وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

أثر استخدام المرأة الجزائرية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية

دراسة على عينة من النساء المتزوجات بولاية غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات عامة

إعداد الطالبتين:

أولاد يحي حنان

مولاي عمار هناء

إشراف الدكتور:

قشار بكير

لجنـــة المناقشـة:

اسم الأستاذ	الرتبة العلمية	الجامعة	المهمة
كريمة قلاعة	أستاذ محاضر أ	جامعة غرداية	رئيسا
حاج اعمر براهيم	أستاذة محاضر أ	جامعة غرداية	مناقشا
بكير قشار	أستاذة محاضر أ	جامعة غرداية	مشرفا ومقررا

الموسم الجامعي:

1443-1444هـ/2022-2023م

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

أثر استخدام المرأة الجزائرية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية

دراسة على عينة من النساء المتزوجات بولاية غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات عامة

إعداد الطالبتين:

– أولاد يحي حنان

– مولاي عمار هناء

إشراف الدكتور:

قشار بكير

لجنـــة المناقشـة:

اسم الأستاذ	الرتبة العلمية	الجامعة	المهمة
كريمة قلاعة	أستاذ محاضر أ	جامعة غرداية	رئيسا
حاج اعمر براهيم	أستاذة محاضر أ	جامعة غرداية	مناقشا
بكير قشار	أستاذة محاضر أ	جامعة غرداية	مشرفا ومقررا

الموسم الجامعي:

1443–1444هـ/2022–2023م

بسم الله الرحمن الرحيم

إهداء

الصلاة والسلام على أشرف المرسلين محمد صلى الله عليه وسلم أما بعد

لا يسعنا ونحن نقدم هذا المجهود ألا أن نشكر الله وحده على توفيقه

إلى من رميا بسهام ليلهما فأصابت أقداري، وظلا يتعهدان حلمي في صلاتهما حتى صار الحلم واقعا جميلا أحتسي اليوم ضياءه، إليكما يا أجمل أقداري

إلى من اختصت بالجنة لتكون تحت أقدامها منبع العطف والحنان أطال الله عمرها أمي الغالية

إلى من أحمل اسمه بكل فخر واعتزاز سندي ومنبع أماني

أبي الغالي أدامك الله وحفظك من كل سوء

إلى من شددت عضدي بهم فكانوا لي ينابيع وكنت من كل ينبوع استقي لأرتقي إخوتي الأعزاء

إلى هبة السماء، أزاهير بيتنا وسر سعادتي...أخواتي الفاضلات

إلى البراعم الصغيرة أبناء إخوتي

إلى رفيقة هذا العمل حنان

ولا أنسى بشكري أن أكن كل الاحترام والتقدير لأساتذتنا الكرام

من أول مرحلة الى آخر المراحل

وأشكر كذلك أستاذي المشرف قشار بكير

وشكرا لمن ساعدني معنويا وماديا

جزاكم الله كل خير

هناء

إهـــــــداء

بعد بسم الله والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام

الحمد لله أحمده وأستعين

أهدي هذا العمل إلى من قال الله فيهما: "ولا تقل لهما أف ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما وأخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل ربي أرحمهما كما ربياني صغيرا"

إلى من حملتني وهن على وهن منبع الحنان الصافي ومعنى الحب "أمي الحبيبة"

حفظك الله ورعاك وجعلك نورا في دربي

إلى من تكبد شقاء الحياة من أجلنا وسهل الدرب أمامي وكرس حياته ليرى ثمرة جهدي

"أبي الغالي "أمده الله بالصحة والعافية وطول العمر وراحة البال

إلى الاغصان التي تفرعت من أصل إخوتي وأختاي: فاطمة الزهراء، عائشة، عبد الهادي، محمد جيلالي، عبد الرزاق، محمد الأمين، عبد المولى

إلى من أدخلت الفرحة والسرور في العائلة الكتكوتة: شهد

وإلى جميع عائلتي وأصدقائي أهدي ثمرة عملي هذا

حنان

شكر وتقدير

الحمد الله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب

ووفقنا إلى إنجاز هذا العمل

نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد

على إنجاز هذا العمل وتدليل ما واجهنا من صعوبات

نتقدم بفائق الشكر إلى الأستاذ: بكير قشار

الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عونا لنا في إتمام هذا البحث

كما نتقدم بالشكر الموصول إلى كل من زرع التفاؤل في دربنا وقدم لنا تسهيلات

والمعلومات إلى الأساتذة الذين درسونا طيلة المشوار الجامعي

كما نتقدم بالشكر إلى الأستاذ: الصديق بن عبد الرحمان

الذي ساعدنا في إنجاز هذه المذكرة

ملخص الدراسة:

تناولت دراستنا موضوع استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية، من خلال دراسة ميدانية على عينة من النساء المتزوجات بولاية غرداية، وتمحورت إشكالية دراستنا في سؤال محوري مفاده: ما أثر استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية.

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي باستخدام أداتي الاستبيان من خلال إعداد استمارة خاصة به لتحليل وعرض النتائج من خلال الجداول البسيطة والمركبة والدوائر النسبية، واستخدام الملاحظة لتفسير بيانات الجداول الإحصائية، تمثل مجتمع البحث في دراستنا في النساء المتزوجات بولاية غرداية اللاتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي، حيث قمنا باختيار العينة القصدية والمكونة من 100 مفردة، وهذا لتمثيلهن لبقية النساء المتزوجات من خلال تجانسهن.

توصلنا في الأخير إلى عدة نتائج أهمها:

- أغلب المبحوثات يوافقن على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين علاقاتهن الأسرية بنسبة 43%.
- أغلب المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تمكنهن من التعرف على نمط جديد في حياتهن الأسرية بنسبة 72%.
- ظهر من الدراسة أن أغلب المبحوثات يوافقن على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من غياب الحوار والنقاش بين أفراد الأسرة بنسبة 52%.
- أغلب المبحوثات لا يوافقن على أن علاقتهن بأسرهن تحسنت بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 45%.
- أغلب المبحوثات لا يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسببت لهن في مشاكل مع أزواجهن بنسبة 57%.
- يوافق المبحوثات على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين علاقات الأسرة.

الكلمات المفتاحية: أثر، المرأة المتزوجة، مواقع التواصل الاجتماعي، العلاقات الأسرية، ولاية غرداية.

Summary:

Our study dealt with the issue of married women's use of social networking sites and its impact on family relations. Through a field study on a sample of married women in the state of Ghardaia. The problematic of our study focused on the impact of the use of social networking sites by a married woman in Ghardaia state and its impact on family relations.

In our study, we relied on the descriptive approach using the two questionnaire tools by preparing a special form for it and presenting the results through tables and relative circles. And observation to interpret the data in the statistical tables. The research community in our study was represented in married women in Ghardaia state who use social networking sites. Where we selected the sample consisting of 100 married women in the state of Ghardaia. This is to represent them to the rest of the married women through their gender.

Finally, we reached results, the most important of which is:

- That most of the respondents always use social networking sites, and Facebook is the most used site.
- They also use social networking sites to exchange opinions about their privacy.
- They prefer to follow beauty content to spend time on social networking sites.
- They see that communication sites Social media benefited them in how to deal with their husbands and children.
- They agree that the use of social networking sites contributes to improving family relations.

Keywords: married woman, social networking sites, family relationships, family relations, in the state of Ghardaia.

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
إهداء	
شكر	
ملخص ة	
فهرس المحتويات	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
مقدمة	14
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
إشكالية الدراسة	17
فرضيات الدراسة	18
أهداف الدراسة	18
أهمية الدراسة	19
أسباب اختيار الموضوع	19
مجالات الدراسة	20
منهج الدراسة	20
أدوات جمع البيانات	21
مجتمع البحث وعينة الدراسة	22
الدراسات السابقة	23
تحديد مفاهيم الدراسة	27
الخلفية النظرية للدراسة	31
الإطار النظري	34
الفصل الثاني: استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية	
تمهيد	36
المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي	37

المطلب الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي	37
المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها	39
المطلب الثالث: الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي	42
المبحث الثاني: الأسرة والعلاقات الأسرية	45
المطلب الأول: خصائص الأسرة وأهميتها	45
المطلب الثاني: أنماط الأسرة والعلاقات الأسرية	47
المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في العلاقات الأسرية	48
المبحث الثالث: المرأة المتزوجة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	50
المطلب الأول: دوافع استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي	50
المطلب الثاني: إيجابيات استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي	51
المطلب الثالث: المشاكل الأسرية الناجمة عن استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي	53
خلاصة الفصل	56
الفصل الثالث: أثر استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية	
تمهيد	59
المبحث الأول: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة	60
المطلب الأول: عرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة	60
المطلب الثاني: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الأول	63
المطلب الثالث: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني	74
المطلب الرابع: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث	82
المطلب الخامس: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الرابع	91
المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة	101
خاتمة	103
قائمة المصادر والمراجع	105
الملاحق	111

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	60
02	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	61
03	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي	61
04	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية	62
05	يوضح استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية	63
06	استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي في حياتهن اليومية حسب الوضعية المهنية	64
07	يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من طرف المبحوثات	65
08	وسيلة تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	66
09	وسيلة تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي حسب المستوى المعيشي	67
10	يوضح متوسط الاستخدام اليومي للمبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	68
11	يوضح مدة استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	69
12	يوضح بيانات المبحوثات في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي	69
13	بيانات المبحوثات في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الوضعية المهنية	70
14	يوضح الفترة المفضلة لتصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	71
15	يوضح مكان تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	72
16	يوضح تواصل المبحوثات خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي	73
17	يوضح معرفة المبحوثات لأصدقائهن عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الواقع	74
18	رأي المبحوثات حول استشارة أصدقائهن على مواقع التواصل في العلاقات الأسرية.	74
19	يوضح أسباب استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	75
20	يوضح الغرض من اشتراك المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي	76
21	يوضح مواضيع المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي	77
22	يوضح مدى زيادة مواقع التواصل الاجتماعي من معارف المبحوثات متعلقة بالأمور المنزلية	78
23	مدى وجود مشاكل لدى المبحوثات جراء استخدامهن مواقع التواصل الاجتماعي	79
24	يوضح خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثات	80
25	يوضح المجال المفضل للمبحوثات لقضاء الوقت عبر مواقع التواصل الاجتماعي	81
26	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "زادتني مواقع التواصل الاجتماعي معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة"	82

27	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أشعر بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها عند التواصل مع الآخرين عبر مواقع تواصل الاجتماعي"	83
28	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تمكنني مواقع التواصل الاجتماعي من التعرف على نمط جديد في حياتي الأسرية"	84
29	رأي المبحوثات حول "تمكنني مواقع التواصل من ابداء رأيي حول العديد من المواضيع"	85
30	يوضح رأي المبحوثات حول "غيابي عن مواقع التواصل الاجتماعي يشكل القلق والفراغ"	86
31	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "اكتسبت من خلال استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي زاد معرفيا في كل المجالات"	87
32	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "اكتسبت من خلال استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي زاد معرفيا في كل المجالات" حسب متغير المستوى التعليمي	88
33	رأي المبحوثات حول "أفادتني مواقع التواصل في كيفية التعامل مع زوجي وأولادي"	89
34	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أفادتني مواقع التواصل الاجتماعي في كيفية التعامل مع زوجي وأولادي" حسب متغير السن	90
35	رأي المبحوثات حول "تحسنت علاقتي بأسرتي بعد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي"	91
36	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في إهمالي لواجباتي المنزلية"	92
37	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في إهمالي لواجباتي المنزلية" حسب متغير الوضعية المهنية	93
38	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "ساعدتني مواقع التواصل الاجتماعي على تحسين الاتصال مع زوجي وأولادي"	94
39	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في مشاكل مع زوجي"	95
40	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في مشاكل مع زوجي" حسب متغير السن	96
41	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "بعد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح هناك إهمال لأولادي"	98
42	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين علاقات الأسرة"	99
43	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من غياب الحوار والنقاش بين أفراد الأسرة"	100

قائمة الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	60
02	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	61
03	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي	62
04	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية	63
05	يوضح استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية	64
06	يوضح استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي في حياتهن اليومية حسب متغير الوضعية المهنية	65
07	يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من طرف المبحوثات	66
08	وسيلة تتصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	66
09	وسيلة تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي حسب المستوى المعيشي	67
10	يوضح متوسط الاستخدام اليومي للمبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	68
11	يوضح مدة استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	69
12	يوضح بيانات المبحوثات في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي	70
13	يوضح بيانات المبحوثات في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الوضعية المهنية	71
14	يوضح الفترة المفضلة لتصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	72
15	يوضح المكان تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	72
16	تواصل المبحوثات خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي	73
17	يوضح معرفة المبحوثات لأصدقائهن عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الواقع	74
18	يوضح مدى أخذ المبحوثات باستشارات أصدقائهن على مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية	75
19	يوضح أسباب استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي	76
20	الغرض من اشتراك المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي	77
21	يوضح مواضيع المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي	78
22	يوضح مدى زيادة مواقع التواصل الاجتماعي من معارف المبحوثات المتعلقة بالأمور المنزلية	79
23	يوضح وجود مشاكل لدى المبحوثات تؤدي إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	80

24	يوضح خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثات	81
25	يوضح المجال المفضل للمبحوثات لقضاء الوقت عبر مواقع التواصل الاجتماعي	82
26	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "زادتني مواقع التواصل الاجتماعي معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة"	83
27	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أشعر بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها عند التواصل مع الآخرين عبر مواقع تواصل الاجتماعي"	84
28	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تمكنني مواقع التواصل الاجتماعي من التعرف على نمط جديد في حياتي الأسرية"	85
29	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تمكنني مواقع التواصل من ابداء رأيي حول العديد من المواضيع"	86
30	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "غيابي عن مواقع التواصل الاجتماعي يشكل القلق والفراغ"	87
31	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "اكتسبت من خلال استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي زاد معرفيا في كل المجالات"	88
32	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "اكتسبت من خلال استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي زاد معرفيا في كل المجالات" حسب متغير المستوى التعليمي	89
33	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أفادتني مواقع التواصل الاجتماعي في كيفية التعامل مع زوجي وأولادي"	90
34	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أفادتني مواقع التواصل الاجتماعي في كيفية التعامل مع زوجي وأولادي" حسب متغير السن	91
35	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تحسنت علاقتي بأسرتي بعد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي"	92
36	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في إهمالي لواجباتي المنزلية"	93
37	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في إهمالي لواجباتي المنزلية" حسب متغير الوضعية المهنية	94
38	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "ساعدتني مواقع التواصل الاجتماعي على تحسين الاتصال مع زوجي وأولادي"	95
39	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في مشاكل مع زوجي"	96

40	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في مشاكل مع زوجي" حسب متغير السن	97
41	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "بعد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح هناك إهمال لأولادي"	98
42	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين علاقات الأسرة"	99
43	يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من غياب الحوار والنقاش بين أفراد الأسرة"	100

قائمة الملاحق

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
01	استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة	111

مقدمة

مقدمة:

تعيش المجتمعات العربية تحولات اجتماعية هائلة في العصر الحديث، وتأثرت بشكل كبير بتطور التكنولوجيا وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي ومن بين هذه المجتمعات، تبرز المرأة الجزائرية المتزوجة كشخصية مهمة تواجه تحديات جديدة نتيجة للانخراط المتزايد لها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إذ تشهد المرأة الجزائرية تغيرًا في سلوكها الاجتماعي والثقافي، وهو أمر يؤثر بشكل مباشر على العلاقات الأسرية التقليدية.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا رئيسيًا للتواصل والتفاعل الاجتماعي في العصر الحالي. وقد أدت هذه المنصات إلى توفير فرص جديدة للتعبير الذاتي والتواصل مع الآخرين بسهولة وسرعة. ولم يقتصر استخدام هذه المنصات على الشباب، بل امتدت أيضًا إلى فئة المرأة الجزائرية المتزوجة .يستخدم العديد من النساء المتزوجات في الجزائر مواقع التواصل الاجتماعي لمختلف الأغراض، بدءًا من التواصل مع الأصدقاء والعائلة وانتهاءً بمشاركة الصور والتجارب الشخصية، ومع ذلك يترتب على هذا الانخراط الرقمي تأثيرات متعددة على العلاقات الأسرية التقليدية .من الناحية الإيجابية، قد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي التواصل بين الأزواج وتسهم في تعزيز الحب والثقة والتفاهم بينهما. يمكن للمرأة المتزوجة استخدام هذه المنصات لمشاركة الأفكار.

وفيما يتعلق بالمرأة الجزائرية المتزوجة، فقد تعتبر استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي أمرًا مزدوجًا، حيث يمكن أن يكون لها تأثير إيجابي وسلبي على العلاقات الأسرية .من الناحية الإيجابية، يمكن أن تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز التواصل والتواصل الاجتماعي بين الأفراد، بما في ذلك الأزواج. يمكن للمرأة المتزوجة استخدام هذه المنصات للتواصل مع أقاربها وأصدقائها وتبادل الأخبار والمعلومات، مما يعزز الصلات العائلية والاجتماعية ويسهم في بناء علاقات أسرية قوية ومستدامة ومع ذلك يمكن أن يكون لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تأثير سلبي على العلاقات الأسرية أيضًا.

وقد يؤدي الانشغال المستمر بالشبكات الاجتماعية إلى انعدام التواصل الواقعي بين الأزواج، حيث يمكن أن يشغل الزوجان أوقاتهما بتصفح هذه المواقع بدلاً من التفاعل المباشر والتحدث مع بعضهما البعض، قد ينشأ الاعتماد الزائد على الاتصال الافتراضي، مما يؤدي إلى فقدان الاتصال

الحقيقي والتفاهم العاطفي بين الأزواج علاوة على ذلك، يمكن أن تنشأ أيضًا مشكلات من ناحية التوازن بين الحياة الشخصية.

ومن هنا سنحاول من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على الأثر الذي ينتج عن استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية من خلال دراسة ميدانية على عينة من النساء المتزوجات من ولاية غرداية حيث تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة يتضمن على إشكالية الدراسة، التساؤلات أهدافها إضافة إلى أهمية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، اضافة إلى عرض بعض الدارسات السابقة وتطرقنا أيضا إلى ضبط المصطلحات والمنهج المعتمد بالإضافة لمجتمع البحث والعينة.

الفصل الثاني: الإطار النظري: واشتملت تلاث المباحث تناولنا فيه استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية وتم تقسميه إلى ثلاثة مباحث، الأول كان تحت عنوان مواقع التواصل الاجتماعي حيث تضمن نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها والآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي أما المبحث الثاني: الأسرة والعلاقات الأسرية تعرضنا فيه إلى خصائص الأسرة وأهميتها وكذا أنماط الأسرة والعلاقات الأسرية والعوامل المؤثرة في العلاقات الأسرية أما المبحث الثالث يختص المرأة المتزوجة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقسم إلى ثلاثة مطالب دوافع استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي وإيجابيات استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي والمشاكل الأسرية الناجمة عن استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.

أما الفصل الثالث: يخص أثر استخدام المرأة المتزوجة في ولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقتهن الأسرية وتم تقسميه إلى مبحثين، الأول كان تحث النتائج العامة للدراسة عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة وعرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة وعرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الأول وعرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني وعرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث وعرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الرابع أما المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة وأخيرا خاتمة الدارسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- إشكالية الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- الدراسات السابقة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة
- المقاربة النظرية للدراسة
- الإجراءات المنهجية للدراسة

أولا: منهج الدراسة

ثانيا: أدوات جمع البيانات

ثالثا: مجتمع البحث وعينة الدراسة

رابعا: مجال الدراسة

إشكالية الدراسة:

أصبحت شبكة الأنترنت واقعا فرض نفسه في عصر اتسم بكثرة المعلومات وسهولة الحصول عليها، وأصبحت تستخدم في العديد من الأغراض منها الجانب العلمي والتجاري والاقتصادي والترفيهي ومنها لأغراض اجتماعية، حيث تحتوي الأنترانت على عدد لا يحصى من المعلومات يصل إلى المئات من الصفحات، وإلى عدد لا محدود من المتصفحين الذين يستخدمون مختلف خدمات شبكة الأنترنت.

ومع هذا الانتشار الكبير لاستخدام الأنترنت ظهرت مواقع إلكترونية اجتماعية متنوعة تسمى مواقع التواصل الاجتماعي التي جعلت الأفراد على اتصال دائم فيما بينهم متجاوزة بذلك حاجزي المسافة والزمن، حيث تتميز بالعديد من المميزات التي جعلتها تلقى قبولا لدى الأفراد باختلاف فئاتهم.

وقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي ثورة في عالم التواصل بكافة أنواعه وأضحت ميدانا تفاعليا خصبا تتنوع فيه الآراء والمعلومات والمعارف والأخبار، ضف إلى ذلك مساهمتها الفعالة في طرح ومناقشة الكثير من المواضيع التي تهتم بكافة شرائح المجتمع وخاصة النساء، هذه الفئة التي وجدت في الفايسبوك والانستغرام واليوتيوب فضاء افتراضيا مميزا.

وجاء استخدام النساء الجزائريات لمواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها من تطبيق الفايسبوك والانستغرام واليوتيوب وغيرها من المواقع الاجتماعية نظرا لخصائصها المتنوعة من سهولة في الاستخدام والتفاعلية والسرعة في تقديم الخدمات العديدة التي أتاحتها لهن والتي قد يكون لها تأثير إيجابي أو سلبي على الأسرة وعلاقاتها المترابطة.

وباعتبار أن الأسرة هي الوحدة الأساسية في بناء المجتمع والمرأة ركن أساسي فيها وعنصر فعال في العلاقات الأسرية من خلال ما عليها من مهام وأدوار رئيسية في المحافظة على تلك العلاقات، إذ أصبحت المرأة المتزوجة من بين الشرائح المستهدفة في ظل مواكبتها للتطور التكنولوجي الحاصل ومن خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي قد يعود بنتائج على العلاقات الأسرية.

ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا لمعالجة هذا الموضوع والمتعلق باستخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية من خلال دراسة ميدانية على عينة من النساء المتزوجات من ولاية غرداية، وعلى هذا الأساس نقوم بطرح الإشكالية التالية:

ما أثر استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية؟

تندرج ضمنها مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

- ماهي عادات وأنماط استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي عادات وأنماط استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية لدى المرأة المتزوجة عينة الدراسة؟
- ما هي أهم المشاكل الأسرية التي تنجر عن استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

فرضيات الدراسة:

- ينعكس استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بشكل سلبي.
- كل أفراد عينة الدراسة يرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سبب أثر سلبي على علاقتهن الأسرية.
- الاستخدام عينة الدراسة المفرط وغير المدروس لمواقع التواصل الاجتماعي سبب في اهمال علاقتهن الأسرية.

أهداف الدراسة: تتمثل أهداف دراستنا فيما يلي:

- معرفة واقع استخدام المرأة المتزوجة في غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقتها الأسرية.
- إبراز أثر استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية.

- الكشف عن أهم السلبيات التي يحدثها استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية.
- الوقوف على طبيعة التأثير التي يحدثه استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في أهمية الموضوع المعالج والذي كان بعنوان أثر استخدام المرأة الجزائرية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الأسرية عبر دراسة على عينة من النساء المتزوجات في ولاية غرداية، حيث أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح متاح لكل فئات المجتمع من مختلف الأعمار وصولا إلى المرأة المتزوجة، حيث تكون له انعكاسات على الأسرة والمجتمع، فاستخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي قد يكون له تأثيرات متعددة إيجابية وسلبية والتي قد يصل تأثيرها إلى العلاقات الأسرية مع الزوج والأبناء باعتبارها الأساس في بناء الأسرة ولها أثر على محيطها الذي تعيش فيه مما قد يؤثر على البناء الأسري.

أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب ذاتية:

- ميولنا واهتمامنا الشخصي بموضوع الأسرة وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية.
- كون الباحثتين من النساء، الأمر الذي دفعهن لاكتشاف أثر استخدام النساء وبالخصوص المتزوجات لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية.
- محاولة معرفة الأسباب التي تجعل المرأة المتزوجة بولاية غرداية تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة أثر ذلك على علاقتها الأسرية.

الأسباب الموضوعية:

- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى كل شرائح المجتمع وصولا إلى المرأة المتزوجة وتأثيراته المتنوعة على العلاقات الأسرية.

- حساسية الموضوع من خلال دراسة استخدام النساء المتزوجات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثر ذلك على علاقاتهن الأسرية.
- تزويد المكتبة الوطنية بمرجع في موضوع دراستنا.
- قابلية الموضوع للطرح والقياس والدراسة ميدانيا.

رابعا: مجالات الدراسة:

- المجال الزمني: والذي يبدأ من فترة الانطلاق في معالجة موضوع الدراسة حتى الانتهاء منها، حيث تمثلت فترة دراستنا من 2022/12/01 حتى 2023/06/01.
- المجال المكاني: ويتمثل في مكان إجراء دراستنا وهو ولاية غرداية.
- المجال البشري: ويتمثل في النساء المتزوجات بولاية غرداية والمستخدمات لمواقع التواصل الاجتماعي، وتم جمع 100 مفردة من مجتمع الدراسة.

