

## استخدام الجمهور المصري للفيس بوك وعلاقته بتبادل خبراتهم الحياتية والاجتماعية

د.أفنان طلعت عبد المنعم عرفة\*

### الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب استخدام الجمهور المصري للفيس بوك، وعلاقة التواصل الأسري بطبيعة الاستخدام، واعتمد الدراسة على أداة الأستبيان الإلكتروني الموزع على الأفراد والأصدقاء الذين يستخدمون الفيس بوك، وقد بلغت عينة الدراسة 245 مفردة وغلبت الإناث بنسبة 65.7% أما الذكور فبلغت نسبتهم 34.3%، كما اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباعات ونموذج الأتصال الأسري. وتوصلت الدراسة إلى: أن أولى الخبرات المجتمعية التي تعلمها مفردات العينة من الفيس بوك كانت تعلم مهارات جديدة في الطبخ وتعلم مأكولات من الثقافات الأخرى وطرق تقديم الطعام بنسبة 51.4%، تليها تعلم معلومات دينية من خلال متابعة رجال الدين بنسبة 45.3%، وكانت ثالث الخبرات المجتمعية التي يتعلم منها جمهور الفيس بوك فن التعامل مع الآخرين من خلال متابعة صفحات التنمية البشرية بنسبة 41.6%.

كما أن الدراسة توصلت إلى علاقة النوع بالخبرات المجتمعية المكتسبة علي الفيس بوك، واختلاف ترتيب الخبرات المكتسبة من الفيس بوك بين الذكور والإناث، كما أن الأسر المصرية تتبنى النمط التوافقي في التواصل الأسري الذي يمزج بين النمط السلطوي والنقاشي، إلا أن الآباء يتوقعون من أبنائهم أن تتوافق آرائهم معهم، ويسمحون لهم بالتعبير عن مشاعرهم و آرائهم، إلا أن الأمور العاطفية لا تزال محل كتمان من قبل أفراد الأسرة حيث توصلت الدراسة إلى أن 63.7% لا يبوحون بعلاقتهم العاطفية على الفيس بوك، مما يستلزم مزيد من الدراسات الكيفية حول تأثير العلاقات الافتراضية على طبيعة التواصل داخل الأسرة المصرية.

---

\*مدرس بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة الأهرام الكندية

## **The Egyptian public's use of Facebook and its relationship to the exchange of their life and social experiences**

**Dr. Afnan Talat Abdel Monem\***

### **Abstract**

This Study Aims to Identify the Reasons for the Egyptian's Use of Facebook, And the Relationship of Family Communication with Face Book's Use, And the Study Relied on the Electronic Questionnaire Tool Distributed to Individuals and Friends Who Use Facebook. The Study Sample Amounted To 245 Individuals And Females Predominated By 65.7%, While Males Reached Their Percentage. 34.3%, As It Relied On The Theory Of Uses, Gratifications, And The Family Contact Model. The Study Found The first societal experiences that the sample learned from Facebook was learning new skills in cooking and learning foods from other cultures and methods of serving food by 51.4%, followed by learning religious information by following up with clerics by 45.3%, and it was the third community experience that the Facebook audience learns from. Facebook is the art of interacting with others by following human development pages by 41.6%, more over The Relationship Of Gender To Societal Experiences Gained On Facebook, And The Different Interests Gained From Facebook Between Males And Females, Moreover, Egyptian Families Adopt The Consensual Pattern In Family Communication That Mixes Between Conformity Orientation And Conversation Orientation However, Parents Expect Their Children To Agree With Them And Allow Them To Express Their Feelings And Opinions. However, Emotional Matters Are Still Kept Secret By Family Members. The Study Found That 63.7% Do Not Disclose Their Emotional Relationships On Facebook, Which Requires Further Qualitative Studies On The Impact Of Virtual Relationships On The Nature Of Communication Within The Egyptian Family.

---

\* Lecturer at Al-Ahram Canadian University

### مقدمة:

ساهمت التطورات التكنولوجية الحديثة في ظهور أشكال جديدة من الاتصالات، مثل: شبكات مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من النظم التي تعمل على بناء الجسور بين الأقران، الجماعات والأشخاص. كما أن هذه التطورات التكنولوجية عملت على تطوير مفهوم خصائص العملية الاتصالية وهي: المرسل-المستقبل-المحتوي، فأصبح الجمهور صانع للرسالة الإعلامية والمستقبل لها فهو المرسل للمحتوى والمستقبل له ولهذا ظهر في الإعلام الجديد مفهوم صحافة المواطن، حيث ساهمت هذه التطورات التكنولوجية الحديثة في تغيير المفهوم التقليدي لوسائل الإعلام.

وفي الأونة الأخيرة اكتسب موقع الفيس بوك أهمية كبيرة، وتوسع شهرته في فترة زمنية قليلة داخل ساحات الإنترنت، حيث أنه تغلغل داخل حياة الأفراد وغير طابع الحياة الاجتماعية على جميع المستويات سواء على مستوى الأسرة النووية أو على مستوى المجتمع، وأصبح الأفراد يتواصلون بينهم من خلاله؛ من أجل تكوين شبكة علاقات اجتماعية، والتواصل مع الأصدقاء، واسترجاع شبكة العلاقات والمعارف السابقة، كما أنه يساعد على تبادل الخبرات الاجتماعية والمعلوماتية والمعرفية.

ويعتبر الفيس بوك بيئة مجتمعية افتراضية تسمح للأفراد بإنشاء صفحة شخصية (بروفيل)، وهي بمثابة بطاقة هوية داخل هذه المجتمعات، فيتمكن الأفراد عبرها من نشر الصور والفيديوهات، ومشاركتها مع أصدقائهم، وتبادل التعليقات حول موضوعات شتى ومشاركة الاهتمامات فيما بينهم، وتبادل أساليب الحياة الاجتماعية والتجارب الشخصية مع الآخرين، مما يساهم في ثقل الخبرات الإنسانية عبر هذا التبادل الاجتماعي.

كما أن من أهم وظائفه التواصل مع الآخرين والمشاركات الميدانية والثقافية فهي تمثل نافذة علي العالم خارج حدود الأصدقاء والأقارب. إن الجمهور المصري يقضى أغلب وقته داخل المجتمعات الافتراضية، وذلك ما أثبتته تقرير we are social يناير 2020، حيث يستخدم 54.7 مليون مستخدم للإنترنت في مصر، منهم 42 مليون يستخدمون السوشيال ميديا، وقد كان الفيس بوك من أولى المنصات الإلكترونية المستخدمة بنسبة 91%، ليصل عدد مستخدمي الفيس بوك من مجمل استخدام السوشيال ميديا في مصر 38 مليون مواطن مصري يستخدمون الفيس بوك؛ وتزداد نسبة الذكور عن الإناث لتكون 63.2% مقابل 36.8% للإناث<sup>(1)</sup>.

ونجد أن عددًا من الدراسات الإعلامية قد تتبنى الجانب المشرق نحو الفيس بوك، وذلك فيما يتعلق بتنمية المسؤولية المجتمعية للجمهور، وبناء الوعي السياسي، وتبنى توجهات سياسية. كذلك يساهم في إثراء الإنتاج الثقافي المتمثل في: أدب القصة والشعر، وفن الكاريكاتير، والأفلام السينمائية، والإبداع الموسيقي، كذلك أثبتت الدراسات أن موقع الفيس بوك يمكن استخدامه في البحوث الدراسية، ومعرفة نتائج الامتحانات الفصلية، والمناهج الدراسية، كما أنه يساهم في التعرف على عادات الشعوب الأخرى

(الإنفتاح الثقافي)، يعتبر التواصل من خلال الفيس بوك أسهل من التواصل وجهًا لوجه لأنه غير مقيد بوقت ومكان.

#### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من خلال عدة اعتبارات أهمها:

1. تزايد استخدام موقع الفيس بوك بين الجمهور المصري، فأصبح منافسًا قويًا لوسائل الإعلام التقليدية، ولهذا تزداد احتمالات تأثيره في سلوكهم.
2. أصبح الفيس بوك إحدى الوسائط التي يستخدمها الجمهور المصري كوسيلة للتواصل الاجتماعي وتبادل الخبرات الاجتماعية، كما أنه يساعد على تدعيم علاقات قائمة، والحفاظ على علاقات اجتماعية سابقة.
3. يتيح الفيس بوك الفرصة للجمهور المصري التعبير عن آرائهم بحرية دون قيود حول القضايا الجدلية، والموضوعات الشائكة، وخاصة: السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، وبالتالي اختفت نظريات الإعلام التقليدي حارس البوابة، كما أنه يساعدهم على تبادل المعلومات، والأفكار بكافة أشكالها نصوص، وصور، وفيديوهات في وسائل إعلامية تجمع بين مزايا الصورة، والنص.
4. دور الفيس بوك في تكوين مجموعات، وإنشاء صفحات لها نفس الاهتمامات والميول والرغبات، وعن طريقه يمكن معرفة ما يفكر فيه أعضاء المجموعة، ومعجبو الصفحات و معرفة اهتمامهم الاجتماعية والثقافية، والموضوعات ذات الاهتمام المشترك.
5. يساعد الفيس بوك على المشاركة المجتمعية بكافة أشكالها: الاجتماعية، والسياسية، والفنية... إلخ فلا بد إذًا من دراسة تستكشف أدواره، وتأثيره على المجتمع المصري.

#### المشكلة البحثية:

درج الإنسان في بداية الحياة على التعلم والمعرفة من خلال الملاحظة الدقيقة لما يدور حوله من أحداث كونية، ومع تطور الحضارات والحياة المستقره من خلال معرفة الزراعة بدء الحوار بين الإنسان والأخر، مما ساهم في تبادل الخبرات والتعلم عن طريق التعاون، ومع تقدم الحضارات الإنسانية والوسائل الاتصالية عبر العصور، تولدت الخبرات والمعارف والعلوم، إلى أن ظهر عصر الإنترنت الذي اسهم بقدر كبير في تحقيق التكامل الحضاري والمعرفي للإنسان من خلال أنية الأتصال والتفاعل اللحظي عبر شبكات التواصل الإنساني، إذن منذ بداية خلق الإنسان وهو يسعى للمعرفة واكتسابها وتبادلها مع الآخرين، مما يسهم في نقل الخبرات الإنسانية عبر هذا التواصل، ومنذ بزوغ عصر شبكات التواصل الاجتماعي؛ وخاصة الفيس بوك في مصر نجد أن المجتمع المصري، طرأت عليه مستجدات على كافة المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والتي بدورها ساهمت في إحداث تغييرات على كافة المستويات المجتمعية والفردية، وذلك من خلال ما يسمى (بنقافة التريد) وهي الثقافة الفيس بوكيه التي ينتشر بها كل شئ سواء كان حدث أو موضه جديدة أو موسيقي أو

رقصة، تلك الثقافة التي تسهم في تحريك الأفراد وتفاعلهم معها عبر الظواهر التفاعلية للفييس بوك من خلال التعليق، التفاعلات العاطفية (إيموجي)، المشاركات (تشيير)، وينتج عنها حوار مجتمعي إفتراضي، هذا الحوار المجتمعي الإفتراضي، ينتج عنه تبادل خبرات مجتمعيه وحياتييه، والتي تُسهم في تطور الثقافة الإنسانية، ولكن هذه الثقافة ليس قاصرة على قطر أو دولة وإنما عالمية، ومن هنا نتيجة لإنتشار مواقع التواصل الإجتماعي وخاصة الفييس بوك في مصر؛ تبلورت المشكلة البحثية في دراسة موقع الفييس بوك، ومعرفة سمات المستخدمين في مصر وذلك من أجل الوقوف على أسباب الاستخدام، ومعرفة العلاقة بين الأنماط الأتصالية للأسرة المصرية واستخدام الفييس بوك ودوره في تبادل الخبرات الاجتماعية والأساليب الحياتية للجمهور المصري، ودراسة علاقة العوامل الديموغرافية بتبادل هذه الأساليب الحياتية عبر الفييس بوك ومن هذه العوامل: النوع، والسن، والتعليم، وتتلخص المشكلة البحثية في سؤال رئيسي: ما علاقة استخدام الجمهور المصري للفييس بوك وتبادل الخبرات الاجتماعية؟

#### أهداف الدراسة:

1. رصد وتفسير وتحليل معدلات استخدام الجمهور المصري للفييس بوك.
2. رصد وتفسير وتحليل طبيعة الصداقات للجمهور المصري على الفييس بوك.
3. رصد وتفسير وتحليل اسباب اقبال الجمهور المصري على استخدام الفييس بوك.
4. رصد وتحليل الأساليب الحياتية للجمهور المصري على الفييس بوك.
5. معرفة علاقة العوامل الديموغرافية بتبادل الخبرات الاجتماعية والأساليب الحياتية.
6. رصد وتفسير العلاقة بين استخدام الفييس بوك والعلاقات الاجتماعية داخل الأسرة النووية.

#### تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات، يمكن إجمالها في النقاط التالية:

1. لماذا يقبل الجمهور المصري على استخدام الفييس بوك؟
2. كيف كانت معدلات استخدام الجمهور المصري للفييس بوك؟
3. من هي الصداقات للجمهور المصري على الفييس بوك؟
4. ما الاساليب الحياتية والاجتماعية لتبادل الخبرات بين الجمهور المصري على الفييس بوك؟
5. ما العلاقة بين العوامل الديموغرافية وتبادل الخبرات الاجتماعية والأساليب الحياتية؟
6. ما العلاقة بين استخدام الفييس بوك والعلاقات الاجتماعية داخل الأسرة النووية؟

#### فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية بين ( النوع- المؤهل الدراسي- السن) وتبادل الخبرات الاجتماعية والأساليب الحياتية.

2. توجد علاقة ارتباطية بين أنماط الاتصال الأسريّ و استخدام الفيس بوك.
3. توجد علاقة ارتباطية بين ( النوع- المؤهل الدراسي- السن) واستخدام الفيس بوك.

#### مناهج وأدوات الدراسة:

1. منهج المسح الإعلامي.
2. أسلوب المقارنة المنهجية.

#### أدوات الدراسة:

تستخدم الدراسة صحيفة الاستقصاء وفقاً لأسلوب الأسئلة المقننة والمفتوحة؛ حيث تتضمن استمارة الاستقصاء أسئلة معدة مسبقاً بهدف التعرف على الحقائق، أو السلوك المحدد، وذلك من خلال ما يختاره الباحثون من البدائل المحددة في الصحيفة، أو الإجابة عن الأسئلة المفتوحة التي تعبر عن رأي الباحثين واتجاهاتهم.

#### الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على نظرية الاستخدامات والإشباعات و نموذج الاتصال الأسري المعدل.

#### أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباعات:

طبقاً لمدخل الاستخدامات والإشباعات، يُوصف أفراد الجمهور بأنهم مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام، بغية الحصول على نتائج خاصة يُطلق عليها الإشباعات. وقد اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباعات منذ السبعينيات بضرورة التمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور gratification sought من خلال التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات التي تتحقق بالفعل gratification obtained.

فتشير الإشباعات المتحققة إلى ما حصل عليه الأفراد من إشباعات نتيجة الاستخدام الفعلي لوسيلة معينة، بينما الإشباعات التي يسعى الأفراد إلى تحقيقها تشير إلى الدوافع والحاجات التي يتوقع الفرد أن يحصل عليها من الوسيلة قبل استخدامها الفعلي(2).

وتركز نظرية الاستخدامات والإشباعات على التمييز بين هذين النوعين من الإشباعات، لما يترتب على ذلك من اختلاف في النتائج من حيث مدى الرضا عن الوسيلة؛ حيث إنه في الحالات التي لاتفي فيها الوسيلة بإشباعات الأفراد gratification sought، ستخيّب آمالهم، وبالتالي سيبحث الفرد عن وسيلة أخرى يمكن أن تفي باحتياجاته التي يبحث عنها.

لايحب التركيز فقط على الإشباعات التي يأمل الأفراد الحصول عليها عند استخدامهم للشبكات الاجتماعية، وإنما يجب التركيز أيضاً على أنواع الإشباعات التي يحصل عليها الأفراد عند انضمامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية

### ثانياً: نموذج الاتصال الأسري:

استخدم باحثو الاتصال الجماهيري نموذج الاتصال الأسري لقياس الأعراف الاتصالية للأسرية حيث يساعد على التنبؤ بمجموعة متنوعة من النتائج والسلوكيات، وقد طُور هذا النمط في الأصل لقياس استخدام الوالدين للسلطة في دراسة عن كيفية تأثير الاتصال الأسري على التنشئة السياسية. ويقوم هذا النموذج بتقسيم المعايير الأسرية إلى مجموعتين، هما:

1. التوجه السلطوي أو التوجه الاجتماعي-socio conformity orientation , orientation: ويؤكد على أن الوالدين يستخدمون القوة لتشجيع الطفل، أو إجباره على الانسجام مع وجهة نظرهم، حيث يرتبط بالإذعان للسلطة عمومًا. ويركز التوجه السلطوي على القيم التقليدية، وحيات احترام السلطة، وتجنب الصراع.
2. التوجه النقاشي أو التوجه النظري concept conversation orientation , orientation: ويركز على ضبط النفس لقوة الآباء، بهدف تشجيع الأبناء على الاستقلال، والتعبير الحر عن الأفكار والمشاعر، وأيضًا لدعم الأهداف الشخصية، ويرتبط التوجه النقاشي أيضًا ببراعة الأهداف الشخصية، والذوق، وبتناغم العلاقات الشخصية مع الأسرة، وكذلك بانفتاح الاتصال خارج المنزل، والذي يشمل الاهتمام والمشاركة السياسية. كذلك يرتبط التوجه النقاشي بالتركيز على التّقبل، ومواجهة الصراع علنًا، والمشاركة، والاستقلالية، والحكم الذاتي في زواج الوالدين.

### مصطلحات نموذج الاتصال الأسري المعدل:

وتتحدد هذه المصطلحات في كلاً من:

التوجه النقاشي: وعرفه كورنر وفيتزباتريك(2002)<sup>(3)</sup> على أنه درجة تشجيع الأسرة لأعضائها على التفاعل غير المقيد حول مجموعة واسعة من الموضوعات. التوجه السلطوي: ويمثل الدرجة التي تؤكد بها الأسرة على تجانس المواقف، والقيم، والمعتقدات داخلها.

هذان التوجهان من الاتصالات الأسرية يرتبطان عكسيًا مع بعضهما البعض ويتقاطعان لتشكيل أربعة تصنيفات من الأسر هي<sup>(4)</sup>:

1. الأسر التعددية: وهي الأسر ذات التوجه النقاشي العالي، حيث تؤكد على أهمية الاتصال، والتعبير الحر عن الأفكار والآراء، مع ممارسة القليل من الضغط على الأبناء؛ لكي يتفقوا مع وجهات نظر الآباء، وفي مثل هذه الأسر يتم تشجيع الأبناء على ممارسة اهتماماتهم الخاصة، والتعبير بحرية عن رغباتهم واحتياجاتهم، والسعي من أجل تحقيق أهدافهم الشخصية.
2. الأسر الوقائية أو الحماية: تُظهر هذه الأسر توجهًا سلطويًا ملحوظًا، وتوجهًا نقاشيًا منخفضًا، فهي أسر محافظة تعطي أهمية كبيرة لتوافق الطفل مع باقي أفراد الأسرة، بينما تقلل من أهمية تفاعله، كما تحافظ على المظهر الهادي، والمتجانس للأسرة عن طريق منع الخلافات، وهي بالطبع لا تولى اهتمامًا كبيرًا للاتصال.

3. الأسر التوافقية أو الاستشارية: وهي أسر تتمتع بتوجه توافقي، وتوجه نقاشي عالٍ، حيث تشجع أبناءها على المناقشة والتعبير الحر عن الآراء، لكنها تتوقع منهم التوافق مع آراء الآباء، كما أن ترتيب السلطة يظل داخلها مسألة غير قابلة للنقاش.
4. الأسر الفقيرة أو اللاهوية: وهي أسر تتمتع بتوجه نقاشي وسلطوي منخفض، فلا يمكن القول بأن هذه الأسر تحبذ أيًا من الاتجاهين أو تفضله عن الآخر، فهي تقلل من أهمية التفاعل والاتصال، كما أنها تمارس في الوقت نفسه القليل من الضغط على الأبناء للاندماج مع الأسرة.

#### مجتمع الدراسة:

يتمثل في مجموعات وصفحات الفيس بوك التي يشترك فيها المصريين والأصدقاء وأصدقاء الأصدقاء حيث أنه مجتمع متعدد الخصائص والسمات وغير متجانس في الصفات وذلك بسبب تعدد الاهتمامات والتفضيلات، وعدم تجانس المجتمع بسبب سهولة استخدام الفيس بوك وتعدد وتنوع المراحل العمرية فهناك الأطفال والمراهقين والشباب وكبار السن، والثقافات السواحلية والريفية والحضرية والبدوية باختلاف اقطار جمهورية مصر العربية.

#### عينة الدراسة:

تطبيق الدراسة على عينة متاحة - غير احتمالية والتي لا تتبع قواعد حسابية في اختيارها- من الجمهور المصري يستخدمون الفيس بوك، وقد بلغ حجم العينة (245) مفردة. من أصدقاء الفيس بوك وأصدقاء الأصدقاء حيث تم توزيع رابط الأستمارة على الصفحة الشخصية للباحثة وبدورة تم مشاركة رابط الأستمارة بين الأصدقاء وتولى أصدقاء الأصدقاء نشر الرابط، كما تم الأستعانة بعدد من المجموعات البحثية مثل (رابطة باحثي الدراسات العليا- الدراسات العليا بالجامعات المصرية) وشبكة طلاب اعلام، مجموعة أحنأ ولاد وبنات مواليد الثمانينات، أصحاب المعاشات. وكانت النتائج الاستكشافية للعينة: 84 من الذكور بنسبة 34.3%، مقابل 161 من الإناث بنسبة 65.7%، 92 من حملة الشهادة الجامعية باكلوريوس/ ليسانس بنسبة 37.6%، 58 لمؤهل الماجستير فقط بنسبة 23.7%، 47 لحملة الدكتوراه بنسبة 19.2%، 21 للدبلوم العليا بنسبة 8.6%، وبلغ عدد مؤهلي التعليم فوق المتوسط في العينة 19 مفردة بنسبة 7.8%، التعليم المتوسط (الثانوي) خمسة مفردات بنسبة 2%، وللشهادة الإعدادية 3 فقط بنسبة 1.2%، وكان عدد الفئة العمرية (31-50) 146 مفردة بنسبة 59.6%، أما الشباب الجامعي (أقل من 30) بلغت 87 بنسبة 35.5%، وانخفضت فئة (أكبر من 50) لتصل إلى 2 مفردة بنسبة 4.9%.

