

علاقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمشكلات الأسرة العربية

د. خالد أحمد عبد الجواد(*)

مقدمة

مع ظهور الأقمار الصناعية والإنترنت برزت ملامح الثورة التكنولوجية الخامسة بشكلها الأوسع في مجال الإتصال، وبدأت تتغير خريطة العمل الإعلامي على كافة المستويات، وأصبح ما سمي بالإعلام الجديد بأشكاله المختلفة ينال الكثير من اهتمامات الباحثين والمشتغلين بالإعلام سواء الأكاديميين أو الممارسين، والإعلام الجديد كمصطلح يناقض مفهوم الإعلام التقليدي الذي لم يكن هناك من يتحكم فيه سواء نخبة، أو قادة إعلامية، وأصبح متاحاً أمام كل أفراد وشرائح المجتمع الذين لديهم القدرة على التعامل مع تكنولوجيا الإعلام الجديد ولا يوجد تعريف علمي محدد لمفهوم الإعلام الجديد إلا أنه يشمل عدة مرادفات منها الإعلام البديل أو الإعلام الاجتماعي، أو مواقع التواصل الاجتماعي، وهو بصفة عامة كل المحتويات الإعلامية التي تستخدم الإنترنت .

وقد استطاعت تكنولوجيا الاتصال ووسائل الاتصال الحديثة بتطوراتها التي حدثت في السنوات الأخيرة تحقيق طفرة واسعة، غيرت معالم كثيرة في حياتنا العملية والعائلية وبخاصة في عالمنا العربي، ومع هذا التطور حملت معها الكثير من الإيجابيات المهمة في عملية التواصل والاتصال، ولكنها في الوقت نفسه تركت الكثير من المشكلات ومنها بالطبع المشكلات الأسرية سواء على مستوى الأبناء منفردين، أو الآباء أو علاقة الآباء بالأبناء معا أو على مستوى العلاقات الأسرية بصفة عامة، حيث أصبح أفراد الأسرة يعيشون حالات العزلة رغم وجودهم معا، وينفرد كل واحد منهم على هاتفه الذي أصبح أقرب إليه ممن حوله من أفراد الأسرة، غارقاً في حوارات مع أناس مجهولين، أو أصدقاء لا يعرف ميولهم و أفكارهم أو سلوكهم، يقيم معهم علاقات مختلفة، لا تعرف حدودها، أو للتسلية مع مقاطع أو مشاهد على مواقع إلكترونية لا تعرف طبيعة مصدرها أو كنيته. وكان على رأس هذه التكنولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي، التي حظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي وأيضاً على المستوى العربي وقد بات بعضها من أكثر المواقع استخداماً، وأصبحت تغطي على ما كان يعرف في علم الاجتماع بالمكان الثالث أي الذي يلجأ إليه الإنسان بعد مكانه

(*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام – جامعة الزقازيق، والأستاذ المشارك – كلية الاتصال الجماهيري، جامعة الفلاح – دبي.

الأول (البيت) ومكانه الثاني (المدرسة أو الجامعة أو العمل) وبالتالي أصبح المكان الثالث افتراضياً^(١).

وقد مارست تلك الوسائل أدواراً متعددة على مستويات متنوعة سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الأفراد والمجتمعات، وإذا كان دورها السياسي قد برز وكان واضحاً خلال ما سمي بثورات "الربيع العربي" في بعض الدول العربية وأدى إلى تغيير بعض الأنظمة العربية، وبصرف النظر عن تقييمنا لما حدث من النواحي الإيجابية أو السلبية فلا نستطيع أن ننكر ما قامت به تلك الوسائل الجديدة من خلق أو إنتاج بيئة ومحيط إعلامي ذو أبعاد اجتماعية وثقافية لم تكن معهودة من قبل^(٢) انعكس ذلك على مستوى العلاقات الأسرية، ومدى تحقيقها للانسجام والتواصل أو التنافر والتباعد بين أفراد الأسرة الواحدة وما ترتب على استخدامها من توطيد العلاقات الأسرية أو زيادة المشكلات والخلافات بين أفراد الأسرة، فكما يبدو أن لتكنولوجيا الاتصال تأثيرها على العلاقات الاجتماعية سواء على المستوى الفردي أو الجماعي وساهمت في خلق ما يسمى بالعلاقات الاجتماعية الإلكترونية التي تعرف بأنها جميع أوجه الاتصال الإنساني الذي يشمل التفاعلات والعلاقات والروابط الإنسانية التي تتم بين أبناء المجتمع الواحد أو المجتمعات الإنسانية، وتتمثل في الصداقة والتعارف والزواج والمراسلات والمشاركات التي تتم من خلال وسائل اتصال إلكترونية^(٣).

وفي ضوء هذا التطور في العلاقات بين أفراد الأسرة فإننا نسعى إلى التعرف إلى أي مدى يمكن أن يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى مشكلات أسرية من انعزال بين أفرادها أو فجوة في العلاقات بينهم قد تصل أحياناً إلى الانفصال بين الزوجين أو غيرها من المشكلات التي أشار إليها تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي من مظاهر سلبية "تفكك الأسرة"، "تزايد حالات الطلاق"، "القطيعة بين أفراد الأسرة المقربين والوالدين والأشقاء"^(٤).

مشكلة الدراسة

بدأ الحديث والنقاش حول خطورة وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأسرة وأفرادها بين الباحثين والمتخصصين في مجال الإعلام وتطرق النقاش حول خطورة هذه الوسائل على أفراد المجتمع والأسرة، وما أشبه اليوم بالبارحة، حيث ثار نفس هذا الجدل والنقاش وبشكل كبير مع ظهور الأقمار الصناعية، واستخدامها في الاتصال وانتشار القنوات الفضائية والخوف مما أطلق عليه "الغزو الثقافي" وكأنه كتب على المجتمعات العربية الخوف الدائم من كل ما يتعلق بتكنولوجيا الاتصال

وطبيعتها وخطورتها على المجتمع وأفراده كأنها كائنات فضائية مرعبة ومخيفة ستقوم بتدميرنا، ويرى بعض الباحثين أن وسائل الاتصال التي أتاحتها تكنولوجيا الاتصال قد أثرت على طبيعة العلاقات الاجتماعية في ثلاثة اتجاهات، هي تكريس العزلة والتفتت الجماهيري، تكريس الهيمنة من خلال الاندماج، التوافق بين التكنولوجيا القديمة والحديثة^(٥).

وفي تحليل وتقييم الإتجاه الأول، الذي أفرزته تكنولوجيا الاتصال الذي يعني العزلة الاجتماعية للأفراد في علاقاتهم مع أفراد الأسرة الواحدة أو في المجتمع الأكبر، يأتي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مقدمة تلك الوسائل المتهمه بعزلة مستخدميها عن أفراد مجتمعهم، وما يترتب على هذه العزلة من مشكلات أسرية متعددة أشارت إليها كثير من الدراسات، ولكن ربما لم تثبتتها بشكل علمي دقيق. والمواطن العربي الذي يستخدم هذه الوسائل أصبح محط اهتمام الكثير من الباحثين نظرا لما ظهر على المجتمعات العربية من تغيير في أنظمة بعضه السياسية، أرجعه البعض بسبب استخدام التكنولوجيا والمتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي، ولأننا مجتمعات مستهلكة بشكل كبير لتلك الوسائل فربما تطرح نفسها ضمن الأسباب التي تتعرض لها الأسر العربية من مشكلات أشار إليها الكثير من المتخصصين من علماء النفس والاجتماع في بحوثهم ودراساتهم، لذلك فإن الدراسة تتجه لدراسة طبيعة العلاقات الأسرية في ضوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من مشكلات أسرية بين الزوج والزوجة أو بينهما والأبناء، أو بين الأبناء بعضهم البعض. ونظرا لأن دولة الإمارات يعيش بها العديد من الجنسيات العربية، ويتوافر فيها الإنترنت بشكل مميز، ويرتفع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بها فإنها ستكون بيئة مناسبة لإجراء الدراسة الميدانية حول علاقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالمشكلات الأسرية العربية بين بعضهم البعض أو ما يمكن أن تتركه تلك الوسائل عليهم من مظاهر متعددة سواء إيجابية أو غيرها.

أهمية الدراسة

تظل العلاقات الأسرية هي شغل كثير من الباحثين في أثر أساليب التواصل الاجتماعي، ويستمر الإهتمام بهذا الأثر نظرا لخطورة ما تتعرض الأسرة من مشكلات بسبب هذا الوافد التكنولوجي الجديد، فهي بداية الخلافات لمن يسمح لها بالاستحواذ على وقته وبخاصة داخل المنزل، حيث تشغل أحد أفراد الأسرة أو كلاهما عن الآخر وتبعد الأبناء عن ذويهم، مما يحرم كل طرف من الحوار مع الآخر،

ويحرم بقية أفراد الأسرة من التفاعل والإحساس بالأجواء الأسرية السوية أو قد تكون هذه الوسائل أحد أدوات الهروب وعدم التواصل الأسري بسبب وجود خلافات أسرية سواء بين الزوجين أو الأبناء، وبدلاً من السعي لمواجهة تلك المشكلات، يتوجه كل طرف إلى وسيلة تواصل مع آخرين قد يجد فيهم ضالته أو يكتشف فيهم أو يتوهم - من وجهة نظره - مالا يكتشفه داخل أسرته، وخلصت بعض الدراسات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي ومنها «فيسبوك» أصبحت أحد الأسباب التي تؤدي إلى الطلاق والانفصال بين الزوجين، ومنها دراسة أجرتها الأكاديمية الأمريكية لمحامي الطلاق، وأخرى نشرتها صحيفة الإندبندنت نقلاً عن جمعية المحامين الإيطالية، إذ يعد الفيسبوك المتهم الأول عن ارتفاع نسب الطلاق العالمية، وتشير بعض الإحصائيات إلى أن ٢٠% من حالات الطلاق في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أنه السبب المباشر لحالات الطلاق هناك^(٦). ثم يأتي تطبيق «واتساب»، فبحسب جمعية المحامين فإنه تسبب في ٤٠% من حالات الطلاق في إيطاليا، وذلك لسهولة الاتصال بين الرجال والنساء وارتفاع نسب خيانة الأزواج. ويقول رئيس الجمعية «جيان إيتوري» إن بداية الخيانة تكون عادة من خلال رسائل نصية قصيرة عبر «فيسبوك» ثم تتطور العلاقة وصولاً إلى «واتساب»، حيث يتبادل الطرفان الصور، وبعد ذلك تحدث الخيانة. وفي السياق ذاته، ذكر موقع «ديفورس-أون لاين» «Divorce on line البريطاني أن «فيسبوك» وحده تسبب في ثلث حالات الطلاق في بريطانيا عام ٢٠١١.