منهج الدراسة

لكل دراسة منهج تعتمد عليه في جميع خطواتها، بحيث يعرف المنهج على أنه أسلوب للتفكير والعمل يعتمده الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة، كما تختلف المناهج باختلاف الظواهر، وتمتاز بالمرحلية فتؤدي كل مرحلة إلى المرحلة التالية بتسلسل وترابط،[1] بينما يرى "موريس أنجرس" على المنهج هو مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"،[2] وفي دراستنا سنعتمد على المنهج الوصفي باعتباره المنهج المناسب لدراستنا، كون مشكلة موضوعنا ترتكز على وصف أثر استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، أي الاعتماد على وصف هذه الظاهرة.

[1] مصطفى عليان ربحي، **البحث العلمي أسسه مناهجه أساليبه وإجراءاته**، بيت الأفكار الدولية، عمان، الأردن، 2001، ص35.

[2] أحمد مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص282.

أدوات جمع البيانات

والتي تعرف على أنها الوسيلة المستخدمة للحصول على المعلومات والبيانات التي يتطلبها موضوع البحث،[1] وفي دراستنا سنعتمد على:

الاستبيان: والذي يعرف الاستبيان بأنه وسيلة من وسائل جمع البيانات الذي يتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد أو تسلم إلى الأفراد (عينة البحث) الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليسجلوا إجاباتهم على الأسئلة الواردة فيه، ومن ثم إعادته ثانية، ويتم ذلك من مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عليها،[2] والاستبيان في تصميمه أقرب إلى الدليل المرشد المتضمن لسلسلة أسئلة، التي تقدم إلى المبحوث وفق تصور معين ومحدد الموضوعات، قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث، في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية، للحصول علي ما هو بصدد البحث عنه أو عن شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف وآراء المبحوثين من قضية معينة.[3]

تم توزيع استمارة الاستبيان الالكترونية على مجموعة من النساء المتزوجات بولاية غرداية، وتم جمع عينة متاحة مقدرة بـ 100 امرأة متزوجة بولاية غرداية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث تضمنت استمارة الاستبيان أربعة محاور مع محور البيانات الشخصية والتي جاءت كالتالي:

- **المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي.
- **المحور الثاني:** دوافع استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي.
- **المحور الثالث:** الإشباعات المحققة من استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي.
- **المحور الرابع:** تأثير استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتها الأسرية.

وقد تم عرض الاستمارة على أساتذة مختصين في علوم الإعلام والاتصال لتحكيمها وهم كالتالي:

1- الدكتور: شريطي فوزي، جامعة غرداية.

2- الأستاذ: أبي اسماعيل قاسم، جامعة غرداية.

---

[1] محمد الجوهري، **طريق البحث الاجتماعي**، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، مصر، 2008، ص 148.

[2] ناهد عبد زيد الدليمي، **أسس وقواعد البحث العلمي، كلية التربية الرياضية**، دار صفاء، عمان، الأردن، ص134.

[3] أحمد مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص 220.

3- الأستاذ: صيتي أبو بكر، جامعة غرداية.

الملاحظة: تعرف الملاحظة بأنها وسيلة لتجميع المعلومات والبيانات الأولية وذلك بتدوين الأحداث والتصرفات الحاصلة حول الموضوع والنابعة من أفراد العينة الخاضعة للملاحظة كما أنها تتيح فرصة فحص الجوانب المبحوثة في الظاهرة عن قرب، حيث أن لها غرض بحثي عميق وتوضع لها خطة منتظمة وتسجل الملاحظات بدقة وتخضع لضوابط تكفل الثقة في نتائجها.[1]

كما أن أداة الملاحظة تعتمد على دقة الحواس خاصة السمع والبصر ومشاهدة الأشياء غير الاعتيادية.[2] ومن مميزات الملاحظة أنها تتجنب التشخيص غير الحقيقي للتجارب كما أنها تسمح للباحث أن يدرس الأفراد وهم في الواقع الاجتماعي والسياسي فعلا فهي تمده بتقديرات للسلوك الاجتماعي أكثر واقعية من تلك التي يحصل عليها بالتجربة أو المسح.[3]

وقد تم استخدام أداة الملاحظة بغير المشاركة، كأداة أولية في البدايات الأولى لدراسة هذا الموضوع، وحتى عندما كان الموضوع في أوجّه، حيث لاحظنا استخدام النساء المتزوجات بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال تصفحهن للعديد من هذه المواقع من فايسبوك ويوتيوب وانستغرام وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي.

مجتمع البحث وعينة الدراسة

يعرف مجتمع البحث على أنه جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها سوءا كانت هذه المفردات أفراد أو وحدات إحصائية أو مؤسسات،[4] بحيث يتمثل مجتمع البحث لدراستنا من النساء المتزوجات بولاية غرداية اللاتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي.

أما في ما يخص العينة فهي تعرف على أنها مجموعة من مفردات مجتمع البحث الذين يختارهم الباحث ليكونوا مصدر جمع بياناته أثناء تنفيذه للبحث، حيث تتم عملية اختيار العينة على أسس علمية انطلاقا من طبيعة الموضوع وهدف البحث،[5] وفي دراستنا اخترنا العينة

---

[1] عاطف عدلى العبد، **الرأي العام وطرق قياسه**، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2006، ص 157.

[2] رفيق سكري، **دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية**، لجروس برس، طرابلس، لبنان، 1991، ص 60.

[3] هشام بشير، **دراسات نظرية في طبيعة وطرق استطلاعات الرأي العام**، مركز دراسات الدول النامية، كلية العلوم الاقتصادية والسياسية، جامعة القاهرة، مصر، (د. س)، ص 32.

[4] سعد سلمان المشهداني، **مناهج البحث الإعلامي**، دار الكتاب، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 43.

[5] بتصرف، المرجع نفسه، ص 43.

القصدية والتي يختارها الباحث طبقا لما يراه من سمات تتوفر في المفردات بما يخدم أهدافه، والتي تعرف بأنها العينة التي يتقصد فيها الباحث اختيار عينته بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة،[1] وفي دراستنا كان اختيار النساء المتزوجات بولاية غرداية والمستخدمات لمواقع التواصل الاجتماعي والبالغ عددهن 100 امرأة.

الدراسات السابقة:

تساعد الدراسات السابقة الباحث على توضيح المفاهيم الأساسية والإلمام بطبيعة موضوعه محل البحث كما توجهه في تنظيم بحثه شرط أن تكون وثيقة الصلة ببحثه،[2] فأصول البحث العلمي تحتم رجوع الباحث إلى ما كتب عن موضوع بحثه باعتبار أن البحث العلمي يعتمد على التراكم المعرفي فهي إحدى الركائز العلمية التي يستند عليها الباحث في معرفة المناهج المتبعة وتساعده في الاختيار السليم لبحثه وعدم تكرار ما ورد فيها وكدا تجنب الأخطاء السابقة،[3] وقد قمنا بترتيب الدراسات السابقة لدينا من الأقدم إلى الأحدث، وهي كالتالي:

الدراسة الأولى: دراسة بوغاري نصيرة وعبدالقادر رحمة: وهي بعنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الزوجية، الفايسبوك نموذجا، دراسة ميدانية على عينة من المتزوجين بولاية مستغانم.[4]

تهدف الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الفايسبوك الذي يعد أحد مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات بين الزوج والزوجة، من خلال طرحهما للتساؤل الرئيسي الآتي: ما مدى تأثير موقع الفايسبوك على العلاقات الزوجية؟

واعتمدنا في الدراسة على المنهج الوصفي لوصف الظاهرة المعالجة باستخدام استمارة الاستبيان موزعة على عينة من الأزواج المستخدمين لموقع الفايسبوك، حيث توصلت الدراسة إلى

---

[1] رحيم يونس العزاوي كرو، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، الأردن، 2008، ص173.

2 مهدي محمد القصاص، **تصميم البحث الاجتماعي**، دار نيبور للنشر، بغداد، العراق، 2014، ص 157.

3 سعد سلمان المشهداني، **منهجية البحث العلمي**، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2019، ص 109.

4 بوغاري نصيرة، عبد القادر رحمة، **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الزوجية، الفايسبوك نموذجا، دراسة ميدانية على عينة من المتزوجين بولاية مستغانم**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والاتصال، 2016/2015.

نتائج منها أن المبحوثين يتصفحون الموقع أكثر من مرتين، ومنهم يفضل الفترة الصباحية ومنهم المسائية، كما أنه نادرا ما يشكو الطرف الثاني بسبب طول الوقت الذي يقضيه في الدردشة.

التعليق على الدراسة: ركزت هذه الدراسة على معالجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الزوجية، فهي تتشابه مع دراستنا من حيث التركيز على العلاقات الزوجية وكذا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كما تتشابه مع دراستنا من حيث المنهج المعتمد وأداة جمع البيانات والمتمثلة في استمارة الاستبيان، وتختلف مع دراستنا من حيث عدم دراستها لاستخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال الاستعانة بها في تصميم استمارة الاستبيان وكذا توفيرها لمجموعة من المراجع الخاصة بالموضوع، بالإضافة إلى معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الزوجية.

الدراسة الثانية: دراسة نسرين بن عبود: والتي تحمل عنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري، دراسة على عينة من أسر مدينة عين البيضاء. [1]

وقد هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال فيما بين أفراد الأسرة من خلال طرحها للتساؤل الرئيسي: ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري؟

واعتمدت في دراستها على المنهج الوصفي لوصف الظاهرة المعالجة من خلال استخدام على استمارة الاستبيان والملاحظة كأداتين لجمع البيانات، مع إعتمادها أسلوب المسح بالعينة والتي تمثلت في مجموعة من الأسر في مدينة عين البيضاء لرصد مختلف تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي، لتتوصل الباحثة في الأخير إلى مجموعة من النتائج منها أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة، ويفضلون خدمة الإعجاب كأفضل خدمة في مواقع التواصل الاجتماعي، كما توصلت إلى أغلبية أفراد العينة لا يمتلكون منشورات يومية، مع تفضيلهم لاستخدام الفايسبوك.

[1] نسرين بن عبود، **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري، دراسة على عينة من أسر مدينة عين البيضاء**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة أم البواقي، 2017/2016.

التعليق على الدراسة: تمحورت هذه الدراسة على دراسة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال في الأسرة، فهي تتشابه مع دراستنا من خلال دراستها لأثر مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة، إضافة إلى المنهج المعتمد وهو المنهج الوصفي مع أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستمارة والملاحظة، وتختلف مع دراستنا من خلال تركيزها على الاتصال الأسري بينما تركز دراستنا على العلاقات الأسرية، كما أنها ركزت على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام عكس دراستنا التي ركزنا فيها على استخدام المرأة المتزوجة لهذه المواقع، وقد استفدنا من هذه الدراسة من حيث تصميم الاستمارة واستغلال نتائجها من خلال التعرف على مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري، إضافة إلى توفر مراجع خاصة بموضوع الدراسة.

الدراسة الثالثة: دراسة حميتي سامية: وهي بعنوان تمثلات الأسرة الجزائرية لاستخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي، الفايسبوك نموذجا. [1]

تهدف الدراسة إلى معرفة تمثلات الأسرة في استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي بولاية ورقلة، حيث تمحورت مشكلة الدراسة في تمثلات الأسرة بولاية ورقلة لاستخدام المرأة المتزوجة لموقع الفايسبوك من خلال طرحها للتساؤل الرئيسي الآتي: كيف تتمثل الأسرة في مدينة ورقلة استخدام المرأة المتزوجة لموقع التواصل الاجتماعي فايسبوك؟

وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي كونه يعتمد على جمع الحقائق وتفسيرها وتحليلها مستخدمة كلا من أداة المقابلة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات، لتتوصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج منها أن هناك نتائج جمة من استخدام المرأة المتزوجة لموقع الفايسبوك فيما تراجع مستوى الزيارات العائلية وانتشار الآفات الأسرية كالتعنيف ومحاولة التقليد، كما أن استخدام المرأة المتزوجة للفايسبوك وخاصة في البيت تنجم عنه عدة نتائج منها قلة الاتصال والتفاعل الأسري وتراجع مستوى أساليب التنشئة الإجتماعية.

التعليق على الدراسة: تمحورت هذه الدراسة على دراسة تمثلات استخدام المرأة المتزوجة لموقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، فهي تتشابه مع دراستنا من حيث تركيزها على استخدام المرأة

[1] حميتي سامية، **تمثلات الأسرة الجزائرية لاستخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي، الفايسبوك نموذجا**، مذكرة ماستر في علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة ورقلة، 2019/2018.

المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى منهجها المعتمد وهو الوصفي وأداة الملاحظة لجمع البيانات، وتختلف مع دراستنا من حيث تركيزها على موقع الفايسبوك دون غيره من مواقع التواصل الاجتماعي عكس دراستنا التي ركزنا فيها على كل مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف المرأة المتزوجة، إضافة إلى اعتمادها على المقابلة عكس دراستنا التي اعتمدنا فيها على الاستمارة، وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال نتائجها حول استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة كون الدراسة بولاية ورقلة والتي تتواجد بنفس منطقة دراستنا ولاية غرداية فقد يكون هناك تشابه في العادات الاجتماعية بينهم، كما ساعدتنا بتوفر مراجع ومعلومات حول استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسة الرابعة: دراسة ابتسام جعفري: والتي كانت بعنوان انعكاسات الفايسبوك على الاتصال داخل الأسرة وهي دراسة على عينة من أسر مدينة أم البواقي.

تهدف الدراسة إلى معرفة انعكاسات موقع الفايسبوك على الاتصال داخل الأسرة الجزائرية من خلال طرحها للتساؤل الرئيسي: ماهي انعكاسات موقع الفايسبوك على الاتصال داخل الأسرة الجزائرية؟

وقد اعتمدت في دراستها على المنهج الوصفي مستخدمة الاستبيان والمقابلة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات في دراستها، من خلال أسلوب المسح بالعينة لمجتمع دراستها والمتمثل في مجموعة من الأسر بمدينة أم البواقي، وقد توصلت الباحثة في دراستها إلى مجموعة من النتائج أهمها أن أغلبية المبحوثين الأولياء يراقبون أبنائهم أثناء استخدامهم لموقع الفايسبوك، كما أن أغلبية المبحوثين الأولياء يتواصلون مع أبنائهم عبر موقع الفايسبوك أحيانا، وأن أغلبية المبحوثين الأبناء أصبح تواصلهم مع أفراد أسرتهم قليلا منذ استخدامهم لموقع الفايسبوك، إضافة إلى أن معظم الأولياء لا يحاولون أن يقللوا من استخدام أبنائهم لموقع الفايسبوك.[1]

التعليق على الدراسة: تمحورت هذه الدراسة على معرفة انعكاسات استخدام موقع الفايسبوك على الاتصال داخل الأسرة، وهي تتشابه مع دراستنا من حيث التطرق إلى الفايسبوك الذي

[1] ابتسام جعفري، **انعكاسات الفايسبوك على الاتصال داخل الأسرة، دراسة على عينة من أسر مدينة أم البواقي**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، علاقات عامة، جامعة أم البواقي، 2019/2018.

يعتبر أحد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شهرة واستخداما، بالإضافة إلى منهج دراسة الموضوع وأدوات جمع البيانات من استمارة وملاحظة، وتختلف مع دراستنا من حيث أنها ركزت على انعكاسات استخدام الفايسبوك على الاتصال الأسري بينما ركزت دراستنا على جميع مواقع التواصل الاجتماعي المتوفرة، بالإضافة إلى التطرق على أثر الاستخدام على العلاقات الأسرية بشكل عام، كما تختلف من حيث دراستها على الأولياء والأبناء، بينما ندرس في دراستنا المرأة المتزوجة، وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال معالجتها لموضوع انعكاسات استخدام الفايسبوك على الأسرة ومن خلال تصميم استمارة الاستبيان مع الاستعانة بها في توفير مراجع حول كل ما يخص مواقع التواصل الاجتماعي.

تحديد مفاهيم للدراسة

1- الأثر:

التعريف اللغوي: أثر مفردة، والجمع آثار ويطلق على معاني متعددة منها بقية الشيء وتقديم الشيء.[1]

التعريف الاصطلاحي: اصطلاحا: وهو التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومة جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة، أو يعدل اتجاهاته القديم، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق، فهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علني.[2]

التعريف الإجرائي: نقصد بالأثر في موضوعنا كل التغيير الذي يحدثه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المرأة المتزوجة بولاية غرداية اتجاه أسرتها (أولادها وزوجها) من خلال سلوكها، اتجاهاتها وأفكارها.

[1] ابن منظور، **معجم لسان العرب**، دار الصادر، ط1، بيروت، 2005، ص52.

[2] محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، دار الفجر للنشر، ط1، القاهرة ،2004، ص04.

2- الاستخدام:

التعريف اللغوي: استخدمه فأخدمه استو هبه خادما فوهبه له، ويقال استخدمته أي سألته أن يخدمني.[1]

التعريف الاصطلاحي: مفهوم الاستخدام يؤدي إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات والاشياء التقنية؟، فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر سيرورة الاستخدام، حيث يشير الباحث عبد الوهاب بوخنوفة إلى أن مفهوم الاستخدام يقتضي الوصول أولا إلى التقنية أو الوسيمة بمعنى أن تكون متوفرة ماديا. [2]

التعريف الإجرائي: نقصد بالاستخدام في دراستنا هذه عملية التصفح التي تقوم بها النساء المتزوجات بولاية غرداية في مواقع التواصل الاجتماعي وعادات وأنماط هذا التصفح.

3- المرأة المتزوجة:

التعريف اللغوي: من الفعل الثلاثي مرا والمصدر مروءة بمعنى الهمة والنقاء والشموخ، وفي لسان العرب: "امرأة تأنيث امرئ، وقال ابن الأنباري: الألف في امرأة وامرئ ألف وصل، وقال: وللعرب في المرأة ثلاث لغات، يقال هي امرأته، ومرأته، وهي أنثى الإنسان البالغة، كما الذكر هو رجل الإنسان البالغ.[3]

التعريف الاصطلاحي: هي الشق الثاني المعمر في الأرض،[4] التي عقدت رباطا منظما لمشاركة الرجل في حياته اليومية، وتم الدخول بها ويترتب عليها حقوق وواجبات للطرفين.[5]

التعريف الإجرائي: هي كل امرأة لها علاقة زواج مع رجل مشكلين أسرة مكونة من زوجين وأولاد، ومقيمين بولاية غرداية ممن يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي.

4- مواقع التواصل الاجتماعي:

التعريف اللغوي: مواقع التواصل الاجتماعي هي مصطلح مركب من ثلاث كلمات وهي:

---

[1] المرجع نفسه، ص 116.

[2] حسين شفيق، **نظريات الإعلام**، دار الفكر وفن الطباعة والنشر، مصر، 2014، ص186.

[3] ابن منظور، **لسان العرب**، المركز العربي للأبحاث والدراسات، 2006، ص152.

[4] ليلى صباغ، **المرأة في التاريخ العربي**، منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، دمشق، سوريا، 2000، ص15.

[5] محمد قصاص، **علم الاجتماع العائلي**، كلية الآداب، المنصورة، مصر، 2008، ص7.

موقع: الطير على الصُّفِيّ.[1]

التواصل: فيعرف في اللغة كما أشار الفيومي بقوله: وصلت الشيء بغيره، وصل فاتصل به، والوصل ضد الهجر، وبينهما تواصل أي اتصال مستمر لا ينقطع.[2]

اجتماعي: من الاجتماع أي مزاول للحياة الاجتماعية.[3]

التعريف الاصطلاحي: وهي مصطلح يطلق على مواقع شبكة الانترنت العالمية (world wide web)، حيث تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات. وجاء تعريف الشبكات الاجتماعية كخدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الأخرين.[4]

كما عرفها شريف اللبان بأنها: "خدمات توجد على الويب تتيح الأفراد بناء بيانات شخصية profile عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية تلك القوائم التي يصنعها الاخرون خلال النظام".[5]

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "استخدام تطبيقات الانترنيت للتواصل والاتصال مع الغير، في المواقع الالكترونية التي توفر فيها خدمات لمستخدميها وتتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن مواقع أو نظام معين وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنيت".[6]

التعريف الإجرائي: هي مجموعة الوسائط والتطبيقات المطروحة على شبكة الأنترنت والتي تسمح بالتواصل وتبادل المعلومات بين النساء المتزوجات بولاية غرداية.

---

[1] ابن منظور: **لسان العرب**، دار الكتب العلمية، ط2، بيروت، لبنان، 2009، مج 8، ص 481.

[2] المرجع نفسه، ص 870.

[3] المرجع نفسه، ص 140.

[4] صالح محمد العلي، **مهارات التواصل الاجتماعي: أسس، مفاهيم وقيم**، دار الحامد، عمان، 2014، ص 126.

[5] حسين محمد هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، دار أسامة للنشر، عمان، 2015، ص86.

[6] خالد غسان المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص24.

5- العلاقات الأسرية:

الأسرة:

التعريف اللغوي: أسرة مفرد، جمعه أسرات، أسر، عائلة، أهل الرجل وعشيرته، ذهب هو وأسرته إلى المصيف، وأسس أسرة ناجحة .الأسرة المالكة :أهل الملك أو الملكة، رب الأسرة: عائلها والمسؤول عنها.[1]

التعريف الاصطلاحي: تعتبر الأسرة الوحدة الاجتماعية الأولى التي ينشأ فيها الطفل ويتفاعل مع أعضائها، تؤثر على نموه الشخصي في مراحله الأولى، وهي المؤسسة التي يتم من خلالها تعليم وتدريب الفرد لأداء الأدوار المنوطة به اجتماعيا واقتصاديا.[2]

العلاقات الأسرية: اصطلاحا: تعرف على أنها العلاقات الوثيقة التي تنشأ بين الأفراد والذين يعيشون معا لمدة طويلة، وتقوم على الالتزام بالحقوق والواجبات، مما يؤذي إلى الشعور بالتماسك والصلابة.[3]

كما يعرفها" محمد يسرى: "على أنها مفهوم التربية الأسرية وتمثل الجهد التربوي عن طريق الأسرة بقصد تغيير وتنمية اتجاهات وقيم الفرد وهي طبيعة الحياة داخل الأسرة"، وتختلف العلاقات الأسرية من مجتمع لأخر وفي ذات المجتمع من بيئة اجتماعية لأخرى ومن جماعة لأخرى، وفقا لحجم هذه الجماعة ودرجة تحضرها والأساليب الاقتصادية التي تحكمها.[4]

التعريف الإجرائي: نقصد بالعلاقات الأسرية بالاتصال والتفاعل المتبادل، وتبادل الحقوق والواجبات، والذي يستمر فترة طويلة بين النساء المتزوجات بولاية غرداية وبقية أفراد أسرهن، من خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

---

[1] أحمد مختار عمر، **معجم اللغة العربية المعاصرة**، ط1 ، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة،2008 ، ص91.

[2] نادية حسين أبو سكينة، منال عبد الرحمان، **العلاقات والمشكلات الأسرية**، دار الفكر، عمان، 2010، ص40.

[3] إلهام بنت فريج بنت سعيد العوضي، **أثر استخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة**، رسالة ماجستير في الاقتصاد المنزلي، جامعة المملكة العربية السعودية، 2003، ص49.

[4] المرجع نفسه، ص55.

الخلفية النظرية للدراسة: نظرية الاستخدامات والإشباعات

نظرية الاستخدامات والإشباعات في الاصطلاح الإعلامي محل اختلاف بين الباحثين منهم من صنفها نموذج ومنهم اعتبرها نظرية، وأول من أطلق عليها مصطلح نظرية هما كاتز وبلومر في عام 1974 في كتابهما استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، حيث صَوّر الكتاب الوظائف التي تقوم عليها وسائل الإعلام، ودوافع اختيار الفرد أو المتلقي لها والمحتوى التي تقوم بعرضه.[1]

فنظرية الاستخدامات والإشباعات تعتبر من النظريات الإعلامية المتعلقة بالجمهور، حيث ترتبط بالجمهور المستخدم للمواد الإعلامية، وتقوم على أساس أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بسبب دوافع نفسية واجتماعية، وتفترض هذه النّظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع حاجات كامنة لديه وان دور وسائل الإعلام ينحصر فقط في تلبية تلك الحاجات والرغبات، كما أن الجمهور يوظف مضامين الوسائل الإعلامية بدلا من أن يتصرفوا بسلبية اتجاهها.[2]

وتعني تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.

فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات: جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف معينة.

- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات.
- الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات الاستخدام. [3]
- الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي والتطور.

[1] مي العبد الله، **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006، ص270.

[2] المرجع السابق الذكر، ص279.

[3] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص240.

– يختار الأفراد من مضمون وسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم سواء كان متعلقة بالمعلومات الأساسية أو التسلية أو التعلم. [1]

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

– تعتمد بإفراط على دفاتر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.

– تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم، وبين تطويعه والتفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان.

– تفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له.

– أما من أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات فتكمن في الطابع الوظيفي لها، وهو ما يعني تكريس الوضع القائم والتنكر للتغيير الاجتماعي. [2]

– الادعاء بأن الجمهور يتعامل مع وسائل الإعلام بكل حرية مبالغ فيه فهناك عوامل اجتماعية واقتصادية مختلفة تحدد من فرص استفادة كل أفراد الجمهور من مضامين وسائل الاتصال.

