع دافع التسلية والترفيه في جدول (١٣)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مصعب إبراهيم السعيد: 3237، 2020) ⁽⁷²⁾ "استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى متابعتهم لمحتوى الإعلام التقليدي"; حيث جاءت نتيجة (ساعديتي في التسلية وملء أوقات الفراغ) المرتبة الأولى من بين النتائج الأخرى.

بالإضافة إلى تحقق إشباع تنظيم الأمور داخل المنزل نتيجة استخدام مواقع التواصل: مما يؤكد أن هناك إشباعات تتحقق من خلال الاستخدام لم يكن لها دوافع.

سادسا: إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في ظهور انحرافات أخلاقية عند بعض الأشخاص؟

جدول (١٩)

يوضح إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في ظهور انحرافات أخلاقية عند بعض الأشخاص

الاتجاه	ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	محايد	موافق	
الموافقة إلى حد ما	3	0.25	1.93		140	10	ك
					93.3	6.7	%
الموافقة إلى حد ما	5	0.31	1.89		134	16	ك
					89.3	10.7	%
الموافقة إلى حد ما	9	0.46	1.70		105	45	ك
					70.0	30.0	%
الموافقة إلى حد ما	4	0.29	1.91		136	14	ك
					90.7	9.3	%
الموافقة إلى حد ما	6	0.32	1.89		133	17	ك
					88.7	11.3	%

الاتجاه	ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	محايد	موافق	
الموافقة إلى حد ما	8	0.45	1.73		109	41	ك
					72.7	27.3	%
الموافقة إلى حد ما	7	0.43	1.76		114	36	ك
					76.0	24.0	%
الموافقة إلى حد ما	2	0.24	1.94		141	9	ك
					94.0	6.0	%
الموافقة إلى حد ما	1	0.21	1.95		143	7	ك
					95.3	4.7	%
الموافقة إلى حد ما		1.86		المتوسط الحسابي			

يتبين من النتائج الموضحة أعلاه أن أفراد عينة الدراسة يوافقون إلى حد ما على جميع الفقرات التي تقيس إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في ظهور انحرافات أخلاقية عند بعض الأشخاص، حيث تراوح متوسطها الحسابي ما بين (1.70 إلى 1.95) وهو متوسط يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الثلاثي من (1.67 إلى 2.33)، وهي الفئة التي تشير إلى خيار "محايد" وفيما يلي عرض للفقرات ومتوسطها الحسابي من المتوسط الأكبر إلى المتوسط الأقل (انتشار ظاهرة الفردانية "1.95"، ضعف الروابط الأسرية "1.94"، انتشار الانحرافات الأخلاقية "1.93"، انتشار الانحرافات الجنسية "1.91"، انتشار الخيانة الزوجية "1.89"، زيادة حالات الطلاق "1.89"، انتشار إدمان المخدرات "1.76"، ارتفاع معدلات العنف الأسري "1.73"، انتشار التدخين "1.70").

وبالنظر إلى المتوسط العام لمحور إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في ظهور انحرافات أخلاقية عند بعض الأشخاص يتضح لنا أن أفراد الدراسة يوافقون إلى حد ما على فقرات المحور بصورة عامة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لجميع الفقرات (1.86) وهو متوسط يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الثلاثي من (1.67 إلى 2.33)، وهي الفئة التي تشير إلى خيار "محايد".

ويمكن أن يتضح من هذا الجدول أن غالبية أفراد الدراسة يوافقون إلى حد ما على جميع العبارات التي تم عرضها في الجدول، فانتشار ظاهرة العزلة بصورة عالية، وضعف

الروابط الأسرية، بالإضافة إلى انتشار الانحرافات الأخلاقية، يشير إلى الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، وخطورة إدمانها، وأهمية التوعية في استخدامها للحفاظ على الترابط الأسري، والحفاظ على مجتمع سليم.

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٢٠)

يوضح العلاقة بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

دوافع الاستخدام	ما عدد ساعات استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
معامل الارتباط	.299**
الدلالة الإحصائية	.000
N	150

يتبين من الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية موجبة بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وكلما زادت دوافع الإنسان كلما زاد إقباله على الشيء، وهنا نجد أن دوافع المبحوثين كانت الحصول على الأخبار والتسلية والترفيه، والتواصل مع الأهل والأصدقاء، وهو ما تحقق بالفعل في جدول الإشباع؛ الأمر الذي يعني أنه كلما تم إشباع دوافع الاستخدام كلما زاد معدل الاستخدام.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة التوافق الزوجي.

جدول (٢١)

يوضح العلاقة بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة التوافق الزوجي

زيادة التوافق الزوجي	معامل الارتباط
معامل الارتباط	.132
الدلالة الإحصائية	.107
N	150

يتبين من الجدول أعلاه عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة التوافق الزوجي. ومن خلال هذه النتيجة يمكن القول إن معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا يؤثر على شعور الطرفين بالانسجام والانتماء العاطفي والاتفاق في حياتهم الزوجية. الأمر الذي يختلف مع دراسة (Christensen,spencer palmer 2018،37:73) "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات والعواطف"، التي تشير إلى أنه كلما زاد الوقت الذي يقضيه الفرد على مواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد احتمال تعرضهم لتأثير سلبي على رفاهيتهم العاطفية بشكل عام، وانخفاض الجودة في علاقتهم، بالإضافة إلى زيادة احتمال تدهور صحتهم العاطفية، الأمر الذي قد يؤثر سلباً على الآخرين.