وجاء عدم التواصل بين الزوجين السبب الثالث للطلاق في الولايات المتحدة بعد الخيانة والمال ضمن ١٠ أسباب للطلاق^(٧)، لقد أصبح من السهولة بما كان التواصل مع رجال أو نساء دون حواجز ودون سابق معرفة فقط عبر العالم الافتراضي من خلال وسائل وأساليب التواصل الاجتماعي، مما شجع على ظهور أفكار وسلوك غريب على عالمنا وعاداتنا وتقاليدينا الشرقية العربية الإسلامية، وأصبح هذا العالم الافتراضي بديلاً عن العالم الواقعي، وما كان محرماً وممنوعاً وغير مرغوب فيه في الواقع أصبح متاحاً في هذا العالم، وبدأت ملامح المشكلات الأسرية تظهر سواء بين الزوجين أو الأبناء، فما أسهل التعارف والحديث مع أشخاص موجودون بشكل حقيقي أو مستعار على مواقع التواصل الاجتماعي وإقامة علاقات غير سوية عبر هذا الموقع أو ذلك، وفي العادة لا ينظر الزوجة و الزوج في مجتمعاتنا العربية إلى محادثات الطرف الآخر على مواقع التواصل الاجتماعي إلا من منظور الريبة والخشية والخوف من الطرف الآخر وما يسعى إليه وبالتالي يظل في حالة رفض

لنتلك العلاقات وتبدأ المرحلة الأولى للمشكلات بإيقاف هذا التواصل والتهديد بالطلاق في حالة استمراره، ثم تأتي المرحلة الأخيرة بالطلاق في حالة عدم الانصياع لطلبات الزوج أو الزوجة، وهذا ما حدث مع كثير من الحالات التي طالعتنا بها الصحف في الآونة الأخيرة، حتى ظن البعض أنها أصبحت ظاهرة ولكن يتطلب هذا الأمر الكثير من العمق في دراسات على أسس علمية دقيقة للتحقق من صحة فرضية أثر وسائل التواصل الإجتماعي على الأسرة وأفرادها لذا فإن الدراسة من منظور علمي دقيق تحاول التحقق مما يثار حول طبيعة الأثر الذي يمكن أن يسببه استخدام وسائل التواصل الإجتماعي بين وداخل أفراد الأسرة، سواء في تحقيق التفاعل بينها من خلال تلك الوسائل أو عدم الاهتمام بين أفرادها.

أهداف الدراسة

في ضوء أهمية الدراسة و إشكالياتها فإن الدراسة تهدف إلى :-

- ١- التعرف على أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الأسرة العربية، وما مدى انتظامها في استخدام تلك الشبكات .
- ٢- ما أهم الموضوعات والدوافع التي يمكن أن تتحقق من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأبرز الموضوعات التي تهتم الأسرة العربية بمتابعتها .
- ٣- مدى انعكاس فترات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من حيث كيفية الحوار الأسري وطبيعته ومدته سواء بين الأبناء والزوج أو الزوجة .
- ٤- ما علاقة الأبناء بوسائل التواصل الاجتماعي في حدود علاقتهم مع أبويهم، وكيفية ومدة التواصل معهم، وهم خارج المنزل .
- ٥- مدى وجود خلافات أسرية بين الأبناء وأبويهم بسبب طبيعة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ومدى الاهتمام بدراساتهم ومعدلاتهم الدراسية ،
- ٦- ما أولوية التواصل بين الأهل أو الأصدقاء بشكل حقيقي، في ضوء الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي .

مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها

تعتبر شبكات التّواصل الاجتماعيّ (Social Networks) مواقع إلكترونيّة؛ يستطيع الناس من خلالها التّواصل فيما بينهم، و هي مجتمعات افتراضيّة، تُمكن مُستخدميها من المشاركة في الأفكار والآراء والتّعرف على الأخبار الخاصّة بهم،

بالإضافة إلى تكوين صداقات جديدة، وقد أتاحت تلك التكنولوجيا وفتحت عصراً جديداً من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر، وفي وفرة المعلومات والمعارف التي تقدمها لمستخدميها وتسهيل التواصل بين الأفراد وتقليل تكلفته ومدته عن ذي قبل . وتعدّ مواقع الفيسبوك (Facebook)، وتويتر (Twitter)، وإنستجرام (Instagram) من أشهر شبكات التّواصل الاجتماعيّ المعروفة حالياً. وتأتي شبكات التّواصل الاجتماعيّ بعدة أشكال أيضا منها المُنتديات، والمُدونات، وتاريخياً يعود إنشاء مواقع شبكات التّواصل الاجتماعيّ على شبكة الويب الى عام ١٩٩٥ بظهور شبكة أصدقاء الدراسة المعروفة اسم Classmates.com والتي أسسها "راندي كونرادز"، وفي عام ١٩٩٧ أسس أندرو فرنريتش في نيويورك شبكة Sixdegrees.com ليقدم خدمات الروابط المباشرة بين المشتركين^(٨)، ثم حدثت النقلة الكبرى في الشبكات الاجتماعية عام ٢٠٠٢ بإطلاق موقع ماي سبيس My space الأمريكي الشهير الذي يعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، ومن أشهر هذه المواقع الآن موقع فيسبوك الذي أنشئه "مارك زوكربيرج" وزملائه في جامعة هارفارد عام ٢٠٠٤، ثم موقع تويتر الذي أسسه "جك دورسي" وزملائه عام ٢٠٠٦، وإنستجرام الذي أطلق عام ٢٠١٠ الذي أسسه "كيفين سيستروم" واستحوذ عليه فيما بعد الفيس بوك، ثم سناب شات الذي أسسه "ايفان شبيغل" و"وروبرت مورفي" ٢٠١١، وأيضا الواتس اب الذي أسسه الأمريكي "بريان أكتون" و"الأكراي" "جان كوم" ٢٠٠٩ . وحين ظهرت هذه الوسائل وبدأ استخدامها في عالمنا العربي وانتشر هذا الاستخدام بين الشباب بشكل كبير، وخاصة بعد التطور الكبير في تكنولوجيا الهواتف الذكية وكثرة استعمالها، حيث أشار تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية " حول الإعلام الاجتماعي " استمرار نمو استخدام هذه الوسائل، يرافقه زيادة ملحوظة في الأثر على الواقع الثقافي والاجتماعي والعلاقة بين المجتمعات والحكومات في العالم العربي، حيث بلغ عدد مستخدمي «فيسبوك» بحلول ٢٠١٧ في المنطقة العربية ١٥٦ مليون مستخدم، مقارنة بـ ١١٥ مليوناً في العام الماضي، وأن ١١,١ مليون مستخدم نشط لـ«تويتر» في المنطقة العربية في أوائل ٢٠١٧، مقارنة بـ ٥,٨ ملايين قبل ثلاث سنوات، ويتركز أكثر عدد للمستخدمين في المملكة العربية السعودية، تصل نسبتهم إلى ٢٩% من مجموع المستخدمين في العالم العربي^(٩) ١٧. وكشف التقرير عن وصول مستخدمي «لينكد إن» في المنطقة إلى ١٦,٦ مليون مستخدم بحلول ٢٠١٧ بزيادة ٢٢% مقارنة بالعام الماضي، وتشغل فيه دولة الإمارات المرتبة الأولى في عدد

المستخدمين ونسبة تقارب ٢٠% من إجمالي المستخدمين في العالم العربي، كما بلغ عدد المستخدمين النشطين للإنستجرام ٧,١ ملايين في المنطقة، ويوضح التقرير أن عدد مستخدمي الشبكة في السعودية أعلى من باقي بلدان المنطقة، أما دولة الإمارات فيصل نسبة الناشطين على الشبكة من مجموع السكان بنسبة ١٣,١% وأن اللغة العربية هي الأكثر استخداماً عبر منصات التواصل الاجتماعي للمرة الأولى في المنطقة. وأوضح التقرير أن فيسبوك لا يزال هو الشبكة الأكثر استخداماً في المنطقة مقارنة بالشبكات الأخرى، وتتركز أعلى نسب الاستخدام بين السكان في دولتي الإمارات وقطر^(١٠). وخلال عامين، شهدت أعداد التغريدات الصادرة في العالم العربي زيادة كبيرة وصلت نسبة ٥٩%، حيث وصل عدد التغريدات إلى ٨٤٩ مليون تغريدة خلال مارس ٢٠١٦. ويعود اهتمام وزيادة استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي – رغم الطابع المحافظ للمجتمعات الخليجية - سلسلة التحفيزات والتسهيلات المادية لإقتناء أجهزة الحواسيب وكافة الأجهزة الذكية، والتي لم تعرف كثير من الدول العربية مثيلاً لها، فضلاً عن العامل الاقتصادي المتمثل في القدرة الشرائية للمواطن الخليجي مقارنة بمتوسط دخل الفرد في باقي الدول العربية التي منحت القدرة على اقتناء أحدث الأجهزة وتبديلها في أوقات قياسية، وكذلك القدرة على الاشتراك في باقات خدمة الإنترنت^(١١)، ومن بين بلدان الوطن العربي، تتربع منطقة الخليج العربي على قمة الدول الأكثر استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث استطاعت دول المجلس أن تحافظ على صدارتها في المراكز الخمسة الأولى من حيث نسبة المستخدمين من السكان عبر جميع المنصات التي شملها التقرير، ولا أدل على ذلك تصنيف الدول التي توفر لمواطنيها أسرع خدمة إنترنت في سنة ٢٠١٧، والذي لم يكن صدفة أن سادته على مستوى الدول العربية ثلاثة بلدان هي الإمارات العربية المتحدة، وقطر، ثم الكويت، وبسرعة تجاوزت ٥,٦ ميجا بايت في الثانية الإمارات، ٦,٩ ميجا بايت في الثانية قطر، ٦,٧ ميجا بايت في الثانية بالكويت^(١٢). وأشار التقرير إلى إنه مع حلول ٢٠١٧، وصلت نسبة مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية إلى ٣٩% من السكان، مرتفعة من ٢٨% خلال ما يقرب من عامين، مع استمرار سيطرة قطاع الشباب بنسبة ٦٤% وتصدر اللغة العربية ساحة الإعلام الاجتماعي لأول مرة في المنطقة. وترافق هذا الصعود مع تنامي دور البنية التحتية لإنترنت الأشياء في ضخ البيانات الضخمة حول مختلف مناحي الحياة ونضوج تقنيات الذكاء الصناعي التي يمكنها استغلال الكم الهائل من البيانات الصادرة عن الإعلام الاجتماعي وإنترنت الأشياء بشكل غير مسبوق^(١٣)،

ولاشك أن هذه النسب والأرقام تتقاطع مع ما يحدث على مستوى العالم حيث إن ما يقرب من نصف سكان الكرة الأرضية (٣,١٧) مليار فردا مرتبطون بشبكة الإنترنت، وأن لكل فرد منهم (٥,٥٤) حسابا على شبكات التواصل الاجتماعي، كما يتم تسجيل ما يقرب من مليون مستخدم جديد عليها يوميا على الهاتف المحمول، ويترعب موقع الفيسبوك سلم الترتيب ب ١,٧١ مليار مستخدم حتى كتابة البحث، ويوتيوب مليار مستخدم أما مستخدمي الواتس اب فهم في حدود ٩٠٠ مليون مستخدم^(١٤).