– عدم توفير بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الايجابي والنشيط.

– الجدل الكبير حول كيفية قياس استخدام المتلقي للوسيلة الإعلامية وزمن ذلك القياس.

– يرى دينيس ما كويل أن بحوث الاستخدامات والإشباعات يمكن أن تتخذ نتائجها كذريعة لإنتاج المحتوى الإعلامي الهابط وخاصة بطغيان المواد الترفيهية ومضامين التسلية على حساب المحتوى الجاد والأساسي (نظرة نقدية). [3]

إسقاط النظرية على موضوع الدراسة: انطلاقا مما قامت عليه نظرية الاستخدامات والإشباعات وهو أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام من أجل إشباع حاجاته ورغباته، وفي موضوعنا حول أثر استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي وما لهذا الاستخدام من دوافع وإشباعات تحققها المرأة المتزوجة، حيث أن اختيار المرأة المتزوجة لنوع الوسيلة ونوع الموقع يأتي من

[1] ابتسام رايس علي، **نظرية الاستخدامات والإشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد**، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع8، 2016، ص11.

[2] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص240.

[3] مصطفى علي سيد عبد النبي، مرجع سبق ذكره، ص 43.

خلال حاجات ودوافع لديها من أجل إشباع وتحقيق رغباتها، أي أن استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب نظرية الاستخدامات والإشباعات ناتج عن حاجات خاصة بها بهدف الوصول إلى إشباع رغبات، بحيث قد يكون لهذا الاستخدام تأثيرات على علاقاتها الأسرية ابتداءا من الزوج والأبناء وغيرها من العلاقات، فعلاقة استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي ونظرية الاستخدامات والإشباعات مصدره حاجات المرأة المتزوجة التي دفعتها لاستخدام هذه المواقع والإشباعات التي تحققها من خلال هذا الاستخدام.

الإطار النظري

الفصل الثاني: استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية

تمهيد

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها

المطلب الثالث: الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: الأسرة والعلاقات الأسرية

المطلب الأول: خصائص الأسرة وأهميتها

المطلب الثاني: أنماط الأسرة والعلاقات الأسرية

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في العلاقات الأسرية

المبحث الثالث: المرأة المتزوجة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: دوافع استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: إيجابيات استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: المشاكل الأسرية الناجمة عن استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

تمهيد:

مع تزايد انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الذي لم يعد مقتصرا على فئة دون فئة أخرى، ففي الوقت الحالي الذي يشهد هذا الانتشار الكبير في هذه المواقع وسهولة الاستفادة من شبكة الأنترنت أصبح هناك غزو من طرف هذه المواقع للبيوت من خلال استخدامها من طرف كل الفئات من أطفال وشباب ونساء متزوجات، الأمر الذي قد يكون له تأثير على الأسرة والعلاقات الأسرية، وهذا ما سنتعرف عليه من خلال هذا الفصل الذي نستعرض في استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية والذي يتضمن ثلاثة مباحث حول هذا العنصر.

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

أولا: النشأة: التواصل ظاهرة اجتماعية حديثة تقوم على علاقات تفاعلية متزامنة أو غير متزامنة بواسطة وسائل الاتصال الرقمي التفاعلي يتم خلالها إرسال استقبال المعلومات بين الطرفين أو عدة أطراف ويعرف مرسي مشري الشبكة الاجتماعية الرقمية بأنها مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة تفاعل اجتماعي.[1]

ظهور مفهوم المواقع الاجتماعية إلى عالم اجتماع جون بارنز john-barhes في عام 1954، فالمواقع الاجتماعية بشكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة وساهم ظهور شبكة الإنتَّرنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتها التي تسمى وسائل الإعلام الاجتماعية بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتَرَكة أو النشاطات المشتَرَكة وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية أساس على التمثيل بحيث يكون لكل مستخدم ملف شخصي profile وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار في إطار شبكاتهم الشخصية[2].

كان أول مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في الولايات المتحدة على شبكة الإنترَّنت في شكل تجمعات هو موقع theglohe. com عام 1594، تلاه موقع GEOCITIES في العالم نفسه وتلاهما موقع THIPOD بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه المجتمعات على لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال عزف وتشارك المعلومات والأفكار حول مواضيع لمختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات. [3]

ثانيا: تطور مواقع التواصل الاجتماعي: مرت شبكات التواصل الاجتماعي في نشأتها وتطورها بمرحلتين، المرحلة الأولى هي مرحلة الجيل الأول من الويب (WEB 1.0) والمرحلة الثانية

---

[1] عبد الكريم علي الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 40، ع1، 2013، ص 70.

[2] مصطفى يوسف كافي، **الإعلام التفاعلي**، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2016، ص 110.

[3] علي خليل شقرة، الإعلام، **شبكات التواصل الاجتماعي**، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2014، ص75.

بمرحلة الجيل الثاني من الويب (WEB2.0) ولكن ازدادت شبكات التواصل الاجتماعي عددا وشهرة في المرحلة الثانية مرحلة الويب 2.0. [1]

*__المرحلة الأولى__: وفي مرحلة الجيل من الويب (WEB 1.0) وكانت الشبكات التي ظهرت في هذا الجيل ذات صفحات ثابتة وتتيح مجال صغير وضيق للتفاعل بين الأفراد (HARISON TOMAS 2009 ET) وتعتبر هذه المرحلة بأنها البداية لشبكات التواصل الاجتماعي، ومن أبرز الشبكات التي تكونت ونشأت في هذه المرحلة في موقع كلاسي متيس CLASSMATES وظهرت عام 1990م، وموقع سكس دجريس SIX DEGRESS وظهرت عام 1997م، وسمح للمشاركين فيه بعمل قوائم أصدقاء ولم تكن مرئية للآخرين، وجذب الملايين من المستخدمين لكن أغلقت الخدمة لهذه الشبكة عام 2000 ومن عام 1997 حتى عام 2001 ظهرت شبكات أخرى مثل وموقع لايف جورنال LIVE JOURNAL وموقع بلاك بلانت BLAK BLANET وموقع ASIAN AVENVE

*__المرحلة الثانية__: وهي المرحلة التي ظهرت بها الويب 2 (WEB 2.0) وهو يحتوي على مجموعة من التطبيقات التي أثرت بدرجة كبيرة وبشكل واضح وملحوظ بشبكات التواصل الاجتماعي(S N S) وأضاف الويب 2 شعبية كبيرة لذا على الإنترنّت وذلك بسبب التطبيقات المعاصرة لها مثل المدونات ومشاركة الفيديوهات والصور والملفات والمعلومات وحولت هذه التطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي من الجمود إلى الحياة التفاعلية[2] ومن أهم الشبكات التي ظهرت مع الجيل الثاني من الويب هي:

موقع الفايسبوك FACEBOOK وظهر عام2004 م كان ميلاد هذا الموقع حدثا كبيرا على مستوى العالم.

موقع شبكة ماي سبيس MY SPACE وظهر عام 2005 مع إدخال التطبيقات الحديثة أدى ذلك إلى شهرة عدة مواقع أهمها الفايسبوك ثم بعد ذلك ازدادت الشبكات الاجتماعية فظهر منها بالإضافة إلى ما سبق شبكات أخرى وهي: موقع شبكة.[3]

---

[1] المرجع نفسه، ص 70.

[2] خديجة عبد العزيز علي إبراهيم، **واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، دراسة ميدانية**، مجلة دار المنظومة، عدد، 03، جامعة صعيد مصر، 2014، ص 426.

[3] صالح العلي، **مهارات التواصل الاجتماعي أسس ومفاهيم وقيم**، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2015، ص136.

لينكد إن LINKED IN موقع شبكة هاي فايف 5:4،7 NING، موقع شبكة نينج NING موقع شبكة نتلوج NETLOG، موقع شبكة تويتر TWITER موقع شبكة اليوتيوب YOUTUBE ولكن برغم كثرة هذه الشبكات لكن أصبح أكثرها شهرة شبة الفايسبوك FACEBOOK حيث هم الأكثر شعبية من حيث عدد المستخدمين، وبسبب المميزات التي تتميز بها هذه الشبكات من المشاركة والسرعة والاتصال وتبادل الملفات والصور والفيديو وتبادل المعلومات كل ذلك أدى إلى زيادة شعبيتها بشكل لم يسبق لو مثيل في العالم، وأيضا على مستوى الدول العربية وخاصة مصر وساعد ذلك على الوصول إلى هذه الشبكات عن طريق استخدام الأجهزة الصغيرة.[1]

المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها

أولا: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الإنترنت، الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع إلى آخر إلا أنها تشترك مع بعض في عدد من الخصائص وهي:

- التعريف بالذات: الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يصنعها المستخدم ويطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصور، الموسيقى، الفيديوهات وغيرها من الوظائف.
- الاهتمام: هذه الشبكات تبتُّ من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، والسوق الدالية والسياسية، الصحة والشؤون الخارجية جانب الثقافة والدعوة وغيرها.
- العالمية: حيث تلغي جميع الحواجز الجغرافية والمكانية وتلغى فيها الحدود الدولية ويستطيع الأفراد التواصل مع الآخرين في الدول الأخرى في كل بساطة وسهولة.
- التنوع وتعدد الاستعمالات: يستخدمها الطالب للتعلم والعلم لبث عمله وتعليم الناس والكاتب للتواصل مع القراء.

[1] علي خليل شقرة، الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص75.

- سهولة الاستخدام: الشبكات الاجتماعية تتميز ببساطة اللغة وتستخدم الحروف والرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل مع الآخرين.
- المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر المعروض.[1]

وهناك خصائص ومميزات أخرى لشبكات التواصل الاجتماعي وهي:

- نشر الحوافز بين الشعوب والمجتمعات.
- الحضور الدائم غير المكلف.
- حرية الرأي والتعبير.
- إلغاء الفروق الاجتماعية بين المجتمعات.[2]

- التفاعلية والتشاركية: يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته أو ما يتعلق بموطنه التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين، وتسمع شبكات التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو إبداء الإعجاب بها ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين ومدى تفاعلهم والرد عليهم مباشرة وقد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل ومشاركة المضامين مع الآخرين.

- التلقائية: يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.

- الانفتاح: يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك يزيد الرغبة لدى الأعضاء بالمزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقوموا بعملية إنتاج المحتوى عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى.

---

[1] خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص 27.

[2] هناء سرور، **وسائل التواصل الاجتماعي وإثراء المحتوى القومي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة**، محور تأثير وسائل الاتصال الالكتروني في التطور الاجتماعي الاقتصادي، قطاع الإعلام والاتصال، ص 12.

– دعم التجمعات: أي تتوافر في شبكات التواصل الاجتماعي خدمة تتيح للأشخاص بإنشاء مجموعات تشترك بالاختصاص أو الانتماء الديني أو الاجتماعي مثل الفايسبوك.[1]

ثانيا: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

1- حسب الاستخدام: يمكن تقسيم المواقع حسب الاستخدام والاهتمام إلى ثلاث أنواع رئيسية هي:

– مواقع شخصية لشخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم مثل FACEBOOK.

– مواقع مهنية تضم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخل بنية تعليمية وتدريبية فاعلة.

– مواقع ثقافية تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين.

2- حسب طريقة التواصل: كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضا هي:

– مواقع تتيح التواصل الكتابي ومواقع تتيح التواصل الصوتي ومواقع تتيح التواصل المرئي.

3- حسب الخصوصية: وهناك تقسيم ثالث يقسم المواقع الاجتماعية إلى قسمين:[2]

مواقع داخلية خاصة: وتتكون هذه المواقع من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو دخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص وغيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطة من تدوين وتبادل وأراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة.

مواقع خارجية عامة: وهي مواقع متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، بل صمت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في الأنشطة. بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع مثل شبكة FACEBOOK كما تصنف مواقع التواصل الاجتماعي تبعا للوسائل المستخدمة وهي:

-الفايسبوك (FACEBOOK): وهو موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة"فيسبوك "محدودة المسؤولية كملكية خاصة له.

---

[1] حسين محمد هتيمي، مرجع سبق ذكره، ص85.

[2] مؤيد نصيف جاسم السعيد، **الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفايسبوك**، ط1، ألفا للوثائق قسنطينة، الجزائر، 2016، ص 163.

–المنتديات (FORUMS): في إحدى خدمات شبكة الإنترنت التي انتشرت في الفترة الأخيرة انتشارا واسعا غير مسبوق، وتسمح المنتديات بتبادل الآراء والأفكار والملفات بين الأشخاص، كما تقدم النصائح لكثتَ من المشكلات والاستفسارات التي يطرحها الأعضاء أو يتفرع من المنتدى العام منتديات فرعية لكل تخصص وداخل تخصص تعرض لموضوع معينة، وتتنوع المنتديات وفقا لاهتمامات الأشخاص المشتركين فيها.[1]

كما يوجد تصنيف آخر لمواقع التواصل الاجتماعي والذي يقسمها إلى نوعين وهما:

- نوع أساسي: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة كالمراسلات ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل موقع الفايسبوك ماي سبيس وهاي فايف.
- نوع مرتبط بالعمل: وهو من أنواع المواقع الاجتماعية الهامة وهي تربط أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات بشكل احترافي وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تحوي سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن عملوا معهم.[2]

المطلب الثالث: الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي

مع الانتشار الرهيب لمواقع التواصل الاجتماعي، بحيث انبهر بها المجتمع صغيرا وكبيرا وأثرت على الفرد والأسرة والمجتمع تأثيرا إيجابيا،[3] حيث سنذكر هذه الآثار وفق تأثيرها الإيجابي والسلبي.

أولا: الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي: وتتمثل في النقاط التالية:

- انتشار نظم الاتصالات والاستخدام المتزايد للتكنولوجيات الجديدة للاتصال والتوسع في استخدام الأنترنت خصوصا على فئة الأطفال.

---

[1] سلطان مسفر، مبارك الصاعدي الحربي، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني**، بحث مقدم لملتقى العمل الإنساني بالمملكة العربية السعودية، المركز الدولي للأبحاث والدراسات، 1435هـ، ص11.

[2] ليلى أحمد جرار، **الفايسبوك والشباب العربي**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2012، ص 40.

[3] خولة لعلاوي، جمعة محامدية، **الضوابط الشرعية لاستعمال مواقع التواصل الاجتماعي**، مذكرة ماستر في العلوم الاسلامية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2022، ص 60.

– لم يعد الاتصال الدائم مع الأصدقاء والكبار أو حتى الشباب والمراهقين، وأصبحت الأجهزة الرقمية جزءا من حياة الأفراد، وما يميز جيل المعلوماتية عن غيره من الأجيال والتعرف المبكر على التكنولوجيات والقدرة على استخدام التقنية لإنتاج مجموعة متنوعة من المحتويات، ويدرك الخبراء فائدة استخدام الأفراد للتكنولوجيا المتطورة وقيمتها في نموهم الذهني والنفسي.[1]

– مساعدة على التعلم لغات، حيث أن هذه المواقع توفر فرصة ذهبية لتناول الحديث مع أفراد في مختلف العالم مما يساعد على دعم اللغة وإجراء محادثات للغات أخرى، والمساهمة في التوعية الثقافية والاجتماعية لأنها لا تخلو من عرض مقال أو تقديم رابط أو صفحات لتناول القضايا الثقافية أو الاجتماعية مما يساعد على نمو الوعي لدى الفرد في مجتمع تلك الشبكات.

– ميول الأسر دوما إلى الاطلاع على العالم الخارجي وخاصة التقدم التكنولوجي، وتحصيل المعلومات والمعارف الهائلة من وسائل التواصل الاجتماعي، كما تعتبر هذه الوسائل دليلا توجيها في تربية الأبناء بالطرق الحديثة تحت إشراف المختصين في هذا المجال، ومنحت التواصل مع الأقارب والأسر من صلة الرحم والسؤال عند المريض ومشاركة الآخرين في أفراحهم، بحيث قربت البعيد بين الواقع والمواقع.

– ثورة تكنولوجيا الاتصالات السبب الرئيسي في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة إذ تؤثر هذه الوسائل بشكل كبير على ثقافة المجتمع، واقتصاده ونظرته الشاملة للعالم، كما أنها تسمح بطرح العديد من القضايا الصحية والاختلافات الثقافية والعلاقات العامة حيث تتباين هذه الوسائل على المجتمعات وتعزز هذه الوسائل الاجتماعية العلمية.

– تقديم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة حيث بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن انقطعت أخبارهم بسبب تباعد المسافات.[2]

---

[1] سارة حمامدية، **الطفل الجزائري وشبكات التواصل الاعلام والاتصال**، تخصص إعلام واتصال، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2015، ص95.

[2] أحمد علي الدروبي، **مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية**، المجلة العربية للنشر العلمي، ع1، علم اجتماع العلوم التربوية والانسانية، الكويت، 2018، ص7.

ثانيا: الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي: وهي كالتالي:

– الإدمان وضعف مهارات التواصل من استخدام تواصل الاجتماعي تشكل خطرا على مستخدمي الشبكات الاجتماعية، فقضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر، وهذه في تصفح الموقع يؤدي إلى عزلهم عن الواقع الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.[1]

– إحداث زعزعة في عملية التفاعل الأسرى، بحيث تشكل خطورة على المكانة التماسك الأسرى مما يعني مشكلات اجتماعية من العزلة والانطواء وفقدان التواصل الاجتماعي الطبيعي، فتقلص التواصل الأسرى وتقلصت ساعات جلوس الأسرة مع بعضها، وهذه المواقع التواصل الاجتماعي غالبا ما تكون سببا في أغلب حالات الطلاق بسبب الخيانة الزوجية.[2]

– تؤدي هذه المواقع إلى تراجع مهارات التفاعل الشخصي بحيث زادت من التواصل مع الغير في المواقع وقللتها على الواقع، وكذلك ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية للوسائل التواصل الاجتماعي، وانعدام الخصوصية.[3]

– العزلة الاجتماعية عن العالم الواقعي: لهيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة واستخدام هذه الشبكات من خلال الملفات الخاصة قد أدى إلى انعدام الخصوصية، فليس هناك رقابة على المعلومات التي يتم تحميلها على مواقع هذه الشبكات، كما أنه لا يوجد قوانين عقابية وتعاقب كل من يقتحم خصوصية الأشخاص من خلال المواقع وأصبح الإنسان يقضي كل أوقاته وهو يتصفح الأخبار والفيديوهات والألعاب وغيرها.[4]

---

[1] مريم لواطي، سعاد حميدوش، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية للأستاذ الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، الجزائر، 2018، ص63.

[2] دعاء عمر محمد كتانه، **وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة دراسة فقهية**، أطروحة ماجستير في الفقه والتشريع، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2015، ص39.

[3] خولة لعلاوي، جمعة محامدية، مرجع سبق ذكره، ص 55.

[4] نسرين بن عبود، مرجع سبق ذكره، ص 45.

المبحث الثاني: الأسرة والعلاقات الأسرية

المطلب الأول: خصائص الأسرة وأهميتها

تعرف الأسرة بانها تنظيم اجتماعي اساسه ذكر وانثى ارتبطا بالزواج وقد يتكاثر عدد افراد الاسرة بإنجاب الابناء او بشمول اعضاء ينتمون الى أحد الزوجين او كلاهما، ويمكن ان ينطبق لفظ الاسرة على جزء منها نتيجة وفاة أحد الزوجين او كلاهما،[1]

أولا: خصائص الأسرة: الأسرة هي الخلية الاساسية في المجتمع وتتكون من أفراد تربطهم صلة القرابة والدم، فالأسر تختلف عن بعضها البعض في نظامها ونمط حياتها، إلا أن هناك مجموعة من الخصائص التي تشترك بها جميع الاسر داخل المجتمع الواحد ومنها:

– تتكون الأسرة من فردين فأكثر وتختلف مسميات الأسرة على حسب حجم أفرادها.

– الأسرة مجال اجتماعي يتضمن العلاقات الاجتماعية القائمة على القرابة والمودة والألفة.

– الأسرة كوحدة اجتماعية يتفاعل افرادها تفاعلا متبادلا ويتفق مع ادوار كل منهم ومع الظروف السائدة في الاسرة من جهة نظم المجتمع ومن جهة ثانية بالصور التي تتفق مع اشباع الحاجات الاجتماعية والنفسية والاقتصادية لكل افراد الاسرة.[2]

– ومن الخصائص المعروفة عن الاسرة حجمها المحدد أي ان الاسرة لا تنمو الى ما لا نهاية فهي بالضرورة محدودة الحجم، وتتوقف عن النمو عن حد معين وهي أصغر الكل، وما يعرف بالأسرة الكبيرة أو الصغيرة هي أمر نسبي وليس مطلق.[3]

– ومن الخصائص المعروفة عن الاسرة حجمها المحدد أي ان الاسرة لا تنمو الى ما لا نهاية فهي بالضرورة محدودة الحجم، وتتوقف عن النمو عن حد معين وهي أصغر الكل، وما يعرف بالأسرة الكبيرة أو الصغيرة هي أمر نسبي وليس مطلق.[4]

---

[1] حفصة بنت صالح المالك، ربيع محمود نوفل، **العلاقات الاسرية**، ط1، دار الزهراء، الرياض، 2006، ص14.

[2] ابراهيم جابر السيد، **التفكك الاسري الأسباب والمشكلات وطرق علاجها**، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2014، ص46.

[3] حسين عبد الحميد أحمد رشوان، **الأسرة والمجتمع، دراسة في علم اجتماع الأسرة**، الاسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2012، ص27.

[4] حسين عبد الحميد أحمد رشوان، **الأسرة والمجتمع، دراسة في علم اجتماع الأسرة**، الاسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2012، ص27.

– الأسرة هي المؤسسة الأولى التي تقوم بوظيفة التنشئة الاجتماعية للطفل الذي يتعلم من الأسرة كثيرا من العمليات الخاصة بحياته.

– الأسرة بوصفها نظاما للتفاعل الاجتماعي تؤثر وتتأثر بالمعايير والقيم والعادات الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع.[1]

– تستمد الاسرة ثقافتها الأساسية من الثقافة العامة، ولكن في المجتمعات المعقدة يكون لكل أسرة سمات ثقافية مميزة نتيجة تجاب واتصالات أفراد الاسرة الذين يدمجون أنماط سلوكهم على ثقافة الاسرة.

– يشدد المجتمع حراسته على الاسرة عن طريق القواعد القانونية والمحرمات الاجتماعية، ولذلك فإنها تحاط بأكثر اهتمام أدوات الضبط الاجتماعي وهذا ابلغ دليل على اهميتها القصوى بالنسبة لكافة المجتمعات.[2]

ثانيا: أهمية الأسرة: والحقيقة أن للأسرة أهمية بالغة في حياة الفرد والمجتمع، ذلك لأنها التربة الأولى التي ينشأ فيها الفرد ويترعرع، وهي التي تستقبل الطفل وهو مازال عجينة لبنة قابلة للتكوين والتشكيل والتنمية، وفيها تتم أولى خطوات أهم عملية تربوية في حياة الإنسان وهي عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية والنفسية والأخلاقية تلك العملية التي تحيل الطفلة من مجرد كائن بيولوجي إلى كائن انساني، فالتنشئة الاجتماعية هي التي تكسب الإنسان إنسانيته وعن طريقها يمتص قيم المجتمع ومثله ومبادئه ومعاييره.

وتزداد أهمية الأسرة حيث يمتص الطفل من رحيقها الطيب سمات المواطنة الصالحة والفطرة السوية وتلعب الخبرات التي يلقاها الطفل في سن حياته الاولى في أحضان الأسرة دور رئيسيا وباقيا في حياته وتلعب الخبرات الي يلقاها الطفل في سن حياته الأولى في أحضان الأسرة دور رئيسيا وباقيا في حياته المقبلة لأنه مازال قليل الخبرة، سهل التشكيل، طبع العود وتمد الأسرة المجتمع بالأفراد الصالحين فهي الحضانة وهي الواحدة.[3]

الأسرة هي أساسنا، فمن خلالها نتعلم تفاعلاتنا الأولى مع العالم، لأنها تعلمنا كيف نقدم الدعم ونتلقاه، وكيف نحترم الآخرين ونكسب احترامهم، وتوفر إطار عمل لآرائنا حول العالم.

---

[1] **أحمد مبارك الكندري، علم النفس الأسري**، ط2، مكتبة الفلاح للنشر، الكويت، 1996، ص25.

[2] حفصة بنت صالح المالك، ربيع محمود نوفل، المرجع السابق الذكر، ص18.

[3] نسرين بن عبود، مرجع سبق ذكره، ص51.