وبناء على هذه النتيجة يتبين لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر على درجة التوافق الأسري سواء بشكل إيجابي أو سلبي، وهذا ما يرد على جميع الاتهامات التي تُوجه لمواقع التواصل الاجتماعي بأنها مسؤولة عن وجود خلل في التوافق الأسري، حيث ثبت أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤدي دوراً في عملية الترابط بين الزوجين، فهي بريئة من تأثيراتها على مسألة التوافق بين الزوجين.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين طبيعة العلاقة الزوجية.

جدول (٢٢)

يوضح العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين طبيعة العلاقة الزوجية

هل أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على علاقتك مع شريكك؟		
.093	معامل الارتباط	ما مدى استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
.259	الدلالة الإحصائية	
150	N	

يتبين من الجدول أعلاه عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين طبيعة العلاقة الزوجية.

وعلى الرغم من غالبية أفراد الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكلٍ يوميٍّ ودائمٍ؛ إلا أنه من خلال هذه النتيجة التي توضح عدم وجود علاقة بين مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة العلاقة الزوجية، الأمر الذي قد يدل على وعي المبحوثين بالآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها في أوقات مناسبة.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (رضوى السيد الحسيني: 2018، 281) ⁽⁷⁴⁾ "تأثير استخدام الفيس بوك على الرضا عن الحياة الزوجية" التي أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية انحدارية بين استخدام الزوجين "لفيس بوك" والرضا عن الحياة الزوجية، فكلما زاد استخدام الزوجين "لفيس بوك" قلَّ الرضا عن الحياة الزوجية.

ودراسة (نسرین عبد الله: 2020، 499) ⁽⁷⁵⁾ "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقات الزوجية" التي تشير إلى وجود أثر مهم ومعنوي لمواقع التواصل الاجتماعي في التوافق الأسري.

ودراسة (لمياء محسن: 2020، 3010) ⁽⁷⁶⁾ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري" والتي ترى بأن الاستغراق في مواقع التواصل الاجتماعي يعد جوهر أسباب سوء العلاقة بين الزوجين، كونه يؤدي لانشغال الزوجين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يؤدي للعزلة الزائدة.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (التعليم- العمل- السن- النوع).

جدول (٢٣)

يوضح الفروق من حيث النوع

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة الإحصائية
ذكر	45	2.8444	.36653	0.821	0.413
أنثى	105	2.7810	.45953		

يتبين من الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاستخدام أفراد الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير النوع.

فكما وضع الجدول (١١) أن غالبية أفراد الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكلٍ دائمٍ، حيث ثبت أن الإناث والذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي على درجة متساوية.

جدول (٢٤)
يوضح الفروق من حيث العمل

الدلالة الإحصائية	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمل
0.881	0.150	.39855	2.8056	72	أعمل
		.46596	2.7949	78	لا أعمل

يتبين من الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاستخدام أفراد الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمل.

ومعنى ذلك أن بعض الأشخاص يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مقر العمل؛ مما يعني أن بيئة العمل ليس لها تأثير في تقليل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٢٥)
يوضح الفروق من حيث السن

الدلالة الإحصائية	F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
.019	3.427	.614	3	1.842	بين المجموعات
		.179	146	26.158	داخل المجموعات
			149	28.000	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاستخدام أفراد الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر والجدول التالي يوضح الاختبار البعدي لمعرفة الفروق لصالح أي فئة من فئات العمر.

جدول (٢٦)

يوضح الاختبار البعدي للفروق من حيث السن

الدلالة الإحصائية	الانحراف الخطأ	الفرق بين المتوسطات	(J) العمر	(I) العمر
.124	.08828	.13670	من 31 إلى 40 سنة	من 20 إلى 30 سنة
.059	.09328	.17727	من 41 إلى 50 سنة	
.004	.11714	.33891*	51 سنة فأكثر	

يتبين من الجدول أعلاه أن الفروق كانت بين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة والذين أعمارهم من 51 سنة فأكثر لصالح الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة، أي أنهم أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي من الذين أعمارهم من 51 سنة فأكثر.

ويتضح من هذه النتيجة أن فئة الشباب هي الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد يرجع ذلك لاهتمامهم بالتقنية بصورة أكبر خصوصاً وأن العالم في تطور كبير ومتسارع.

وبالنسبة للفئات العمرية الأخرى فذلك قد يرجع لانشغالاتهم اليومية، أو لعدم حاجتهم للخدمات التي تقدمها هذه المواقع أو لتفضيلهم للوسائل التقليدية.

جدول (٢٧)

يوضح الفروق من حيث التعليم

الدلالة الإحصائية	F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
.083	2.266	.415	3	1.245	بين المجموعات
		.183	146	26.755	داخل المجموعات
			149	28.000	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاستخدام أفراد الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التعليم.

الأمر الذي يعني عدم وجود اختلاف في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى مختلف أفراد الدراسة المتعلمين، ويعود ذلك لسبب أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت عادة يومية لدى غالبية أفراد المجتمع.

ويتضح من هذه النتيجة القبول الجزئي لهذا الفرض؛ حيث إن العوامل الديموجرافية أدت دوراً في مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من حيث السن، ولم تؤدّ دوراً في النوع، العمل، التعليم.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (التعليم- العمل- السن- النوع).

جدول (٢٨)

يوضح الفروق من حيث النوع

الدلالة الإحصائية	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع
0.253	-1.147	2.14853	4.5556	45	ذكر
		2.11903	4.9905	105	أنثى

يتبين من الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع أفراد الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير النوع؛ الأمر الذي يعني أن غالبية دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الذكور والإناث تكاد تكون متشابهة، فجميع الفئات على درجة واحد من الفكر والثقافة حيث إن غالبيتهم يحرصون على معرفة الأخبار وتنمية ثقافتهم وشغل وقت فراغهم.