وقد أتاحت وسائل التواصل ما يمكن أن يطلق عليه العلاقات الاجتماعية الإلكترونية، التي تشمل أوجه الاتصال الإنساني من التفاعلات والعلاقات والروابط الإنسانية، التي تتم في المجتمع بين أبناء المجتمع الواحد أو المجتمعات الإنسانية وتتمثل في الصداقة والتعارف والمراسلات والزواج والمشاركات وتتم من خلال وسائل اتصال الكترونية، كما أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي التواصل بين الناس في أي مكان، وبخاصة الذين يحملون الأفكار المُشتركة، و أتاحت فُرص عمل لكثير من مستخدميها، وسُرعة في نشر الأخبار. أتاحت الفُرص لأصحاب الشركات تطوير مشروعاتهم من خلال توفير منصات إعلانية على هذه المواقع، مما يؤدي إلى زيادة انتشارهم وتحقيق نسبة تسويق مرتفعة مما يرفع من مستويات دخولهم، ففي عام ٢٠١٥ استثمرت أكثر من ٣٨% من الشركات الخاصة ما قيمته ٢٠% من ميزانيتها في شبكات التواصل الاجتماعي بزيادة تصل إلى ١٣% عن عام ٢٠١٤^(١٥)، ولاشك أن بعض مواقع التواصل تعد مصدراً للترفيه والمتعة لبعض المترددين عليها في اهتمامات متنوعة رياضية أو درامية أو غيرها. ويرى علماء الاجتماع أنها تجعل الصداقة متينة وقوية وأكثر صراحة وتوفر شروطاً جيدة لاختيار الأصدقاء، وأنها وسيلة للتفاعل والحوار الاجتماعي وتعزز التماسك الاجتماعي وتوفر طرقاً وأنماطاً جديدة للتفاعل الإنساني والاجتماعي أما عن الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، فقد رصد علماء الاجتماع والنفس بعضها وأشاروا إلى أنها ساهمت في تحقيق العزلة والفردية مقابل الاجتماعية بين أفراد الأسرة، مما يسهم في انهيار البناء الاجتماعي للأسرة، وساهمت في كثير من الأحيان في نشر الأخبار غير الحقيقية والشائعات مما أدى إلى حدوث الكثير من الأزمات، كما يشيرون إلى بعض الآثار النفسية السلبية الناتجة عن الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي، منها الانعزالية، والتوقف عن المشاركة في الأنشطة الاجتماعية، والحد من اللقاءات الأسرية حتى داخل المكان الواحد، وأكدوا على أنه قد يصل الاستخدام إلى حد

"الإدمان" الذي يؤدي إلى فقدان القدرة على التعبير أو فهم حركات الجسد والوجه، ويرون أن بعض الناس يصابون بالإحباط في حالة لم يتم التفاعل مع ما ينشرونه من متابعيهم أو أصدقائهم، ويؤكد ذلك المنافسة بينهم في أعداد المعلقين أو الذين مروا على صفحاتهم، كما أشارت بعض الدراسات إلى تأثير الاستخدام الذي يرسخ مفاهيم العزلة والانطواء، بحيث يعيش المستخدم في عالمه الخاص بعيدا عما يحيطون به، وفي هذا الصدد يؤكد الأطباء أن استخدام الهواتف المحمولة والأجهزة الالكترونية تصيب الأطفال بحالات من التشنج، والسمنة، والكسل، والخمول الجسدي، وأحيانا الميل للعنف اللفظي والجسدي والعدوان .

الدراسات السابقة

من خلال الاطلاع على الكثير من الدراسات السابقة حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي استطاع الباحث حصر بعضها، وبخاصة ما يتعلق بطبيعة الاستخدام، أو أهم ما تتركه لدى مستخدميها من بعض الآثار يرصدها الباحث في التالي :

دراسة كمال حميدو ٢٠١٧^(١٦) حول الإعلام الاجتماعي وتحولات البيئة الاتصالية العربية، حيث أكد في دراسته التي أجراها على عينة مكونة من ٧٢ فردا من مستخدمي ونشطاء الشبكات الاجتماعية في ١٨ دولة عربية بواقع ٤ أفراد في كل دولة مقسمة إلى فئتين عمريتين (١٦ - ٢٥) و (٢٦ - ٤٠)، وسعى فيها للتعرف على إشكاليات التحولات التي فرضتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال الاتصال في العالم العربي، وفيها توصل إلى أن الفيسبوك هو المنصة المفضلة للتواصل عند الشباب وجاء في الترتيب الأول بنسبة ٨٥%، في حين جاء الواتس أب تاليا بنسبة ٨٣%، واحتل اليوتيوب المرتبة الثالثة بنسبة ٥١%، أما الإنستجرام فجاء رابعا بنسبة ٣٥%، ثم تويتر بنسبة ٣٣%، مع نسب تفضيل متفاوتة بين البلدان العربية في كل منها، بمتوسط استخدام يومي ٩ ساعات عند الفئة العمرية الأولى، وبتوسط استخدام يومي ٣ ساعات عند الفئة العمرية الثانية، وأكدت الدراسة أن أهم أعراض استخدامها تمثل في التعارف والتشبيك، والتواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء العمل، والترفيه، واللعب الالكتروني، والاستعلام والأخبار، والأعمال، ومتابعة الإجراءات الإدارية ثم التسوق، مرتبة حسب نسبة كل منها وذلك عند الفئة العمرية الأولى، أما الفئة العمرية الثانية فكان الترتيب كما يلي: التواصل مع الأهل والأصدقاء

وزملاء العمل، التعارف والتشبيك، الترفيه، الاستعلام ومتابعة الأخبار، اللعب الإلكتروني، الأعمال ثم متابعة الإجراءات الإدارية وأخيرا التسوق .

وفي دراسة مجدي الداغر ٢٠١٦^(١٧) حول استخدامات الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية ،سعت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المؤسسات الصحفية التقليدية لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية، والتي أجراها على عينة قوامها ١٥٠ من العاملين بالمواقع الإلكترونية في الصحف التقليدية، وكشفت أن الفيسبوك هو أكثر المواقع استخداما لدى تلك المؤسسات على شبكة الإنترنت، وأنه مصدر ٦٠,٥%، من المواد على المواقع الإلكترونية لتلك المؤسسات بعد التأكد من صحته.

أما دراسة رحيمة الطيب العيساني ٢٠١٦^(١٨) حول أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي، توصلت فيها إلى أن نسبة نشاط الشباب مستخدمي الفيس بوك إلى نشاط شبكة الفيس بوك نفسها ٥٠%، ونشاط مستخدمي تويتر إلى نشاط تويتر ٦٣%، ونسبة نشاط مستخدمي اليوتيوب إلى نشاط اليوتيوب ٥٦%، وأن ثلثي أفراد العينة الذين يتصفحون الإنترنت يوميا، هم نشطاء على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن أشكال التفاعلية عليها هي البحث عن مضامين، وإتاحة الفرصة الفعل أو رجع الصدى، إمكانية التواصل المباشر مع الآخرين، إمكانية إضافة وإثراء المحتوى الاتصالي .

وفي دراسة عبد الناصر قاسم ٢٠١٥^(١٩) حول دور مواقع التواصل الإلكتروني في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا السياسية، وطبقها على ٤٠٠ مجوثا، في محافظات غزة وتوصلت إلى أن الشباب الفلسطيني يستخدمون مواقع التواصل الإلكتروني بشكل دائم، وأن الفيسبوك هو أكثرها استخداما، ثم اليوتيوب، ثم تويتر، وكشفت الدراسة أن تلك المواقع ساهمت في تنمية مشاركتهم في القضايا السياسية، وأن أكثر القضايا التي شاركوا فيها عبر المواقع كانت حسب أهميتها، وفق الترتيب التالي: إنهاء الانقسام، والمصالحة الوطنية، الحركات والفصائل السياسية، الحصار والاحتلال الإسرائيلي، الانتخابات الفلسطينية، الأسرى، تهويد القدس وضياح الهوية الفلسطينية، الجدار والاستيطان، ولم تظهر النتائج وجود فروقا إحصائية بين متوسطات الإجابة وفق متغيرات السن، والحالة الاجتماعية، والنوع .

دراسة حنان بنت شعشوع ٢٠١٤^(٢٠) حول أثر استخدام شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية، وبصفة خاصة الفيس بوك، وتويتر، حاولت

الدراسة قياس الأثر الذي يمكن أن تتركه تلك الوسائل على العلاقات الاجتماعية سواء كان بشكل ايجابي أو سلبي، وأجرت دراستها على طالبات جامعة الملك عبد العزيز تم اختيارهم بطريقة عمدية، وأكدت نتائج الدراسة، أن أهم أسباب استخدام الطالبات لهذه الوسائل هو سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، وأن تلك المواقع أفادتهم في تعزيز صداقتهم القديمة والبحث عن صداقات جديدة، والتواصل مع أقاربهم البعيدين، وأنها – أي المواقع – ساهمت في انفتاحهم الفكري ولكنها قللت من التفاعل الأسري، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباط عكسية بين متغيري السن والمستوى التعليمي وبين طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات، وأيضا وجود علاقة ارتباطية موجبة بين عدد الساعات وأسباب الاستخدام وأبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات .

دراسة سحر جابر ٢٠١٤^(٢١) حول الآثار الاجتماعية والمجتمعية لتعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الإلكترونية، وكشفت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي، ساعدت الشباب على التفاعل المباشر مع أصدقائهم ومعارفهم، ومكنتهم من إقامة علاقات إنسانية على أساس الاهتمامات والأنشطة المشتركة، وأكدت الدراسة أن الفترة الطويلة التي يقضيها الشباب مع وسائل التواصل الاجتماعي قد تصل بهم إلى حد الإدمان، وأن ذلك يدفعهم بشكل كبير إلى سلوكيات غير سوية مع أسرهم الأقرب إليهم ومن ثم ينعكس بدوره على سلوكياتهم المجتمعية.