المطلب الثاني: أنماط الأسرة والعلاقات الأسرية

أولا: أنماط الأسرة: وتنقسم إلى الأنماط التالية:

1- الأسرة النواة: هي الاسرة التي تتكون من الزوجين والاولاد تتسم بسمات الجماعة الاولية، وتتسم بقوة العلاقات بين افرادها بسبب صغر حجمها، كذلك تتسم بالاستقلالية في المسكن والدخل عن الأهل، وتتكون من جيلين فقط وتنتهي بانفصال الأبناء ووفاء الوالدين وتتسم بالطابع الفردي في الحياة الاجتماعية.[1]

وتعد الأسرة النووية هي النمط المميز للأسرة في المجتمع المعاصر، حيث يلعب الدور الحاسم في التأثير على كيانها وحياتها الى جانب العلاقات القائمة على القرابة القائمة والعلاقة الوثيقة بين الزوجين، والأسرة يمكن أن تكون بمثابة مرحلة في حياة الأسرة الكبيرة، وإن مكانتها في المجتمع تساعدنا على غرس جميع القيم والاخلاق وتحقيق معاني التعاون والتكافل بين الجميع، وحجم الأسرة النووية غير محدود فهو قابل للزيادة أو النقصان.[2]

2- الأسرة الممتدة: هي الأسرة التي تقوم على عدة وحدات أسرية تجمعها الاقامة المشتركة والقرابة الدموية، وهي التي تمتد خارج الأسرة النواة المكونة من الاجداد والعمات والاعمام وأبناء العم الذين يعيشون جميعا بالقرب من بعض اوفي منزل واحد. وتبقى الأسرة في هذا النمط على الاتصال بين الأجيال، وتسمى أيضا أسرة النواة المتصلة.[3]

ثانيا: العلاقات الأسرية: تلك العلاقة التي تقوم بين أدوار الزوج والزوجة والأبناء بما تحدده الأسرة، ويقصد به أيضا طبيعة الاتصالات والتفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة، ومن تلك العلاقة التي تقع بين الزوجة والزوج، وبن الأبناء والآباء، وبين الأبناء أنفسهم.[4]

1- العلاقة بين الزوجين (الآباء): تعتبر العلاقات الزواجية أو علاقة الزوج بالزوجة او قد نجد في بعض الكتابات "النظام الزواجي" والتي نقصد هذه العلاقة كل ما يحدث بين الزوج و الزوجة

[1] مصطفى زين، **امتثال باثولوجية الحياة الأسرية**، ط1، بيروت، دار المنهل اللبناني، 2013، ص76.

[2] علياء شكري، **الاتجاهات المعاصرة في دراسة الأسرة**، دار المعرفة الجامعية، 2013، ص139-142.

[3] نفس المرجع السابق، ص114.

[4] علي محمد العبيدي، **مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، الأسرة العراقية أنموذجا**، دار الرافد للنشر، بغداد، 1941، ص80.

ليس في الاشياء السطحية الظاهرية بل في الشعور المتبادل بين الزوجين وفي السلوك الذي يصدر عن كل منها فإذا ما اعتبرنا أن الطلاق أو الخلافات الزوجية هي إنذار أو تعبير جزئي، على أن الأسرة تسير في طريق غير سليم وأنه لابد من أن هناك أشياء عميقة متراكمة في العلاقة الزوجية أدت الى هذا الخلل، واذا أراد الباحث يصل إلى الأسباب الرئيسية لابد أن يحدد أولا مستويات وواجبات ودور كل من الزوجين بالنسبة لعلاقته بالطرف الآخر.[1]

2- العلاقة بين الزوجين والأولاد: تعد من أهم العلاقات البشرية وأكثرها تأثيرا على شخصية الطفل، خصوصا في مرحلة الطفولة، وأن هذه العلاقة أمر مهم جدا في حياة الفرد لأنها تضع الأساس لعلاقتنا مستقبلا، يكون الإنسان خصوصا العربي مازال محبا لأولاده، ويفترض في العلاقات بين أفراد الأسرة ان تقوم على التعاون والمودة، لذا على الوالدين أن ينمو هذه العلاقة وذلك بالتواصل معهم والدخول في حياتهم وبناء اتصالات ومواصلات قوية.[2]

3- العلاقة بين الابناء: أفراد الأسرة هم مواطنون يعيشون في عالم الصغار، وفيه يتلقون مجموعة مختلفة من الخبرات خلال معيشتهم المشتركة، وتتميز العلاقات بين الإخوة بالإشباع والشمول كما تتسم بالصراحة والوضوح، ومما تجدر الإشارة إليه أن مكانة الأبناء تختلف حسب تسلسلهم داخل الأسرة.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في العلاقات الأسرية

1- العوامل الاجتماعية: تعد التنشئة الاجتماعية نظاما من التضاريس المركبة والمتداخلة ومن هنا يميز الباحثون عدة اتجاهات وأساليب مختلفة في التنشئة الاجتماعية، ومن أبرزها هو الاتجاه التسلطي والديمقراطي، فاتجاه التسلط الذي يعتمده الوالدين مع أبنائهم والذي يتركز على مبدأ العلاقات العمودية بين الأبناء والآباء، وما تأخذ هذه العلاقة من صورة عنف نفسية وفيزيولوجية مما يؤدي إلى نشوء الحقد والكره بين الآباء والأبناء فتتحول إلى صراع بينهم وهذا من أسباب حدوث تفكك أسري في حين أن الاتجاه الديمقراطي في التربية والذي ينطلق من قيمة الحب والعطف والدعم والتي من شأنها أن تسقط الحدود النفسية القائمة بينهم.[3]

---

[1] سلوى عثمان صديقي، **المدخل الاجتماعي للسكان والأسرة**، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005، ص176.

[2] مريم لواطي، سعاد حمدوش، مرجع سبق ذكره، ص69.

[3] سلوة عثمان صديقي، مرجع سبق ذكره، ص70.

2- العامل الديني: يعتبر العامل الديني والاخلاقي من أهم الاركان الاساسية للاستقرار الزواجي، والذي يضمن تماسك الاسرة بالأخلاق والقيم وبالتالي تحميها من عوامل الانحراف، فالوعي الديني للأسرة له أثر عميق في تنشئة أبنائهم وتربيتهم بالتحلي بالخلق الحسن والقول الطيب ويساهم في تقوية العلاقة بينهم. وتماسك الأسرة في حين يمكن ان تتلاشى هذه العلاقة وتنكسر إذا غاب الدين والقيم والمعايير الاخلاقية.

3- العامل الاقتصادي: تؤثر الظروف الاقتصادية التي تمر بها الأسرة تأثيرا سلبيا أو ايجابيا على العلاقات داخل الأسرة، فالحياة الزوجية التي تبدأ في ظروف اقتصادية صعبة كأن تكون تحت وطأة اقساط شهرية أو مشاركة الاخرين مسكنهم وغير ذلك من مشاكل العصر الحالي، والتي ستأثر على طبيعة العلاقات داخل الأسرة، وهذا ما أكد عليه "سعد المغربي" في قوله "يلعب العامل الاقتصادي دورا هاما إلى حد بعيد في تحديد مدى سعادة الأسرة ومدى استقرارها وتماسكها".[1]

4- العامل النفسي: تؤثر الظروف النفسية المصاحبة للزواج بشكل كبير على العلاقات داخل الاسرة وتتمثل الظروف النفسية في الأسلوب الذي يتم من خلاله الارتباط بشريك الحياة ومن ناحية أخرى فإن الاتجاهات والمشاعر التي تسود بين أعضاء الأسرة تنعكس على اتجاهات ومشاعر وبأفكار الطفل، فإذا ما حصل الطفل على الإحساس بالأمن في منزله ومن طرف والديه فهذا يجعل من الطفل قادر على مواجهة المشكلات ومواقف الحياة في المستقبل.

5- العامل التكنولوجي: التقنيات الحديثة والتغير التكنولوجي السريع له أثر كبير على مكونات البناء الاجتماعي ومنه البناء الأسري خصوصا عمق العلاقات الأسرية ومن أمثلة الغزو الإعلامي والشبكة العنكبوتية خصوصا في مثل استحالة التحكم في هذه التكنولوجيات. [2]

[1] مريم لواطي، سعاد حمدوش، المرجع السابق الذكر، ص71.

[2] أحمد مبارك الكندري، مرجع سبق ذكره، ص206.

المبحث الثالث: المرأة المتزوجة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: دوافع استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

توجد عدة دوافع تجعل المرأة المتزوجة ينتقل من العالم الواقعي إل العالم الافتراضي، وينشأ حسابا واحدا لها على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف النساء المتزوجات للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

1- المشاكل الأسرية: تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد، حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكم في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الزوج أو أحداهما بسبب مشاغل الحياة.

2- الفراغ: يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل المرأة المتزوجة لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت، من بينها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن عدد التطبيقات المتناهية الذي تنتجه الشبكة كالفايسبوك مثلا تتيح لمستخدميها مشاركة مجموعة من الأصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفايسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل لمليء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم.[1]

3- البطالة: تعبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لعدم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي، الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية. إن البطالة من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها النساء والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هده الوضعية التي يعيشها حتى إن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقصا على المجتمع الذي يعيش فيه باعتبارها لم يوفر لها فرصة للعمل وللتعبير عن قدراتها.

[1] سلطان مسفر، مبارك الصاعدي الحربي، **الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة**، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المدينة المنورة، د. س، ص2.

4- الفضول: تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأقمار والتقنيات المتجددة التي تستهوي المرأة لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فهذه المواقع تقوم على فكرة الجذب وإذا توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.[1]

5- التعارف وتكوين الصداقات: شملت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية، فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى بين أفراد الجنس الواحد.

6- التسويق أو البحث عن وظائف: في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف أو تضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها، كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعملاء، وأيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل وانتشار المعلومة واستثمارها.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.[2]

المطلب الثاني: إيجابيات استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

1- التعاون: يشير مفهوم التعاون بأنه "عملية اجتماعية تعبر عن علاقة التساند والتآزر والتكاتف والمساعدة لمصلحة طرفي العلاقة[3]." والمراد بالتعاون في هذه الدراسة هو ما تقوم عليه سعادة الأسرة واستقرارها، حيث تأكد الدراسات في علم الاجتماع العائلي أن اكتمال تركيبة العلاقة الزوجية التعاونية، يقتضي توفر عاطفة الحب بين الزوجين، لكن هذا لا يعني أنها تسبق

[1] دليلة غروبة، **الأنترنت، الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد**، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصال، عنابة، ع15، 2013 ص304.

[2] شريف درويش اللبان، **تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية**، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003، ص 175.

[3] سامية حمريش، **القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري، دراسة ميدانية بمدينة باتنة**، رسالة ماجيستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010، ص131.

تشكل العلاقة بالضرورة، لكن قد تنشأ العاطفة بعد الزواج إذا ما توفر المجال القيمي المشترك، وصاحبه التعادل في القوة والتأثير واتخاد القرارات الاسرية الثنائية، وحدث تناغم بين المصالح الذاتية والأسرية وبين نمطي الوعي الفردي والجمعي.

فالعلاقة التفاعلية الأسرية لابد وأن ترتكز على التعاون ضمن علاقة تكاملية، وتتجلى ملامح هذا التعاون في المؤسسة الزواجية بدءا بالاتفاق على مبادئ الحياة المشتركة، وتقسيم العمل واتخاذ القرارات وتسيير شؤون البيت وميزانيته، في جو من المشاركة في المسؤولية وعلى المستويين المادي والمعنوي.

وعلى الأسرة أن تعمل على ترسيخ قيمة التعاون لدى أبنائها وتعزيزها من خلال الواجبات المنزلية ومشاركة الأبناء في التجمعات العائلية واتخاذ القرار مما يعزز روح الانتماء إلى الأسرة، فالأسرة التي تلتزم بمبدأ التعاون والتكافل والمشاركة لا تدع مجالا لتسرب التفكك والانهيار.

2- الحوار: عملية اتصال بين طرفين أو أكثر، وهو يعتمد المخاطبة أو المسائلة حول شأن من الشؤون، باعتباره نافذة من التوافد الأساسية لصناعة المشتركات التي لا تنهض حياة اجتماعية سوية بدونها، فإذا ارتقى الحوار من شكله البسيط أصبح حركة فكر ينفتح على فكر آخر، فالحديث المتبادل بين الأفراد داخل الأسرة مقياس هام يبين مدى قوة التماسك فيما بينهم، فإن كان الحديث يسوده التفاهم والمناقشات الهادفة دل ذلك على قوة التماسك، أما إذا كان مضمون الحديث خلاف دائم أو نقاش لا يسوده التفاهم العام دل ذلك على ضعف التماسك وتخلخله، وبناء على ما سبق نستنتج أن تعلم الحوار وممارسته بين الزوجين أو مع الأبناء من أهم مظاهر الانسجام والاستقرار والتماسك الأسري.[1]

3- الاحترام: يرتبط الاحترام ارتباطا وثيقا بقيمة التقدير، فاحترام إنسان أو رأي يعني تقديره وإعطائه حقه الذي ينبغي له من الاعتراف بقيمته واحترام الشخص لذاته، بوصفه عضوا في المجتمع الإنساني من شأنه أن ينعكس على احترامه للإنسان بصفة عامة من حيث أنه إنسان كرمه الله، فشمولية الاحترام ينبع من تداخله الواضح في كل مجالات حياتنا، تأسيسا على احترام الذات ثم ينسحب ذلك إلى احترام أقرب الدوائر، وهي الأسرة كمؤسسة تعد الخلية الأولى لكل مجتمع كونه يعد من أهم مظاهر التماسك والتوافق، حيث يعني احترام كل من الزوجين إنسانية

[1] محمد زرمان، **قيمة الحوار وأبعاده الحضارية في السنة النبوية**، كلية الدراسات الإسلامية، دبي، 2007، ص10.

الطرف الآخر وكرامته وقراراته فلا يعرضه للإحراج أو التجريح فالاحترام داخل الأسرة لا يقتصر على علاقة الزوج بزوجته ولكنه يمتد إلى الأبناء، فعلى الآباء احترام دواة أبنائهم ككيان ولا يحملونه من أفكار وآراء، مظهرين لهم القبول والتقدير والأمانة والعمل على ترسيخ هذه القيم لدى الأبناء مع بعضهم البعض، فيكون له ذلك الأثر الكبير في إشاعة الرضا.[1]

المطلب الثالث: المشاكل الأسرية الناجمة عن استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

1- المشاكل الاجتماعية: تعد التنشئة الإجتماعية نظاما من التضاريس المركبة والمتداخلة، فمن هنا يميز الباحثون عدة اتجاهات وأساليب وطرق مختلفة في التنشئة الإجتماعية، ومن أبرز هذه الاتجاهات هو الاتجاه التسلطي والاتجاه الديموقراطي فاتجاه التسلط الذي يعتمده الوالدين على أبنائهم والذي يرتكز على مبدأ العلاقات العمودية بين الآباء والأبناء، وما تأخذ هذه العلاقة صورة العنف بأشكاله النفسية والفيزيولوجية، ما يؤدي إلى جعل العلاقة القائمة بين الآباء والأبناء علاقة كره وحقد، فتتحول إلى صراع حاد بين هذه الأطراف، وهذا من شأنه أن يكون دافعا قويا لحدوث التفكك الأسري، في حين أن الاتجاه الديموقراطي في التربية "والذي ينطلق من أن قيمة الحب والعطف والتعزيز والدعم والمشاركة والتبصر من شأنها أن تسقط فيها الحدود النفسية الصارمة القائمة بين الآباء وأبنائهم".[2]

2- المشاكل الدينية: يعتبر عامل الدين والخلق أحد أهم الركائز الأساسية للاستقرار الزواجي، والذي يضمن تماسك الأسرة بالأخلاق الفاضلة والقيم التي تحميها من عوامل الهدم والانحراف، فللوعي الديني للأسرة أثره العميق في تنشئة الأبناء وتربيتهم فالتحلي بالخلق الحسن والقول الطيب يساهم في تماسك الأسرة وتقوية العلاقة بين أفرادها، في حين أن هذه العلاقة قد تتلاشى وتنكسر إذا غابت القيم الدينية والمعايير الخلقية عن الجو السائد في الأسرة والذي تنعكس آثاره في مواقف الحياة المختلفة في المجتمع.

[1] عبد الحميد محمد الهاشمي، **علم النفس الاجتماعي**، دار الشروق، جدة،1994، ص 108.

[2] علي أسعد وطفة، علي جاسم الشهاب، **علم الاجتماع المدرسي، بنيوية الظاهرة المدرسية ووظيفتها الاجتماعية**، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات، بيروت، 2004، ص 23.

3- المشاكل الاقتصادي: تؤثر الظروف الاقتصادية التي تمر بها الأسرة تأثيرا سلبيا أو إيجابيا على العلاقات داخل الأسرة،[1] فالحياة الزوجية التي تبدأ في ظروف اقتصادية صعبة كأن تكون تحت وطأة أقساط شهرية أو مشاركة الآخرين مسكنهم وغير ذلك من مشاكل العصر الحالي، والتي ستأثر على طبيعة العلاقات داخل الأسرة، وهذا ما أكد عليه سعد المغربي: "يلعب الفاعل الاقتصادي دورا هاما إلى حدد بعيد في تحديد مدى سعادة الأسرة ومدى استقرارها وتماسكها".

4- المشاكل النفسي: تؤثر الظروف النفسية المصاحبة للزواج بشكل كبير على العلاقات داخل الأسرة وتتمثل الظروف النفسية في الأسلوب الذي يتم من خلاله الارتباط بشريك الحياة والمشاعر التي تسود بين أعضاء الأسرة تنعكس على اتجاهات ومشاعر وأفكار الطفل، كما أن طبيعة العلاقات الأسرية وانهيار الروابط بين الزوج والزوجة والأبناء وافتقاد الحب بينهم، حيث تحول البيوت المتصدعة دون إشباع حاجاتهم الأساسية مثل الحاجة إلى الحب والشعور بالأمن.[2]

ومن الأسس التي تجعل الأسرة في المجتمع العربي وحدة متماسكة من ناحية البناء الاجتماعي المتكامل والمتناسق مع العادات والتقاليد والمعايير المستمدة من الشريعة الإسلامية، هي العمل على الحفاظ على العلاقات الأسرية، وذلك عن طريق تقارب الاتجاهات بين أفراد الأسرة الواحدة بما يتماشى مع العقيدة السمحة والتقاليد السائدة في المجتمع.[3]

5- المشاكل التكنولوجية: للتقنيات الحديثة والتغير التكنولوجي السريع أثر كبير على مكونات البناء الاجتماعي، والبناء الأسري خصوصا عمق العلاقات الأسرية، ومن أمثلة الغزو الإعلامي والشبكة العنكبوتية، خصوصا في ظل استحالة التحكم في هذه التكنولوجيا الوافدة وما تحمله من ثقافات أضرت بالكثير من القيم المجتمعية.

فاستخدام المرأة للأنترنت أصبح بديلا للتفاعل الاجتماعي الصحي مع أفراد الأسرة، حيث أضحى هم الفرد هو قضاء ساعات طويلة في اكتشاف مواقع الانترنت المتعددة، ما يعني تغير في منظومة القيم الإجتماعية للأفراد، وتمرير قيم المجتمع الافتراضي الرقمي وثقافة التجسس "ما حدث خلاف وصراع بين جيلين مختلفين في المعايير والقيم والأهداف وهذا هو جوهر التفكك

[1] سناء الخولي، **الأسرة والحياة العائلية**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995، ص72.

[2] سميحة كرم توفيق، **مدخل إلى العلاقات الأسرية**، المكتبة الانجلومصرية، مصر، 1996، ص 30.

[3] محمد عبد المحسن التويجري، **الأسرة والتنشئة الإجتماعية في المجتمع العربي السعودي**، مكتبة العبيدان، الرياض، 2001، ص19.

الأسري"،[1] فيرفضون بإصرار القيم التي يحاول الوالدين غرسها فيهم فلا يخضعون للقوانين والقواعد القديمة الخاصة بسلوك الشباب، وعليه فإن التغير السريع وظهور التقنية الرقمية وتغلغلها في الوسط الأسر يعمل على تعزيز التصادم وتمزيق الروابط التي تقع في غالبية الأسر، فإفرازات الحضارة الحديثة كان لها الأثر الكبير على أسرنا الإسلامية".

ومما سبق من مشاكل وأوضاع ومتغيرات فإنها تعكس الإطار العام للعلاقات الأسرية التي تلقي بظلالها على الحياة الأسرية، لتخلق جوا اجتماعيا يؤثر بشدة على أفرادها في تكوين شخصياتهم، وتزيد قوة أو ضعف العلاقات حسب تأثير وطغيان عامل على آخر، ليجعل العلاقات والتفاعلات بين أفرادها تتسم بالمرونة والإيجابية أو بالجمود والسلبية.[2]

[1] معين خليل العمر، **التفكك الاجتماعي**، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 84.

[2] أحمد مبارك الكندري، مرجع سبق ذكره، ص206.

خلاصة الفصل:

تبين من خلال عرضنا لكل ما يتعلق باستخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي للعلاقات الأسرية أنها بنية معقدة، والتي تعتبر بمثابة إعادة الإنتاج الاجتماعي للأدوار الاجتماعية والقوة والعلاقة بين ممثلي هذه الأدوار، كما تخضع لنظام السلطة الذي يوزع النفوذ والقوة، وبالتالي تميز العلاقات الاجتماعية بين مختلف الأطراف داخل الأسرة، إضافة إلى أن العلاقات الأسرية بين الزوجين وبين الكبار والصغار ليس بظاهرة كونية، بل تختلف من مجتمع لآخر ومن حقبة تاريخية إلى أخرى وذلك وفقا لصيرورة مجتمع.

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث: أثر استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية

تمهيد

المبحث الأول: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

المطلب الأول: عرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة

المطلب الثاني: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الأول

المطلب الثالث: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني

المطلب الرابع: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث

المطلب الخامس: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الرابع

المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة

تمهيد:

من خلال ما تقدم سابقا تبين لنا أهمية موضوع أثر استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، فبعد ما تطرقنا للخطوات المنهجية لبحثنا هذا، إضافة إلى مختلف المفاهيم المتعلقة بالموضوع، إضافة إلى ما تم عرضه في الإطار النظري حول مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية، وقد قمنا بتطبيق هذه الدراسة المسحية على عينة من النساء المتزوجات بولاية غرداية، أما في الجانب الميداني من الدراسة فقد تم الاعتماد فيه على أداة الاستبيان وهذا من خلال تصميم الاستمارة كونها تمكننا من جمع المعلومات المراد التوصل إليها، وأيضا تعطي لنا إجابة على الإشكالية المطروحة، حيث سنقوم في هذا الفصل بالتطرق إلى:

- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة.
- النتائج العامة للدراسة.

المبحث الأول: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

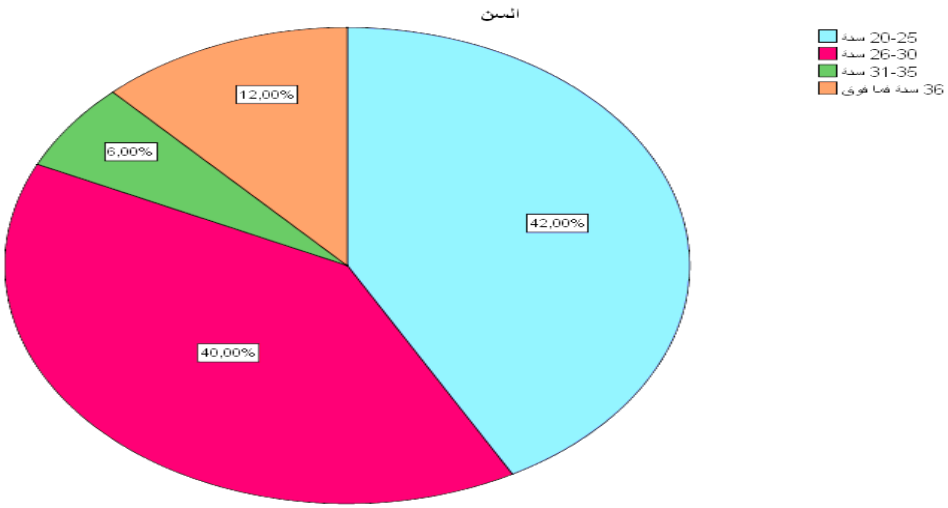
المطلب الأول: عرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة

الجدول رقم (01): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

السن(السنة)	التكرار	النسبة %
من20 الى 25 سنة	42	42 %
من 26 الى 30 سنة	40	40%
من 31 الى 35 سنة	6	6%
36 فما فوق	12	12%
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 42% من المبحوثات يتراوح سنهن ما بين 20 الى 25 سنة، في حين نجد نسبة اللواتي يتراوح سنهن من 26 الى 30 سنة 40%، بينما نجد نسبة اللواتي يفوق سنهن 36 سنة 12%، بينما حصلت الفئة التي يتراوح سنها من 31 الى 35 سنة على نسبة 6 %.

ومنه أن أغلب المبحوثات يتراوح سنهن من 20 إلى 25 سنة، أي من فئة الشباب، وهذا لأن الشباب هن الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالأكبر سنا.



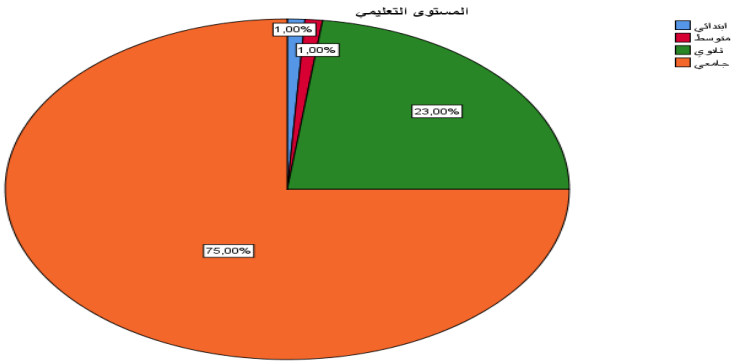
الشكل رقم (01): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

الجدول رقم (02): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ابتدائي	01	%1
متوسط	01	%1
ثانوي	23	23%
جامعي	75	75%
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثات لديهن مستوى جامعي بنسبة 75%، يليها المستوى الثانوي بنسبة 23%، في حين نجد أن المستوى الابتدائي والمتوسط حصل كليهما على مستوى1%.