#### نتائج الدراسة الإستطلاعية:

بعد توزيع الأستبيان على عينة إستطلاعية قوامها (51) مفردة للتأكد من صدق المقياس المستخدم في الدراسة، وذلك بالإستعانة ببرنامج SPSS حيث تم حذف الأسئلة التي أثرت على صدق الإستبيان بعد قياس معامل ألفا كرونباخ والذي كان



(75%) وثبت أن اسئلة الاستبيان التي تنخفض فيها قيمة معامل ألفا مما يؤثر على صدق الاستبيان.

#### مصطلحات الدراسة:

**الخبرات:** الخبرة تعني المعرفة والتي ينتج عنها تعلم مهارة ؛ وقد تكون مكتسبة بطريق مباشر بالتعامل الشخصي مع الشيء أو الحدث فيكون الفرد خيرة مباشرة عنه أو غير مباشرة يكتسبها الفرد عن طريق تجارب الآخرين حول شيء ما، ولا بد أن تتوافر البيئة المجتمعية التي تسمح بتبادل ونقل خبرات الأفراد فيما بينهم.

**أساليب الحياة:** يعتبر نموذجاً متكاملًا من النشاطات والهوايات والرياضة والتسوق واهتمامات الأكل و أساليب تقديمه، ترتيب المنزل والديكورات والأزياء، ويدخل ضمنها التجارب الشخصية في الخبرات الاجتماعية للفرد (التعامل مع مستشفيات أو منتجات أو خدمات مقدمة من جهات مختلفة) ويتبادلها الفرد مع غيره في بيئة تفاعلية تسمح بالرد واللحظي أو الفوري والمناقشات ويتبادل الأفراد نحوها آرائهم.

**الأسرة النووية:** أسرة تتكون من الأب والأم أو ما ينوب عنهما في تربية الأبناء والتعامل المباشر معهم، والأخوات.

**العائلات:** تعد أمتداد للأسرة وتشمل الأقارب من الدرجة الأولى والثانية وهم العم، والعمة، الخال، والخالة وأولادهم.

**أصدقاء الأصدقاء:** تلك الصداقات التي يمتلكها صديقي على الفيس بوك فتصبح داخل دائرة وشبكة الصداقات والمعارف، وقد تكون صداقات مشتركة التي تعد نقطة التقاء بين الصديق وصديقة على شبكة الفيس بوك، أو لا تكون مشتركة فعند إذن تعد ضمن شبكة صداقات إحدى الأطراف دون أن تدخل حيز الصداقات المشتركة.

**النمط السلطوي للتواصل الأسري:** أسلوب تواصل بين أطراف الأسرة يعتمد على إذعان طرف إلى الآخر دون مناقشة أو حوار أو حتى الاستماع لرغبات الطرف الآخر، ويكون الطرف المدعن الذي يعتمد على الطرف المتسلط في الإنفاق، ودائمًا ما يدير الأسرة فرد واحد فقط، كما تفتقر للدفع الأسري.

**النمط النقاشي للتواصل الأسري:** أسلوب تواصل بين أطراف الأسرة يعتمد على احترام رغبات الأطراف، والتعاون في أخذ القرارات الأسرية، ويتميز التواصل داخل هذه الأسرة بالشكل الدائري فالسلطة ليست هرمية كما في النظام السلطوي، كما أن الحوار المستمر داخل هذه الأسر يخلق بيئة أسرية تتميز بالدفع والتفاهم وعندما يمر أحد أطراف الأسرة بمشكلة يصبح هم جميع الأطراف هذه المشكلة فالمشكلة ليست فردية، وتتميز بالتكافل الأسري.

**النمط التوافقي للتواصل الأسري:** يتميز هذا النوع من التواصل الجمع بين كلا النمطين السابقين فالسلطة في يد أحد الأطراف وغير قابلة للنقاش، ولهذا له الحق في إصدار الأوامر التي قد تكون موضع نقاش من جميع الأطراف داخل الأسرة، كما أن

التواصل الأسري يتميز بالحوار والأستماع إلى الرغبات والميول، ويتوقع فيه الآباء أن تتوافق آراء أبنائهم معهم.

**الدراسات السابقة:**

### **تأثير الفيس بوك على العلاقات الأسرية:**

يسمح الفيس بوك بالتفاعل بين الوالدين والأبناء بطريقة منفتحة ومتساوية، حيث قال الأبناء ليس لدينا ما نخفيه عن والدينا، وهذا بدوره يُشعر الأبناء أنهم قريبون من آبائهم، أما الآباء أكدوا أن الفيس بوك وسيلة لمساعدتهم على معرفة ماذا يحدث في حياة أطفالهم، أما المساواة في العلاقة تعني أن الفيس بوك منح الأبناء مزيداً من الاستقلالية حيث ساهم الفيس بوك في التفاوض على السلطة الأبوية؛ فضلاً على أنه يعمق الثقة المتبادلة بين الآباء والأبناء. كما يعمل الفيس بوك كجسر لربط الأجيال فيمنح الآباء فرص لفهم جيل الأبناء بشكل أفضل من خلال التعرف على لغتهم وثقافتهم، فبمجرد ولوج الآباء إلى منصة الفيس بوك يعد هذا مؤشراً على درايتهم بالعصر وأنهم في نفس مستوي أبنائهم من خلال الإنضمام للوسيلة التي يقضي أبنائهم الكثير من الوقت فيها. إن هذا يُشعر الأبناء أنهم متساوون مع آبائهم، ويتولد هذا الشعور من خلال إنتظار الآباء موافقة أبنائهم ضمن قائمة أصدقائهم وهذه المساواة تُسهم في قرب العلاقة بينهم، (Vivian Hsueh 2010) (5) يسهم الفيس بوك في زيادة العلاقة الحميمية داخل الأسر النووية بسبب التفاعل الذي يدور بينهم على الفيس بوك وظهور موضوعات جديدة مشتركة بينهم. وتوصلت دراسة (Benedict O. Medina 2019) (6) إلى أن الشباب في الفلبين يستخدمون الفيس بوك -على وجه الخصوص- للبقاء على اتصال مع كبار السن، وأكدوا أنه يعتمدون عليه للتواصل مع أسرهم الذين يعيشون في أماكن مختلفة ويتناقشون من خلاله معهم حول أوضاعهم التعليمية والأنشطة التي تجريها المدرسة، ومن ضمن الموضوعات التي يتناقش حولها أفراد الأسرة هي المدفوعات مثل الإيجارات وإرسال الرسوم الدراسية ويصفون لهم الأنشطة التي سوف يشاركون فيها مع أصدقائهم، ويتحدثون مع أسرهم حول أداء المدرسة ويستثرونهم في الأمراض التي تواجههم، ويطلبون منهم الأذن للخروج مع زملائهم، كما يسأل كل منهما الآخر كيف قضي يومه ومناقشة بعض المشاكل العائلية التي تحتاج إلى حلول في أقرب وقت، فتمكن منصة الفيس بوك الأسر من الإطمئنان المتبادل بينهما نظراً لظروف بعد المسافات بينهم، إلا أنها أضافت مشكلة اللغة المستخدمة في التواصل الأسري كأحد المشكلات التقنية التي تواجههم أثناء التواصل عبر الفيس بوك، فالدلالة اللغوية المختلفة أو الخطأ قد تتسبب في سوء فهم بينهم وهذا قد يولد الصراع لذلك لا بد أن يكن الأبناء حذرين عند اختيار الكلمات وعلامات الترقيم قبل الإرسال تجنباً للصراع. ولكن في دراسة (Eric M. Fife, LuAnn LaCava 2013 & C. Leigh Nelson) (7) على النقيض من دراسة (vivian2010) أن الأبناء حرصون على ضبط إعدادات خصوصية عالية بين آبائهم، حيث كشفت

المقابلات النقاشية لأفراد العينة عن قلق الأبناء من مشاركة معلوماتهم وأنشطتهم على الفيس بوك مع أفراد عائلتهم الأكبر سناً وذلك لأنهم قد يحكمون عليهم دون منحهم فرصة للمناقشة إذن يعتبر العمر (عمر أفراد العائلة) أحد العوامل التي تؤثر على قواعد الإفصاح على الفيس بوك، على الرغم من مخاوف أفراد العينة بشأن رأى أفراد أسرهم على أنشطتهم على الفيس بوك إلا أن الغالبية العظمى منهم على استعداد لقبول أفراد الأسرة كأصدقاء على الفيس بوك ويترددون في تقييد وصولهم إلى ملفهم الشخصي - حتى مع علم أفراد العينة أن أفراد أسرهم سوف ينظرون إليهم بطريقة لا يفضلونها- إلا أنهم اختاروا احتضان أفراد أسرهم عبر الإنترنت حيث قال أحدهم " الأسرة هي الأسرة.. وأنا منفتح جدا مع عائلتي"؛ ولكن البعض من أفراد العينة لديهم صعوبة في كشف أنشطتهم لأفراد أسرهم، فضلاً على تأكيد أفراد العينة أنه عند رفض طلب صداقة أحد أفراد الأسرة يشكل هذا خطراً على العلاقة الأسرية وهم ليسوا على استعداد لتحمل هذا الخطر ولذلك عبر أفراد العينة أنهم على استعداد للإفصاح عن خصوصية معلوماتهم على الفيس بوك في سبيل العلاقات الأسرية التي لا يتحملون مخاطرها، ولكنهم يقلقون من إشارة أصدقائهم لهم على الصور الذين يظهرون فيها ولهذا يقومون بإلغاء الإشارة حتى لا يعرف آبائهم بتلك المعلومات، ولكنهم رغم كل ذلك يرون أن الفيس بوك يساهم في التواصل مع أفراد الأسرة وخصوصاً للذين لم يروهم كثيراً حيث يوفر الفيس بوك تلك القاعدة المنزلية للتواصل عن بعد مع عائلتهم، كما أكدوا أيضاً على أنه مفيد في المجالات الاجتماعية فعلي سبيل المثال أشارت أحد المبحوثات أن جدتها تلقت رسائل تعزية من كثير من الناس بعد وفاة جدها مما طمئن جدتها قليلاً، وأشار آخر إلى أن الفيس بوك يذكرنا بأعياد ميلاد العائلة ، كما أشارت بعض المشاركات أن الفيس بوك ساهم في تحسين العلاقة بينها وبين أختها عندما وضعت أختها صورتها على صورة ملفها الشخصي ؛ وتعتقد أنها كانت تحاول إصلاح علاقتها. وفي دراسة لتحليل (400 ألف) ملف شخصي على الفيس بوك من المجتمع الأمريكي لكشف أنماط الاتصال الأسري بين الآباء والأبناء (Moira Burke وأخرون 2016) (8) أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن العلاقات بين الأم وأبنائها كانت الأكثر شيوعاً حيث بلغت نسبتها 41.4% من مجموع العلاقات الأسرية على الفيس بوك، وكانت نسبة علاقة الأم بالأبن 26.8% يليها الأب والأبن 13.1%، وقد بلغت نسبة الأصدقاء الأقارب المشتركين بين الآباء وأبنائهم 19.4% والتي تمثلت في حسب الترتيب: أبناء العم، الأشقاء، العمات، الأعمام، الوالد الآخر (سواء كان أب أو أم)، أظهرت الدراسة أن الأمهات على الفيس بوك يتواصلن بزيادة مع بناتهن في سن الإنجاب وربما يناقشن سوياً أمور الحياة الأسرية ومشاركة صور الأحفاد، يكرس الأطفال 1% فقط من مشاركتهم لووالديهم وتقل مع تقدم العمر، يمثل التواصل بين الآباء والأبناء على الفيس بوك بالموودة والمكالمات الهاتفية والحديث عن الأحفاد، هناك اختلاف بين تواصل الآباء مع أبنائهم البالغين والمراهقين فكانت الكلمات الاتصالية