دراسة الباز محمد توفيق ٢٠١٤^(٢٢) حول لغة الشباب على الفيس بوك وعلاقتها ببعض أبعاد الهوية الثقافية لديهم، أكدت نتائج الدراسة أن استخدام تلك المواقع بين الشباب قد خلق لديهم فجوة ثقافية مع لغتهم الأم، وخاصة أنهم يستخدمون نمطا من اللغة في كتابتهم يمزج بين حروف اللغة الإنجليزية واللهجة العامية، أو ما يطلقون عليه (الفرانكوأراب)، وأن هذا الاستخدام في الكتابة يزيد الفجوة الثقافية في أبعاد أخرى مثل الدين والتاريخ والعادات والتقاليد والانتماء، وأن هذا الأسلوب احتل الصدارة في تعاملهم مع الفيس بوك، واعتبروا أن هذه الكتابات هي الأسهل في التواصل بين أقرانهم الذين يجيدونها بالطبع وبالتالي يصل المعنى دون حاجة لشكل الكتابة لديهم .

دراسة داليا المدبولي ٢٠١٤^(٢٣) في دراستها التي أجرتها على عينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مبحوثا من طلاب الإعلام التربوي بجامعة القاهرة، ودمياط، كشفت

نتائجها أن أكثر من نصف الطلاب يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بواقع أكثر من ثلاث ساعات يوميا، ويستخدمونها بدوافع تبادل ومشاركة الأفكار مع مستخدمين آخرين، ويزيد استخدامهم لهذه المواقع في أوقات الأزمات، وأن هناك علاقة ارتباط طردي بين التماس المعلومات السياسية للطلاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل تعرضهم لها .

كما أكدت دراسة منى عمران ٢٠١٤^(٢٤)، أن معظم الشباب الجامعي يتصفح الفيس بوك يوميا، ويتابع قضايا الفساد الإعلامي والسياسي بدرجة متوسطة عبر موقع الفيس بوك، وفي الدراسة التي طبقتها على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوثا، وطبقت فيها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كشفت عن وجود علاقة ارتباط طردي ضعيف بين زيادة الاعتماد على الفيس بوك بوصفه مصدرا للمعلومات، وبين حصول الشباب على المعلومات المتعلقة بقضايا الفساد الإعلامي والسياسي.

دراسة آلاء ماهر خفاجة ٢٠١٣^(٢٥) حول دور المواقع الإلكترونية الحديثة (المدونات – الفيس بوك – اليوتيوب) في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المجتمعية، خلصت نتائج الدراسة إلى أن الفيسبوك هو أكثر المواقع استخداما بين الشباب الجامعي، وأن الموضوعات التي يتم تداولها بين الشباب على الموقع ساهمت في تشكيل كثير من اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية، وأن تلك المواقع ساهمت في حشد الشباب في بعض القضايا الاجتماعية، والسياسية، وأنها أدت إلى قناعتهم ببعض القضايا والأفكار والآراء المتعلقة بتلك القضايا، كما أنها – أي المواقع – حققت انتشاراً بين الشباب، مما أحدث الكثير من الجدل والنقاش على المستويين الشعبي، والرسمي وبين السياسيين، والإعلاميين، والأكاديميين.

دراسة ناصر سلم الحميدي ٢٠١٣^(٢٦) حول الأثر الاجتماعي للفيسبوك على الشباب السعودي، وأثرها على العلاقات الاجتماعية لعينة من الشباب السعودي من طلاب المدارس الثانوية، تبين من خلال النتائج، الأثر السلبي للفيس بوك على طلاب المرحلة الثانوية، التي يقضي الطالب فيها أوقاتا طويلة تفوق عدد الساعات التي يقضيها بين أفراد أسرته، فضلا عن أثره على الزيارات الأسرية والأقارب التي قلت كثيراً بسبب انشغالهم بالفيس بوك .

وفي دراسة McKinney, Bruce C 2012^(٢٧) التي سعت إلى التعرف على استخدام الشباب الجامعي لموقعي الفيس بوك، وتويتر، من حيث الانفتاح على العالم الخارجي، والتكلف في الحديث مع الآخرين، وطبق دراسته على عينة قوامها ٢٣٣

من طلبة جامعتي Southem, Northeastern بالولايات المتحدة الأمريكية وكان من أهم نتائجها ؛ أن اتجاه الشباب الجامعي يكون إيجابيا نحو الانفتاح في تبادل المعلومات مع الآخرين مع زيادة عدد مرات استخدام موقعي الفيس بوك، وتويتر، ويرتبط اتجاه الشباب الجامعي إيجابيا نحو التكلفة في تبادل المعلومات مع الآخرين على عدد أصدقائهم في موقعي الفيس بوك، وتويتر .

دراسة محمود السماسيري – غالب شنطاوي ٢٠١١^(٢٨) التي استهدفت التعرف على استخدام الشباب الجامعي للفيس بوك، وأهم الإشباعات التي يحققها هذا الاستخدام، والتي أجريت على عينة قوامها ٢٠٠٠ مبحوثا، وأكدت نتائجها أن أكثر من ٥٠%، من أفراد العينة يقضون أكثر من ساعة ونصف يوميا على الفيس بوك، وأن التسلية هي أعلى نسبة بين الإشباعات، يليها قضاء أوقات الفراغ، وثبت عدم وجود فروق ذو دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد العينة نحو استخدام الفيس بوك وبين متغيراتهم الديمغرافية بشكل عام، وتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات التعودية تبعا للمتغيرات الديمغرافية .

دراسة جارح العتيبي ٢٠١١^(٢٩) حول استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية لشبكة الفيس بوك، التي طبقها على عينة قوامها ٥٢٤ طالبا وطالبة في جامعات الملك سعود وجامعة الملك عبد العزيز وجامعة الملك فيصل، وكانت من أهم نتائجها، انتشار استخدام الفيس بوك بين طلبة الجامعات السعودية بلغت نسبتها ٧٧%، وأن الأهل والأصدقاء هما مصدر معرفتهم بالفيس بوك، وجاء دافع تمضية الوقت أولا من بين دوافع الاستخدام وإشباعاتها، وأكدت العينة تأثير الفيس بوك على عدم استخدامهم لوسائل الإعلام الأخرى، وكان من أهم مظاهره الإيجابية رفع مستواهم الثقافي وزيادة التحصيل العلمي، وصقل المواهب وإبرازها، وإيجاد مساحة للتعبير عن الرأي أما أهم مظاهره السلبية عليهم، فكانت في انحلال وتفكك العادات والتقاليد الاجتماعية، والتسبب في ضياع الوقت وإضعاف العلاقات الأسرية.

وفي دراسة عبده محمد حافظ ٢٠١١^(٣٠) حول دوافع استخدام الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية كوسيلة للتواصل، وأثارها الاجتماعية والنفسية لاستخدام تلك الشبكات والتي طبقها على عينة من طلبة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، أكدت أن إدمان الشباب المفرط للشبكات الاجتماعية أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة لإقامة علاقات اجتماعية في البيئة الحقيقية والواقعية، وتراجع الاتصال الشخصي

مقابل التواصل عبر الشبكات الاجتماعية الأمر الذي أدى إلى جنوح الشباب إلى الاغتراب الجماعي .

وفي دراسة 2011, Gabriela Grossecka , Ramona Branb^(٢١) التي تم تطبيقها على عينة من طلبة الجامعات الأمريكية من مستخدمي الفيس بوك خلال العام الجامعي ٢٠١١، كشفت الدراسة أن طلاب الجامعات يقضون وقتاً ممتداً على الفيس بوك، الذي يعد أكثر وسائل التواصل استخداماً بينهم، ولكن استخدامه يكون بشكل أكبر للأغراض الأكاديمية أكثر من استخدامه في موضوعات أخرى ترفيهية أو للتسلية .

وفي دراسة 2011, Nazan Doruer^(٢٢) التي استهدفت التعرف على دوافع الشباب الجامعي في الولايات المتحدة الأمريكية للاهتمام بالفيس بوك، والتي أكدت أهمية الشبكات الاجتماعية لطلبة الجامعات، وأنهم يستخدمون الموقع لتكوين علاقات اجتماعية فيما بينهم، وكذلك يستخدمونه في التواصل مع الأشخاص الذين يعرفونهم، والذين لا يعرفونهم، وذلك بهدف الترفيه والتسلية وقضاء أوقات ممتعة ولطيفة بعيداً عن الإعلان عن أنفسهم .

وفي دراسة 2010, Aren, Karbinisky^(٢٣) والتي هدفت إلى التعرف على الآثار التي يتركها استخدام موقع الفيس بوك على التحصيل الدراسي لطلاب الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية، والتي طبقها على ٢١٩ طالباً وأظهرت نتائجها أن الطلاب المدمنون لتصفح الفيس بوك على شبكة الإنترنت معدلاتهم الأكاديمية والعلمية أدنى من نظرائهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع أو يستخدمونه بشكل أقل، وأنه كلما زادت الفترات التي يقضونها أمام الفيس بوك تقل درجاتهم في الامتحانات، وأن ٧٩% من عينة الدراسة أكدت باعترافهم أن إدمانهم لمواقع الفيس بوك أثر سلباً على تحصيلهم الدراسي.

كما أكدت دراسة هايز 2009, R. Hayes^(٢٤) أن الشبكات الاجتماعية، واستخدام الإنترنت أدى إلى تغيير الاتجاهات والقناعات السياسية وشجع على المشاركة في الفعاليات السياسية، وفي دراسته التي أجراها على عينة من ٦٢٥ مبحوثاً تتراوح أعمارهم بين ١٨ - ٢٥ عاماً في الولايات المتحدة الأمريكية، والتي اختبر فيها تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على كيفية التعلم السياسي والمعرفة والمشاركة في العملية السياسية، توصلت إلى أنه مع زيادة البحث عن معلومات حول

الانتخابات أدى إلى نمو وزيادة عملية التصويت، وشجع الناخبين على الذهاب إلى صناديق الاقتراع، والمشاركة في النقاشات السياسية .

دراسة Urtisa Mark & Others, 2009^(٣٥) التي تم تطبيقها على عينة من ٥٠ مبحوثاً من طلبة جامعة كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، والتي حاولت التعرف على استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة موقعي MySpace, Facebook، وأهم دوافعهم لذلك، أكدت الدراسة أن الطلبة يؤكدون أنها وسيلة فعالة للاتصال بالآخرين، وأنها سهلة ومريحة في الاتصال بالأهل والأصدقاء، وأن الفضول لديهم هو الدافع للاشتراك فيهما لاكتشاف العالم المحيط بهم وجعلهم أكثر جاذبية أما الآخرين.