أي أن أغلب المبحوثات من المستوى التعليمي الجامعي، وهذا كونهن أكثر فهما وقدرة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالمقارنة مع من هن أقل مستوى تعليمي.



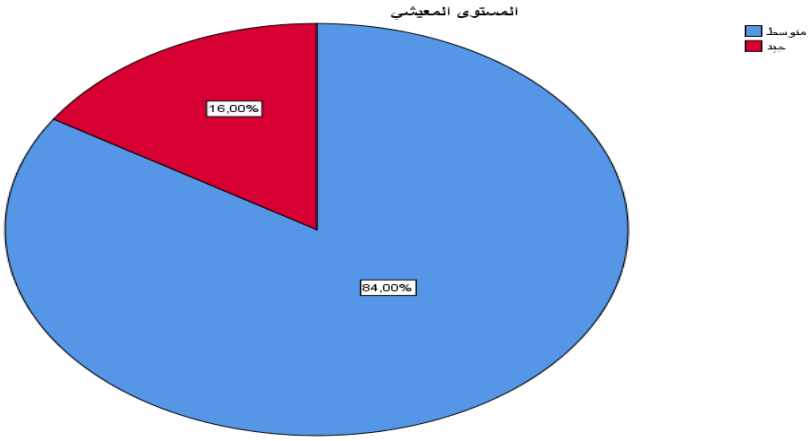
الشكل رقم (02): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم (03): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي

المستوى المعيشي	التكرار	النسبة %
جيد	16	%16
متوسط	84	%84
ضعيف	00	%00
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أغلب المبحوثات مستواهن المعيشي متوسط وذلك بنسبة 84 %، في حين ذوو المستوى الضعيف بلغت نسبتهم 00%.

أي أن أغلب المبحوثات مستواهن المعيشي متوسط، وهذا لأن باستطاعتهن اقتناء وسائل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مستواهن المعيشي المتوسط مقارنة مع المستوى المعيشي الضعيف.



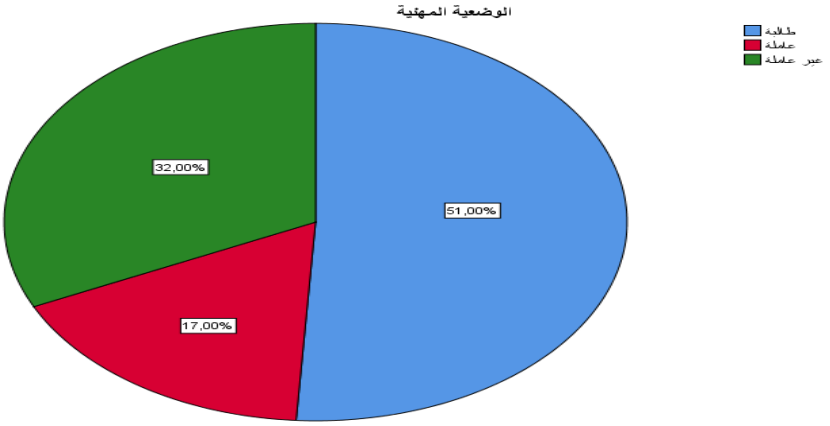
الشكل رقم (03): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي

الجدول رقم (04): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية

الوضعية المهنية	التكرار	النسبة %
طالبة	51	%51
عاملة	17	%17
غير عاملة	32	%32
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أعلى نسبة حصلت عليها فئة الطالبات وهي 51%، في حين بلغت نسبة غير العاملات 32%، بينما العاملات بنسبة 17%، لتبقى نسبة 17% من غير العاملات.

أي أن أغلب المبحوثات من الطالبات، ويرجع ذلك إلى حاجة الطالبات إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسة من خلال البحث عن المعلومات والمراجع، والاتصال بالأساتذة خاصة وأن أغلبهن من الجامعيات.



الشكل رقم (04): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية

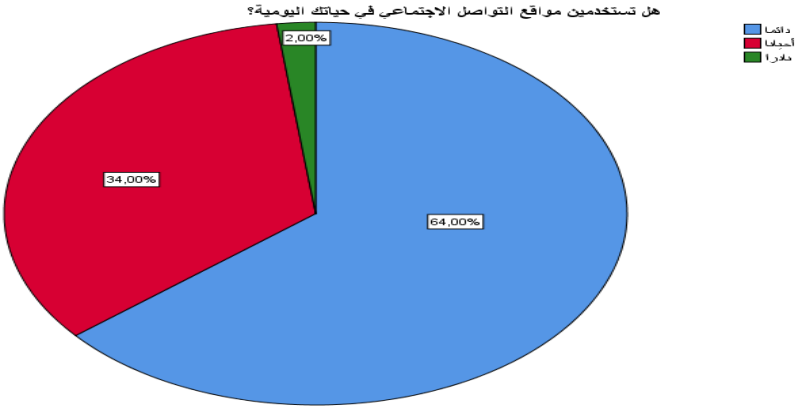
المطلب الثاني: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الأول

الجدول رقم(05): يوضح استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية

الإجابة	التكرار	النسبة %
دائما	64	%64
أحيانا	34	%34
نادرا	2	%2
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي دائما بنسبة 64 %، في حين أن من يستخدمنها أحيانا بنسبة 34%، ونسبة 2 % للواتي يستخدمنها نادرا.

ومنه أن أغلب المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي دائما، وهذا يرجع لسهولة استخدامها وانتشارها، بالإضافة إلى حاجتهن لها من خلال ما تتميز به من خصائص وما توفره من خدمات متنوعة في كل مجالات الحياة.



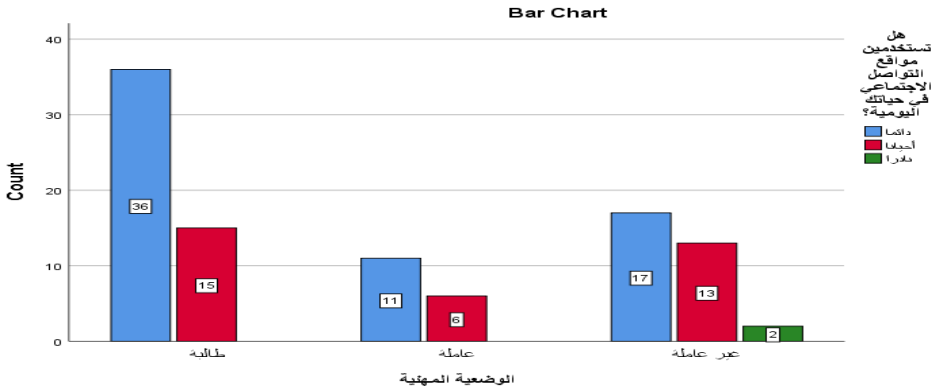
الشكل رقم(05): يوضح استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية

الجدول(06): يوضح استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي في حياتهن اليومية حسب متغير الوضعية المهنية

		الإجابة							
		نادرا		أحيانا		دائما		المجموع	
		ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة
الوضعية المهنية	طالبة	0	%00	15	%29,4	36	%70,6	51	%51
	عاملة	0	%00	6	%35,3	11	%64,7	17	%17
	غير عاملة	2	%6.3	13	%40,6	17	%53,1	32	%32
	المجموع	2	%2,0	34	%34,0	64	%64,0	100	%100

من خلال الجدول السابق الذي يوضح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية، يتضح من خلال النتائج أن المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي دائما بنسبة 64,0%، منها نسبة 70,6% من الطالبات، ونسبة 53,1% من غير العاملات، كما نلاحظ أن المبحوثات اللواتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي نادرا بسبة 2,0%، منها نسبة 6.3 % من غير العاملات ونسبة 00% لدى كل من الطالبات والعاملات.

أي أن أغلب المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي دائما، والطالبات أكبر من العاملات وغير العاملات، أي أن لمتغير الوضعية المهنية دلالة إحصائية على استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي.



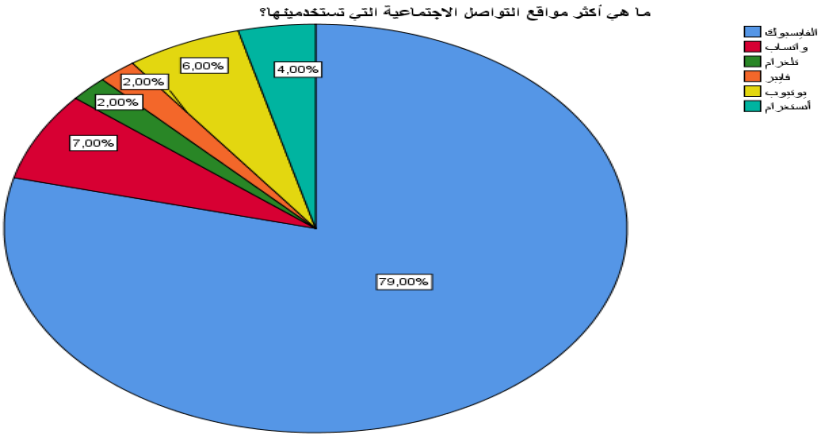
الشكل(06): يوضح استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي في حياتهن اليومية حسب متغير الوضعية المهنية

الجدول رقم (07): يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من طرف المبحوثات

الإجابة	التكرار	النسبة %
الفاسبوك	79	%79
واتساب	7	%7
تلغرام	2	%2
يوتيوب	6	%6
انستغرام	4	%4
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكثر المواقع التي تستخدمنها المبحوثات هو الفايسبوك بنسبة 79%، في حين جاء الواتساب بنسبة 7%، ونسبة استخدام التلغرام 2%.

أي أن أغلب المبحوثات يستخدمن الفايسبوك، وهذا راجع لبساطته وسهولته وكذا وجود أغلبية أفراد المجتمع به، كما أنهن يمكنهن الاعتماد عليه في الدراسة وغيرها من خلال الصفحات التعليمية التابعة للجامعات والمعاهد، بالإضافة إلى إمكانية اقتنائه بسعر أقل أو مجاني لدى بعض متعاملي الهاتف النقال في الجزائر مثل أوريدو.



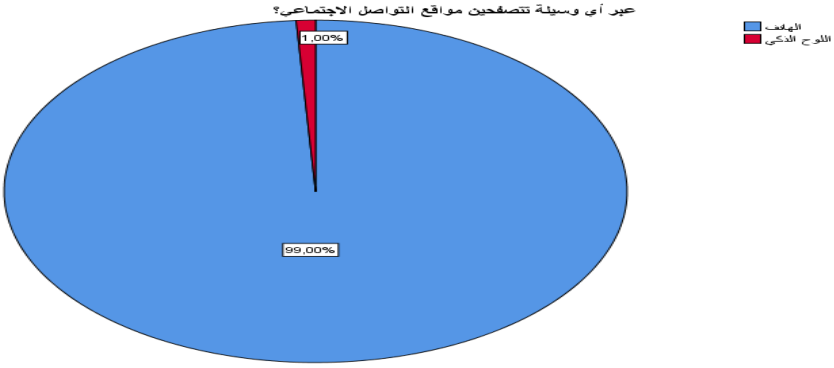
الشكل رقم (07) يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من طرف المبحوثات

الجدول رقم (08): وسيلة تتصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
الهاتف الذكي	99	99%
اللوح الذكي	1	%1
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن المبحوثات يتصفحن مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام الهاتف الذكي بنسبة 99%، في حين نجد أن نسبة 1% للواتي يتصفحنها باستخدام اللوح الذكي.

أي أن أغلب المبحوثات يتصفحن مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام الهاتف الذكي، وهذا يعود لكونه سهل الاستخدام مع توفره بأنواع عديدة، بالإضافة إلى إمكانية استخدامه في أي مكان شرط توفر شبكة الاتصال بالأنترنت.



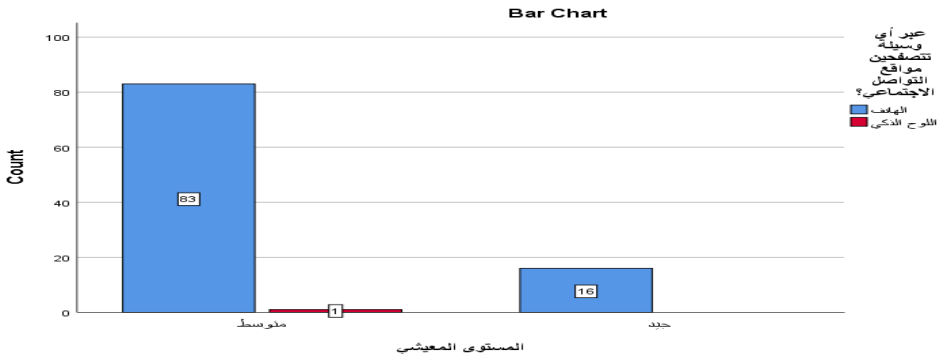
الشكل رقم (08): وسيلة تتصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (09): وسيلة تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي حسب المستوى المعيشي

		المستوى المعيشي							
		متوسط		جيد		ضعيف		المجموع	
		ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة
الإجابة	اللوح الذكي	1	%1	0	%00	00	%00	1	%1
	الهاتف الذكي	83	%83	16	%16	00	%00	99	%99
	المجموع	84	%84	16	%16	00	%00	100	%100

من خلال الجدول السابق الذي يوضح وسيلة تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي، يتضح من خلال النتائج أن نسبة 84% من المبحوثات اللواتي يتصفحن مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام الهاتف الذكي منها نسبة من المستوى المعيشي المتوسط، ونسبة من المستوى المعيشي الجيد، كما نجد نسبة 1% ممن يتصفحن مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام اللوح الذكي، منها نسبة من المستوى المتوسط، ونسبة من المستوى المعيشي الجيد.

يتضح من خلال بيانات الجدول أن متغير المستوى المعيشي ليس له دلالة إحصائية حول الوسيلة التي تستخدمها المبحوثات لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن كل المبحوثات وباختلاف مستواهم المعيشي يستخدمن الهاتف الذكي في تصفح هذه المواقع أكثر من اللوح الذكي.



الشكل رقم (09): وسيلة تتصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي حسب المستوى المعيشي

الجدول رقم (10): يوضح متوسط الاستخدام اليومي للمبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	4	%4
من 1 سا الى 2 سا	19	%19
من 3 سا الى 4 سا	44	%44
من 6 سا فما فوق	33	%33
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن متوسط الاستخدام اليومي لمواقع التوصل الاجتماعي من 3 سا إلى 4 سا بنسبة 44%، في حين بلغت نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي لأقل من 1 سا بنسبة 4%.

ومنه أن أغلب المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي من 3 إلى 4ساعات في اليوم، وهذا يرجع إلى كون أغلبهن من الطالبات فهن يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بهذا الحجم لمزاولة دراستهن خاصة بعد كثرة الغيابات الناجمة عن انشغالهن ببيوتهن.

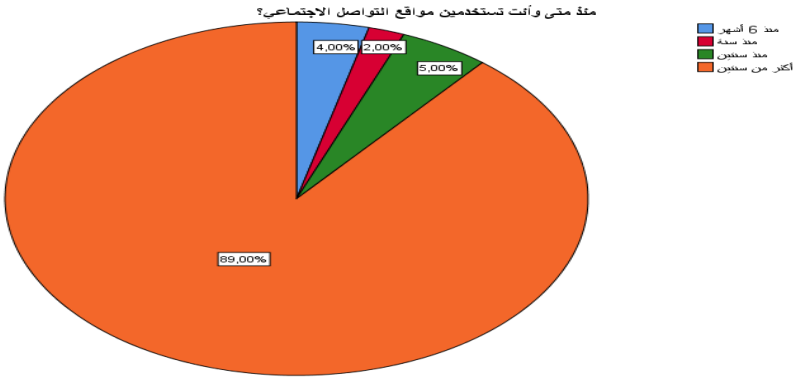
الشكل رقم (10): يوضح متوسط الاستخدام اليومي للمبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (11): يوضح مدة استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
منذ 6 أشهر	4	4%
منذ سنة	2	2%
منذ سنتين	5	5%
أكثر من سنتين	89	89%
المجموع	100	100%

نلاحظ من الجدول السابق أن اغلب المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل لأكثر من سنتين بنسبة 89%، في حين بلغت نسبة الذين يستخدمنها منذ سنة 2%.

ومنه أن أغلب المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من سنتين، وهذا يرجع إلى كونهن من الشباب المواكبات للتطورات والتغيرات الحاصلة في المجتمع، بالإضافة إلى كون مواقع التواصل الاجتماعي متاحة للجميع.



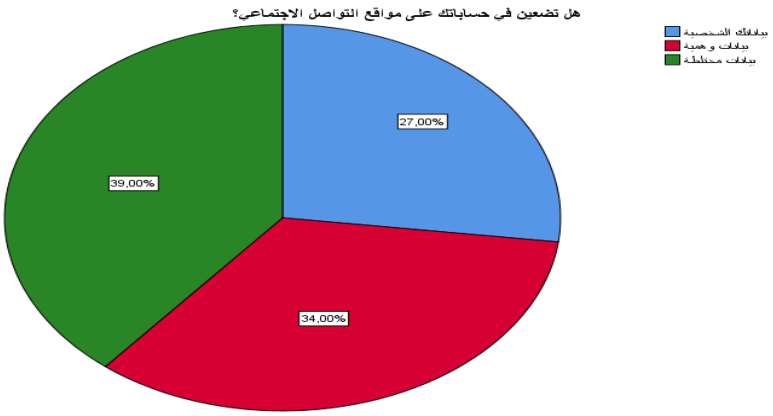
الشكل رقم (11): يوضح مدة استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (12): يوضح بيانات المبحوثات في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
بياناتك الشخصية	27	27%
بيانات وهمية	34	34%
بيانات مختلطة	39	%39
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثات يضعن بيانات مختلطة في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 39%، واللواتي يضعن بياناتهن الشخصية بنسبة 27%.

أي أن أغلب المبحوثات يضعن بيانات مختلطة في حساباتهن على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يعود لكونهن من النساء المتزوجات واللاتي يخفين معلوماتهن الشخصية عن بقية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في حين يظهرون بعضها للحاجة إليها مثل اتصالهن مع الأساتذة أو زملاء الدراسة أو الأقارب المتواجدين في الحسابات الخاصة بهن.



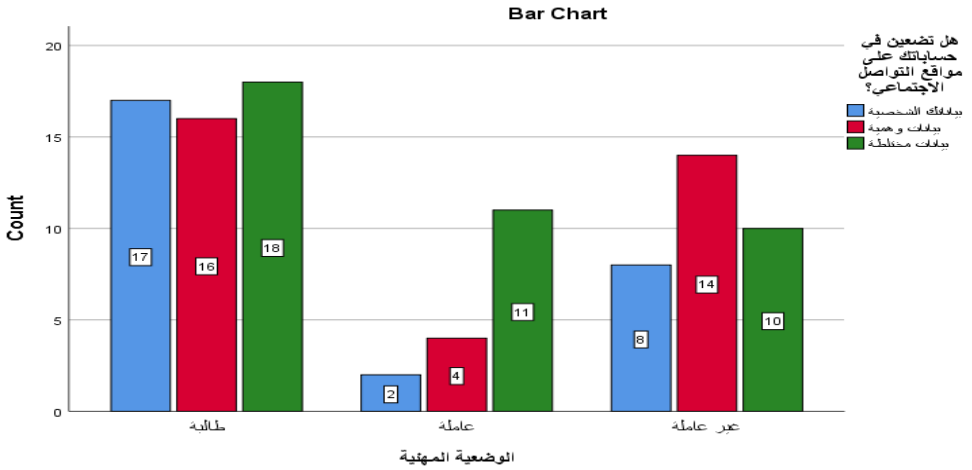
الشكل رقم (12): يوضح بيانات المبحوثات في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (13): يوضح بيانات المبحوثات في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الوضعية المهنية

الإجابة								
		بيانات مختلطة		بيانات وهمية		بيانات شخصية		المجموع
		ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة
الوضعية	طالبة	18	%35	16	%32	17	%33	51	%51
	عاملة	11	%65	4	%23	2	%12	17	%17
	غير العاملة	10	%32	14	%43	8	%25	32	%32
	المجموع	39	%39	34	%34	27	%27	100	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثات يضعن بيانات مختلطة في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 39% منها نسبة 65% من العاملات، ونسبة 32% من غير العاملات، بينما اللواتي يضعن بياناتهن الشخصية بنسبة 27% منها نسبة 33% من الطالبات، ونسبة 12% من العاملات.

أي أن أغلب المبحوثات يضعن بيانات مختلطة في حساباتهن على مواقع التواصل الاجتماعي، والعاملات بنسبة أكبر من الطالبات وغير العاملات، وبالتالي ليس هناك دلالة إحصائية لمتغير الوضعية المهنية على وضع بيانات المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي.



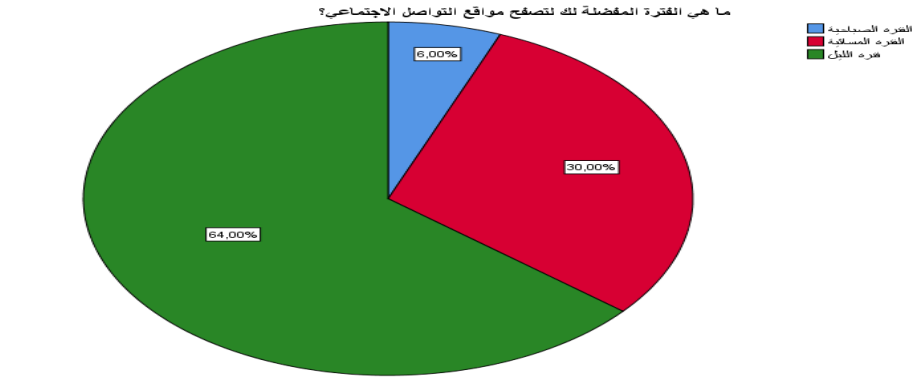
الشكل رقم (13): يوضح بيانات المبحوثات في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الوضعية المهنية

الجدول رقم (14): يوضح الفترة المفضلة لتصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
الفترة الصباحية	6	6%
الفترة المسائية	30	30%
الفترة الليلة	64	64%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 64% من المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية، ونسبة 30% من اللواتي يستخدمنها في الفترة المسائية، ونسبة 6% ممن يستخدمنها في الفترة الصباحية.

أي أن أغلب المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية، وهذا يرجع إلى كونهن ينشغلن مع أمور البيت والدراسة والعمل وغيرها في باقي فترات اليوم لتبقى فترة الليل كفترة راحة بالنسبة لهم يستخدمن فيها مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الاطلاع على حاجات الدراسة أو الترفيه أو ما تعلق بالحياة اليومية مما يعرض على هذه المواقع.



الشكل رقم (14): يوضح الفترة المفضلة لتصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (15) يوضح المكان تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
البيت	98	98%
مكان العمل	2	2%
مكان الدراسة	00	00%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 98% من المبحوثات يتصفحن مواقع التواصل الاجتماعي في البيت، ونسبة 2% ممن يتصفحنها في مكان العمل، ونسبة منعدمة 00% ممن يتصفحنها في مكان الدراسة.

يتضح أن أغلب المبحوثات يتصفحن مواقع التواصل الاجتماعي في البيت، وهذا يرجع إلى أنهن يتصفحنها في الفترة الليلية بنسبة أكبر أي عندما يكن في البيت، وأن تصفحها في البيت يعود لعدم قدرتهن على تصفحها في مكان العمل أو الدراسة لإنشغالهن بالدراسة أو العمل.

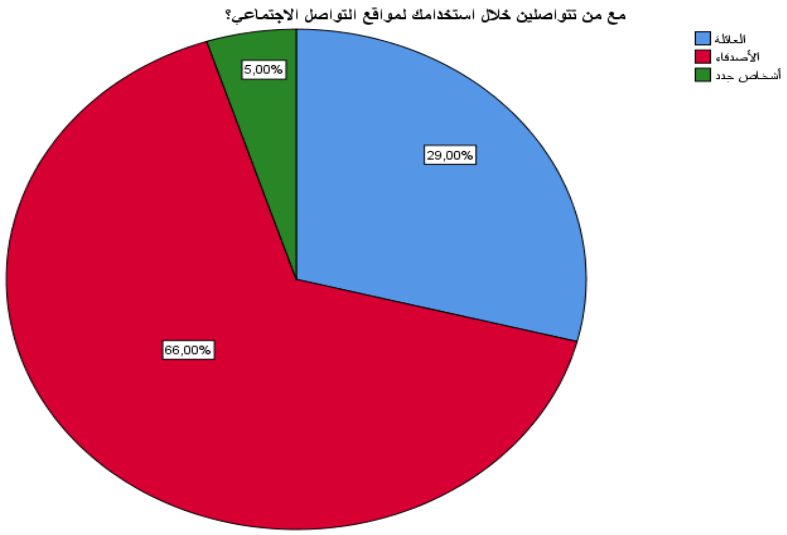
الشكل رقم (15) يوضح المكان تصفح المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (16): تواصل المبحوثات خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
العائلة	29	29%
الأصدقاء	66	66%
أشخاص جدد	5	5%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 66% من المبحوثات يتواصلن خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء، وبنسبة 29% ممن يتواصلن مع العائلة، في حين نجد أن نسبة 5% ممن يتواصلن مع أشخاص جدد.