جدول (٢٩)

يوضح الفروق من حيث العمل

الدلالة الإحصائية	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع
0.195	-1.301	2.23567	4.6250	72	أعمل
		2.01790	5.0769	78	لا أعمل

يتبين من الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع أفراد الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمل.

جدول (٣٠)
يوضح الفروق من حيث السن

الدلالة الإحصائية	F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
.000	10.636	40.416	3	121.249	بين المجموعات
		3.800	146	554.811	داخل المجموعات
			149	676.060	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع أفراد الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر، والجدول التالي يوضح الاختبار البعدي لمعرفة الفروق لصالح أي فئة من فئات العمر.

جدول (٣١)

يوضح الاختبار البعدي للفروق من حيث السن

الدلالة الإحصائية	الانحراف الخطأ	الفرق بين المتوسطات	(J) العمر	(I) العمر
.000	.40656	1.74399*	من 31 إلى 40 سنة	من 20 إلى 30 سنة
.000	.42960	1.69937*	من 41 إلى 50 سنة	
.000	.53947	2.05282*	51 سنة فأكثر	

يتبين من الجدول أعلاه أن الفروق كانت كما يلي:

1. بين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة والذين تتراوح أعمارهم ما بين 31 إلى 40 سنة لصالح الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة، أي أن لديهم دوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذين أعمارهم من 31 إلى 40 سنة.
2. وبين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة والذين تتراوح أعمارهم ما بين 41 إلى 50 سنة لصالح الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة، أي أن لديهم دوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذين أعمارهم من 41 إلى 50 سنة.

3. وبين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة والذين أعمارهم من 51 سنة فأكثر لصالح الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة، أي أن لديهم دوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذين أعمارهم من 51 سنة فأكثر. وهذا يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير العمر لصالح من 20 إلى 30 سنة، وتقع هذه الفئة العمرية في مرحلة الشباب وهي مرحلة التطلع للمستقبل بطموحات كبيرة، وغالباً ما يتم فيها تعلم العديد من المهارات المختلفة، واكتساب معلومات جديدة، وهي من أهم المراحل التي يمر بها الفرد، حيث تبدأ شخصية الإنسان بالتبلور من خلال التجارب والمعرفة التي اكتسبها.

جدول (٣٢)

يوضح الفروق من حيث التعليم

الدلالة الإحصائية	F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
.000	7.577	30.359	3	91.077	بين المجموعات
		4.007	146	584.983	داخل المجموعات
			149	676.060	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع أفراد الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير، التعليم والجدول التالي يوضح الاختبار البعدي لمعرفة الفروق لصالح أي فئة من فئات التعليم.

جدول (٣٣)

يوضح الاختبار البعدي للفروق من حيث التعليم

الدلالة الإحصائية	الانحراف الخطأ	الفرق بين المتوسطات	(J) المستوى التعليمي	(I) المستوى التعليمي
.013	.45731	1.15220*	تعليم ثانوي فأقل	بكالوريوس
.067	.53343	.98278	دبلوم	
.000	.45052	2.01220*	دراسات عليا	

يتبين من الجدول أعلاه أن الفروق كانت كما يلي:

1. بين الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس والذين مؤهلهم العلمي تعليم ثانوي فأقل لصالح الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس، أي أن لديهم دوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذين مؤهلهم العلمي تعليم ثانوي فأقل.

2. بين الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس والذين مؤهلهم العلمي دراسات عليا لصالح الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس، أي أن لديهم دوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذين مؤهلهم العلمي دراسات عليا.

ويمكن القول إن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلاب الجامعيين في مرحلة البكالوريوس تختلف عن طلاب الدراسات العليا وطلاب التعليم العام، وذلك قد يعود لتنوع الواجبات المطروحة عليهم، وحاجتهم لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي بكثرة، أو لملء وقت الفراغ، ومشاهدة المسلسلات والبرامج الترفيهية لغرض التسلية.

ويتضح من هذه النتيجة القبول الجزئي لهذا الفرض؛ حيث إن العوامل الديموغرافية أدت دوراً في دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من حيث السن والتعليم، ولم تؤد دوراً في النوع، والعمل.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والانحرافات الأخلاقية.

جدول (٣٤)

يوضح العلاقة بين مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والانحرافات الأخلاقية

الانحرافات الأخلاقية	ما مدى استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟	
-0.061	معامل الارتباط	
.459	الدلالة الإحصائية	
150	N	

يتبين من الجدول أعلاه عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والانحرافات الأخلاقية.

وبناء على هذه النتيجة يمكن القول: إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا علاقة له في ظهور وانتشار الانحرافات الأخلاقية، رغم ما يشاع بأن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً في ظهور وانتشار الانحرافات الأخلاقية، وذلك يعود لعدة أمور؛ منها: أن

المجتمع السعودي مجتمع محافظ ملتزم بالكتاب والسنة، بالإضافة لطبيعة العينة التي أُجريت عليها الدراسة، حيث إن عدداً كبيراً من أفراد الدراسة تربطهم علاقة بالباحثة، وذلك بسبب الأخذ بأسلوب كرة الثلج، وبالتالي فهم أشخاص أسوياء لم تؤثر بهم الانحرافات الأخلاقية.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قبول الانحرافات الأخلاقية وعدم التوافق الزوجي.

جدول (٣٥)

يوضح العلاقة بين قبول الانحرافات الأخلاقية وعدم التوافق الزوجي

عدم التوافق الزوجي		
.318**	معامل الارتباط	قبول الانحرافات
.000	الدلالة الإحصائية	
150	N	

يتبين من الجدول أعلاه عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قبول الانحرافات الأخلاقية وعدم التوافق الزوجي.