تساؤلات الدراسة

وبناءً على أهمية الدراسة و أهدافها تسعى للإجابة على التساؤلات التالية :

- ١- ما مدى استخدام أفراد الأسرة للشبكات الاجتماعية والمدة الزمنية التي يستخدمونها، وما الفرق بينهم في طبيعة الاستخدام.
- ٢- ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد الأسرة (الزوج - الزوجة - الأبناء)، وهل هناك فرق بينهم في ذلك.
- ٣- ما مدى اشتراك أفراد الأسرة معا في صفحات بعضهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وما الفرق بين إجاباتهم .
- ٤- ما أهم استخدامات أفراد الأسرة لشبكات التواصل الاجتماعي، وما الفرق بين كل من الآباء والأبناء في ذلك .
- ٥- ما الفترات الزمنية التي تجلسها الأسرة مع بعضها خلال اليوم، وما الفرق بين إجابات أفراد الأسرة .
- ٦- ما الفترات التي يجلس فيها الأزواج والأبناء منفردين على شبكات التواصل الاجتماعي، وما الفرق بين إجاباتهم.
- ٧- ما الأماكن التي يستخدمون فيها شبكات التواصل أكثر (المنزل - العمل - أماكن أخرى) وما الفرق بين الآباء والأبناء.
- ٨- ما مدى وجود خلافات أسرية بسبب استخدام شبكات التواصل (بين الزوج والزوجة - بين الأبوين والأبناء).

٩- ما أهم المشكلات التي قد تحدث بين أفراد الأسرة بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

١٠- مدى تفضيل أفراد الأسرة التواصل فيما بينهم بشكل حقيقي بعيداً عن التواصل مع الأصدقاء، وما الفرق بين الأبناء والآباء.

نوع الدراسة

من الضروري استعادة البحث العلمي الإعلامي لمنطق الكشف أو الاكتشاف العلمي ليكون محورا مركزيا لتفكير الباحث الذي ينبغي أن يحدد فيما بينه وبين نفسه ما الذي سوف يكتشفه أو يكتشفه وما الذي سيضيفه هذا لكشف العلمي، ثم ينتقل إلى محاولة التفكير في الآلية التي يمكن أن يتوصل بها إلى هذا الاكتشاف العلمي، وأن يكون الباحث على وعي تام بأن جانبا مهما مما يقوم به وما يتوصل إليه لابد أن يشكل لبنه في جدار البناء الفلسفي لعلم الاتصال^(٣٦)، لذا فإن الدراسة تدخل في سياق البحوث الوصفية التفسيرية التي تسعى للتعرف على ظاهرة مهمة ومحاولة اكتشاف طبيعة العلاقة التي تربطها وسائل التواصل الاجتماعي في الأسرة العربية وتركيبية العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسر في ضوء استخدامهم لهذه الوسائل سواء كان الأب أو الأم أو الأبناء، وخاصة في ظل تنامي وزيادة استخدامها بين فئات متعددة وشرائح متنوعة من المجتمع.

منهج الدراسة

لم تختلف المناهج العلمية في دراسات الإعلام التقليدي عن ما يسمى بالإعلام الجديد، وبخاصة وسائل التواصل الاجتماعي حين يتم التطرق إلى أسلوب استخدام وسائل الإعلام وطبيعة العلاقة والأثر الذي تتركه بين مستخدميها^(٣٧)، وبالتالي يعد منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي منهجا مناسباً لطبيعة الدراسة الحالية، والذي يتيح التعرف على طبيعة استخدام الشبكات الاجتماعية بين أفراد الأسرة والعلاقة بين الاستخدام وما يترتب على ذلك من مشكلات قد تحدث بينهم في حال الاستخدام غير المقننه.

مجتمع وعينة الدراسة

إن مجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة الذي بلغ عدد سكانه ٩,٤٠ مليون نسمة في عام ٢٠١٧ منهم ٧٢% ذكور، ٢٨% من الإناث^(٣٨) يضم بين جنباوته العديد من الجنسيات العربية والأجنبية من معظم دول العالم حيث يعيش على أرضه

أكثر من ٢٥٠ جنسية موزعين على كما يلي ١١,٤٨% الإمارات، ٢٧,٤٩% الهند، ١٢,٦٩% باكستان، ٧,٤% بنجلاديش ٥,٥٦% الفلبين ٤,٦٧% إيران، ٤,٢٣% مصر ٣,١٧% نيبال، ٣,١٧% سيريلانكا، الصين ٢,١١%، ٣٥,٥٥% الجنسيات الأخرى^(٣٩) يستخدم ٩,٣٠ مليون بنسبة ٩٧,٤٨% الفيسبوك، ٩,٢٥ مليون الواتس أب بنسبة ٩٧%، ٧,٧٢ مليون اليوتيوب بنسبة ٨٠,٨٢% مع اتساع مجتمع الإمارات وبخاصة الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وفي ضوء اتساع المجتمع وانتشار الجاليات العربية التي تعمل بالدولة، فإن الدراسة سيتم تطبيقها على عينة عمدية حصصية من ١٠ أسر عربية تضم الجنسيات الإماراتية والمصرية والسودانية والأردنية والعراقية، بحث تشمل كل أسرة الأبوين (الزوج - الزوجة) وإثنين من الأبناء من الفئات العمرية ١٥ - ٢٤ والذي يبلغ عددها في الإمارات ١,٢١ مليون منهم ٨١.٠ مليون نسمة ذكور، ٤٠.٠ مليون إناث، والفئة العمرية ٢٥ - ٥٤ والذي يبلغ عددها في الإمارات ٦,٢٩ مليون نسمة منهم ٤,٨٣ مليون ذكور، ١,٤٦ مليون إناث.

أدوات جمع البيانات

تم جمع البيانات المتعلقة بالدراسة من خلال صحيفة الاستبيان بالمقابلة على عينة الدراسة، للتعرف على ما يمكن أن يحدثه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأسرة العربية، وقد قام الباحث بإعداد الأسئلة بشكل يتناسب ويتلائم مع طبيعة تساؤلات الدراسة، ويحقق التوصل إلى النتائج، وقد تم عرضها على بعض المحكمين* للتعرف على مصداقية الأداة، ومدى ملائمتها لقياس أهداف الدراسة، ثم تم إجراء التعديلات التي طرحها السادة المحكمين والاستفادة من وجهة نظرهم في التطبيق .

المعالجة الإحصائية

استخدم الباحث اختبار Z لقياس ومعرفة معنوية الفروق بين نسبتين، وهو يستخدم لمعرفة الفروق بين النسب المستقلة، وفق المعادلة التالية^(٤٠):

$$Z = \frac{A_1 - A_2}{\sqrt{\frac{2AB}{N_1}}}$$

نتائج الدراسة

في ضوء التساؤلات التي طرحتها الدراسة أمكن التوصل إلى مجموعة من النتائج يمكن رصدها وسردها في النقاط التالية :

أولاً: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

حين أكدت الكثير من الدراسات حرص مستخدمي الإنترنت على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، التي تحقق لهم الكثير من الإشباع، كشفت نتائج الدراسة الحالية كما هو مبين بالجدول رقم (١) أيضاً حرص الأسر العربية على السير في نفس النهج، واستخدام تلك الوسائل، فتبين ارتفاع نسبة استخدام وسائل التواصل بين الأبناء أكثر من الأبوين، حيث وصلت إلى ٩٤%، في حين وصل استخدام الأبوين إلى نسبة ٨٩% للاستخدام الدائم، بينما انخفضت النسبة للاستخدام أحياناً بين الطرفين الأبوين والأبناء .

جدول رقم (١) يوضح استخدام الأسرة العربية لوسائل التواصل الاجتماعي

الاستخدام	التكرار		النسبة		الإجمالي	النسبة	قيمة Z	مستوى المعنوية	القيمة الحرجة
	الأبناء	الأبوين	الأبناء	الأبوين					
دائماً	٨٩	٩٤	٨٩	٩٤	١٨٣	٩١,٥٠	٠,٣٣	٠,٠٥	١,٩٦
أحياناً	٩	٥	٩	٥	١٤	٧,٠٠	-	-	-
نادراً	٢	١	٢	١	٣	٠١,٥٠	-	-	-
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	-	-	-

وقد كشفت النتائج عدم فروق بين كل من الأبناء والزوجين فيما يتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي (دائماً) حيث تبين أن قيمة (Z) 0.33 وهي قيمة غير دالة عند مستوى ٠,٠٥ حيث إنها أقل من القيمة الحرجة ١,٩٦ وبالتالي يتساوى كل منهما في التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي، ومن المهم الإشارة هنا إلى أن الباحث استخدم (Z) فقط على الفئات والتكرارات التي تزيد قيمتها عن ٣٠ .

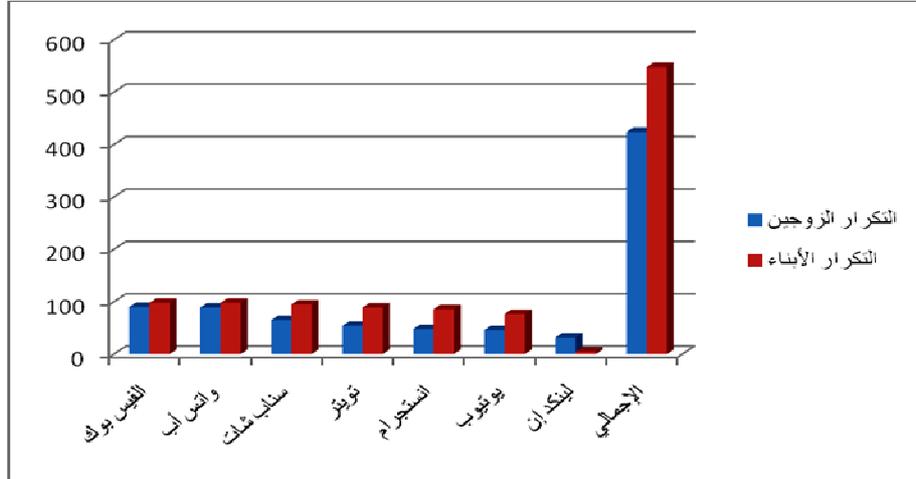
ثانيا : أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي يتم استخدامها (ن ذكور ١٠٠ – إناث ١٠٠)

جدول رقم (٢) يوضح أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الأسرة العربية