بين الآباء وأبنائهم البالغين تشابه مع الكلمات التي ظهرت في تحليل الآباء مع أصدقائهم مثل استخدام الكلمات العامية في الحديث وهذا يشير إلى أن الوالدين يعاملون ابنائهم وبناتهم البالغين على أنهم أصدقائهم. أما الكلمات الاتصالية بين الآباء والمراهقين تتمثل في المديح في مظهره الخارجي (رائع، وسيم، لطيف..). عند التعليق على صورهم وهذا يشير إلى أن الآباء يراعون مشاعر المراهقون من خلال مدحهم على منشوراتهم وصورهم وذلك أكثر من أولادهم البالغين حيث يتناقشون معهم على صور الأحفاد. وعن أنماط التواصل الأسري على الفيس بوك في زيمبابوي أثبتت دراسة (Shupikai Zebron وآخرون 2013) (9) أن المراهقون لا ينتمون بالحرية في مشاركة المعلومات حول علاقاتهم العاطفية مع آبائهم وهذا يعني أن المراهقون يشعرون أنهم بحاجة إلى قدر من الخصوصية ولا يمكنهم مشاركته المعلومات - التي يمكن أن يشاركوها مع أصدقائهم - مع آبائهم، وقد يشير أيضاً إلى عدم تقارب الآباء مع أبنائهم المراهقون، حيث أكد 58% من الآباء يلمحون أن تواصلهم محدوداً مع أبنائهم المراهقون، أيضاً يرى 80% من أولياء الأمور أن أبنائهم المراهقون يميلون إلى تجاهل أوامرهم، ويشتبه 54% من الآباء في مشاهدة أبنائهم مواد إباحية على الفيس بوك؛ إذن المجتمع الصيني في دراسة (فيفيان 2010) أكثر إنفتاحاً مع أبنائهم من المجتمع الزيمبابوي، حيث أن معظم المراهقون في عينة الدراسة لا يفضلون والديهم كأصدقاء على الفيس بوك وأستياهم من وجود آبائهم على الفيس بوك. بينما دراسة (منال محمد 2019) (10) توصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد ساهمت في تقليل التواصل مع الأسرة بمتوسط حسابي 3.75، كما أنها ساهمت بأتساع الفجوة بين طالبات العينة وبين أسرهن بمتوسط 2.84، وذكر أنهن يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من المشاكل الأسرية بمتوسط 2.68 للعبارة، كما كان لها الأثر المتوسط في إنقطاع الطالبات عن زيارة أقاربهن بمتوسط للعبارة 2.61، وكانت أفراد العينة يستخدمن تويتر بنسبة 71.4% والفيس بوك بنسبة 47.6% والأنستجرام بنسبة 83.2% وحظي تطبيق الواتس أب بأعلى نسب الاستخدام 98.7%. واتفقت نتائج دراسة (بن خليفة نوفل 2019) (11) على التأثير السلبي للفيس بوك على العلاقات الأسرية، حيث وافق بشدة 28.8% من المتزوجين، على أن الفيس بوك يساهم بشدة في زيادة الفجوة الأسرية والتوتر الأسري؛ أما غير المتزوجين وافقوا بنسبة 13.4%، فضلاً عن أن تسبب الفيس بوك في الإنطواء والعزلة الأسرية بسبب كثرة استخدامة كانت بنسبة 37.5%، كما أن 57.5% من أفراد العينة وافقوا بشدة على تسبب الفيس بوك في إنخفاض الحوار والمناقشة مع الأبناء.

#### دوافع استخدام الفيس بوك والخبرات المجتمعية المكتسبة:

يعتبر الفيس بوك أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الجمهور من أجل إشباع رغبات معينة قد تكون تعليمية، تثقيفية، إجتماعية، ترفيهية، وكل هذه الرغبات التي تدفع الأفراد لاستخدام الفيس بوك، أغلب الدراسات أثبتت أن الفيس بوك

وسيلة للتواصل بين الأهل والأصدقاء هذا التواصل المستمر يُسهم في تبادل الآراء والخبرات، حيث تنوعت وأختلفت المجموعات والصفحات التي تعددت موضوعاتها، ويشارك فيها جمهور منصة الفيس بوك، كما أن مجرد تصفح صور وملفات أصدقائنا على الفيس بوك يُسهم ذلك في تحقيق عدد من الأمور الأطمئنان على أصدقائنا، تجريب الخبرات التي قد ينشرونها على صفحاتهم فالأصدقاء أحد الدوائر الاجتماعية التي يتبادل الأفراد خبرات بعضهم البعض، ويعد الفيس بوك منصة تسهل هذا عن طريق مميزات الصور والفيديوهات، وقد أثبتت دراسة (Norlizan Mohd) (2014) (12) 68% من أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك يومياً؛ ويستخدم 77 مفردة الفيس بوك للتواصل الاجتماعي، بينما يستخدم 51 من المبحوثين لأغراض الدراسة، علاوة على ذلك ذكر 43 مبحوث أنهم يستخدمون الفيس بوك للتعرف على أصدقاء جدد، وأكد الطلاب أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم على صنع حياة اجتماعية أسهل من خلال تفاعلهم مع أصدقائهم على منشوراتهم على الفيس بوك ومعرفة الاصدقاء الجدد من مجرد نقرة بسيطة ومع ذلك رفض افراد العينة احتمال أن يكون الفيس بوك ساعدهم في تعزيز مهاراتهم الاجتماعية، حيث أن دائرتهم الاجتماعية لم تتغير بشكل مطلق. وأدى هذا الرفض لدور الفيس بوك الاجتماعي إلى جعلهم أعضاء داخل المجتمع بشكل مثالي. 28% من المستجيبين يستخدمون الفيس بوك للحصول على معلومات تعليمية واجتماعية، 29% للبقاء على اتصال مع أصدقائهم، 11% لتحديث العالم المعاصر، 11% لتطوير الشبكات الاجتماعية، 4% فقط للوظائف ذات الصلة بمعلومات، 17% للترفيه (Belal, J) (2017) (13) وأكتشفت أيضاً ارتباط الطلاب بالفيس بوك ولكن نسبة ضئيلة من الأكاديميين وغالباً من أجل احتياجات اجتماعية، بالإضافة إلى أنه يتم استخدام الفيس بوك من أجل أغراض مثل الإحتيال ونقل معلومات مضللة، وعرض ونسخ أقوال الناس من أجل إنشاء سوء التفاهم بين المستخدمين. هذه الأنماط السلبية في استخدام الفيس بوك تؤثر سلباً على الطلاب وتحويل تركيزهم من الغرض الأكاديمي إلى أعراض أخرى؛ حيث يتأثر 17% من الطلاب بشدة بهذه الأنماط السلبية للاستخدام على حياتهم اليومية، 13% يتأثرون بشكل كبير ويتأثر 19% بنسبة طفيفة، 7% يتأثرون تأثر طفيف جداً. وفي دراسة (Yahya M. AL-) (2017) DHELEAI (14) شارك فيها 49 طالب في الأستبيان من الجامعة التكنولوجية الماليزية يتوقع الطلاب أن الفيس بوك يساعدهم في فهم محتوى الدورة التدريبية بمتوسط 4.12، كما أن لديهم اتجاه إيجابي نحو إرسال الأسئلة على الفيس بوك بمتوسط 4.17، ويتوقع الطلاب أن إجابات أقرانهم على الفيس بوك تساعدهم في فهم محتوى الدورة التدريبية بمتوسط 3.96 إذن فالطلاب لديهم تصور إيجابي فيما يتعلق بالتفاعل مع أقرانهم لأغراض التعليم عبر الفيس بوك وهذا التفاعل يعد أمراً مهماً بالنسبة لهم، لأنه يربطهم ببعضهم البعض خارج وقت الفصل الدراسي، ويمكن هذا التفاعل من مناقشة محتويات الدورة التدريبية في أي وقت من خلاله، كما أن الفيس

بوك يمكّن الطلاب من نشر الأسئلة ومناقشة المعلومات مع أقرانهم عند مواجهة أي صعوبات أثناء الدراسة أو تحضير مهامهم؛ كل هذه المناقشات تساعد في فهم محتوى الدورة بشكل أفضل، وتعزز من أدائهم الأكاديمي. ولكن دراسة (Ruti Moran Deri & Gafni 2012) (15) توصلت لنتائج مناقضة حيث يرى الطلاب أن الفيس بوك يؤثر على التعليم بسبب استخدام 88% منهم الفيس بوك لمشاهدة صور أصدقائهم، كما أن 73% من الطلاب يقضون أوقات فراغهم في مشاهدة صور أصدقائهم وبالإضافة إلى أن 48% منهم قدروا مقدار الوقت المستغرق لمواصلة مهامهم الأكاديمية بين 3 دقائق إلى ساعتان، باختصار لدي الفيس بوك القدرة على إثارة المشاعر وهذه المشاعر تثبط من عملية التعلم بشكل كبير، إذا قرر الطلاب تقليل استخدام الفيس بوك فإنهم يمكنهم استغلال هذا الوقت في العمل وكسب المال فضلاً عن ساعات التعلم الإضافية خلال اليوم سوف يزيد من فرص الحصول على درجات أفضل، كما أن الدراسة توصلت لنتيجة خطيرة هي أن 49% من عينة الطلاب لم يستخدمون الفيس بوك للأغراض الأكاديمية، بينما 25% من الطلاب يعتقدون أن الفيس بوك ساعدهم في دراستهم، كما أن طلاب السنة الجامعية الأولى يقضون من 3-6 ساعات يومياً في تصفح الفيس بوك حيث أكد 50% من طلاب السنة الأولى تأثير الفيس بوك على حياتهم الاجتماعية بشكل كبير؛ أما 14% من طلاب السنة النهائية لا يستخدمون الفيس بوك نهائياً. ويسهم الفيس بوك في الدعم الاجتماعي وذلك ما أثبتته دراسة (شرين كدواني 2018) (16) حيث ذكر 63% من المبحوثين دوافع اشتراكهم في صفحتي (مشاكل اجتماعية للنقاش)، (society problems) للتعرف على المشاكل الاجتماعية وتجارب الآخرين لاكتساب خبرة في الحياة العملية، وذكر 21% منهم رغبتهم في المشاركة الفعالة مع الآخرين والتحاور من أجل حل المشاكل الاجتماعية، تقديم النصيحة والمشورة والدعم للآخرين 19%، ويتضح من النتائج أن الفيس بوك يُسهم في تحقيق العطاء الاجتماعي الرقمي المتمثل في حض الأفراد على التبرع بالمعرفة والخبرات المتراكمة لديهم فقد ذكر 52% من المبحوثين أنهم يشاركون بتقديم الدعم والرأي والمساعدة لأعضاء الصفحة. وقد انحصرت أغلب المضامين التي شارك المبحوثين في نشرها كانت نصائح اجتماعية للآخرين بنسبة 48%، مشاكل شخصية 40%، تجارب اجتماعية مر بها الفرد، ورأية في المشاكل التي تواجه المجتمع بنسبة 28%، مشاكل شخصية لأشخاص يعرفونهم بنسبة 20%.