أي أن أغلب المبحوثات يتواصلن خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء، وهذا يرجع إلى وجود أصدقائهن عبر هذه المواقع والذين لا يمكن رؤيتهم بسبب بعد المسافة وغيرها، كما أنهن تربطهن علاقات عمل أو دراسة، بالإضافة إلى أن العائلة لهم زيارات دائمة فبذلك لا يحتجن لمواقع التواصل الاجتماعي إلا نادرا.



الشكل رقم (16): تواصل المبحوثات خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني

الجدول رقم (17): يوضح معرفة المبحوثات لأصدقائهن عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الواقع

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	100	100%
لا	00	00%
المجموع	100	100%

يتضح من خلال الجدول السابق أن نسبة 100% من المبحوثات يعرفن أصدقائهن عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الواقع، ونسبة 00% ممن لا يعرفن أصدقائهن في الواقع.

أي أن كل المبحوثات يعرفن أصدقائهن عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الواقع، وهذا راجع لكونهن لا يقبلن طلبات الصداقة إلا لمن لهم علاقة بهم ويعرفنهم في الواقع، كما أن غير ذلك يمكن أن ينتج عنه مشكل في الأسرة أو مع الزوج أو العائلة.

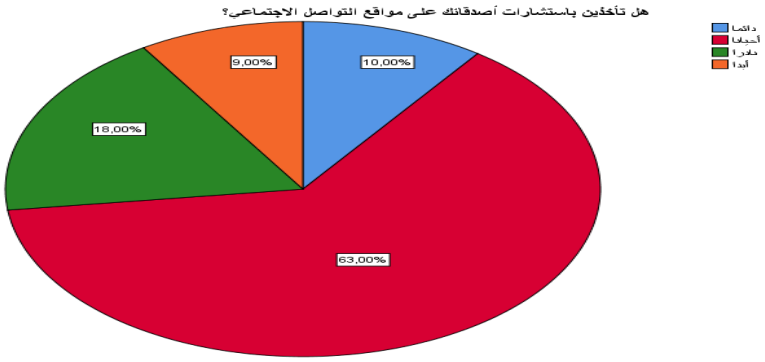
الشكل رقم (17): يوضح معرفة المبحوثات لأصدقائهن عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (18): يوضح مدى أخذ المبحوثات باستشارات أصدقائهن على مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية

الإجابة	التكرار	النسبة %
دائما	10	10%
أحيانا	63	63%
نادرا	18	18%
أبدا	9	9%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 63% من المبحوثات أجبن أنهن يأخذن باستشارات أصدقائهن على مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية أحيانا، ونسبة 18% يستشرنهم نادرا، ونسبة 10% ممن يستشرن أصدقائهن دائما ونسبة 9% ممن لا يستشرن أصدقائهن أبدا.

أي أن أغلب المبحوثات يستشرن أصدقائهن على مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية أحيانا، وهذا يرجع إلى كون هؤلاء الأصدقاء يعرفونهم في الواقع وتربطهم بهم علاقات عمل وصداقة وغيرها مما يعني وجود ثقة فيما بينهم مما يجعل المبحوثات يأخذن بآرائهن واستشاراتهن، إضافة إلى إمكانية وجود خبرة لدى الأصدقاء تجعل استشارتهم على مواقع التواصل الاجتماعي مهمة لدى المبحوثات.



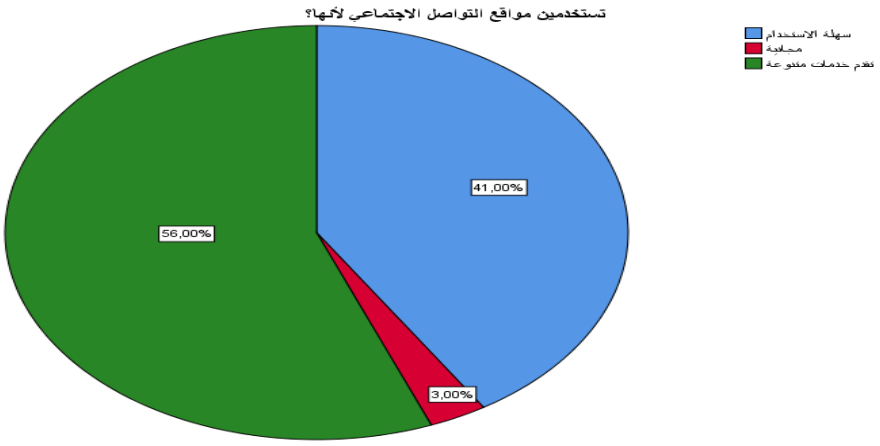
الشكل رقم (18): يوضح مدى أخذ المبحوثات باستشارات أصدقائهن على مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية

الجدول رقم (19): يوضح أسباب استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
سهلة الاستخدام	41	%41
مجانية	3	%3
تقدم خدمات متنوعة	56	%56
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 56% من المبحوثات يرون سبب استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي لأنها تقدم خدمات متنوعة، ونسبة 41% من اللواتي يرين السبب في أنها سهلة الاستخدام، ونسبة 3% من اللواتي يرين السبب أنها مجانية.

يتبين أن أغلب المبحوثات يقررن أن سبب استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي لأنها تقدم خدمات متنوعة، وهذا يرجع إلى الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي والتي استفاد منها المبحوثات، بحيث تقدم هذه المواقع عدة خدمات مثل فتح المجموعات والصفحات المتنوعة والتي تضم ملايين المستخدمين تعالج عدة مواضيع وقضايا كما توفر الاتصال الثنائي والجماعي فيما بينهم، كما تعتبر فضاء لتبادل المعلومات والأفكار حول الدراسة ومختلف شؤون الحياة فتستخدمها المبحوثات لتنوع خدماتها التي تقدمها.



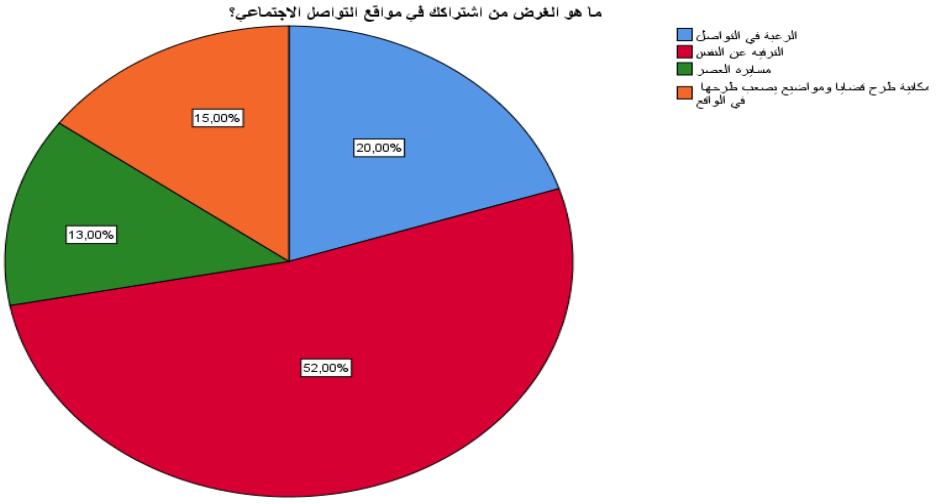
الشكل رقم (19): يوضح أسباب استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (20): الغرض من اشتراك المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
الرغبة في التواصل	20	20%
الترفيه عن النفس	52	52%
مسايرة العصر	13	13%
طرح قضايا يصعب طرحها في الواقع	15	15%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 52% من المبحوثات مشتركات في مواقع التواصل الاجتماعي بغرض الترفيه عن النفس، ونسبة 20% منهن بغرض رغبتهن في التواصل، ونسبة 13% منهن بغرض طرح مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا يصعب طرحها على الواقع.

أي أن أغلب المبحوثات يشتركن في مواقع التواصل الاجتماعي بغرض الترفيه عن النفس، وهذا يرجع لتغيير الروتين اليومي لهن بعد أداء واجباتهن المنزلية في البيت، كما أن هذه المواقع تحتوي على صفحات ومجموعات متعددة في الترفيه والتسلية من خلال نشر مقاطع الفيديو والصور والمنشورات الخاصة بذلك، فالترفيه يعتبر من الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين باختلاف الأعمار.



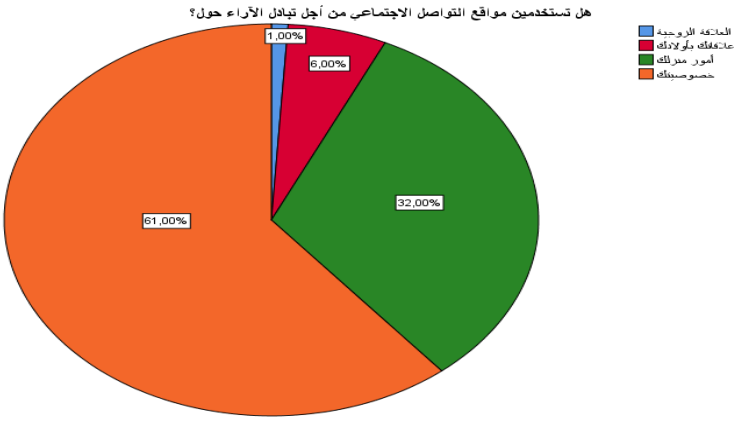
الشكل رقم (20): الغرض من اشتراك المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (21): يوضح مواضيع المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
العلاقة الزوجية	1	1%
علاقتك بأولادك	6	6%
أمور منزلك	32	32%
خصوصياتك	61	61%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 61% من المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تبادل الآراء حول خصوصياتهن، ونسبة 32% ممن يستخدمنها من أجل تبادل الآراء حول الأمور المنزلية، ونسبة 1% ممن يستخدمنها من أجل تبادل الآراء حول العلاقة الزوجية.

يتضح أن أغلب المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تبادل الآراء حول خصوصياتهن، وهذا يرجع لعدم قدرتهم على الحديث عن خصوصيتهم في الواقع أو مع الأقارب وغيرها كما توفر مواقع التواصل الاجتماعي لهن خاصية سرية المعلومات والرسائل الخاصة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وأصدقائهم.



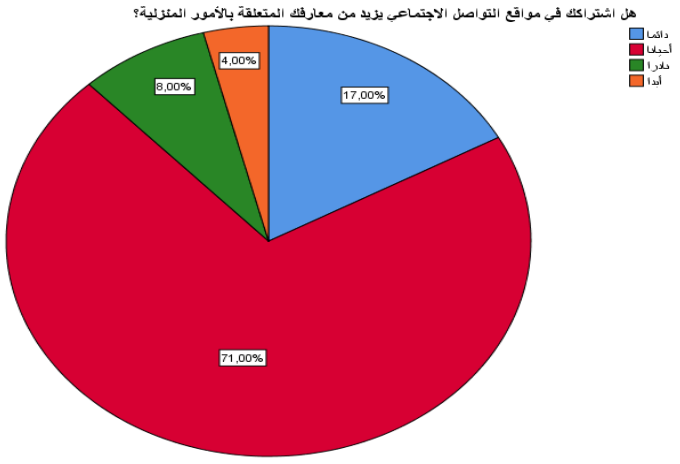
الشكل رقم (21): يوضح مواضيع المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (22): يوضح مدى زيادة مواقع التواصل الاجتماعي من معارف المبحوثات متعلقة بالأمور المنزلية

الإجابة	التكرار	النسبة %
دائما	17	%17
أحيانا	71	%71
نادرا	8	%8
أبدا	4	%4
المجموع	100	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 71% من المبحوثات يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي زادت من معارفهن المتعلقة بالأمور المنزلية أحيانا، و17% دائما، ونسبة 4% أبدا.

أي أن أغلب المبحوثات يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي زادت من معارفهن المتعلقة بالأمور المنزلية، وهذا يرجع لما يتوفر فيها من محتوى يخص العديد من المواضيع، كما أنها توفر لكل مستخدم ما يبحث عنه من مضامين مختلفة من منشورات وصور ومقاطع فيديو، فالنساء يركزن في الغالب على الأمور المتعلقة بالمنزل ومن خلال مشاهدتهن لهذه المحتويات يزيد من معارفهن في هذا المجال.



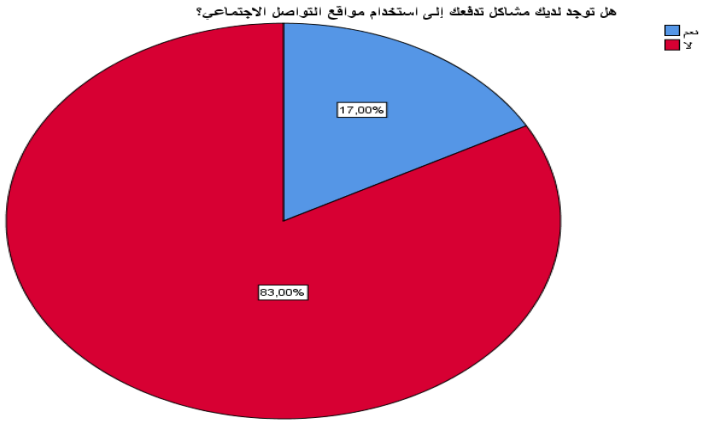
الشكل رقم (22): يوضح مدى زيادة مواقع التواصل الاجتماعي من معارف المبحوثات متعلقة بالأمور المنزلية

الجدول رقم (23): يوضح مدى وجود مشاكل لدى المبحوثات تؤدي إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	17	17%
لا	83	83%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 83% من المبحوثات ليس لديهن مشاكل تدفعهن لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نجد أن نسبة 17% ممن لديهن مشاكل تدفعهن لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

يتبين أن أغلب المبحوثات ليس لديهن مشاكل تدفعهن لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يعود لعدم ارتباط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بوجود مشاكل لدى المبحوثات في الغالب، كما أن دوافع استخدام هذه المواقع تختلف من امرأة لأخرى حسب حاجاتها ورغباتها التي تلبيها مواقع التواصل الاجتماعي من خلال استخدامها.



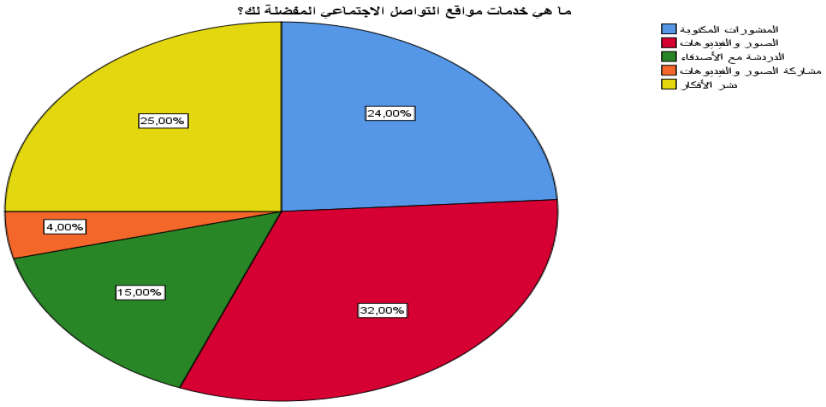
الشكل رقم (23): يوضح مدى وجود مشاكل لدى المبحوثات تؤدي الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (24): يوضح خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثات

الإجابة	التكرار	النسبة %
المنشورات المكتوبة	24	%24
الصور والفيديوهات	32	%32
الدردشة مع الاصدقاء	15	%15
مشاركة الصور والفيديوهات	4	%4
نشر الافكار	25	%25
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 32% من المبحوثات يفضلن مشاهدة الصور والفيديوهات كخدمة من خدمات مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 24% ممن يفضلن المنشورات المكتوبة، ونسبة 4% ممن يفضلن مشاركة الصور والفيديوهات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أي أن أغلب المبحوثات يفضلن مشاهدة الصور والفيديوهات كخدمة من خدمات مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى كون الصورة والفيديو أكثر إقناعا وتوضيحا للمحتوى المنشور مقارنة بالمنشورات المكتوبة، كما أن النساء يركزن على الألبسة وأدوات التجميل وهذه المضامين تحتاج لصور وفيديوهات لشرحها والتعريف بها.



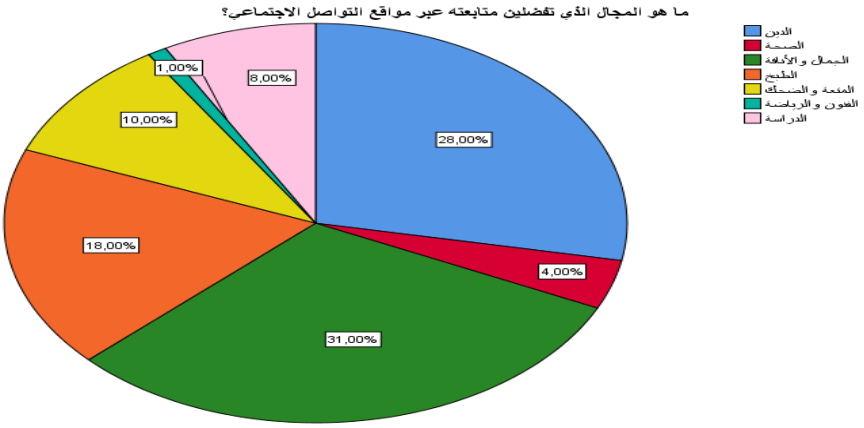
الشكل رقم (24): يوضح خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثات

الجدول رقم (25): يوضح المجال المفضل للمبحوثات لقضاء الوقت عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
الدين	28	%28
الصحة	4	%4
الجمال	31	%31
الطبخ	18	%18
المتعة	10	%10
الفنون	1	%1
الدراسة	8	%8
المجموع	100	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 31% من المبحوثات يتابعن محتوى الجمال كمجال مفضل لهن لقضاء الوقت في مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نجد نسبة 28% ممن يفضلن المجال الديني، ونسبة 1% ممن يفضلن متابعة مجال الفنون لقضاء الوقت في مواقع التواصل الاجتماعي.

أي أن أغلب المبحوثات يفضلن متابعة المحتوى الخاص بالجمال لقضاء الوقت في مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى اهتمامهن بهذا المجال والذي يضم مختلف الحاجيات من لباس وأدوات تجميل وتسريحات الشعر وغيرها، كما أنهن يهتمن بها المحتويات لتطبيقها في الواقع.



الشكل رقم (25): يوضح المجال المفضل للمبحوثات لقضاء الوقت عبر مواقع التواصل الاجتماعي

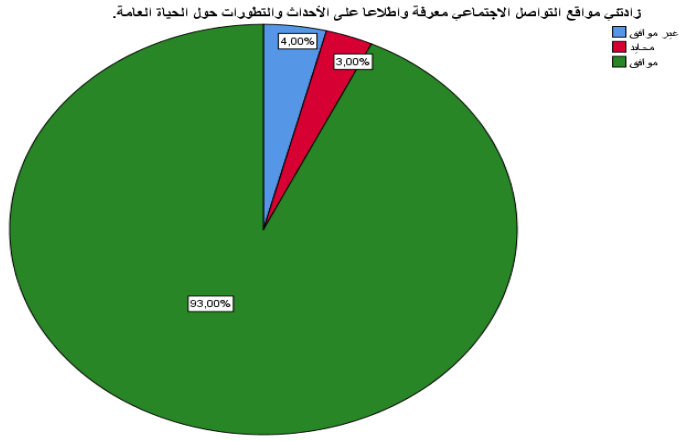
المطلب الرابع: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث

الجدول رقم (26) يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "زادتني مواقع التواصل الاجتماعي معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	93	%93
محايد	3	%3
غير موافق	4	%4
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 93% من المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي زادتهم معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة، ونسبة 3% ممن أجبن بمحايد.

أي أن أغلب المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي زادتهم معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة، وهذا يعود لاستفادتهن من المحتويات المنشورة عبر هذه المواقع التي تعتبر فضاء لطرح مختلف القضايا والمواضيع منها الخاصة بالحياة اليومية للنساء من أمور المنزل وتربية الأولاد والعلاقات الزوجية...إلخ.



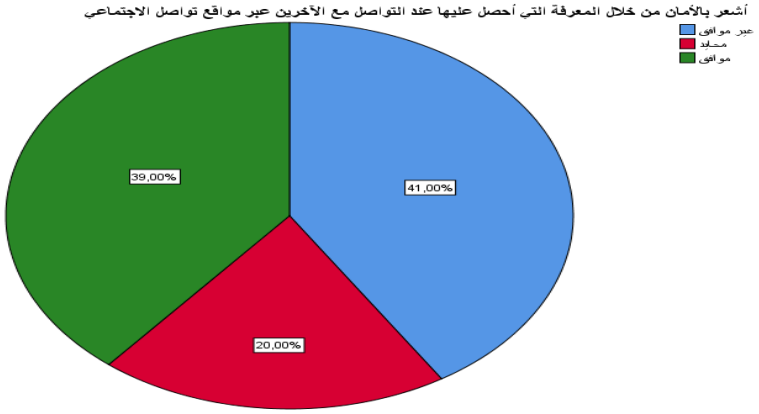
الشكل رقم (26) يوضح رأي المبحوثات حول عبارة " زادتني مواقع التواصل الاجتماعي معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة"

الجدول رقم (27): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أشعر بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها عند التواصل مع الآخرين عبر مواقع تواصل الاجتماعي"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	39	%39
محايد	20	%20
غير موافق	41	%41
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 41% من المبحوثات لا يوافقن على أنهن يشعرن بالأمان من خلال المعرفة التي يحصلن عليها عند التواصل مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 20% من المحايدات.

أي أن أغلب المبحوثات لا يوافقن على أنهن يشعرن بالأمان من خلال المعرفة التي يحصلن عليها عند التواصل مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا راجع لكون ما ينشر عبر هذه المواقع قد يكون غير صحيح ومجرد إشاعات أو لا يحمل حقائق من خلال تعدد المستخدمين وتعدد أماكنهم وتعدد أغراض نشرهم للمضامين، فليس كل ما بنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي حقيقي مما يتطلب التأكد منه من خلال استشارة الأصدقاء والمقربين للتأكد من المعارف والمعلومات المنشورة عبر هذه المواقع.



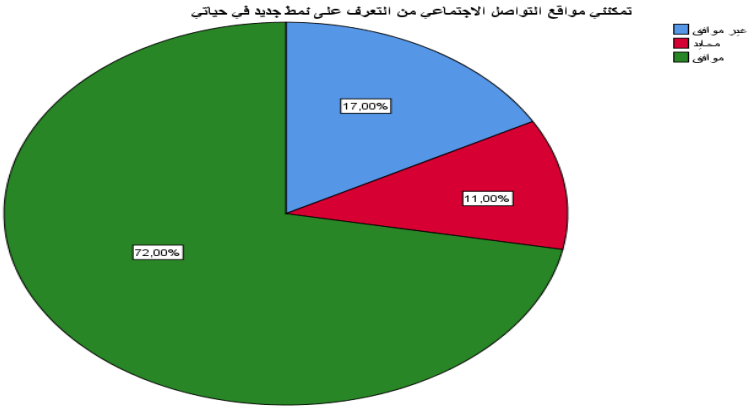
الشكل رقم (27): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أشعر بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها عند التواصل مع الآخرين عبر مواقع تواصل الاجتماعي"

الجدول رقم (28): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تمكنني مواقع التواصل الاجتماعي من التعرف على نمط جديد في حياتي الأسرية"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	72	%72
محايد	11	%11
غير موافق	17	%17
المجموع	100	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 72% من المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل تمكنهن من التعرف على نمط جديد في حياتهن الأسرية، ونسبة 11% ممن أجبن بمحايد.

يتضح أن أغلب المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل تمكنهن من التعرف على نمط جديد في حياتهن الأسرية، وهذا يعود إلى ما يتعرضن له من منشورات وصور وفيديوهات متنوعة في مختلف المواضيع والتي استفدن منها، كما أنهن يتواصلن مع أصدقائهن ويأخذن باستشاراتهن حول العديد من القضايا.



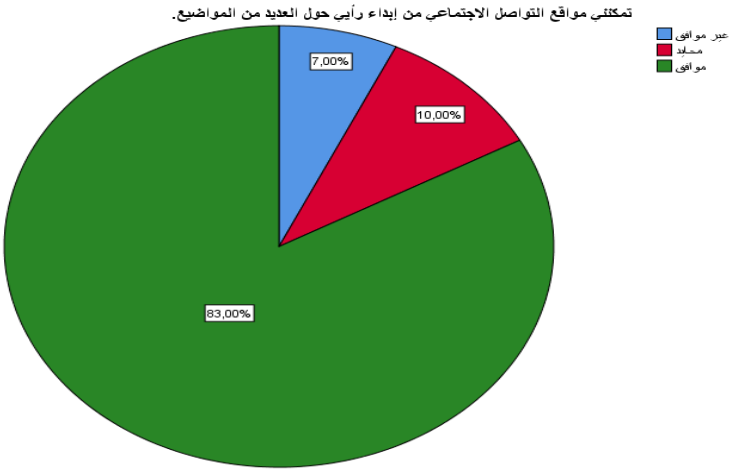
الشكل رقم (28): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تمكنني مواقع التواصل الاجتماعي من التعرف على نمط جديد في حياتي الأسرية"

الجدول رقم (29): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تمكنني مواقع التواصل من ابداء رأيي حول العديد من المواضيع"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	83	%83
محايد	10	%10
غير موافق	07	%07
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 83% من المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تمكنهن من إبداء رأيهن حول العديد من المواضيع، ونسبة 7% من غير الموافقات.