الوسيلة	التكرار		النسبة		الاجمالي	النسبة	قيمة Z	مستوى المعنوية	القيمة الحرجة
	الزوجين	الأبناء	الزوجين	الأبناء					
الفييس بوك	٩٠	٩٨	٩٠,٠٠	٩٨,٠٠	١٨٨	٩٤,٩٤	١,٧٤	٠,٠٥	١,٩٦
واتس أب	٨٩	٩٨	٨٩,٠٠	٩٨,٠٠	١٨٧	٩٣,٥٠	٠,٠٠٩١	٠,٠٥	١,٩٦
سناب شات	٦٥	٩٥	٦٥,٠٠	٩٥,٠٠	١٦٠	٨٠,٠٠	٠,٠٠١	٠,٠٥	١,٩٦
تويتر	٥٤	٨٩	٥٤,٠٠	٨٩,٠٠	١٤٣	٧١,٥٠	٠,٦٩١	٠,٠٥	١,٩٦
انستجرام	٤٨	٨٦	٤٨,٠٠	٨٩,٠٠	١٣٤	٣٧,٠٠	٠,٠٠٥٧	٠,٠٥	١,٩٦
يوتيوب	٤٦	٧٧	٤٦,٠٠	٧٧,٠٠	١٢٣	٦١,٥٠	٠,٠٠٤٧	٠,٠٥	١,٩٦
لينكد إن	٣٢	٥	٣٢,٠٠	٠,٥٠	٣٧	١٨,٥٠	-	-	-
الإجمالي	٤٢٤	٥٤٨	١٠٠	١٠٠	٩٧٢	١٠٠	-	-	-

لا شك أن تنوع وتعدد وسائل التواصل الاجتماعي، أتاح لكثير من الأسر العربية الفرصة للاختيار من بين تلك الوسائل التي تتوافق مع رغباتهم، واحتياجاتهم، ومن بين هذه الوسائل جاء الفيس بوك متصدرا إياها لكل من الزوجين والأبناء بنسبة ٩٠%، و ٩٨% (يوجد فرق عند مستوى ٠,٠٥ والقيمة الحرجة ١,٩٦) في حين جاء الواتس أب في الترتيب الثاني لكل منهم بنسب متفاوتة حيث وصل عند الأبناء ٩٨%، والزوجين ٨٩% (لا يوجد فرق عند مستوى ٠,٠٥ والقيمة الحرجة ١,٩٦) وقد يكون الفيس بوك أحد أهم الوسائل المستخدمة في العالم العربي، كما أكدت ذلك نتائج دراسات سابقة نظرا لطبيعته في الاستخدام وإمكاناته التي يفضلها كثيرون ممن يستخدمونه، أما الواتس أب فجاء أكثر استخداما عند الأبناء نظرا لأنه وسيلة تواصل واتصال بسيطة وسهلة تمكنهم من التفاعل مع أصدقائهم، والتواصل معهم بشكل

مستمر وربما بتكلفة أقل، ولا يفوتنا في هذا أن نؤكد على انتشار وتوافر خدمات الواي فاي WaiFai في الإمارات في كثير من الأماكن العامة، ومراكز التسوق بشكل مجاني، شجع على استخدامها، وسمح بالتواصل المباشر بين الأهل والأصدقاء خارج وداخل الإمارات . ثم يظهر التفاوت الكبير بين الزوجين والأبناء في بقية الوسائل السناب شات (٦٥% الزوجين - ٩٥% الأبناء) - انستجرام (٤٨% الزوجين - ٨٦% الأبناء) - يوتيوب (٤٦% الزوجين - ٧٧% الأبناء) كما هو موضح في الجدول رقم (٢) ولكن حين جاء استخدام (لينكد إن) انقلبت النسبة لصالح الزوجين (٣٢% الزوجين - ٥% الأبناء) وربما يعود ذلك لطبيعته المتعلقة بالتوظيف والبحث عن فرص العمل، والذي يعيش في الإمارات، وبخاصة من الجنسيات العربية العاملة يسعى دائما للبحث عن فرص عمل أفضل بدخل أعلى، يحقق طموحاتهم من السفر والغربة، وهذا ما يوفره موقع (لينكدإن) وبالتالي يشارك فيه كثير من هؤلاء الأزواج، سواء رجل أو سيدة تبحث عن فرصة عمل أفضل، أو تسعى للحصول على فرصة عمل أصلا، أما الأبناء المشاركون فربما يكونون من الخريجين الجدد، الذين يسعون للحصول على مكان وفرصة عمل تساعد على تخفيف العبء عن كاهل الوالدين، أو السعي لبناء حياة خاصة بهم مستقلة عن والديهم تهيء لهم تكوين أسرة، وكما هو مبين في الجدول السابق أيضا لم يتضح وجود فروق بين كل من الآباء والأبناء في استخدام المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي السناب شات والانستجرام واليوتيوب.



شكل رقم (١)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها كل من الآباء والبناء

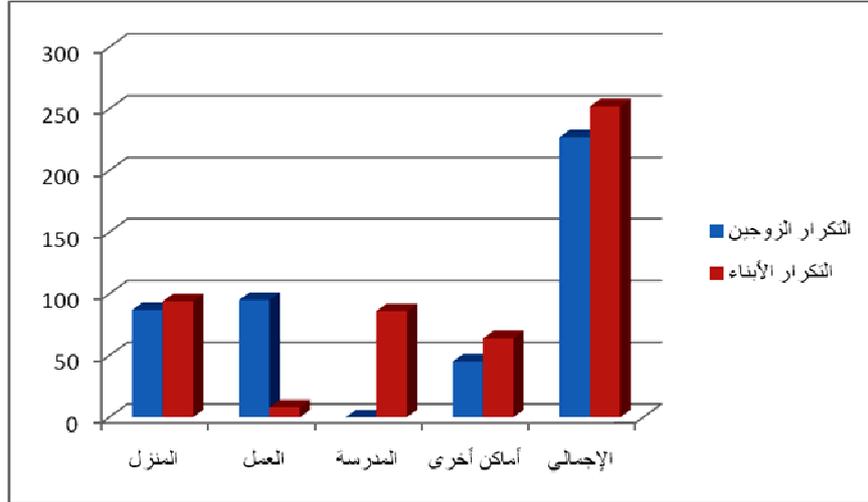
ثالثا : أماكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٣) يوضح أهم الأماكن التي تستخدمه فيها الأسرة العربية وسائل التواصل الاجتماعي

القيمة المرجحة	مستوى المعنوية	قيمة Z	النسبة	الإجمالي	النسبة		التكرار		الأماكن
					الأبناء	الزوجين	الأبناء	الزوجين	
١,٩٦	٠,٠٥	٠,١٦٩	٩٠,٥٠	١٨١	٩٤,٠٠	٨٧,٠٠	٩٤	٨٧	المنزل
-	-	-	٥١,٥٠	١٠٣	٠٨,٠٠	٩٥,٠٠	٨	٩٥	العمل
-	-	-	٤٣,٠٠	٨٦	٨٦,٠٠	٠	٨٦	-	المدرسة
١,٩٦	٠,٠٥	٠,٢٦٩٨	٥٤,٥٠	١٠٩	٦٤,٠٠	٤٥,٠٠	٦٤	٤٥	أماكن أخرى
-	-	-	١٠٠	٤٧٩	١٠٠	١٠٠	٢٥٢	٢٢٧	الإجمالي

وكما هو موضح في الجدول رقم (٣) فإن المنزل هو المكان المفضل، والأكثر استخداما لدى كل أفراد الأسرة (٨٧% للآباء - ٩٤% للأبناء)، وفي الحقيقة على الرغم من أنه المكان الذي ربما يكون الأنسب في استخدام الإنترنت عموما نظرا لكونه أكثر راحة وطمأنينة في الاستخدام إلا أنه يشكل اتجاها مهما في تقييم التواصل الفيزيقي الحقيقي للأسرة، فربما كلما زاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المنزل كلما كان ذلك مؤشرا على عدم التواصل لفترات طويلة بين أفراد الأسرة لذا فإن النتيجة هذه من وجهة نظر الباحث دليلا سلبيًا على استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي على الأسرة، والمفارقة أن الأبوين أكثر استخداما لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل وربما تفسيرنا لذلك مبني على إظهار جوانب تربوية معينة من قبل الآباء نحو الأبناء، وممارسة الضغط عليهم لعدم أو تقليل استخدام تلك الوسائل داخل البيت، في الوقت الذي يستخدمونه هم في العمل بشكل أكبر هربا من أبنائهم، وربما ينطبق الأمر على أحد الطرفين (الزوج أو الزوجة)، ونفس الأمر في النتيجة الأخرى (المدرسة - أماكن أخرى) حيث تبين أن هناك استخداما لهما بالنسبة للأبناء (٨٦% - ٦٤%) وإذا كانت المدرسة مكانا رسميا خلال فترة الدوام حتى وإن لم يكن طويلا إلا أنه يدخل في سياق الهروب من الرقابة الأسرية، وهو ما ينطبق على أماكن أخرى والتي مثلت فيها مراكز التسوق نسبة كبيرة، نظرا لأن شبكة الإنترنت متوفرة في هذه الأماكن بشكل عام وبدون مقابل. ولتوضيح الفروق

المعنوية بين الآباء والأبناء فيما يتعلق بإمكان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، تبين عدم وجود فروق بينهما فيما يتعلق بالاستخدام داخل المنزل أو الأماكن الأخرى فقد اتضح أن قيمة (Z) اقل من القيمة الحرجة ١,٩٦ عند مستوى ٠,٠٥.



شكل رقم (٢)

يوضح الأماكن التي تستخدم فيها الأسرة وسائل التواصل الاجتماعي

رابعاً : المدة التي تستخدم فيها أفراد الأسرة وسائل التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٤) يوضح الفترات الزمنية التي تستخدم فيها الأسرة العربية

وسائل التواصل الاجتماعي

الوقت بالساعة	التكرار		النسبة		القيمة المعنوية	مستوى القيمة الحرجة	قيمة Z	النسبة	الإجمالي
	الزوجين	الأبناء	الزوجين	الأبناء					
١ - أقل من ٢ يومياً	٢٩	١٨	٢٩	١٨	-	-	٢٣,٥	٤٧	
٣ - ٥ يومياً	٥٦	٣١	٥٦	٣١	٠,٠٥	١,٩٦	٤٣,٥	٨٧	
أكثر من ٥ يومياً	٧	٤١	٧	٤١	-	-	٢٤,٠	٤٨	
لم أحسبها	٨	١٠	٨	١٠	-	-	٩,٠	١٨	
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	-	-	١٠٠	٢٠٠	