تري الباحثة أن قبول الانحرافات الأخلاقية يؤثر على التوافق الزوجي، الذي يعد محصلة التفاعل الإيجابي بين الزوجين؛ من تحمل المسؤولية، والقدرة على حل المشكلات، والانسجام والمحبة المتبادلة، فالانحرافات الأخلاقية غالباً ما تكون أمور خارجة عن الفطرة، ومضرة بالشخص والأفراد من حوله، الأمر الذي قد يقود للعديد من المشكلات والأضرار النفسية والجسدية، وبالتالي يؤثر على علاقة الزوجين لكنها لم تؤد دوراً، وذلك يرجع لطبيعة المشاركين في الاستبانة الذين ينتمون لمجتمعات محافظة، وبيئة نظيفة، وبالتالي لم تظهر الانحرافات الأخلاقية في وسط عينة الدراسة، وبالتالي لا توجد علاقة.

النتائج العامة للدراسة:

أولاً: ملخص النتائج الخاص بالإجابة تساؤلات الدراسة:

1. أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد الدراسة يرون أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد الأسر السعودية "سناب شات" وذلك بنسبة بلغت (78.7%).
2. أثبتت الدراسة أن غالبية أفراد الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات يومياً وذلك بنسبة بلغت (26.0%).
3. أثبتت الدراسة أن غالبية أفراد الدراسة دائماً ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة بلغت (81.3%).
4. أثبتت الدراسة أن غالبية أفراد الدراسة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عندما يكونون بمفردهم وذلك بنسبة بلغت (44.0%).
5. أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد الدراسة يدفعهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الحصول على الأخبار وذلك بنسبة بلغت (74.7%).
6. أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد الدراسة يوافقون على مشاركة شريكهم بما يشاهدونه على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة بلغت (46.0%).
7. أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد الدراسة لا يفضلون قضاء وقت أطول على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي يقضونه مع العالم الواقعي وذلك بنسبة بلغت (59.3%).
8. أثبتت الدراسة أن غالبية أفراد الدراسة أحياناً ما يقل تفاعلهم مع شريكهم بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة بلغت (44.7%).
9. أوضحت الدراسة أن أفراد عينة الدراسة يوافقون إلى حدٍ ما على جميع الفقرات التي تقيس تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي بين المتزوجين في المملكة العربية السعودية.

10. أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد الدراسة يتحقق لهم من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إشباع "معرفة ما يدور في العالم" وذلك بنسبة بلغت (77.3%).

11. أثبتت الدراسة أن المتوسط العام لمحور إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في ظهور انحرافات أخلاقية عند بعض الأشخاص بلغ (1.86)، وهو متوسط يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الثلاثي من (1.67 إلى 2.33) وهي الفئة التي تشير إلى خيار "محايد".

ثانياً: النتائج الخاصة باختبار فروض الدراسة:

1. أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية موجبة بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
2. أثبتت الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة التوافق الزوجي.
3. أثبتت الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين طبيعة العلاقة الزوجية.
4. أثبتت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاستخدام أفراد الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير النوع.
5. أثبتت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاستخدام أفراد الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمل.
6. أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاستخدام أفراد الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر، والفروق كانت بين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة والذين أعمارهم من 51 سنة فأكثر لصالح الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة؛ أي أنهم أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي من الذين أعمارهم من 51 سنة فأكثر.
7. أثبتت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاستخدام أفراد الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التعليم.

8. أثبتت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع أفراد الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير النوع.
9. أثبتت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع أفراد الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمل.
10. أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع أفراد الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر والفروق كانت كما يلي:
- ✓ بين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة والذين تتراوح أعمارهم ما بين من 31 إلى 40 سنة لصالح الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة؛ أي أنه لديهم دوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذين أعمارهم من 31 إلى 40 سنة.
- ✓ بين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة والذين تتراوح أعمارهم ما بين من 41 إلى 50 سنة لصالح الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة؛ أي أنه لديهم دوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذين أعمارهم من 41 إلى 50 سنة.
- ✓ بين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة والذين أعمارهم من 51 سنة فأكثر لصالح الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة؛ أي أنه لديهم دوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذين أعمارهم من 51 سنة فأكثر.
11. أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع أفراد الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التعليم، والفروق كانت كما يلي:
- ✓ بين الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس والذين مؤهلهم العلمي تعليم ثانوي فأقل لصالح الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس؛ أي أنه لديهم دوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذين مؤهلهم العلمي تعليم ثانوي فأقل.

- ✓ بين الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس والذين مؤهلهم العلمي دراسات عليا لصالح الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس؛ أي أنه لديهم دوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذين مؤهلهم العلمي دراسات عليا.
12. أثبتت الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والانحرافات الأخلاقية.
13. أثبتت الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قبول الانحرافات الأخلاقية وعدم التوافق الزوجي.

التوصيات

1. ينبغي على الوالدين إعادة ترتيب أوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حتى لا تؤدي للتفكك الأسري، وعمل يوم مخصص للقاء الأسري بعيداً عن المواقع الافتراضية.
2. يجب على الجمعيات الأهلية والجهات العاملة والمؤسسات التعليمية نشر الوعي بأهمية الترابط الأسري، وأهمية وفوائد الحوار الأسري.
3. ينبغي الرقابة على الهواتف في منشئة العمل بحيث يتم حجب مواقع التواصل الاجتماعي لأجل إنهاء الأعمال في الوقت المحدد.
4. إعداد برامج هادفة وتوعوية من قبل المؤسسات التعليمية تقوم على نشر القيم والأخلاق الحميدة، وتوجيه الشباب للاهتمام بالعلم وتطوير أنفسهم ومجتمعاتهم.
5. قيام الجمعيات الأهلية والجهات العاملة المتخصصة في قضايا الأسرة بعمل المزيد من المنشورات الإلكترونية ومقاطع الفيديو التوعوية بأهمية الترابط الأسري وأثره النفسي على أفراد العائلة.