#### نتائج الدراسة:

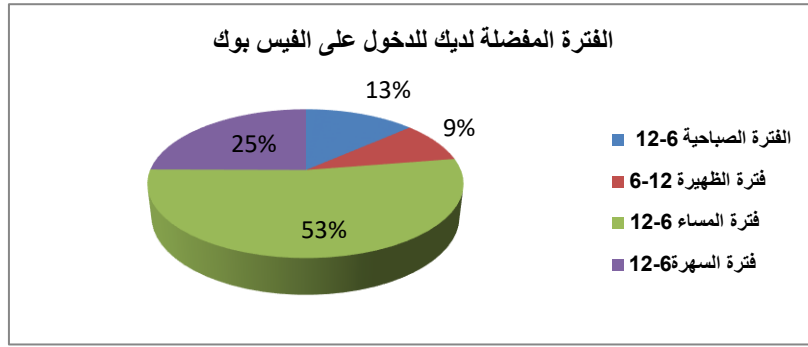
#### أولاً: ما يتعلق برصد وتوصيف وتحليل استخدام الجمهور المصري للفيس بوك:

أثبتت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يشتركون في الفيس بوك منذ فترة زمنية كبيرة أكثر من عشر سنوات مما يثبت أن الفيس بوك تغلغل في حياة المجتمع المصري، حيث يوضح الشكل رقم (1) ارتفاع أعداد الأفراد الذين يمتلكون حساب على الفيس بوك أكثر من عشرة أعوام فيبلغ عددهم 171 مفردة بنسبة 70%، يليها عينة الأفراد الذين

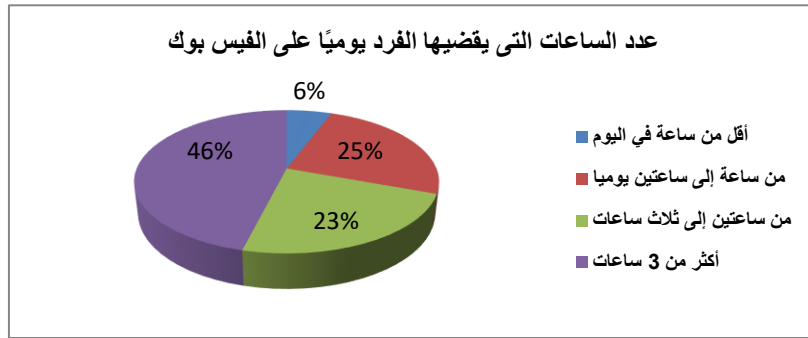
يتملكون حساب الفيس بوك من ثلاث سنوات إلى ستة بنسبة 24% و(58) مفردة، الدراسة أثبتت إنخفاض في أعداد مستخدمي الفيس بوك منذ فترات زمنية قريبة لتصل في مجملها 16 مفردة فقط بنسبة 6.5%، فكانت نسبة من يملكون الفيس بوك منذ أقل من عام واحد 2.4% فقط وهذا دليل على تألف الجمهور المصري مع الفيس بوك، حيث كان الجمهور المصري يملك حساب على الفيس بوك منذ الفترة السياسية التي حدثت بها ثورات الربيع العربي.

أثبتت الدراسة ارتفاع معدلات استخدام العينة للفيس بوك، حيث يوضح الشكل رقم(2) أن 46% يقضون أكثر من 3 ساعات يوميًا في تصفح الفيس بوك، نصف العينة تقريبًا، وهذا مؤشر لإسراف الجمهور المصري عدد كبير من الساعات في تصفح الفيس بوك يوميًا، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه (منال الناصر 2019) اسراف الطلاب السعوديين في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا لمدة أكثر من خمس ساعات بنسبة 32.4%، ولكن تختلف مع (belal2017) أن الطالب البنجلاديشي يقضي يوميًا على الفيس بوك أكثر من 3 ساعات وذلك بنسبة 26.3% فقط وقد يكون بسبب أن ظاهرة الفيس بوك جديدة في المجتمع البنجلاديشي وذلك بسبب أن 12% من العينة يملكون حساب على الفيس بوك منذ أكثر من خمس أعوام، إلا أن المجتمع الأمريكي لا يقضي ساعات طويلة في تصفح الفيس بوك حيث يقضي 25.8% من الأمريكيين أقل من ساعة على الفيس بوك مقابل 9.2% فقط يقضون أكثر من 4 ساعات وذلك وفقاً (lopez2020 ayla G)، ويعد ذلك مؤشراً يتطلب دراسات طويلة ومتعمقة في تتبع عادات واساليب استخدام الوطن العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، كما أثبتت الدراسة أن 25% من العينة يقضون من ساعة إلى ساعتين يوميًا في تصفح الفيس بوك، وتقاربت معها نسبة الأفراد الذين يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات يوميًا بنسبة 23%، مقابل إنخفاض في نسب أفراد العينة الذين يتصفحون الفيس بوك أقل من ساعة يوميًا لتصل 6% فقط، هذا يفسر اعتماد الجمهور المصري على الفيس بوك كأحد مصادر المعرفة والترفيه وذلك لاستقطاع وقت كبير يوميًا في تصفحه. يفضل أفراد العينة تصفح الفيس بوك في الفترة المسائية من 6 مساءً-12 صباحًا وذلك بنسبة 53% أكثر من نصف العينة تقريبًا يوضح شكل رقم(3)، وذلك يتفق مع فترة تفضيل الطلاب السعوديين في الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية 52.4% منهم يفضلون هذا التوقيت بعد عودتهم من الجامعة، إلا أن الطلاب البنجلاديشيون لا يوجد لديهم وقت مفضل في تصفح الفيس بوك حيث ذكر (belal2017) أن 65% لا يوجد لديهم وقت محدد لتصفح الفيس بوك، إلا أن 25% من أفراد عينة الدراسة الحالية يفضلون فترة السهرة، فضلاً عن أن 13% فقط يتصفحون الفيس بوك في الصباح تلك الفترة المفضلة لديهم، وتنخفض نسبة أفراد العينة ممن يتصفحون الفيس بوك في فترة الظهيرة لتكون 9% فقط، وهذا يعد مؤشراً

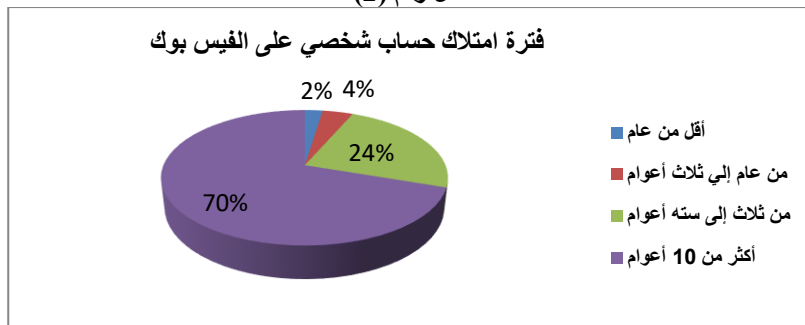
أن الأفراد يستخدمون الفيس بوك في أوقات الفراغ بعد العودة من العمل والدراسة،  
ليظل وسيلة اجتماعية ترفيهية، يستهلكها الأفراد في وقت فراغهم.



شكل رقم (1)



شكل رقم (2)

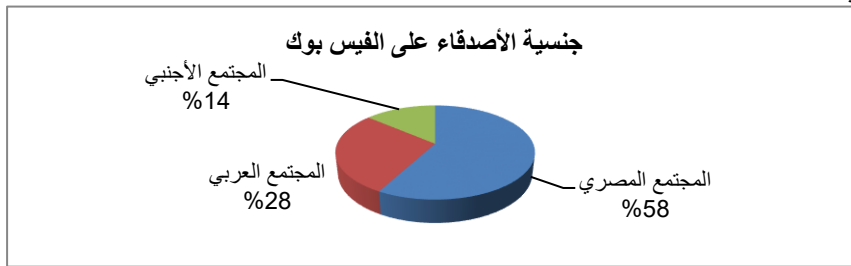


شكل رقم (3)



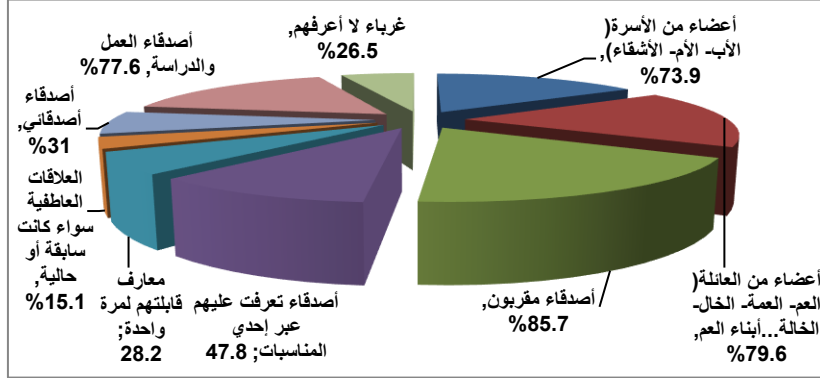
### ثانياً: توصيف وتحليل طبيعة الصداقات على الفيس بوك:

أثبتت أن أفراد العينة تنمي معظم صداقاتهم على الفيس بوك للصداقات المقربة التي يعرفونها عبر مراحل حياتهم الإجتماعية، حيث ذكر 85.7% أن صداقاتهم على الفيس بوك من أصدقائهم المقربون وهذا يؤكد على الوظيفة الإجتماعية للفيس بوك وهي التواصل الإجتماعي (johan eddy2014) والتي تتمثل في (التواصل مع الأصدقاء القدامى، الحفاظ على الأصدقاء، التهنة بأعياد الميلاد) (belal2017)؛ والتي أثبتتها العديد من الدراسات (jitka buresova2016) (17) أن البقاء على التواصل مع الأصدقاء من أهم العوامل، كما أثبتت (منال الناصر2019) أن الطلاب السعوديين يستخدمون الفيس بوك للتواصل مع أصدقائهم المقربون بأهمية نسبية للعبارة 4.8. كما أن الدراسة الحالية أثبتت أن أعضاء العائلة كأصدقاء للمبحوثين على الفيس بوك وهم (عم- العممة- الخال- الخالة- أبن العم...) حيث بلغت نسبتهم 79.6% يحتلون المرتبة الثانية من إجمالي صداقات الفيس بوك لأفراد العينة، ثم كان أصدقاء العمل والدراسة بنسبة 77.6% يليها أفراد الأسرة النووية كأصدقاء للمبحوثين على الفيس بوك بنسبة 73.9%، تليها الأصدقاء الذين تعرفوا عليهم عبر إحدى المناسبات بنسبة 47.8%، ثم أصدقاء أصدقائي بنسبة 31%، يليها المعارف التي قابلوهم لمرة واحدة بنسبة 28.2%، وأخيراً العلاقات العاطفية سواء الحالية أو السابقة بنسبة 15.1%. إذن يمكن القول أن شبكة الصداقات الافتراضية تتماثل مع شبكة الصداقات الواقعية حيث أغلب العينة تركزت في العائلة والأسرة والصداقات المقربة وأصدقاء العمل والدراسة، وإنخفضت نسبة الغرباء بين الصداقات على الفيس بوك والمعارف التي يقابلهم الفرد مرة واحدة من بين الأصدقاء على الفيس بوك مما يؤكد على تعزيز رأس المال الاجتماعي الواقعي. التفاصيل يوضحها الشكل رقم (4). ويظهر من الشكل رقم (5) ارتفاع نسبة جنسية الأصدقاء من المجتمع المصري لتصل 92.2%، يليها إنتماء الأصدقاء للمجتمع العربي بنسبة 44.9%، وأخيراً المجتمع الأجنبي بنسبة 22%. وهذا يبين أن أفراد العينة يميلون لإقامة علاقات صداقة مع نفس المجتمع ونفس العادات والتقاليد حيث ظهرت أعلى الجنسيات التي ينتمي إليها الأصدقاء على الفيس بوك هي الجنسية المصرية.