ربما تكون نتائج هذا السؤال التقريبية من وجهة نظر المبحوثين، وليست اجابة قاطعة، وإن كان لها مدلولها في البحث حيث تعد مؤشرا مهما في التعرف على احساس الأسرة بالوقت الذي يقضونه في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فقد يتبين أن الأبناء يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي عدد ساعات أكثر من الوالدين فتصل إلى أكثر من ٥ ساعات يوميا وذلك بنسبة ٤١%، في حين أن نسبة ٥٦% من الأباء يستخدمون وسائل التواصل من ٣ إلى ٥ ساعات يوميا وبالتالي كما يبدو من الجدول رقم (٤) تزداد ساعات الاستخدام للأبناء، في حين تقل ساعات الاستخدام للأبوين مع اختلاف النسبة بينهما، لذا يمكن -كما تشير نتائج الدراسة - أن نؤكد أن الأبناء يقضون وقتا طويلا في الاستخدام تصل إلى أكثر من ٥ ساعات في حين أن الأباء يقضون وقتا اقل من الأبناء في استخدام التواصل الاجتماعي، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة الوسائل وجدتها، وسمات الجيل الحالي من الأبناء ودرجة اهتمامهم بوسائل الاتصال، وحرصهم على التعامل معها واستخدامها، وكما يبدو من النتائج فإن نسبة ١٨% من أفراد الأسرة مجتمعة لم تعرف الوقت الذي تقضيه في استخدام وسائل التواصل، وقد يكون ذلك مرجعه إلى عدم شعورهم بالوقت حين يستخدمون الوسائل أو كما يقولون إن الوقت يسرقهم فلا يشعرون به، أو أنهم لا يتعاملون مع الوسائل من منظور اهتمام كبير أو بشكل متقطع غير معلوم لديهم، وبالتالي يستخدمونه حسب احتياجاتهم فقط، ولقياس الفروق بين أفراد الأسرة في المدة التي يستخدمون فيها وسائل التواصل الاجتماعي، اتضح أنه لا يوجد فرق بين الأباء والأبناء فيما يتعلق بمدة الثلاث ساعات إلى خمس ساعات يوميا حيث قيمة (Z) 0.357 وهي غير دالة عند مستوى ٠,٠٥ لأنها أقل من القيمة الحرجة ١,٩٦

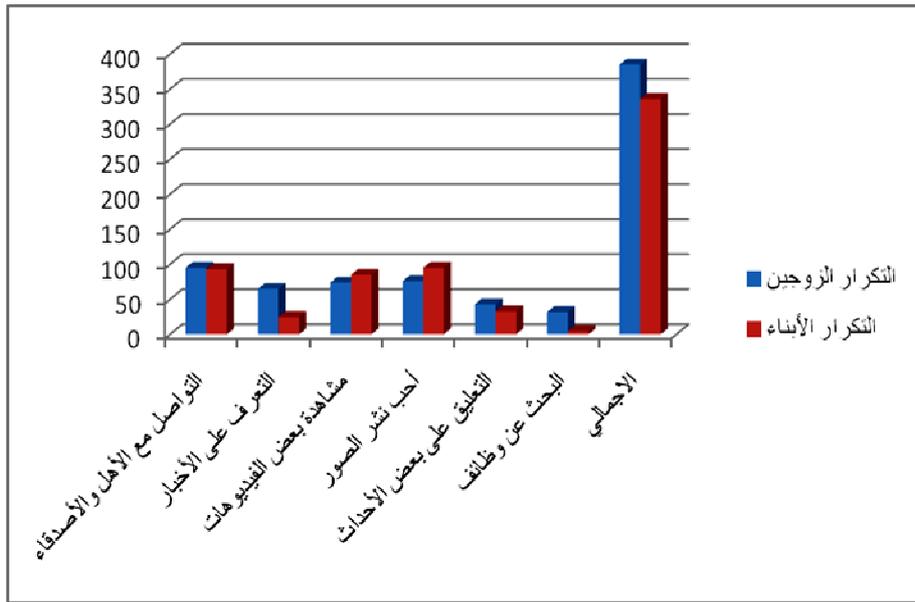
خامسا : أسباب ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (ن = أزواج
١٠٠، أبناء ١٠٠)

جدول رقم (٥) يوضح أسباب ودوافع استخدام الأسرة العربية لوسائل
التواصل الاجتماعي

القيمة الدرجة	مستوى المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		النسبة		التكرار		أسباب ودوافع الاستخدام
			النسبة	التكرار	الأبناء	الزوجين	الأبناء	الزوجين	
١,٩٦	٠,٠٥	٠,٥٩٧	٩٤,٠٠	١٨٨	٩٣,٠٠	٩٥	٩٣	٩٥	التواصل مع الأهل والأصدقاء
-	-	-	٤٥,٠٠	٩٠	٢٥,٠٠	٦٥	٢٥	٦٥	التعرف على الأخبار
١,٩٦	٠,٠٥	١,٩٢٦	٧٩,٥٠	١٥٩	٨٥,٠٠	٧٤	٨٥	٧٤	مشاهدة بعض الفيديوهات
١,٩٦	٠,٠٥	٣,٨١٧	٨٥,٥٠	١٧١	٩٥,٠٠	٧٦	٩٥	٧٦	أحب نشر الصور
١,٩٦	٠,٠٥	١,٤٦	٣٨,٠٠	٧٦	٣٣,٠٠	٤٣	٣٣	٤٣	التعليق على بعض الأحداث
-	-	-	١٧,٥٠	٣٧	٥,٠٠	٣٢	٥	٣٢	البحث عن وظائف
-	-	-	١٠٠	٧٢٩	١٠٠	١٠٠	٣٣٦	٣٨٥	الاجمالي

كما هو مبين في الجدول رقم (٥) فإن هناك بعض الاختلاف في اهتمامات ودوافع استخدام الأباء عن الأبناء لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن الأبناء يهتمون أكثر بنشر صورهم أو صور بعض زملائهم على بعض مواقع التواصل التي يستخدمونها وعلى ضوء ذلك احتلت الترتيب الأول بنسبة ٩٥%، في حين جاء التواصل مع الأصدقاء والأهل في الترتيب الأول بالنسبة للأباء ٩٥% أيضا، وربما دلالة هذه النتيجة ترتبط ببعض السمات الخاصة بكل منهما، فاهتمام الأبناء بهذا يعني مشاركة جيل الشباب بعضهم البعض في اهتماماتهم حيث تنتشر هذه الظاهرة في دولة الإمارات بين الشباب الشغوف باستخدام السناپ شات والإنستجرام الذي ينشرون من خلاله صورهم الشخصية أو بعض الصور الخاصة بمناسبات لهم بين ذويهم أو

أصدقائهم، ورغم ذلك جاء التواصل مع الأهل والأصدقاء اختياراً في الترتيب الثاني للأبناء بنسبة ٩٣% مما يؤكد على مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها لكل من الآباء والأبناء، المقصود من هذا أن هناك بعض التقارب في دوافع استخدام الوسائل الذي يتفق مع الهدف الأساسي لها أصلاً، وهو التواصل مع كل من الأهل والأصدقاء، وبقراءة لبعض النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يتضح أيضاً طبيعة اهتمامات كل منهما، حيث نكتشف اهتمام الكبار بمتابعة الأخبار ضمن أحد دوافعهم في استخدام الوسائل وبنسبة تفوق الأبناء كثيراً (٦٤% - ٢٥%)، وهذه النتيجة ربما تتوافق مع دافع التعليق على الأحداث التي تفوق فيها الآباء أيضاً على الأبناء (٤٣% - ٣٣%). وبالتالي يتضح من النتائج اختلاف دوافع واهتمام أفراد الأسرة العربية في تعاملهم واستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، وقد كشفت نتائج الدراسة بعض الفروق الجوهرية بين الأبناء والآباء فيما يتعلق بدوافع الاستخدام وخاصة فيما يتعلق بنشر الصور أو مشاهدة الفيديوهات فقد كانت قيمة (Z) ٣,٨١٧، ١,٩٢٦ على التوالي وهما قيم دالة عند مستوى ٠,٠٥ لأنهما تعدتا القيمة الحرجة ١,٩٦



شكل رقم (٣)

يوضح دوافع استخدام أفراد الأسرة لوسائل التواصل الاجتماعي

سادسا : إشراك أفراد الأسرة على صفحات كل منهم

جدول رقم (٦) يوضح مدى إشراك أفراد الأسرة على صفحات كل منهم

القيمة الدرجة	مستوى المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		النسبة		التكرار		الإشراك
			النسبة	التكرار	الأبناء	الزوجين	الأبناء	الزوجين	
١,٩٦	٠,٠٥	٢,٠٧٩	٨٩,٥	١٧٩	٨٥,٠٠	٩٤,٠٠	٨٥	٩٤	مشاركين
-	-	-	١٠,٥	٢١	١٥,٠٠	٦,٠٠	١٥	٦	غير مشاركين
-	-	-	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الإجمالي

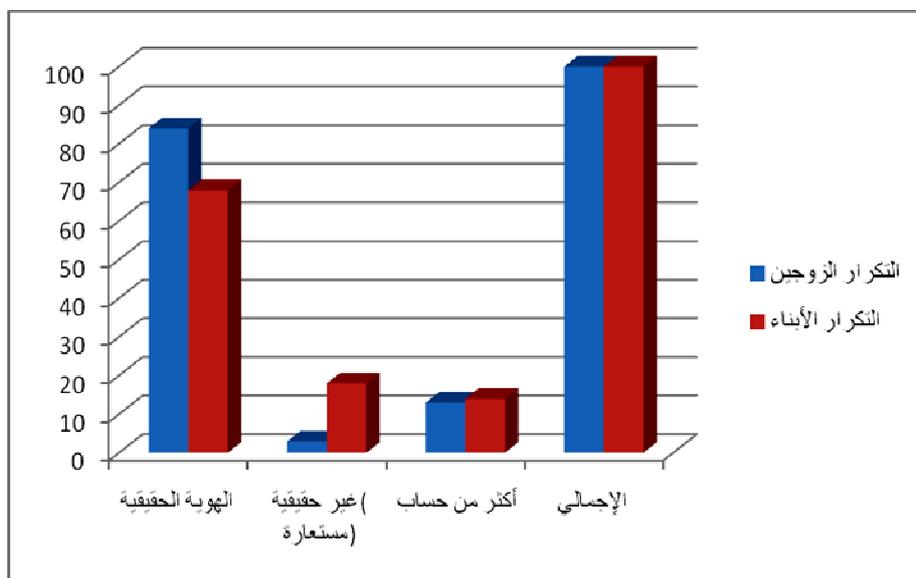
أحيانا يحاول بعض الأبناء أن يكون لديهم استقلالية خاصة بحياتهم الاجتماعية بعيدا عن الأهل، حتى يكونون بمنأى عن الرقابة الأسرية في حياتهم الخاصة، كذلك ربما يحاول بعض الآباء عدم مشاركة أولادهم بعض أنشطتهم وبخاصة أن بعضهم – أي الآباء – يظن أن اطلاع أبنائهم على أنشطتهم الاجتماعية نوع من التجاوز في حق الآباء، ولكن يبدو أن آباء وأبناء الأسرة العربية أكثر التزاما وحرصا على وجود الطرفين معا، وتواجدهم في حياتهم الاجتماعية، وهذا ما برز في نتائج الدراسة كما يبدو في الجدول رقم (٦) حيث يظهر أن الآباء يشركون أبنائهم على صفحاتهم بنسبة كبيرة وصلت إلى ٩٤% من إجمالي العينة، في حين لم يشركهم معهم على صفحاتهم ٦% فقط من عينة الدراسة، وهذا يؤكد ما ذكرناه من حرص الوالدين على أن يكون أبنائهم معهم على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بهم، وأيضا كشفت النتائج أن نسبة ٨٥% من الأبناء يشركون آبائهم معهم على صفحاتهم بينما ١٥% منهم لا يشركونهم، وقد كشفت النتائج وجود فروق جوهريّة بين الآباء والأبناء في موضوع إشراكهم في صفحات التواصل الاجتماعي فيما بينهم حيث اتضح أن قيمة (Z) 2.079 وهذه القيمة دالة عند مستوى ٠,٠٥ لأنها تعدت القيمة الحرجة ١,٩٦.