¹)June Kimeto "The Effect Of Social Media On Marital Success: A Case of Lang'ata Constituency" Nairobi County, Kenya, Master Thesis, Pan Africa Christian University Nairobi, Kenya. June2016

² دراسة سكيينة محمود التهامي، "تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية"، المجلة الليبية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة بنغازي، العدد2، سنة 2022م.

³ منال إلياس، "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأسرة المسلمة - دراسة تأصيلية"، مجلة علوم الاتصال، جامعة أم درمان، كلية الإعلام، مقالة 3، مجلد 6، ديسمبر 2021م، ص- ص: 231- 266.

⁴ إسراء سامي، "استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية- دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة المنصورة، كلية الآداب، المجلد 58، العدد4، يوليو 2021م، ص- ص: 1941-1990.

⁵ هناء هولي، راضية غيبور، "مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالحوار الأسري- الفيس بوك نموذجًا- دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى تاسوست، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2020م.

⁶ منال محمد، "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بمدينة الرياض"، مجلة البحث العلمي في التربية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية، عدد20، الجزء الرابع، 2019م، ص- ص: 241- 291.

⁷ اسعداني سلامي، فقيري ليلي، "التفاعل الاجتماعي في الفضاء السيبراني وانعكاسه على القيم والعلاقات الأسرية"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة محمد بوضياف، كلية الإعلام والاتصال، المقالة 5، مجلد51، الجزء الأول، 2019م، ص- ص: 161-178.

⁸ نجاه عبد الله، "النهم الاستهلاكي لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب الأسري مقارنة في مفهوم الاعتدال بين الأسترين السعودية والمصرية"، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاقتصاد المنزلي، مقالة 16، المجلد 2018، العدد 51، 2018م، ص- ص: 415-451.

⁹ أسماء الجبوشي، "معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لمشاكل الأسرة السعودية واتجاهات الجمهور حولها"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة المنصورة، كلية الآداب، مقالة 8، المجلد2017، العدد 59، 2017م، ص- ص: 427-461.

¹⁰ مجدي جيوسي، "واقع العلاقات الأسرية المترتبة على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أولياء أمور الطلبة في مدينة طولكرم"، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، جامعة فلسطين التقنية، كلية الآداب والعلوم التربوية، مقالة، المجلد 17، العدد الثاني، ديسمبر 2015م، ص- ص: 235-252.

¹¹ إلهام فريج، "أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة"، رسالة ماجستير، (جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاقتصاد المنزلي، قسم السكن وإدارة المنزل، 2004م).

¹² مريم قديد، سليمة مداني، "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الاتصال الأسري الفيس بوك نموذجًا"، مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة لونسني، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 8، العدد الثاني، يناير 2021م، ص- ص: 461-481.

¹³) وفاء محمد، "مواقع التواصل الاجتماعي والخرس الزوجي دراسة ميدانية على عينة من الأزواج بمدينة سوهاج"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة سوهاج، كلية الآداب، المجلد 10، العدد الثاني، يناير 2021م، ص- ص 37-87.

¹⁴) لمياء محسن، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري- دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 55، الجزء الخامس، أكتوبر 2020م، ص ص: 2983-3028.

¹⁵) نسرين عبد الله، "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقات الزوجية"، مجلة حوليات آداب عين شمس، جامعة مؤتة، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية والإنسانية، المقالة 24، المجلد 48، العدد السابع، أكتوبر 2020م، ص- ص 487-504.

¹⁶) Christensen, S. P "Social media use and its impact on relationships and emotions", MA, Unpublished, College of Fine Arts, Brigham Young University, Scholars Archive ISSN: 2572-4479, 2018.

¹⁷) Betül Aydın , Serkan Volkan Sarı , Mustafa Şahin , "The Effect of Social Networking on the Divorce Process," Universal Journal of Psychology, Vol. 6, No. 1, pp. 1 - 8, 2018.

¹⁸) دراسة إسماعيل بحاش، إسماعيل فايد، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التفكك الأسري"، رسالة ماجستير، (جامعة محمد بوضياف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2018).

¹⁹) دراسة أماني عطية، أحمد شال، "أثر استخدام الانترنت على الترابط الأسري لدى الشباب الجامعي"، مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم الاجتماعية، جامعة المنصورة، كلية الزراعة، قسم الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، مارس 2017، ص 143-147.

²⁰) نصيرة شلحيون، مريم بو عيطة، "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري"، رسالة ماجستير، (جامعة محمد الصديق بن يحيى- جيجل-، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2017م).

²¹) Korakot Sanjit, "SOCIAL MEDIA AS A TOOL FOR FAMILY COMMUNICATION IN THE DIGITAL AGE: COMMUNICATION FUNCTIONS, RELATIONSHIP BONDING AND BUILDING OF MUTUAL UNDERSTANDIN", Publisher National Institute of Development, 2017.

²²) سلوى محمد، جمال محمد، محمود زكي، "آليات التواصل الاجتماعي والتفكك الأسري -دراسة ميدانية في قرية مصرية"، مجلة الدراسات والبحوث البيئية، جامعة حلوان، كلية الآداب، مقالة 12، المجلد 7، العدد الأول، يناير 2017م، ص- ص 137-148.