شكل رقم (4)

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)



شكل رقم (5)

**ثالثاً: دوافع استخدام الفيس بوك والأساليب الحياتية للجمهور المصري:**

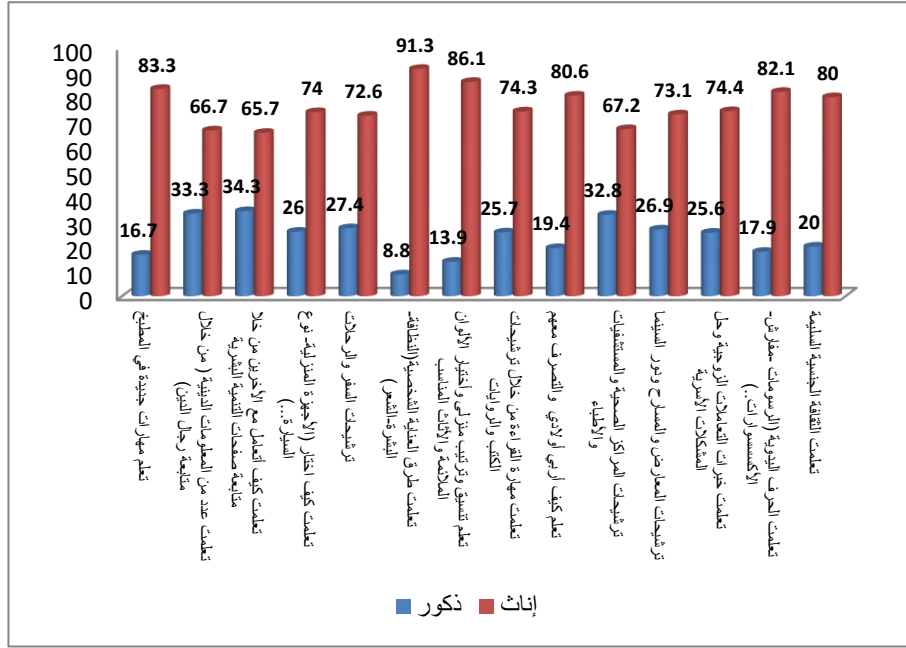
يتضح من الجدول رقم (6) أن التفاعل الإجتماعي أكثر الأسباب التي يدفع أفراد العينة لاستخدام الفيس بوك وذلك بنسبة 71.8% وتتمثل في تهنئة الأصدقاء، مساعدة الآخرين، الإطمئنان على المعارف والصدقات، وهذا يثبت الطبيعة الإجتماعية التي أسس من أجلها الفيس بوك وهذا يفسر أن معظم الصداقات لأفراد العينة من الأصدقاء المقربون أنظر نتائج شكل رقم (4)، ونجد أن دراسة (Yahya M. AL-2017DHELEAI) ترى أن الفيس بوك يمكن استخدامه في الأغراض التعليمية بين طلاب الجامعة لأنه يسهل التفاعل عبر الإنترنت حيث يعتقد طلاب الجامعة التكنولوجية في ماليزيا أنهم يستطيعون إرسال الأسئلة لأصدقائهم عبر الفيس بوك بمتوسط 4.22 كما أنهم يعتقدون بشدة أن الفيس بوك يساعدهم في فهم محتوى الدورة التدريبية بمتوسط 4.12 عموماً لدى الطلاب اتجاه إيجابي نحو استخدام الفيس بوك للأغراض التعليمية بمتوسط 4.2 وهذه النتيجة تختلف عما وصلت إليه أغلب الدراسات التي أكدت على الوظيفة الإجتماعية للفيس بوك، وفي الدراسة الحالية يأتي دافع متابعة الأحداث الجارية في المرتبة الثاني بنسبة 67.3%، أما سبب الترفيه والتسلية يأتي في المركز الثالث بنسبة 60%، ليكون سبب الحصول على معلومات بنسبة 51.8%، وقضاء وقت الفراغ وتبادل الخبرات بنسبة 47.8%، وحصل سبب معرفة كل ما هو جديد عن العمل بنسبة 42.4%، وحصلت أسباب سبب التعبير عن الذات بحرية، استعادة الصداقات القديمة، إشباع الفضول المعرفي تجاه من نفتقد التواصل المباشر معهم ويشبع افتقادي إلى التواصل الاجتماعي الحقيقي داخل الأسرة على بنسب 25.7، 25.3، 23.3، 14.3% على التوالي.



مما يسهم في تبادل ومعرفة وتجريب الأساليب الحياتية للثقافات المختلفة، ويلبيها تعلم معلومات دينية من خلال متابعة رجال الدين ومعرفة معلومات عن الأنبياء وبداية الخلق، وذلك بتكرار 111 مرة بنسبة 45.3%، وثالث الأساليب الحياتية والخبرات الإجتماعية التي تعلمها جمهور العينة من الفيس بوك فن التعامل والتواصل مع الآخرين من خلال متابعة صفحات الدعم الذاتي (التنمية البشرية)، وصفحات التربية والتعامل مع الطفل العنيد وغيرها من الخبرات الإجتماعية؛ وذلك بتكرار 102 ونسبة 41.6%، وقد احتلت تجارب الآخرين في اختيار الأجهزة المنزلية ونوع السيارة (متابعة سوق السيارات وآراء الأفراد في نوع السيارة المرغوب شراؤها) المركز الرابع من الخبرات الإجتماعية بنسبة 39.2% بتكرار 96 مرة، لتكون بذلك تجارب وآراء وترشيحات الآخرين نحو أماكن السفر والرحلات داخل وخارج مصر المركز الخامس من الخبرات الإجتماعية التي يقدمها مجتمع الفيس بوك للعينة حيث حصلت على تكرار 95 مرة اختيار بنسبة 38.8%، وكانت طرق العناية الشخصية بالبشرة والشعر والنظافة إحدى الخبرات المجتمعية التي يستفاد منها جمهور العينة من الفيس بوك حيث احتلت المركز السادس من مجمل الأساليب الحياتية بنسبة 32.7% وتكرار 80 مرة، ويلبيها بفارق طفيف خبرات تنسيق المنزل واختيار الألوان الملائمة والأثاث المناسب بنسبة 32.2% وتكرار 79 مرة حيث كانت من ضمن المجموعات التي تم توزيع رابط الاستمارة بها *Décor and interiors in Egypt* ومجموعة *Dorganize* مجموعات خاصة يتولى جمهورها في تقديم المساعدات والاستشارات في اختيار الألوان المناسبة والاستفادة من المساحات الضيقة وإعادة تدوير الخامات، كما حصلت خبرات وترشيحات الكتب والورائيات وتعلم مهارات القراءة على بنسبة 30.2% بتكرار اختيار 74 مرة ومن أمثلة تلك المجموعات (نادي القراء المحترفين)، وكانت خبرات تربية الأولاد والتصرف معهم المركز التاسع من اختيارات جمهور العينة بنسبة 27.3% وتكرار 67 مرة حيث تتنوع مجموعات تربية الأبناء مثل صفحة (التربية الممتعة)، وكانت نصائح المراكز الطبية والمستشفيات والأطباء المركز العاشر بنسبة 24.9% بتكرار 61 مرة، يليها ترشيحات المعارض ودور السينما والمسارح بنسبة 21.2%، وهناك خبرات إجتماعية حصلت على تكرارات بسيطة واحتلت مراكز متأخرة وهي (خبرات التعاملات الزوجية وحل المشكلات، الحرف اليدوية مثل الرسومات والإكسسوارات، الثقافة الجنسية السليمة بنسب 15.9%، 11.4%، 8.2% على التوالي)، كما أشار أفراد العينة في فئة أخري تذكر لعدد من الخبرات الاجتماعية التي يتعلموها من الفيس بوك منها (كتابة الرسائل العلمية، تطوير مهارات التواصل الاجتماعي، التباعد الاجتماعي أثناء جائحة كورونا، خبرات في العمل بنسبة 0.4%). وهذا يثبت أن الواقع الافتراضي للفيس بوك يعكس الدعم والخبرات المجتمعية التي يستفاد منها الأفراد على الرغم من أنه موقع تواصل اجتماعي إلا أنه عبر هذا التواصل يتبادل الأفراد خبراتهم وآرائهم التي قد تفيد أو تسهم

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

في تعديل تجارب الآخرين إذن يعتبر الفيس بوك منصة لتبادل الخبرات والآراء المجتمعية حول كل شيء حيث أنه مجتمع تتعدد فيه الثقافات والخبرات والمهن وهذا الاختلاف وعدم التجانس يسهم في إفراز الخبرات المجتمعية.  
**ترتيب أهمية الخبرات المجتمعية المكتسبة من الفيس بوك بناء على النوع:**



شكل رقم (7-أ)

تبين من الشكل رقم (7-أ) ارتفاع نسب الإناث عن الذكور بوجه عام، 84 من الذكور بنسبة 34.3%، مقابل 161 من الإناث بنسبة 65.7%، إلا أن كلاً من الذكور والإناث يسهم الفيس بوك في تعلمهم العديد من الخبرات المجتمعية، إلا أن هناك اختلاف في الخبرات المجتمعية التي يتعلمها كلاً من الذكور والإناث؛ حيث تعلم مهارات الطبخ والأكلات من الثقافات المختلفة قد حازت على أعلى التكرارات للإناث فكانت أولى الخبرات المجتمعية التي تعلمنها من الفيس بوك لتصل نسبتها 83.3% من إجمالي اختيارات العينة، إلا أن الذكور كانت أولى الخبرات المجتمعية التي تعلموها من الفيس بوك كانت كيفية التعامل مع الآخرين من خلال متابعة صفحات التنمية البشرية وكانت نسبتها 34.3% من مجموع اختيارات العينة، إلا أن المركز الثاني كان من نصيب المعلومات الدينية من خلال متابعة صفحات رجال الدين على الفيس بوك بالنسبة للإناث وكانت نسبتها 66.7%، ويقابلها المركز الثاني للذكور تعلم مهارات القراءة من خلال ترشحات الكتب والروايات بنسبة 25.7% من إجمالي عينة الاختيار، وفي المركز الثالث كانت مهارة تعلم التعامل مع الآخرين من خلال

متابعة صفحات التنمية البشرية بنسبة 65.7% تلك التي حصلت على المركز الأول للذكور، إلا أن المركز الثالث عند الذكور كان من نصيب الخبرة المجتمعية في كيفية اختيار الأجهزة المنزلية ونوع السيارة بنسبة 26%.