أي أن أغلب المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تمكنهن من إبداء رأيهن حول العديد من المواضيع، وهذا يرجع إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء للتعبير عن الآراء والأفكار ومشاركتها مع الأصدقاء كون هذه المواقع تتميز بالتفاعلية والمشاركة وحرية النشر عبر مختلف الصفحات والمجموعات ذات المواضيع المختلفة.



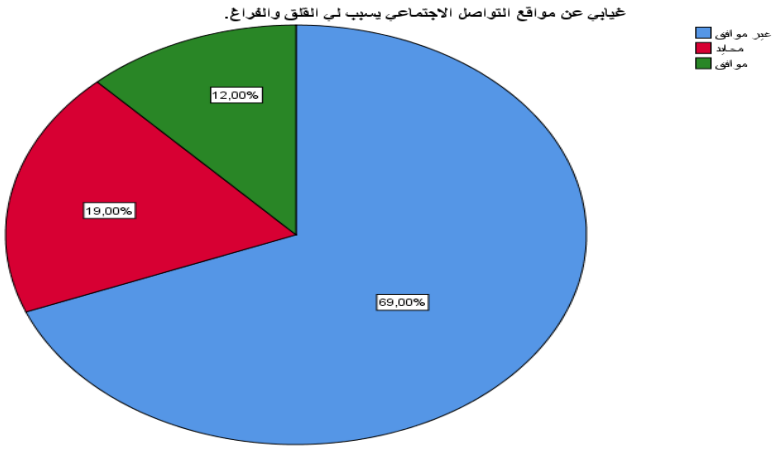
الشكل رقم (29): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تمكنني مواقع التواصل من ابداء رأيي حول العديد من المواضيع"

الجدول رقم (30): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "غيابي عن مواقع التواصل الاجتماعي يشكل القلق والفراغ"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	12	%12
محايد	19	%19
غير موافق	69	%69
المجموع	100	%100

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 69% من المبحوثات لا يوافقن على أن غيابهن عن مواقع التواصل الاجتماعي يشكل لهن القلق والفراغ، ونسبة 12% من الموافقات.

أي أن أغلب المبحوثات لا يوافقن على أن غيابهن عن مواقع التواصل الاجتماعي يشكل لهن القلق والفراغ، ويعود ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل لهن الواقع وكذا ارتباطهن بالمنزل وواجباتهن اتجاه أزواجهن وأولادهن، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل لهن فضاء للترفيه والبحث عن معلومات في مجال الجمال وللاتصال بالأصدقاء في حين أنهن يمكنهن الاتصال بهم بوسائل أخرى غير هذه المواقع.



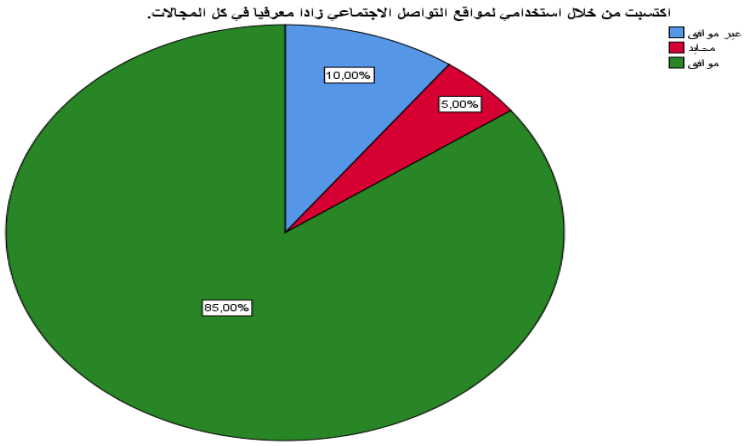
الشكل رقم (30): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "غيابي عن مواقع التواصل الاجتماعي يشكل القلق والفراغ"

الجدول رقم (31): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "اكتسبت من خلال استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي زاد معرفيا في كل المجالات"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	85	%85
محايد	05	%05
غير موافق	10	%10
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 85% من المبحوثات يوافقن على أنهن اكتسبن زادا معرفيا في كل المجالات من خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 05% منهن غير موافقات.

أي أن أغلب المبحوثات يوافقن على أنهن اكتسبن زادا معرفيا في كل المجالات من خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى أنهن استفدن من تصفحهن لمختلف الصفحات والمجموعات التي تضم ملايين المعلومات حول العديد المجالات خاصة ما تعلق منها بالنساء من مضامين حول الجمال والديكور وغيرها، كما أن تنوع هذه المعلومات يشكل زادا معرفيا كبيرا لهن، بالإضافة إلى استشارة الأصدقاء عبر المتواجدين في حساباتهم وانضمامهن لصفحات تختص في طرح مواضيع علمية من صفحات خاصة بالجامعات أو المعاهد...إلخ.



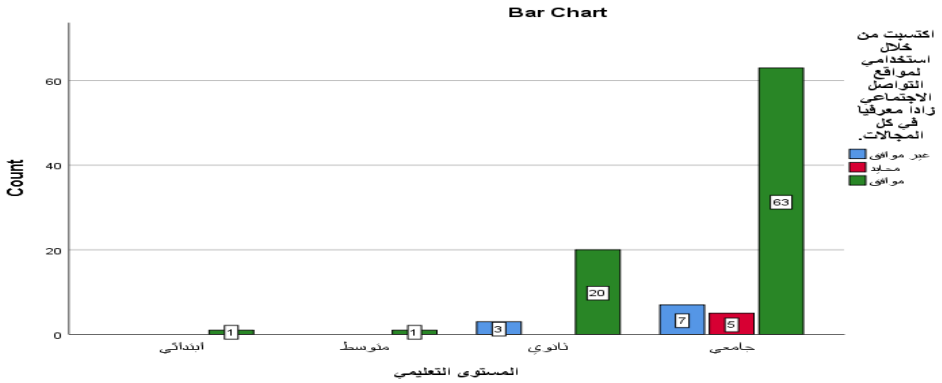
الشكل رقم (31): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "اكتسبت من خلال استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي زاد معرفيا في كل المجالات"

الجدول رقم (32): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "اكتسبت من خلال استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي زاد معرفيا في كل المجالات" حسب متغير المستوى التعليمي

الإجابة								
		موافق		محايد		غير موافق	المجموع	
		ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت
المستوى التعليمي	ابتدائي	1	%1	0	%0	0	%0	1	%1
	متوسط	1	%1	0	%0	0	%0	1	%1
	ثانوي	20	%20	0	%0	3	%13	23	23%
	جامعي	63	%84	5	%6.7	7	%9.3	75	75%
	المجموع	85	%85	5	%5	10	10%	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 85% من المبحوثات يوافقن على أنهن اكتسبن زادا معرفيا في كل المجالات من خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي منها نسبة 84% من المستوى التعليمي الجامعي، ونسبة 20% من المستوى الثانوي، ونسبة 01% في كل من المستوى المتوسط والابتدائي، ونسبة 05% من غير الموافقات منها نسبة 6.7% من المستوى الجامعي، ونسبة 00% في كل من المستوى التعليمي الثانوي والمتوسط والابتدائي.

أي أن أغلب المبحوثات يوافقن على أنهن اكتسبن زادا معرفيا في كل المجالات من خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي، وصاحبات المستوى التعليمي الجامعي هن الأكثر من بقية المستويات التعليمية من الثانوي والمتوسط والابتدائي، وبالتالي كلما زاد المستوى التعليمي للمبحوثات كلما زاد اكتسابهن زادا معرفيا في كل المجالات من خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا من خلال زيادة الوعي لديهن في تصفح هذه المواقع.



الشكل رقم (32): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "اكتسبت من خلال استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي زاد معرفيا في كل المجالات" حسب متغير المستوى التعليمي

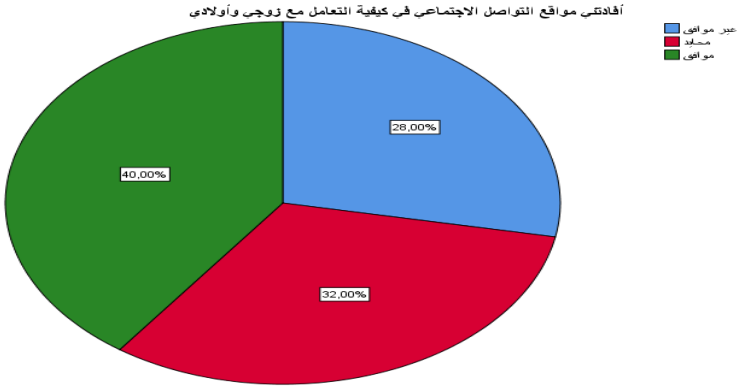
الجدول رقم (33): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أفادتني مواقع التواصل الاجتماعي في كيفية التعامل مع زوجي وأولادي"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	40	%40
محايد	32	%32
غير موافق	28	%28
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 40% من المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي أفادتهن في كيفية التعامل مع أزواجهن وأولادهن، و28% غير الموافقات.

يتبين أن أغلب المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي أفادتهن في كيفية التعامل مع أزواجهن وأولادهن، ويرجع ذلك إلى وجود صفحات ومجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بهذه المواضيع والتي تعرضت لها المبحوثات، حيث تحمل هذه المنشورات

نصائح وتجارب الآخرين مع تربية الأولاد والتعامل مع الزوج استفاد منها مبحوثات دراستنا، بالإضافة إلى استشارات الأصدقاء المتواجدين عبر حساباتهن في مواقع التواصل الاجتماعي.



الشكل رقم (33): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أفادتني مواقع التواصل الاجتماعي في كيفية التعامل مع زوجي وأولادي"

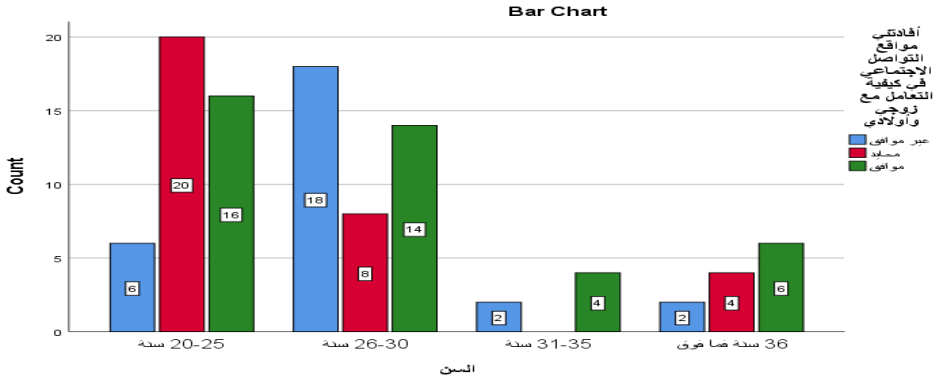
الجدول رقم (34): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أفادتني مواقع التواصل الاجتماعي في كيفية التعامل مع زوجي وأولادي" حسب متغير السن

الإجابة								
		موافق		محايد		غير الموافق		المجموع
		ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة
السن	20-25سنة	16	%38.1	20	%47.6	6	14.3%	42	001%
	26-30سنة	14	%35	8	20%	18	45%	40	100%
	31-35سنة	4	%66.7	0	0%	2	33.3%	06	%100
	36سنة فما فوق	6	%50	4	33.3%	2	16.7%	12	%100
	المجموع	40	%40	32	32%	28	%28	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 40% من المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي أفادتهن في كيفية التعامل مع أزواجهن وأولادهن منها نسبة 66.7% من الفئة العمرية من 31 إلى 35 سنة، ونسبة 50% من الفئة العمرية من 36 سنة فما فوق، ونسبة 35% من الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة، كما نجد أن نسبة 28% من غير الموافقات منها نسبة 45% من الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة، ونسبة 33.3% من الفئة

العمرية من 31 إلى 35 سنة، ونسبة لصالح الفئة 31 الى 35 سنة، ونسبة 14.3% من الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة.

أي أن أغلب المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي أفادتهن في كيفية التعامل مع أزواجهن وأولادهن، وهذا للأكبر سنا أكثر من الأقل سنا، أي أنه كلما كان سن المبحوثات أكبر كلما كان استفادتهن من مواقع التواصل الاجتماعي في كيفية التعامل مع أزواجهن وأولادهن أكبر، وبالتالي هناك دلالة إحصائية لمتغير السن على مدى استفادة المبحوثات من مواقع التواصل الاجتماعي حول كيفية التعامل مع الزوج والأولاد.



الشكل رقم (34): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أفادتني مواقع التواصل الاجتماعي في كيفية التعامل مع زوجي وأولادي" حسب متغير السن

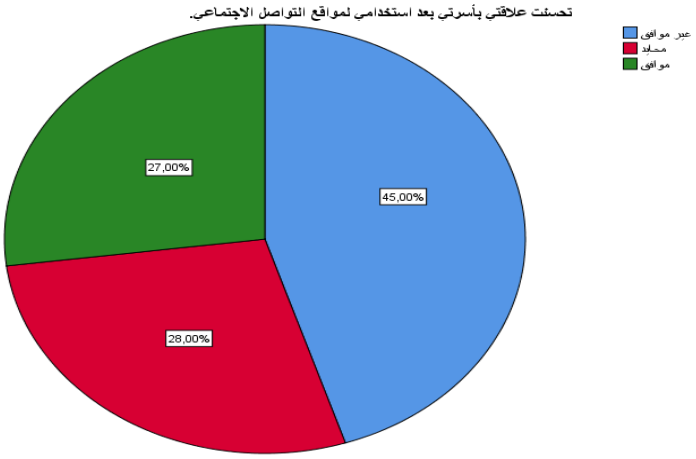
المطلب الخامس: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الرابع

الجدول رقم (35): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تحسنت علاقتي بأسرتي بعد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	27	%27
محايد	28	%28
غير موافق	45	%45
المجموع	100	%100

نلاحظ من الجدول السابق أن نسبة 45% من المبحوثات لا يوافقن على أن علاقتهن بأسرهن تحسنت بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 28% من المحايدات، كما نجد أن نسبة 27% من الموافقات.

ومنه أن أغلب المبحوثات لا يوافقن على أن علاقتهن بأسرهن تحسنت بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى كون علاقتهن بأسرهن حسنة حتى بدون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يكون لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثر عكسي من خلال سوء العلاقة بالأسرة.



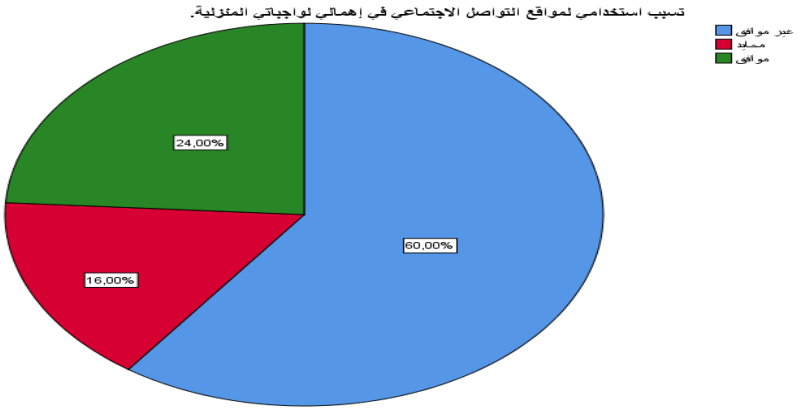
الشكل رقم (35): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تحسنت علاقتي بأسرتي بعد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي"

الجدول رقم (36): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في إهمالي لواجباتي المنزلية"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	24	%24
محايد	16	%16
غير موافق	60	%60
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60% من المبحوثات لا يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسببت في إهمالهن لواجباتهن المنزلية، ونسبة 24% من الموافقات، كما نجد أن نسبة 16% من المحايدات.

يتضح أن أغلب المبحوثات لا يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسببت في إهمالهن لواجباتهن المنزلية، وهذا يرجع إلى وعي المبحوثات بواجباتهن المنزلية اتجاه الزوج والأولاد، كما أن استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي يكون في الفترة الليلية ولمتابعة مواضيع الحياة العامة حول مختلف المجالات منها الجمال، ويكون من أجل متابعة الأمور المتعلقة بدراستهن.



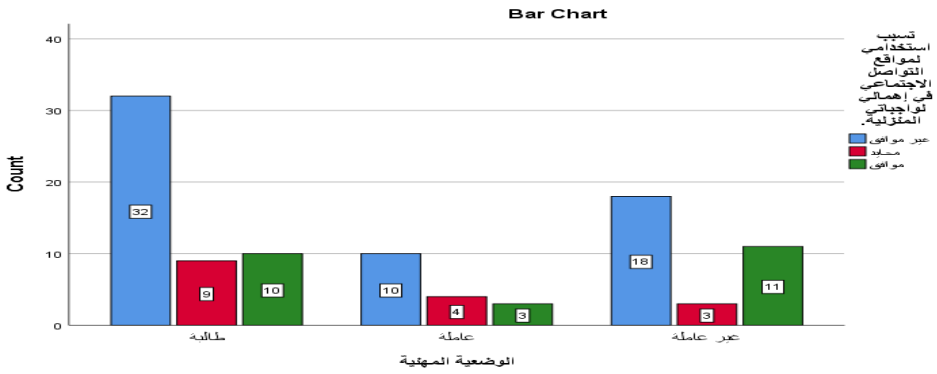
الشكل رقم (36): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في إهمالي لواجباتي المنزلية"

الجدول رقم (37): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في إهمالي لواجباتي المنزلية" حسب متغير الوضعية المهنية

		الإجابة							
		موافق		محايد		غير الموافق		المجموع	
		ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة
الوضعية المهنية	طالبة	10	%19.6	9	%17.6	32	62.7%	51	100%
	عاملة	3	%17.6	4	23.5%	10	58.8%	17	%100
	غير عاملة	11	%34.4	3	9.4%	18	56.3%	32	%100
	المجموع	24	%24	16	16%	60	60%	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60% من المبحوثات لا يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسببت في إهمالهن لواجباتهن المنزلية، منها نسبة 62.7% من الطالبات، ونسبة 58.8% من العاملات ونسبة 56.3% من غير العاملات، ونسبة 24% من الموافقات، منها نسبة 34.4% من غير العاملات ونسبة 19.6% من الطالبات ونسبة 17.6% من العاملات، كما نجد أن نسبة 16% من المحايدات، منها نسبة 23.5% من العاملات ونسبة 17.6% من الطالبات ونسبة 9.4% من غير العاملات.

يتبين أن أغلب المبحوثات لا يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسببت في إهمالهن لواجباتهن المنزلية، وهذا لدى الطالبات والعاملات أكثر من غير العاملات، أي أن الطالبات والعاملات لم تتسبب مواقع التواصل الاجتماعي في إهمالهن لواجباتهن المنزلية بخلاف غير العاملات، وبالتالي هناك دلالة إحصائية لمتغير الوضعية المهنية على مدى تسبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إهمال الواجبات المنزلية للمبحوثات.



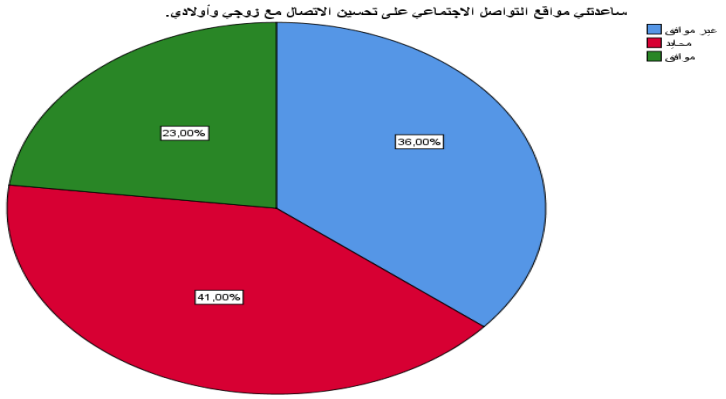
الشكل رقم (37): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في إهمالي لواجباتي المنزلية" حسب متغير الوضعية المهنية

الجدول رقم (38): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "ساعدتني مواقع التواصل الاجتماعي على تحسين الاتصال مع زوجي وأولادي"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	41	%41
محايد	23	%23
غير موافق	36	%36
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 41% من المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهن في تحسين الاتصال مع أزواجهن وأولادهن، ونسبة 36% من غير الموافقات، كما نجد أن نسبة 23% من المحايدات.

أي أن أغلب المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهن في تحسين الاتصال مع أزواجهن وأولادهن، ويرجع ذلك إلى مدى استفادتهن من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عرضها لتجارب الآخرين، كما أن المبحوثات استخدمن هذه المواقع في معرفة معلومات وأفكار حول قضايا الحياة العامة ومنها الاتصال بالزوج والأولاد مع اكتساب مهارات الاتصال بالآخرين باستخدام هذه المواقع، بالإضافة إلى استشارة الأصدقاء المتواجدين غي حساباتهن على مواقع التواصل الاجتماعي.



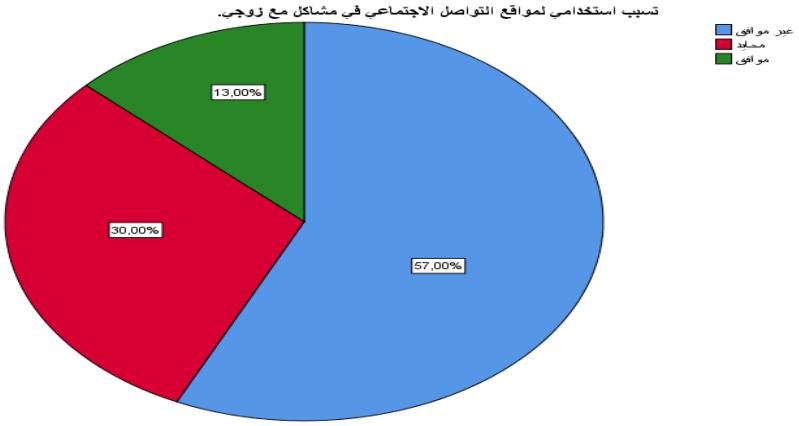
الشكل رقم (38): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "ساعدتني مواقع التواصل الاجتماعي على تحسين الاتصال مع زوجي وأولادي"

الجدول رقم (39): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في مشاكل مع زوجي"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	13	%13
محايد	30	%30
غير موافق	57	%57
المجموع	100	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 57% من المبحوثات لم تتسبب مواقع التواصل الاجتماعي لهن في مشاكل مع أزواجهن، ونسبة 30% محايدات، ونسبة 13% من الموافقات.

أي أن أغلب المبحوثات لا يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسببت لهن في مشاكل مع أزواجهن، وهذا راجع لكونهن يستخدمنها في الفترة الليلية فقط، كما أنها لم تتسبب لهن في إهمال واجباتهن المنزلية، كما أنهن استفدن منها حول العديد من القضايا التي تخصهن، بالإضافة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تحسين الاتصال مع أزواجهن وأولادهن وبالتالي لم يتسبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مشاكل معهم.



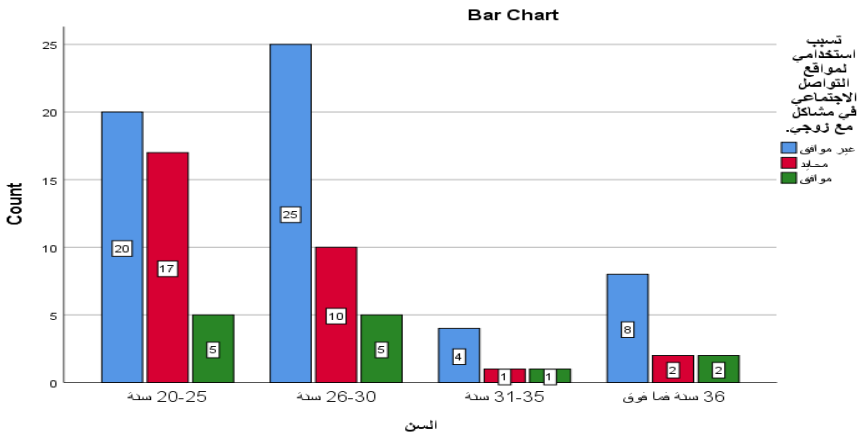
الشكل رقم (39): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في مشاكل مع زوجي"

الجدول رقم (40): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في مشاكل مع زوجي" حسب متغير السن

		الإجابة							
		موافق		محايد		غير الموافق		المجموع	
		ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة
السن	20-25سنة	5	%11.9	17	%40.5	20	47.6%	42	%100
	26-30سنة	5	%12.5	10	25%	25	62.5%	40	%100
	31-35سنة	1	%16.7	1	%16.7	4	66.7%	6	%100
	36سنة فما فوق	2	%16.7	2	16.7%	8	66.7%	12	%100
	المجموع	13	13%	30	%30	57	%57	100	%100

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 57% لا يوافقن على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تسبب لهن في مشاكل مع أزواجهن، منها نسبة 66.7% في كل من الفئة العمرية من 31 إلى 35 سنة ومن 36 سنة فما فوق، ونسبة 62.5% من الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة، ونسبة 47.6% من الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة، كما يتبين أن نسبة 30% من المحايدات، منها نسبة 40.5% من الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة، ونسبة 25% من الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة، ونسبة 16.7% في كل من الفئة العمرية من 31 إلى 35 سنة ومن 36 سنة فما فوق، كما نجد أن نسبة 13% من الموافقات، منها نسبة 16.7% في كل من الفئة العمرية من 31 إلى 35 سنة ومن 36 سنة فما فوق، ونسبة 12.5% في الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة، ونسبة 11.9% في الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة.