²³) Evasiuk, Andrea "The impact of Facebook use on romantic relationships offline", Masters, Faculty of Education, University of Lethbridge, Alberta, 2016.

²⁴) مصعب إبراهيم، "استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى متابعتهم لمحتوى الإعلام التقليدي"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 55، الجزء الخامس، أكتوبر 2020م، ص ص: 3205-3244.

²⁵ رضوى السيد، "تأثير استخدام الفيس بوك على الرضا عن الحياة الزوجية- دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة دمياط، كلية التربية النوعية، المقالة 7، المجلد 49، الجزء الأول، يناير 2018م، ص ص: 253-292.

²⁶ محمد محفوظ، "استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (SMS) والإشباع المتحققة وانعكاسها على سلوكياتهم- دراسة ميدانية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 57، ديسمبر 2016م، ص ص: 149-182.

²⁷ سعد سلمان المشهداني، "منهجية البحث العلمي"، الطبعة الأولى، (عمان، دار أسامة، 2019م)، ص 167.

²⁸ سعد سلمان المشهداني، المرجع السابق، ص 169.

²⁹ أحمد فارس الرازي، تحقيق عبد السلام محمد هارون، معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، الجزء الثاني، 1979م، ص ص: 478-479. إسماعيل حماد الفارابي، تحقيق أحمد عبد الغفور عطار، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، الطبعة الرابعة، بيروت، دار العلم للملايين، الجزء الثالث، 1987م، ص: 1127. أحمد بن محمد الفيومي، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، الجزء الأول، بيروت، المكتبة العلمية، ص: 215.

³⁰ محمد بن محمد الحسيني، تاج العروس من جواهر القاموس، الجزء الخامس، دار الهداية، ص: 51. مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المعجم الوسيط، الجزء الأول، دار الدعوة، ص: 17. أحمد مختار عبد الحميد عمر، 2008م، معجم اللغة العربية المعاصرة، الطبعة الأولى، الجزء الأول، دار عالم الكتب، ص: 91.

³¹ Blumler, J. G. "The role of they in uses and gratifications studies" Communication research, 6 (1), 9-36, 1979.

³² أديب خضور، "السلوك الاتصالي لقرية سورية"، مجلة جامعة الأقصى. (سلسلة العلوم الإنسانية)، مجلد 19، العدد الأول، جزء 45، يناير 2015م، ص- ص 42-72.

³³ محمد عبد الحميد، "بحوث الصحافة"، الطبعة الأولى، (القاهر، عالم الكتب، 1992م)، ص 41.

³⁴ محمد عبد الحميد، "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"، (القاهرة عالم الكتب، 1997م) ص 282، 283.

³⁵ (الروم: ٢١).

³⁶ محمد بن عبد الله الحاكم، 1990م، المستدرک علی الصحیحین، تحقیق مصطفی عبد القادر عطا، الطبعة الأولى، بيروت، دار الكتب العلمية، كتاب النكاح، الجزء الثاني، ص 175، رقم الحديث (2681). والحديث ضعيف كما قال أحمد علي ابن حجر، في التلخيص الحبير في تخريج أحاديث الراعي الكبير، الطبعة الأولى، م ١٩٨٩ الجزء الثالث، ص 255.

³⁷ الباءة: هي النكاح والقدرة على الجماع. أنظر محمد بن فتوح الأزدي، 1995م، تفسير غريب ما في الصحيحين البخاري ومسلم، دار نشر مكتبة السنة، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، ص 25، بتحقيق زبيدة محمد سعيد.

³⁸ الوجاء: أن تُرَضَ أنثى الفحل رَضًا شديدًا يذهب شهوة الجماع. انظر المبارك بن محمد بن الأثير، 1979م، كتاب النهاية في غريب الحديث والأثر، دار نشر المكتبة العلمية، بيروت، الجزء الخامس، ص 125 بتحقيق ظاهر الزاوي ومحمود الطناحي.

³⁹ محمد بن إسماعيل البخاري، ١٤٢٢هـ، المسند الجامع الصحيح، بتحقيق محمد زهير الناصر، كتاب النكاح، باب قول النبي صلى الله عليه وسلم (من لم يستطع الباءة فليصم...)، رقم الحديث (5065)، الجزء السابع، ص 3، دار طوق النجاة، الطبعة الأولى.

ومسلم بن الحجاج، في صحيحه، في تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، كتاب النكاح، باب استحباب النكاح لمن تافت نفسه إليه، رقم الحديث (1400). الجزء الثاني، ص 1018، بيروت، دار إحياء التراث العربي.
⁴⁰ محمد بن عيسى الترمذي، 1975م، سنن الترمذي، تحقيق أحمد شاکر ومحمد فؤاد عبد الباقي، باب فضل أزواج النبي صلى الله عليه وسلم، رقم الحديث (3895)، الجزء الخامس، ص709، مصر، دار النشر مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي، الطبعة الثانية.

ابن ماجه: محمد بن يزيد الزويني، في سننه بتحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، كتاب النكاح، باب حسن معاشره النساء، رقم الحديث (1977). دار إحياء الكتب العربية، الجزء الأول، ص636.
 وقال الترمذي: حديث حسن صحيح.

⁴¹ لمياء محسن، مرجع سابق، ص3000.

⁴² نسرین عبدالله، مرجع سابق، ص496.

⁴³ عبيدات وآخرون، "البحث العلمي مفهومه وادواته وأساليبه"، (دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001م).

⁴⁴ تم عرض الاستبانة على الأساتذة الكرام والآتي أسمائهم:

د. فلاح عامر الدهمسي، أستاذ مشارك، قسم الإعلام جامعة الملك فيصل.

د. سالي أسامة شحاتة، أستاذ مساعد، قسم الإعلام بجامعة الملك فيصل.