#### **رابعاً: الأنماط التواصلية للأسر المصرية وعلاقتها باستخدام الفيس بوك:**

تباينت الدراسات حول تأثير الفيس بوك على العلاقات الأسرية وطبيعة هذه العلاقة بعد استخدام الفيس بوك ومدى الخصوصية التي يمنحها أفراد الأسرة لأبنائهم على الفيس بوك، وتشير نتائج الجدول رقم (8) إلى الأنماط الاتصالية داخل الأسر المصرية لأفراد العينة:

#### **أولاً: النمط النقاشي للتواصل الأسري:**

بلغت نسبة الاتجاه العام لعبارة النمط النقاشي للتواصل الأسري 65.8%، وتفصيلاً حصدت عبارة اتحدث مع أسرتي عن خططي المستقبلية 72.6% وزن نسبي، وتفصيلاً نجد أن 46.9% يتحدثون مع أسرهم حول خططهم المستقبلية، كما أن 35.5% يتحدثون دائماً مع أسرهم عن خططهم المستقبلية، أما عبارة تشجعتي أسرتي على مناقشة أفكارى ومعتقداتي بحرية كانت بوزن نسبي 70.3%، حيث أن 45.3% من المبحوثين تشجعهم أسرهم إلى حد ما لمناقشة أفكارهم، و 32.7% تشجعهم أسرهم دائماً للتعبير عن أفكارهم بحرية، كما أن عبارة اتحدث مع أسرتي عن الأشياء التي أفلها علي مدار اليوم بوزن نسبي عام 70%، وذكر 47.8% من المبحوثين أنهم يتحدثون إلى حد ما مع أسرهم حول الأفعال التي يقومون بها على مدار اليوم، أما 31% يتحدثون بشكل دائم مع أسرهم حول ما يمرون به على مدار اليوم، كما أن 54.7% من المبحوثين تدور بينهم وبين أسرهم إلى حد ما مناقشات طويلة وهادئة دون وجود موضوع محدد، حيث كان وزن العبارة النسبي 68%، بالإضافة إلى أن 44.1% من المبحوثين تطلب منهم أسرهم التعبير عن آرائهم في بعض الأحيان نحو بعض القرارات التي تخص الأسرة، ولكن أكد 29.3% أن أسرهم لا تطلب منهم ذلك مما يشير إلى أن الأسر المصرية لا تأخذ برأي أفرادها في بعض القرارات حيث حصدت هذه العبارة على وزن نسبي 65.3%، وكان نفس الوزن النسبي لكلاً من " أتناقش مع أسرتي حول الموضوعات أو الأنشطة التي أقوم بها على الفيس بوك"، "أخبر أسرتي بأي شيء أقوم به أو أشاهده عبر الفيس بوك" ليكون 64.6%، حيث أن 58% يتناقشون إلى حد ما مع أسرهم حول موضوعات الفيس بوك، وبلغت نسبة من لا يتحدثون حول موضوعات الفيس بوك مع أسرهم 24.1% وهي أعلى من الذين يتحدثون دائماً بحوالي 6.1%، كما أن 65.3% يخبرون إلى حد ما أسرهم حول نشاطاتهم على الفيس بوك، 20.4% لا يفعلون ذلك أبداً، كما أن 63.7% لا يخبرون أسرهم أبداً بعلاقتهم العاطفية على الفيس بوك، وهذا يبين أنخفاض الوزن النسبي العام للعبارة بكون 51% بسبب ارتفاع نسبة الرفض للعبارة مقابل 16.3% فقط من يخبرون أسرهم بتلك العلاقات العاطفية، إلا أن دراسة (Esther Sigauke 2013)

يتمتع المراهقون عن الحديث مع آبائهم حول أنشطتهم على الفيس بوك بنسبة 72% ويمكن تفسير هذا الاختلاف في النتائج أن فئة المراهقون يرغبون في الانفصال عن آبائهم والبعد عن السيطرة والسلطة الأبوية ولكن عينة هذه الدراسة يتراوح أعداد من تقل أعمارهم عن 30 عام 87 مفردة بنسبة 35.5%، إلا أن فئة الشباب الناضج كانت السائدة في عينة الدراسة بنسبة 59.6%، ورغم ذلك يمتنعون عن التحدث حول علاقاتهم العاطفية مع أفراد أسرهم بنسبة أكثر من نصف العينة 63.7%، وذلك يتوافق مع دراسة (Esther Sigauke 2013) حيث أكد 80% منهم أنهم لا يتمتعون بالحرية في مشاركة المعلومات العاطفية على الفيس بوك مع آبائهم. وذلك يتفق مع نتائج المقابلات المتعمقة التي أجرتها (Eric M. Fife 2013) قلق أفراد العينة من مشاركة معلوماتهم، وأنشطتهم على الفيس بوك مع أفراد عائلتهم الأكبر سناً لأنهم يحكمون عليهم دون منحهم فرصة للمناقشة إلا أن دراسة (Vivian Hsueh 2010) أثبتت عكس ذلك من خلال المقابلات المتعمقة مع الأباء والأطفال على الفيس بوك كانوا علي حد سواء يتميزون بالشفافية مع بعضهم البعض، ويتضح هذا من عبارات "ليس لدي ما أخفيه"، "بالنسبة له لا أقيد أي شيء، كل شيء مفتوح" أمي تنتظر بالفعل إلى مدونتي على أي حال، لذلك ليس هناك ما تخفيه على Facebook".

#### ثانياً: النمط السلطوي للتواصل الأسري:

حصلت عبارات مقياس النمط السلطوي على وزن نسبي عام 58%، وتفصيلاً جاءت عبارة "تطلب مني أسرتي تتبع وجهات نظرها بوزن عام للعبارة 66.3%، حيث أكد 47.3% أن أسرهم تطلب منهم أحياناً ذلك وتقاربت نسب الرفض والموافقة على هذه العبارة لتكون 26.9%، 25.7% على التوالي، وكانت نسبة 49% من المبحوثين يؤكدون أن أفراد أسرهم يرددون في بعض الأحيان أن الفيس بوك يعد مضيعة للوقت، وبلغت النسبة المئوية للعبارة بوجه عام 64.3%، ويتجنب 84.2% من أفراد العينة الحديث مع أسرهم في بعض الأحيان في الموضوعات التي يعترضون عليها، بينما أكد 33.5% من المبحوثين أن ذلك لا يحدث أبداً، وكان الوزن النسبي العام للعبارة 61.6%، وتتقارب النسبة المئوية للعبارة السابقة مع عبارة "لا تحب أسرتي الاستماع للأشياء التي لا تلقي على استحسانهم" لتصل إلى 61%، كما أن 46.9% من أفراد العينة أكدوا أن أسرهم في بعض الأحيان لا تحب الاستماع لهم في الأشياء التي لا تلقي على استحسانهم، وكانت نسبة 42.9% من العينة يرون أنهم إلى حد ما يلبون رغبات أسرهم ويتبعون آرائهم، بينما قال 39.6% منهم أن ذلك لم يحدث أبداً، وبالتالي بلغت النسبة المئوية الكلية للعبارة 59.3%، واستمرار للنمط السلطوي داخل الأسر أكد 45.7% أن أسرهم تجبرهم إلى حد ما على تتبع طريقة إدارتهم، بينما ذكر 44.1% من المبحوثين إطاعة أوامر الأسرة دون نقاش حيث أن ذلك لا يحدث أبداً، فيما ذكر 39.2% منهم أن ذلك يحدث إلى حد ما، في المقابل ذكر 45.7% من المبحوثين أنهم لا يختلفون مع أسرهم بسبب طول فترات الجلوس على الفيس بوك، بينما ذكر 37.1%

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين**  
**(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

منهم أنهم يختلفون مع أسرهم في بعض الأحيان ويمكن أن يكون ذلك بسبب أن جميع الفئات تمتلك ذلك المجتمع الافتراضي، في المقابل ذكر 52.7% عدم إنزعاج أسرهم عندما يختلفون مع بعضهم في موضوعات حول الفيس بوك؛ فيما أكد 38.8% على إنزعاج أسرهم إلى حد ما عندما يختلفون معهم في موضوعات حول الفيس بوك، ورفض 68.2% من المبحوثين أن ينتهي النقاش بينهم وبين أسرهم بخلاف إذا تعلق الأمر بالفيس بوك؛ وبلغ الوزن النسبي العام للعبارة 47% بسبب ارتفاع نسبة الرفض للعبارة، وأخيراً رفض 73.9% من المبحوثين رفضهم للزيارات أو عدم استقبالهم للضيوف، وهذا يثبت عدم تأثير الفيس بوك على الحياة الواقعية. وأخيراً توصلت الدراسة اعتماد الأسر المصرية على النمط التوافقي في الاتصال الأسري- ذلك النمط الذي يجمع بين النمط النقاشي والسلطوي- حيث بلغت نسبة 64.1% ، وهذا يؤكد ارتفاع نسب خيار إلى حد ما، أما نسبة النمط السلطوي للأسر المصرية في العينة بلغت 27.8%، وانخفضت نسبة النمط النقاشي لتصل 8.2%.

**جدول رقم (8)**

الوزن النسبي للعبارة	لا يحدث أبداً		إلى حد ما		دائماً		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	
72.6%	17.6	43	46.9	115	35.5	87	1. اتحدث مع أسرتي عن خططي المستقبلية
70.3%	22	54	45.3	111	32.7	80	2. أشجع (تشجعي) أسرتي على مناقشة أفكارهم/ي ومعتقداتهم/ي بحرية
70%	21.2	52	47.8	117	31	76	3. اتحدث مع أسرتي عن الأشياء التي أفعلها على مدار اليوم
68%	20.4	50	54.7	134	24.9	61	4. عادة ما تدور مناقشات طويلة وهادئة مع أسرتي دون وجود موضوع محدد
65.3%	29.3	73	44.1	108	26.1	64	5. أطلب (يطلب مني) من أفراد أسرتي التعبير عن رأيهم في بعض القرارات الأسرية
64.6%	24.1	59	58	142	18	44	6. أتناقش مع أسرتي حول الموضوعات أو الأنشطة التي أقوم بها على الفيس بوك
64.6%	20.4	50	65.3	160	14.3	35	7. أخبر أسرتي بأي شئ أقوم به أو أشاهده عبر الفيس بوك
51%	63.7	156	20	49	16.3	40	8. أخبر أسرتي بما إذا كان هناك علاقة عاطفية مرتبط بها على الفيس بوك
<b>الاتجاه العام نحو عبارات النمط النقاشي 65.8%</b>							
66.3%	26.9	66	47.3	116	25.7	63	1. عادة ما أطلب (تطلب) من/ي أسرتي تتبع وجهات نظري/ها
64.3%	29	71	49	120	22	54	2. يردد أفراد أسرتي (أردد) عبارة الفيس بوك مضيقاً للوقت
61.6%	33.5	82	84.2	118	18.4	45	3. اتجنب الحديث مع أسرتي في الموضوعات التي يعترضون عليها
61%	35.1	86	46.9	115	18	44	4. لا تحب أسرتي الاستماع للأشياء التي لاتلقي على استحسانهم



**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين**  
**(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

43	17.6	105	42.9	97	39.6	59.3%	5. في منزلنا مطالب دائما باتباع آراء أسرتي وتلبية رغباتهم
37	15.1	112	45.7	96	39.2	58.6%	6. يتتبع أفراد أسرتي طريقة إدارتي للأمر عندما أكون داخل البيت
41	16.7	96	39.2	108	44.1	57.6%	7. في المسائل الهامة يتوقع أفراد اسرتي أن أطيع الأوامر دون نقاش
42	17.1	91	37.1	112	45.7	57%	8. اختلف مع أسرتي عادة بسبب طول فترات جلوسي على الفيس بوك
21	8.6	95	38.8	129	52.7	52%	9. تنزعج أسرتي عندما اختلف معهم في موضوعات حول الفيس بوك
22	9	56	22.9	167	68.2	47%	10. ينتهي النقاش بيني وبين أسرتي بخلاف إذا تعلق بالفيس بوك
27	11	37	15.1	181	73.9	45.6%	11. لا أحب القيام بزيارات أو استقبال ضيوف لأن هذا يضطرنني أحيانا لقطع النشاط الذي أمارسه على الفيس بوك
<b>58.3%</b>							<b>الاتجاه العام نحو عبارات النمط السلطوي</b>

**ثانياً: نتائج اختبارات الفروض:**

1) توجد علاقة ارتباطية بين ( النوع- المؤهل الدراسي- العمر) وتبادل الأساليب الحياتية والاجتماعية.