أي أن أغلب المبحوثات لا يوافقن على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تسبب لهن في مشاكل مع أزواجهن، وهذا لدى الأكبر سنا بخلاف الأقل سنا، أي أنه كلما كان سن المبحوثات أكبر كلما كان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لم يتسبب في مشاكل مع أزواجهن، وبالتالي ليس هناك دلالة إحصائية لمتغير السن على مدى تسبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمشاكل مع أزواج المبحوثات.



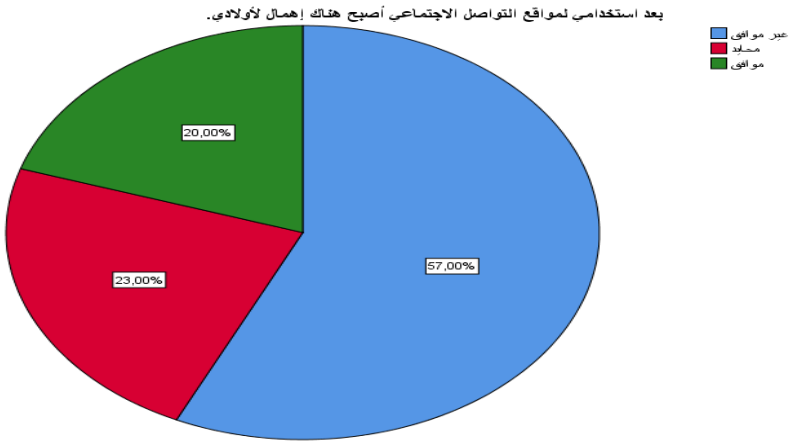
الشكل رقم (40): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في مشاكل مع زوجي" حسب متغير السن

الجدول رقم (41): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "بعد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح هناك إهمال لأولادي"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	20	%20
محايد	23	%23
غير موافق	57	%57
المجموع	100	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 57% من المبحوثات لا يوافقن على أنه بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح هناك إهمال لأولادهن، ونسبة 23% من المحايدات، كما نجد أن نسبة 20% من الموافقات.

يتضح أن أغلب المبحوثات لا يوافقن على أنه بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح هناك إهمال لأولادهن، ويرجع هذا إلى عدم انشغالهن باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على حساب تربية ورعاية الأولاد، كونهن يستخدمنها إلا في الفترة الليلية ويتصفحنها من أجل مشاهدة الصور والفيديوهات حول ما يخص شؤون أسرهن.



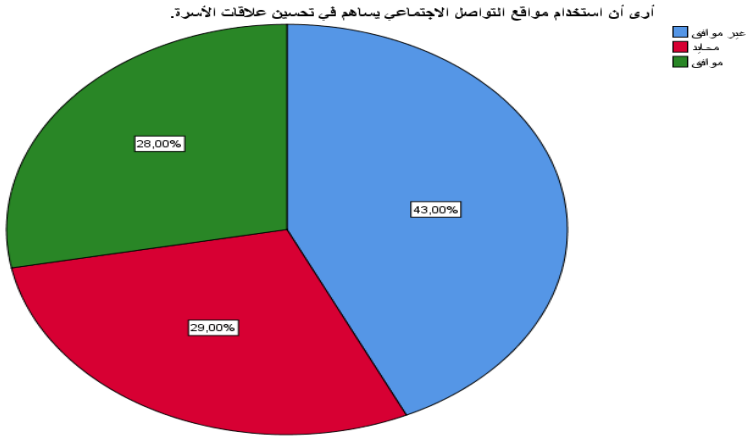
الشكل رقم (41): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "بعد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح هناك إهمال لأولادي"

الجدول رقم (42): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين علاقات الأسرة"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	43	%43
محايد	29	%29
غير موافق	28	%28
المجموع	100	%100

يتبين من خلال الجدول السابق أن نسبة 43% من المبحوثات يوافقن على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين علاقات الأسرة، ونسبة 29% من المحايدات، كما نجد أن نسبة 28% من غير الموافقات.

أي أن أغلب المبحوثات يوافقن على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين علاقات الأسرة، ويرجع ذلك إلى مدى استفادتهن من منشوراتها والتي تتحدث عن العلاقات الأسرة وكيفية التعامل مع الزوج والأولاد بالإضافة إلى استشارة الأصدقاء التي تفيد في تحسين علاقات الأسرة من خلال خبرة وتجارب الآخرين مع أزواجهن، كما أن استخدام هذه المواق لم يتسبب في إهمالهن لواجباتهن المنزلية وأولادهن ولم يتسبب في مشاكل مع الزوج.



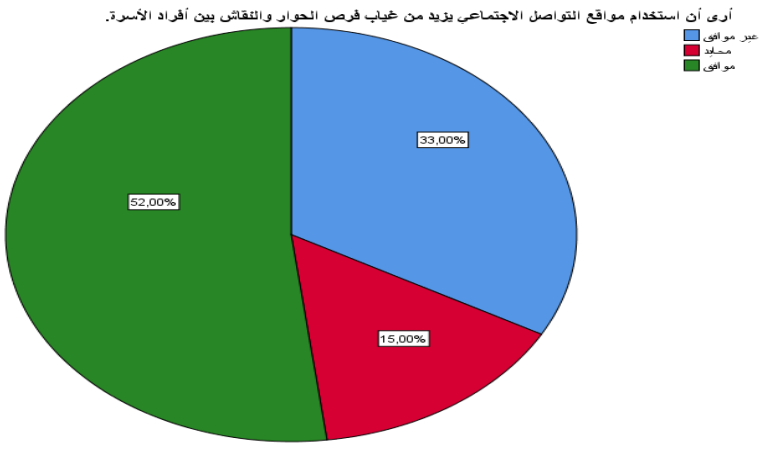
الشكل رقم (42): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين علاقات الأسرة"

الجدول رقم (43): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من غياب الحوار والنقاش بين أفراد الأسرة"

الإجابة	التكرار	النسبة %
موافق	52	%52
محايد	15	%15
غير موافق	33	%33
المجموع	100	%100

يتضح من خلال الجدول السابق أن نسبة 52% من المبحوثات يوافقن على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من غياب الحوار والنقاش بين أفراد الأسرة، ونسبة 33% من غير الموافقات، كما نجد أن نسبة 15% من المحايدات.

أي أن أغلب المبحوثات يوافقن على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من غياب الحوار والنقاش بين أفراد الأسرة، ويرجع ذلك إلى الاعتماد على الاتصال عبر هذه المواقع أي الاتصال عن بعد، مما يزيد في غياب الحوار والنقاش المباشر بين أفراد الأسرة، بالإضافة إلى انشغال أفراد الأسرة أو الزوجين بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي وما تتضمنه من منشورات وهذا ينعكس إلى زيادة غياب النقاش والحوار داخل البيت وبين أفراده.



الشكل رقم (43): يوضح رأي المبحوثات حول عبارة "أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من غياب الحوار والنقاش بين أفراد الأسرة"

المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة: بعد الدراسة الميدانية التي تم إجرائها على عينة من النساء المتزوجات بولاية غرداية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي، وأثر ذلك على علاقتهن الأسرية توصلنا إلى العديد من النتائج نذكر منها:

- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي دائما بنسبة 64 %.
- أوضحت الدراسة أغلب المبحوثات يستخدمن الفايسبوك بنسبة 79%.
- كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تبادل الآراء حول خصوصياتهن بنسبة 61%.
- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثات يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي زادت من معارفهن المتعلقة بالأمور المنزلية بنسبة 71%.
- أغلب المبحوثات ليس لديهن مشاكل عائلية تدفعهن لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 83%.
- أوضحت الدراسة أغلب المبحوثات يفضلن متابعة المحتوى الخاص بالجمال لقضاء الوقت في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 31%.
- أسفرت الدراسة أن أغلب المبحوثات لا يوافقن على أنهن يشعرن بالأمان من خلال المعرفة التي يحصلن عليها عند التواصل مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 41%.
- أغلب المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تمكنهن من التعرف على نمط جديد في حياتهن الأسرية بنسبة 72%.
- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي أفادتهن في كيفية التعامل مع أزواجهن وأولادهن بنسبة 40%.
- أغلب المبحوثات لا يوافقن على أن علاقتهن بأسرهن تحسنت بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 45%.
- أوضحت الدراسة أن أغلب المبحوثات لا يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسببت في إهمالهن لواجباتهن المنزلية بنسبة 60%.

- جل المبحوثات يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهن في تحسين الاتصال مع أزواجهن وأولادهن بنسبة 41%.
- أغلب المبحوثات لا يوافقن على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسببت لهن في مشاكل مع أزواجهن بنسبة 57%.
- أسفرت الدراسة أن أغلب المبحوثات لا يوافقن على أنه بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح هناك إهمال لأولادهن بنسبة 57%.
- أغلب المبحوثات يوافقن على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين علاقات الأسرة بنسبة 43%.
- ظهر من الدراسة أن أغلب المبحوثات يوافقن على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من غياب الحوار والنقاش بين أفراد الأسرة بنسبة 52%.

خاتمة:

حاولنا من خلال دراستنا تسليط الضوء على أثر استخدام المرأة المتزوجة بولاية غرداية لمواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها على العلاقات الأسرية، حيث صارت مواقع التواصل الاجتماعي واقعا مفروضا على العلاقات العائلية والأسرية لا أحد يستطيع أن ينكره أو يتهرب منه، وأصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واقعا مفروضا على جميع شرائح المجتمع بمختلف فئاته بما في ذلك المرأة المتزوجة.

ركزنا في دراستنا على المرأة المتزوجة بولاية غرداية المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي وبينت الدراسة بأنه لا يمكن الحكم بشكل عام على أثر استخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، حيث يتوقف ذلك على طبيعة استخدامها لهذه المواقع وعلى الثقافة والقيم المجتمعية في المنطقة التي تعيش فيها، حيث يمكن أن يؤدي استخدام المواقع الاجتماعية بشكل مفرط إلى قلة الاهتمام بالزوج والأطفال وتقليل من وقت العائلة المشترك، كما يمكن أن يؤدي إلى حدوث خلافات بين الزوجين بسبب محتوى المنشورات أو التعليقات التي تتلقاها المرأة، من ناحية أخرى، يمكن أن يكون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمرأة المتزوجة وسيلة للتواصل مع أفراد العائلة والأصدقاء المقربين، وتعزيز العلاقات الاجتماعية والعائلية، كما يمكن أن يساعد في تنمية مهارات التواصل والتفاعل الاجتماعي لدى المرأة.

ومن خلال الدراسة الميدانية بينت أن المرأة المتزوجة عينة الدراسة بشكل عام على دراية تامة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، وهي ترى أنه ينبغي على المرأة المتزوجة أن تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بحكمة وتوازن، وأن تحرص على عدم التأثر بمحتوى المنشورات السلبية أو المؤذية، وأن تعمل على تعزيز العلاقات الأسرية والاجتماعية بشكل إيجابي، كما يجب عليها الحفاظ على التواصل المباشر مع زوجها وأسرتها والاهتمام بالوقت المشترك معهم بصورة منتظمة، وتقدير أهمية العلاقات الأسرية في حياتها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا: المعاجم والقواميس

1- ابن منظور، **لسان العرب**، المركز العربي للأبحاث والدراسات، 2006.

2- ابن منظور، **لسان العرب**، دار الكتب العلمية، ط2، مج 8، بيروت، لبنان، 2009.

3- ابن منظور، **معجم لسان العرب**، دار الصادر، ط1، بيروت، 2005.

4- حجاب محمد منير، **المعجم الإعلامي**، دار الفجر للنشر، ط1، القاهرة ،2004.

5- عمر أحمد مختار، **معجم اللغة العربية المعاصرة**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008.

ثانيا: الكتب والمؤلفات العربية

1- بشير هشام، **دراسات نظرية في طبيعة وطرق استطلاعات الرأي العام**، مركز دراسات الدول النامية، كلية العلوم الاقتصادية والسياسية، جامعة القاهرة، مصر، د. س.

2- توفيق سميحة كرم، **مدخل إلى العلاقات الأسرية**، المكتبة الانجلومصرية، مصر، 1996.

3- التويجري محمد عبد المحسن، **الأسرة والتنشئة الإجتماعية في المجتمع العربي السعودي**، مكتبة العبيدان، الرياض، 2001.

4- جاسم السعيد مؤيد نصيف، **الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفايسبوك**، ط1، ألفا للوثائق قسنطينة، الجزائر، 2016.

5- الجوهري محمد، **طريق البحث الاجتماعي**، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، مصر، 2008.

6- جرار ليلى أحمد، **الفايسبوك والشباب العربي**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2012.

7- الخولي سناء، **الأسرة والحياة العائلية**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995.

8- الدليمي ناهد عبد زيد، **أسس وقواعد البحث العلمي، كلية التربية الرياضية**، دار صفاء، عمان، الأردن، د. س.

9- درويش اللبان شريف، **تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية**، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003.

10- ربحي مصطفى عليان، **البحث العلمي أسسه مناهجه أساليبه وإجراءاته**، بيت الأفكار الدولية، عمان، الأردن، 2001.

11- رشوان حسين عبد الحميد أحمد، **الأسرة والمجتمع، دراسة في علم اجتماع الأسرة**، الاسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2012.

12- زرمان محمد، **قيمة الحوار وأبعاده الحضارية في السنة النبوية**، كلية الدراسات الإسلامية، دبي، 2007.

13- زين مصطفى، **امتثال باثولوجية الحياة الأسرية**، ط1، بيروت، دار المنهل اللبناني، 2013.

14- أبو سكينة نادية حسين، منال عبد الرحمان، **العلاقات والمشكلات الأسرية**، دار الفكر، عمان، 2010.

15- السيد ابراهيم جابر، **التفكك الاسري الأسباب والمشكلات وطرق علاجها**، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2014.

16- سرور هناء، **وسائل التواصل الاجتماعي وإثراء المحتوى القومي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة**، محور تأثير وسائل الاتصال الالكتروني في التطور الاجتماعي الاقتصادي، قطاع الإعلام والاتصال، د. س.

17- سكري رفيق، **دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية**، لجروس برس، لبنان، 1991.

18- شفيق حسين، **نظريات الإعلام**، دار الفكر وفن الطباعة والنشر، مصر، 2014.

19- شقرة علي خليل، **الإعلام، شبكات التواصل الاجتماعي**، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2014.

20- شكري علياء، **الاتجاهات المعاصرة في دراسة الأسرة**، دار المعرفة الجامعية، 2013.

21- صباغ ليلى، **المرأة في التاريخ العربي**، منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، دمشق، سوريا، 2000.

22- بنت صالح المالك حفصة، ربيع محمود نوفل، **العلاقات الاسرية**، ط1، دار الزهراء، الرياض، 2006.

23- صديقي سلوى عثمان، **المدخل الاجتماعي للسكان والأسرة**، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005.

24- العبد الله مي، **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006.

25- العبد عاطف عدلى، **الرأي العام وطرق قياسه**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.

26- العبيدي علي محمد، **مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، الأسرة العراقية أنموذجا**، دار الرافد للنشر، بغداد، 1941.

27- العزاوي رحيم يونس، **مقدمة في منهج البحث العلمي**، ط1، دار دجلة، عمان، الأردن، 2008.

28- العلي صالح محمد، **مهارات التواصل الاجتماعي: أسس، مفاهيم وقيم**، دار الحامد، عمان، 2014.

29- العلي صالح، **مهارات التواصل الاجتماعي أسس ومفاهيم وقيم**، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2015.

30- القصاص مهدي محمد، **تصميم البحث الاجتماعي**، دار نيبور، العراق، 2014.

31- قصاص محمد، **علم الاجتماع العائلي**، كلية الآداب، المنصورة، مصر، 2008.

32- كافي مصطفى يوسف، **الإعلام التفاعلي**، دار الحامد للنشر، عمان، الأردن، 2016.

33- الكندري أحمد، **علم النفس الأسري**، ط2، مكتبة الفلاح للنشر، الكويت، 1996.

34- المشهداني سعد سلمان، **مناهج البحث الإعلامي**، دار الكتاب، الإمارات العربية المتحدة، 2017.

35- المشهداني سعد سلمان، **منهجية البحث العلمي**، دار أسامة، عمان، الأردن، 2019.

36- المقدادي خالد غسان، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس، ط1، 2013.

37- مرسلي أحمد، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

38- معين خليل العمر، **التفكك الاجتماعي**، ط1، دار الشروق للنشر، عمان، 2005.

39- مكاوي حسن عماد، السيد ليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.

40- الهاشمي عبد الحميد محمد، **علم النفس الاجتماعي**، دار الشروق، جدة، 1994.

41- هتيمي حسين محمد، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، دار أسامة للنشر، عمان، 2015.

42- وطفة علي أسعد، الشهاب علي جاسم، **علم الاجتماع المدرسي، بنيوية الظاهرة المدرسية ووظيفتها الاجتماعية**، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات، بيروت، 2004.

ثالثا: الرسائل والمذكرات الجامعية

1- بوغاري نصيرة، عبد القادر رحمة، **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الزوجية، الفايسبوك نموذجا، دراسة ميدانية على عينة من المتزوجين بولاية مستغانم**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والاتصال، 2016/2015.

2- جعفري ابتسام، **انعكاسات الفايسبوك على الاتصال داخل الأسرة، دراسة على عينة من أسر مدينة أم البواقي**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، 2019/2018.

3- حمامدية سارة، **الطفل الجزائري وشبكات التواصل الاعلام والاتصال**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2015.

4- حمريش سامية، **القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري، دراسة ميدانية بمدينة باتنة**، رسالة ماجيستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010.

5- حميتي سامية، **تمثلات الأسرة الجزائرية لاستخدام المرأة المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي، الفايسبوك نموذجا**، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، جامعة ورقلة، 2019/2018.

6- بنت سعيد العوضي إلهام بنت فريج، **أثر استخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة**، رسالة ماجستير في الاقتصاد المنزلي، تخصص السكن وإدارة المنزل، جامعة المملكة العربية السعودية، 2003.

7- بن عبود نسرين، **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري، دراسة على عينة من أسر مدينة عين البيضاء**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة أم البواقي، 2017/2016.

8- كتانه دعاء عمر محمد، **وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة دراسة فقهية،** رسالة ماجستير في الفقه والتشريع، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2015.

9- لعلاوي خولة، محامدية جمعة، **الضوابط الشرعية لاستعمال مواقع التواصل الاجتماعي،** مذكرة ماستر في العلوم الاسلامية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2022.

10- لواطي مريم، حميدوش سعاد، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية للأستاذ الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية،** مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2018.

11- مسفر سلطان، الصاعدي الحربي مبارك، **الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة،** بحث مقدم لشبكة الألوكة، المدينة المنورة، د. س.

12- مسفر سلطان، الصاعدي الحربي مبارك، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني،** بحث مقدم لملتقى العمل الإنساني بالمملكة العربية السعودية، المركز الدولي للأبحاث والدراسات، 1435.

رابعا: المقالات

1- الدبيسي عبد الكريم علي، زهير ياسين الطاهات، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية،** مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 40، ع1، 2013.

2- الدروبي أحمد علي، **مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية،** المجلة العربية للنشر العلمي، ع1، علم اجتماع العلوم التربوية والانسانية، الكويت، 2018.

3- رايس علي ابتسام، **نظرية الاستخدامات والإشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد،** المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع8، 2016.

4- عبد العزيز علي إبراهيم خديجة، **واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، دراسة ميدانية،** مجلة دار المنظومة، ع03، جامعة صعيد مصر، 2014.

5- غروبة دليلة، **الأنترنت، الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد،** مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصال، عنابة، ع15، 2013.

الملاحق

استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة:

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استبيان

في إطار إنجاز مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة حول موضوع "**أثر استخدام المرأة الجزائرية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، دراسة على عينة من النساء المتزوجات بولاية غرداية**"، وفي سبيل ذلك فإننا نتوقع منكن المساهمة الجادة في إنجاح هذه الدراسة من خلال الإجابة بكل موضوعية على كافة الأسئلة وذلك بوضع علامة (×) في الخانة التي تتفق مع رأيكن، علما أن هذه المعلومات ستعامل بسرية تامة وتستخدم لغرض البحث العلمي فقط نشكر لكن مقدما لجهودكن وحسن تعاونكن.

إعداد الطالبتين:

أولاد يحي حنان

مولاي عمار هناء

تحت إشراف:

أ. قشار بكير

الموسم الجامعي:

1443-1444هـ/2022-2023م

البيانات الشخصية:

السن: 20-25 سنة ☐ 26-30 سنة ☐ 31-35 سنة ☐

36 سنة فما فوق ☐

المستوى التعليمي: ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

المستوى المعيشي: ضعيف ☐ متوسط ☐ جيد ☐

الوضعية المهنية: طالبة ☐ عاملة ☐ غير عاملة ☐

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام المرأة الغرداوية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

1- هل تستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي في حياتك اليومية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

2- ما هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعية التي تستخدمينها؟

الفايسبوك ☐ واتساب ☐ تلغرام ☐ فايبر ☐ يوتيوب ☐

3- عبر أي وسيلة تتصفحين مواقع التواصل الاجتماعي؟

الهاتف ☐ اللوح الذكي ☐ الحاسوب الشخصي ☐ الحاسوب الثابت ☐

4- ما هو متوسط استخدامك اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من 1سا ☐ من 1 سا– 2سا ☐ من 3 سا -4سا ☐ من 5سا فما فوق ☐

5- منذ متى وأنت تستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي؟

منذ 6 أشهر ☐ منذ سنة ☐ منذ سنتين ☐ أكثر من سنتين ☐

6- هل تضعين في حساباتك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

بياناتك الشخصية ☐ بيانات وهمية ☐ بيانات مختلطة ☐

7- ما هي الفترة المفضلة لك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

الفترة الصباحية ☐ الفترة المسائية ☐ فترة اليل ☐

8- ما هو المكان الذي تتصفحين فيه مواقع التواصل الاجتماعي؟

البيت ☐ مكان العمل ☐ مكان الدراسة ☐

9- مع من تتواصلين خلال استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

العائلة ☐ الأصدقاء ☐ أشخاص جدد ☐

المحور الثاني: دوافع استخدام المرأة الغرداوية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

1- هل تعرفين أصدقائك المتواجدين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الواقع؟

نعم ☐ لا ☐

2- هل تأخذين باستشارات أصدقائك على مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

3- تستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي لأنها؟

سهلة الاستخدام ☐ مجانية ☐ تقدم خدمات متنوعة ☐

أسباب أخرى أذكريها .....

4- ما هو الغرض من اشتراكك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

الرغبة في التواصل ☐ الترفيه عن النفس ☐ مسايرة العصر ☐

إمكانية طرح قضايا ومواضيع يصعب طرحها في الواقع ☐

5- هل تستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تبادل الآراء حول؟

العلاقة الزوجية ☐ علاقاتك بأولادك ☐ أمور منزلك ☐ خصوصيتك ☐

6- هل اشتراكك في مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من معارفك المتعلقة بالأمور المنزلية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

7- هل توجد لديك مشاكل تدفعك إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم ☐ لا ☐

8- ما هي خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لك؟

المنشورات المكتوبة ☐ الصور والفيديوهات ☐ الدردشة مع الأصدقاء ☐

مشاركة الصور والفيديوهات ☐ نشر الأفكار ☐

أخرى أذكريها .....

9- ما هو المجال الذي تفضلين متابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الدين ☐ الصحة ☐ الجمال والأناقة ☐ الطبخ ☐

المتعة والضحك ☐ الفنون والرياضة ☐ الدراسة ☐

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام المرأة الغرداوية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	موافق	محايد	غير موافق
1- زادتني مواقع التواصل الاجتماعي معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة			
2- أشعر بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها عند التواصل مع الآخرين عبر المواقع الاجتماعية			
3- تمكنني مواقع التواصل الاجتماعي من التعرف على نمط جديد في حياتي.			
4- تمكنني مواقع التواصل الاجتماعي من إبداء رأيي حول العديد من المواضيع.			
5- غيابي عن مواقع التواصل الاجتماعي يسبب لي القلق والفراغ.			
6- اكتسبت من خلال استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي زادا معرفيا في كل المجالات.			
7- أفادتني مواقع التواصل الاجتماعي في كيفية التعامل مع زوجي وأولادي.			

المحور الرابع: تأثير استخدام المرأة الغرداوية المتزوجة لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتها الأسرية

العبارة	موافق	محايد	غير موافق
1- تحسنت علاقتي بأسرتي بعد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي.			
2- تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في إهمالي لواجباتي المنزلية.			
3- ساعدتني مواقع التواصل الاجتماعي على تحسين الاتصال مع زوجي وأولادي.			
4- تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في مشاكل مع زوجي.			
5- بعد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح هناك إهمال لأولادي.			
6- أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين علاقات الأسرة.			
7- أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من غياب فرص الحوار والنقاش بين أفراد الأسرة			

تم بحمد الله