د. رويدا أحمد طلب، أستاذ مساعد، قسم الإعلام بجامعة الملك فيصل.

د. الناجي محمد حامد، أستاذ مساعد قسم علم الاجتماع بجامعة الملك فيصل.

د. فتحية حسين القرشي، أستاذ مساعد، قسم علم الاجتماع بجامعة الملك عبد العزيز.

⁴⁵ مصعب إبراهيم السعيد، مرجع سابق، ص3229.

⁴⁶ (سكينة محمود التهامي، مرجع سابق، ص18.

⁴⁷ Christensen, spencer palmer: Social media use and its impact on relationships and emotions.op.cti,p37.

⁴⁸ لمياء محسن، مرجع سابق، ص3003.

⁴⁹ نسرین عبد الله، مرجع سابق، ص496.

⁵⁰ هناء هولي وراضية غيبور، مرجع سابق، ص91.

⁵¹ محمد محفوظ الزهري، مرجع سابق، ص166.

⁵² هناء هولي وراضية غيبور، مرجع سابق، ص96.

⁵³ إسماعيل بحاش وإسماعيل فايد، مرجع سابق، ص57.

⁵⁴ لمياء محسن، مرجع سابق، ص3006.

⁵⁵ سكينة محمود التهامي، مرجع سابق، ص19.

⁵⁶ محمد محفوظ الزهري، مرجع سابق، ص168.

⁵⁷ إسماعيل بحاش وإسماعيل فايد، مرجع سابق، ص58.

⁵⁸ نصيرة شليحون ومريم بو عيطة، مرجع سابق، ص85.

⁵⁹ محمد محفوظ الزهري، مرجع سابق، ص168.

⁶⁰ هناء هولي وراضية غيبور، مرجع سابق، ص98.

⁶¹ (رضوى السيد الحسيني، مرجع سابق، ص274.

- ⁶² (إسماعيل بحاش وإسماعيل فايد، مرجع سابق، ص 59.
- ⁶³ نصيرة شليحون ومريم بو عيطة، مرجع سابق، ص98.
- ⁶⁴ إسماعيل بحاش وإسماعيل فايد، مرجع سابق، ص62.
- ⁶⁵ لمياء محسن، مرجع سابق، ص3009.
- ⁶⁶ رضوى السيد الحسيني، مرجع سابق، ص271.
- ⁶⁷ رضوى السيد الحسيني، مرجع سابق، ص273.
- ⁶⁸ إسماعيل بحاش وإسماعيل فايد، مرجع سابق، ص63.
- ⁶⁹ نسرین عبد الله، مرجع سابق، ص499.
- ⁷⁰ نصيرة شليحون ومريم بو عيطة، مرجع سابق، ص89.
- ⁷¹ رضوى السيد الحسيني، مرجع سابق، ص266.
- ⁷² مصعب إبراهيم السعيد، مرجع سابق، ص3237.

⁷³) Christensen,spencer palmer: Social media use and its impact on relationships and emotions.op.cit,p37.

- ⁷⁴ رضوى السيد الحسيني، مرجع سابق، ص281.
- ⁷⁵ نسرین عبد الله، مرجع سابق، ص499.
- ⁷⁶ لمياء محسن، مرجع سابق، ص3010.

References

- Altahami, S. (2022). "tathir aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa alealaqat al'usariiti", almajalat alliybiat libuhuth al'ielami, kuliyyat al'ielami, jamieat Benghazi, 2(3).
- Elias, M. (2021). "tathir wasayil altawasul alaijtimaeii ealaa al'usrat almuslimat - dirasat tasiliatun", majalat eulum alaitisali, jamieat 'am dirman, kuliyyat al'ielami, maqalat 3, mujalad6, disambir2021m, sa- si: 231 -266.
- Sami, E. (2021). "aistikhdam alriyfiat aleamilat limawaqie altawasul alaijtimaeii wa'atharih ealaa alealaqat al'usariati- dirasat maydaniati", majalat albuqhuth al'ielamiati, jamieat almansurat, kuliyyat aladab, almujalad 58, aleudadu4, , sa- sa1990-1941.
- Holi, H. (2020). radiat ghibur," mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih bialhiwar al'usri- alfis buk nmwdhjan- dirasat maydaniatin", risalat majistir, jamieat muhamad alsidiyq bin yahyaa tasusti, kuliyyat aleulum alaijtimaeiat wal'iinsaniati.
- Salami, A. (2019)., "altafaeul alaijtimaeii fi alfada' alsaybiranii waineikasuh ealaa alqiam walealaqat al'usariati", majalat albuqhuth al'ielamiati, jamieat muhamad biwadyafi, kuliyyat al'ielam walaitisali, almuqalat 5, mujaladi51, aljuz' al'awwli, sa- s 161-178.
- Abdullah, N. (2018) "alnahum alaistihlaku limawaqie altawasul alaijtimaeii walaightirab al'usarii muqaranatan fi mafhum alaietidal bayn al'usratayn alsaediati walmisriati", majalat buqhuth altarbiat alnaweati, jamieat almalik eabd aleaziza, kuliyyat alaiqtisad almanzili, maqalat 16, almujalad 2018, aleedad 51, , sa- s 415-451.
- Aljuyushi, A. (2017). "muealajat mawaqie altawasul alaijtimaeii limashakil al'usrat alsaediati waitijahat aljumphur hawlaha", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, jamieat almansurati, kuliyyat aladab, maqalat 8, almujaladi2017, aleedad 59, sa- s 427-461.
- Jayousi, "M. (2015). waqie alealaqat al'usariat almutaratibat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii min wijhat nazar 'awlia' 'umur altalabat fi madinat tulkarmi", almajalat al'urduniyat lileulum altatbiqati, jamieat filastin altaqniati, kuliyyat aladab waleulum altarbawati, maqalatu, almujalad 17, aleedad althaani, disambir, sa- s 252-235.
- Freij, E. (2004). "'athar aistikhdam al'iintirnit ealaa alealaqat al'usariat bayn 'afrad al'usrat alsaediati fi muhafazat jida", risalat majistir, (jamieat almalik eabd aleaziza, kuliyyat alaiqtisad almanzili, qism alsakan wa'iidarat almanzili, 2004m).
- Qidid, M. (2021), "mawaqie altawasul alaijtimaeii wa'atharuha ealaa alaitisali al'usarii alfis buk nmwdhjan", majalat almuhtarif lieulum alriyadat waleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, jamieat lunisi, kuliyyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, almujalad 8, aleedad althaani, yanayir2021m, sa- s 461-481.
- Muhammad, W. (2021) "mawaqie altawasul alaijtimaeii walkhuras alzawjii dirasatan maydaniat ealaa eayinat min al'azwaj bimadinat suhaj", majalat eulum