**جدول رقم (9)**

المتغير	النوع	المؤهل الدراسي	العمر
قيمة سبيرمان	0.3	0.03	0.007-
مستوي الدلالة	0.000	0.636	0.916

تشير النتائج الجدول رقم(9) عدم صحة الفرض حيث لا توجد علاقة بين النوع والمؤهل الدراسي والعمر وتبادل الأساليب الحياتية وذلك بسبب ارتفاع مستوي الدلالة  $p < 0.05$  ويمكن تفسير ذلك أن الفيس بوك ظاهرة اجتماعية سهلة الاستخدام وتتعدد المجموعات والصفحات التي تتناسب مع كل الأعمار والمؤهلات، لأن كل فئة ينضمون لمجموعات تتفق مع اهتماماتهم ودوافعهم، فمجتمع الفيس بوك متعدد الفئات.

2) توجد علاقة ارتباطية بين أنماط الاتصال الأسري و استخدام الفيس بوك.

**جدول رقم(10)**

المتغير	أنماط الاتصال الأسري/استخدام الفيس بوك
قيمة سبيرمان	النمط السلطوي
	النمط النقاشي
مستوي الدلالة	*0.135
	0.035

تشير نتائج جدول رقم(10) إلى استقلاليه العلاقة بين النمط النقاشي وكثافة استخدام الفيس بوك وذلك يؤكد أن الأسر التي تتبع النمط النقاشي في التواصل بين أفرادها لا يزجها استخدام الفيس بوك لأفرادها حيث ارتفعت الجمل التي تبين مناقشة أفراد الأسرة مع بعضهم حول الأنشطة التي يقومون بها على الفيس بوك أنظر الجدول رقم(8)، كما أن جميع أفراد الأسرة التي تتبع النمط النقاشي قد يكون لديها حسابات

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين**  
**(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

على الفيس بوك وصدقات عائلية مشتركة فيما بينهم، أما النمط السلطوي توجد علاقة طرية ضعيفة حيث أن قيمة سبير مان 0.135 عند مستوي دلالة  $0.03 > 0.05$  وهذا يعني كلما زاد الاستخدام كلما مارس الآباء سلطة على أبنائهم، حيث أن 49% من أفراد العينة يردد أفراد اسرتهم (إلي حد ما) عبارة أن الفيس بوك مضيعة للوقت، كما وافق عليها 22%.

(3) توجد علاقة ارتباطية بين ( النوع- المؤهل الدراسي- السن) واستخدام الفيس بوك. جدول رقم(11)

المتغير	النوع	المؤهل الدراسي	العمر
قيمة سبير مان	0.08	0.09-	0.05-
مستوي الدلالة	0.07	0.1	0.3

تشير نتائج الجدول رقم(11) إلى العلاقة الارتباطية بين النوع وكثافة استخدام الفيس بوك حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.08 وهو ارتباط طردي ضعيف عند مستوي معنوية 0.07، كما أن لا يوجد علاقة بين المؤهل الدراسي والعمر واستخدام الفيس بوك لارتفاع مستوي الدلالة عن 0.05، إذن نقبل الفرض الثالث جزئياً بوجود علاقة ارتباطية بين النوع ومعامل استخدام الفيس بوك لصالح الإناث.

#### مناقشة النتائج:

تغلغت منصة الفيس بوك في الحياة الإجتماعية للأفراد، حيث تعدى كونه وسيلة للتواصل الاجتماعي والأطمئنان على الأصدقاء، والأقارب، وإنما احتل مكانة في الساحة الإجتماعية؛ ليصبح وسيلة لتبادل الخبرات المجتمعية بين الأفراد خارج حيز الشبكات الإجتماعية، فهناك الآلاف من المجموعات التي يشترك فيها الأفراد على الفيس بوك، تجمع تلك المجموعات كل من لديه اهتمامات مشتركة حول موضوع ما؛ فهناك المجموعات التعليمية باختلاف التخصصات والمراحل العمرية، والمجموعات الإستشارية في كافة مجالات الحياة بداية من اختيار الأجهزة المنزلية والسيارات وأثاث المنزل إلى اختيار مستحضرات التجميل، كما تتواجد المجموعات الطبية المتخصصة من قبل الأطباء، المجموعات التربوية والترفيهية والتاريخية، وترشحات الأماكن الترفيحية بناء على تجارب وخبرات الأفراد، والحديث يطول جول هذه الآفاق الجديدة للفيس بوك، هذا المولود الناضج في حياة الأفراد والمؤسسات. إلا أن أغلب الدراسات تحصر استخدام الفيس بوك في التواصل الاجتماعي والمناسبات الإجتماعية، والدراسة الحالية اكتشفت أن للفيس بوك دور في تبادل الخبرات الاجتماعية وأساليب الحياة، لسهولة الإشتراك به، كما أن الخبراء وأصحاب الشركات أصبح لهم دور في ارتياد منصة الفيس بوك، ليتحول من منصة إجتماعية تربط المعارف والصدقات إلى منصة تُسهم في تعليم الخبرات وتبادلها بين الأفراد، فإذا أرادت أحد الفتيات تعلم المأكولات الجديدة، تبحث داخل محرك البحث للفيس بوك؛ وسيظهر العديد من المجموعات التي انشئت لهذا الغرض، وذكر 51% من العينة أنهم تعلموا من الفيس بوك مهارات جديدة في المطبخ ومأكولات من الثقافات المختلفة،

وطرق تقديم الطعام، كما أن الخبرات تمتد في العديد من المجالات الحياتية سواء الدراسة أو العمل أو المشكلات، لنجد مجموعة عن أصحاب المعاشات تتحدث عن أحوال وقوانين وزيادات هذه الفئة، وأخري تتحدث عن تصميم ديكورات المنازل، والأخذ بأراء الجمهور في اختيار الألوان، ليتعدى الأمر الإستشارة في الخامات وأخطاء التصميم وكيفية معالجة الأخطاء، إذن يعد الفيس بوك أسرة كبيرة تتناقش فيها المشكلات وتتبادل فيها الخبرات؛ دون أن يكون من اتشارك معهم في دائرة شبكتي الإجتماعية، وهذا ما تؤكده دراسة (شرين كدواني2018) حيث ذكر 52% من المبحوثين اشتراكهم في تقديم الدعم والرأى والمساعدة لأعضاء الصفحة وهذا ما يسمى بالعطاء الإجتماعي الرقمي في حض الأفراد على التبرع بالمعرفة والخبرات المشتركة لديهم.

وأثبتت الدراسة أن الفيس بوك يُسهم في خلق مناخ أسري نوعاً ما للحديث والمناقشة حول الموضوعات والأنشطة التي يقومون بها على الفيس بوك بنسبة 58%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Vivian et al2010 Vivian et alhsueh) حيث توصلت نتائج المقابلات أن جميع أولياء الأمور أكدوا أن الفيس بوك يفتح محادثات بينهم وبين أبنائهم، فضلاً عن ترحيب الأبناء بالحديث مع والديهم حول ما يشاهدونه على صفحات الآخرين على الفيس بوك، وهذا بدوره يُسهم في زيادة التواصل الأسري لأن هناك أرضية مشتركة خلقها الفيس بوك.

#### التوصيات:

ضرورة القيام بمزيد من الدراسات الكيفية حول تأثير الفيس بوك على الأسر المصرية، تحليل الصفحات الشخصية لعدد من الأسر، لدراسة طبيعة التواصل بين الآباء والأبناء على الفيس بوك، مع تعدد الأعمار للأبناء، ووضعها في إطار مقارن، مما يسهم في فهم أعمق لطبيعة التواصل الأسري على منصة الفيس بوك وإلى أي مدى يتأثر بالتواصل الواقعي.

## المراجع

- (1) <https://datareportal.com/reports/digital-2020-egypt>
- (2) Anable quan.haase and alyson l.young, "*uses and gratification of social media:a comparsion of facebook and instant messaging*", Bulletin of science,technology&society,p352
- (3)Paul schrodt ,Andrew m ledbetter et all(2009), "*Family communication patternas mediators of communicationcompetence in the parent-childrelationship*" Journal of Social and Personal Relationships, Vol. 26(6-7)p, 857.
- (4) David Ritchie and mary anne Fitzpatrick (1990), "*family communication patterns measuring intrapersonal perceptions of interpersonal relationship*", communication research ,vol17,no4,p528,529.
- (5) Vivian Hsueh, "*Welcome to Facebook: How Facebook Influences Parent-Child Relationship*", Paper presented at Sixth Conference of Taiwan Academy for Information Society, Jiao Tong University, Taiwan.nov 2010,p8-9
- (6) Benedict O. Medina, Reslyn Joyce D. Sawali, Riza B. Sevilla, "*Family Communication Through Social Media Among Students Of Batangas State University, Philippines*", International Journal of Advanced Research and Publications, Volume 3 Issue 3, March 2019,p201
- (7) Eric M. Fife, LuAnn LaCava & C. Leigh Nelson," *Family Communication, Privacy, and Facebook*" The Journal of Social Media in Society 2(1), Spring 2013,p115,p119.
- (8) Moira Burke, Lada A. Adamic, and Karyn Marciniak , "*Families on Facebook*", available at: <https://research.fb.com/wp-content/uploads/2016/11/families-on-facebook.pdf>
- (9) Esther Sigauke and Maxwell C.C. Musingafi, "*Impact of the Facebook on Parent-Child Relationship in the African Context: the Zimbabwean Experience*" , Information and Knowledge Management, Vol.3, No.9, 2013,p36,37.
- (10) منال محمد بن حمد الناصر، " تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بمدينة الرياض" ، مجلة البحث العلمي في التربية العدد 20 عام 2019، ص 276، 284.
- (11) بن خليفة نوفل، " أثر استخدام الفيس بوك على العلاقات الأسرية" ، مجلة الدراسات العالمية - المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد التاسع نوفمبر 2019، ص 345، 346.
- (12) Norlizan Mohd," *The Usefulness of Facebook in Improving Social Skills among Degree Students at the Faculty of Education UiTM*", International Journal on E-Learning Practices (IJELP) Volume 1(1) January 2014,p44.

- (13) Belal, J, ” *Social Networking Experiences on Facebook: A Study on the Students’ of Comilla University*”, Journal of uoJ Mass Communication & Journalism,2017, Volum7,issue3,p5,6.
- (14) Yahya M. AL-DHELEAI, ” *Using Facebook for the Purpose of Students’ Interaction and its Correlation with Students’ Academic Performance*”, The Turkish Online Journal of Educational Technology – October 2017, volume 16 issue 4,p176
- (15) Ruti Gafni&Moran Deri, ” *Costs and Benefits of Facebook for Undergraduate Students*”, Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management Volume 7, 2012, p51,53.
- (16) شرين كدواني, " دور الفيس بوك في تشكيل رأس المال الاجتماعي " المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد 23 أكتوبر/ ديسمبر 2018، ص190-191.
- (17)Jitka buresova, ’ Why people use Facebook: Analysis of factors influencing users in the Czech Republic”,researchgate, December2016,available at: (PDF) Why people use Facebook: Analysis of factors influencing users in the Czech Republic (researchgate.net)