al'iinsan walmujtamaei, jamieat suhaj, kuliyyat aladab, almujaladi10, aleadad althaani, sa- s 37-87.

-Muhsin, L. (2020). "dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi altafakuk al'usari-dirasat maydaniatan", majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat al'azhar, kuliyyat al'ielami, aleadad 55, aljuz' alkhamisu, 2983-3028.

-Abd allah, N. (2020). "'athar wasayil altawasul alaijtimaeii ealaa tabieat alealaqat alzawjiati", majalat hawliat adab eayn shamsi, jamieat mutat, kuliyyat aladab waleulum alaijtimaeiat wal'iinsaniati, almaqalat 24, almujalad 48, aleadad alsaabieu, sa- sa487-504.

Christensen, S. P "Social media use and its impact on relationships and emotions", MA, Unpublished, College of Fine Arts, Brigham Young University, Scholars Archive ISSN: 2572-4479, 2018.

Betül Aydın , Serkan Volkan Sarı , Mustafa Şahin , "The Effect of Social Networking on the Divorce Process," Universal Journal of Psychology, Vol. 6, No. 1, pp. 1 - 8, 2018.

-Bihash, I. (2018). 'iismaeil fayid, "aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii wadawriha fi altafakuk al'usri", risalat majistir, (jamieat muḥamad biwḍyafi, kuliyyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, qism eulum al'ielam walaitisali, 2018).

- Attia, A. (2017). "'athar aistikhdam alaintirniḥi ealaa altarabut al'usarii ladaa alshabab aljamiei", majalat alaiqtisad alziraeii waleulum alaijtimaeiati, jamieat almansurat, kuliyyat alziraeati, qism al'iirshad alziraeii walmujtamae alriyfi, s 143-147.

-Shilahun, M. (2017), "'athar aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa alaitisal al'usri", risalat majistir, (jamieat muḥamad alsidiyq bin yahyaa- jjiil-, kuliyyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, qism eulum al'ielam walaitisali).

Korakot Sanjit, "SOCIAL MEDIA AS A TOOL FOR FAMILY COMMUNICATION IN THE DIGITAL AGE: COMMUNICATION FUNCTIONS, RELATIONSHIP BONDING AND BUILDING OF MUTUAL UNDERSTANDIN", Publisher National Institute of Development, 2017.

-Muhammad, S. (2017).," aliat altawasul alaijtimaeiu waltafakuk alasiriu -dirasat maydaniat fi qaryat misriatin", majalat aldirasat walbuḥuth albiyyati, jamieat hulwan, kuliyyat aladab, maqalat 12, almujaladi7, aleadad al'uwla, 137-148.

Evasiuk, Andrea "The impact of Facebook use on romantic relationships offline", Masters, Faculty of Education, University of Lethbridge, Alberta, 2016.

-Ibrahim, M. (2020). "astikhdamat alshabab alsueudii lishabakat altawasul alaijtimaeii watathiruha ealaa mustawaa mutabaatihim limuhtawaa al'ielam altaqlidi", majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat al'azhar, kuliyyat al'ielami, aleadad 55, aljuz' alkhamis, 'uktubar 2020m, s si: 3205-3244.

-Alsayidi, R. (2018). "tathir aistikhdam alfiḥi buk ealaa alrida ean alhayaat alzawjiati- dirasat maydaniatan", majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat damiyati, kuliyyat altarbiat alnaweiyati, almaqalat 7, almujalad 49, aljuz' al'uwla, yanayir2018ma, s si: 292-253.

- Mahfouz, M. (2016). "astikhdamat alshabab aljamieii limawaqie altawasul aliajtimaieii(SMS) wal'iishbaeat almutahaqiqat waneikasiha ealaa sulukiatihim-dirasat maydaniatun", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, jamieat alqahirati, kuliyyat al'ielami, aleadad 57, disambir2016m, s si: 149-182.
- Almashhadani, S. (2019) "manhajiat albahth aleilmii", altabeat al'uwlaa, (eaman, dar 'usamata), sa167.
- Blumler, J. G. "The role of they in uses and gratifications studies" Communication research, 6 (1), 9-36,1979.
- khadur, A. (2015). "alsuluk alatisaliu liqaryat suriata", majalat jamieat al'aqsa. (silsilat aleulum al'iinsaniati), mujaladu19, aleadad al'awwla, juz'45, yanayir2015m, sa- s 72-42.
- Abd alhamidi, M. (1997). "nzariaat al'ielam watijahat altaathira", (alqahirat ealim alkitibi,1997mi) sa283,282.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Ahmed Salem

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 65 April 2023 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.