سابعاً : الهوية التي يستخدمها أفراد الأسرة في وسائل التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٧) يوضح الهوية التي يستخدمها أفراد الأسرة في صفحاتهم

القيمة الدرجة	مستوى المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		النسبة		التكرار		الهوية المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي
			النسبة	التكرار	الأبناء	الزوجين	الأبناء	الزوجين	
١,٩٦	٠,٠٥	2.635	٧٦,٠٠	١٥٢	٦٨,٠٠	٨٤,٠٠	٦٨	٨٤	الهوية الحقيقية
-	-	-	١٠,٥٠	٢١	٢٢,٠٠	٣,٠٠	١٨	٣	غير حقيقية (مستعارة)
-	-	-	١٣,٥٠	٢٧	٣,٠٠	٥٩,٠٠	١٤	١٣	أكثر من حساب
-	-	-	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الإجمالي

في التعليق على الجدول السابق رقم (٦) وتحليل نتائجه تبين حرص كل من الطرفين على الوجود على صفحات الأخر، ولكن نتائج الجدول رقم (٧) تشير إلى بعد مهم يحمل دلالات مختلفة من وجهة نظر الباحث، حيث تبين أن ١٦% من الآباء يستخدمون أسماء مستعارة، ولديهم أكثر من حساب، مما يعني أنهم قد يشركون أبنائهم في بعض الحسابات ولا يشركونهم في حسابات وصفحات أخرى، ونفس الأمر يتعلق بالأبناء الذين لديهم أكثر من حساب، منها حسابات بأسماء مستعارة أو غير حقيقية مما يعني أنهم أيضاً قد يهربون من مشاركة والديهم في حساباتهم، وللمقارنة بين الآباء والأبناء في إبراز هويتهم في مواقع التواصل الاجتماعي تبين أن هناك فروق بين كل من الآباء والأبناء فيما يتعلق باستخدام الهوية الحقيقية حيث اتضح أن قيمة (Z) ٢,٦٣٥ وهي قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٥ لأنها تعدت القيمة الحرجة وبالتالي يوجد فروق جوهرية بين الآباء والأبناء حيث ترتفع عند الآباء عن الأبناء مما قد يضيء من الحرص للأبناء في حالة اشراك آبائهم معهم على صفحاتهم الخاصة وبالتالي قد يستخدمون أسماء غير حقيقية.



شكل رقم (٤)

يوضح مدى استخدام أفراد الأسرة للهوية الحقيقية

ثامنا : عدد المرات التي يتم فيها اجتماع أفراد الأسرة معا أسبوعياً.

جدول رقم(٨) يوضح عدد المرات التي تجتمع فيها أفراد الأسرة معا أسبوعياً

القيمة الدرجة	مستوى المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		النسبة		التكرار		مرات الاجتماع الأسري أسبوعياً
			النسبة	التكرار	الأبناء	الزوجين	الأبناء	الزوجين	
١,٩٦	٠,٠٥	2.33	٧٠,٥٠	١٤١	٦٣,٠٠	٧٨,٠٠	٦٣	٧٨	مرة - مرتين
-	-	-	١٦,٥٠	٣٣	٢١,٠٠	١٢,٠٠	٢١	١٢	ثلاث
-	-	-	١٣,٠٠	٢٦	١٦,٠٠	١٠,٠٠	١٦	١٠	أكثر ممن ثلاث
-	-	-	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الإجمالي

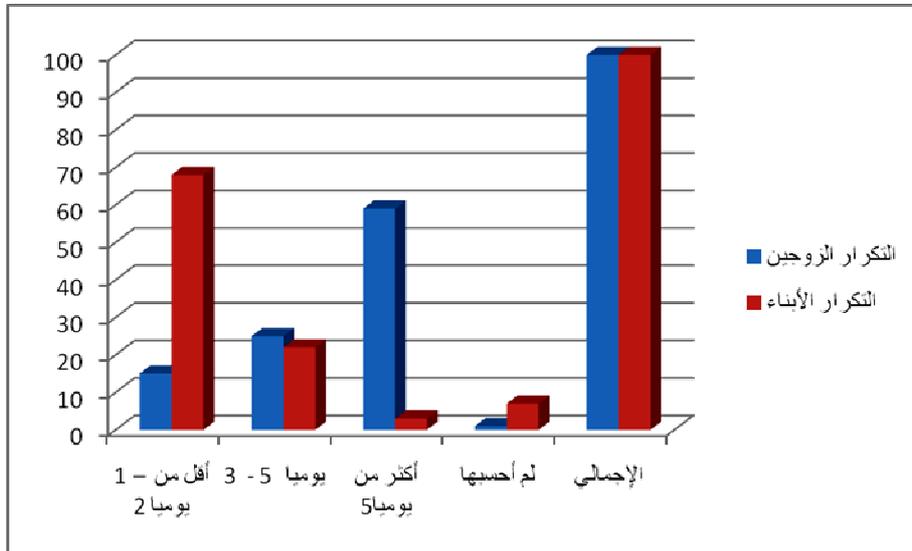
يعد اللقاء الأسري الحميم بين أفراد الأسرة أحد أهم أشكال التواصل بين الآباء والأبناء، وبخاصة في المجتمعات العربية نظراً لطبيعة السمات الشخصية للمواطن العربي، وفي ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها كان ينبغي التعرف على مرات اجتماع أفراد الأسرة معاً خلال الأسبوع، وبصفة خاصة ونحن في المجتمع الخليجي الذي يتميز بسمات تختلف كثيراً عن المجتمعات التي جاءت منها عينة الدراسة باستثناء الأسرة الإماراتية، ومن خلال الملاحظة و المعيشة فترات طويلة داخل المجتمع الإماراتي نلاحظ حرص كثير من الأبناء لعدم الجلوس داخل المنزل وسعيهم للخروج والاستمتاع بأوقاتهم مع أصدقائهم في أماكن الترفيه، والتسوق بالدولة، وهذا ما أشارت إليه نتائج الدراسة كما هو مبين في الجدول رقم (٨) أن ١٦% من الأبناء فقط يقررون أنهم يجلسون مع أفراد الأسرة ثلاث مرات فقط في الأسبوع، في حين يقرر الآباء أنهم يجلسون معاً بنسبة ١٠% فقط، بينما ترتفع النسبة إلى ٧٨% (مرة واحدة أو مرتين) عند الآباء وتصل إلى ٦٣% عند الأبناء وعند قياس الفروق بين الآباء والأبناء في عدد مرات الجلوس معاً في الأسبوع، تبين أن قيمة (Z) ٢,٣٣ وهذه القيمة دالة عند مستوى ٠,٠٥ لأنها تعدت القيمة الحرجة ١,٩٦ وبالتالي فإن الآباء يؤكدون ارتفاع مرات جلوس أفراد الأسرة معاً مرة إلى مرتين أسبوعياً. وفي الحقيقة قد لا تقاس العلاقة بين أفراد الأسرة بمرات الجلوس معاً فقط ولكنها تمتد إلى طبيعة الوجود داخل الأسرة وطبيعة العلاقة بينها التي ربما يكون أحد أشكالها الوقت الذي يجلسه أفراد الأسرة معاً وهذا ما يجيب عنه الجدول التالي رقم (٩).

تاسعا : الوقت الذي يجتمع فيه أفراد الأسرة مع بعضها

جدول رقم (٩) يوضح الوقت الذي تقضيه الأسرة العربية مع بعضها

الإجمالي		النسبة		التكرار		الوقت بالساعة
النسبة	التكرار	الأبناء	الزوجين	الأبناء	الزوجين	
٤١,٥	٨٣	٦٨,٠٠	١٥,٠٠	٦٨	١٥	١ - أقل من ٢ يومياً
٢٣,٥	٤٧	٢٢,٠٠	٢٥,٠٠	٢٢	٢٥	٣ - ٥ يومياً
٣١,٠	٦٢	٣,٠٠	٥٩,٠٠	٣	٥٩	أكثر من ٥ يومياً
٠٤,٠	٨	٧,٠٠	١,٠٠	٧	١	لم أحسبها
١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الإجمالي

إن الوقت الذي يقضيه أفراد معا يعد مؤشراً مهماً، ولكنه لم يكن الوحيد الذي يعني اهتمام أو دليل على عدم وجود مشكلات من عدمه، حيث إن علاقة أفراد الأسرة من الأهمية الكبيرة هي أن يكون بينها تواصل مادي ومعنوي، فقد يتوفر الوقت الذي يجلسون فيه معا ولكنهم غير موجودين بسبب علاقاتهم بهواتفهم المحمولة واستخدامهم له، ولكن في كل الأحوال إن اهتمام أفراد الأسرة وحرصها أن يكون هناك بعض الوقت للجلوس معا داخل المنزل، قد يحد أو يقلل من المشكلات التي يحدثها بعدهم وانفصالهم الجسدي، وبالتالي يخفف من القلق والتوتر الذي يحدثه وجودهم بعيدا عنهم ويشعر الأبوين بالاطمئنان على أولادهم، وهذا ربما ما يرجوه الآباء حيث يؤكدون كما تشير النتائج في الجدول رقم (٩) أن أبنائهم يجلسون معهم أكثر من ٥ ساعات يوميا بنسبة ٥٩% محتملة الترتيب الأول بالنسبة لاختيار الآباء، وهذا يختلف مع اختيار الآباء الذين يقررون أن هذا الخيار لم يتجاوز ٣%، إن الاختلاف الواضح بين الإثنين ربما محاولة من كل طرف بأنه صاحب قرار وسلطة واستقلالية في علاقته مع الآخر، كي يثبت الآباء أنهم يديرون المنزل بقدر من القوة والسيطرة التي تحسم وجود الأبناء فترات طويلة داخل المنزل، بينما يثبت الأبناء أنهم أكثر استقلالية في اتخاذ قراراته، ويمكنهم ذلك من الانفرد بأنفسهم بعيدا عن المنزل أو حتى داخل المنزل، ولكن بعيدين عن الوالدين ويعيشون مع أنفسهم أو لطبيعة دراستهم التي تتطلب منهم التركيز بعيدا عن الجلوس بين أفراد الأسرة .



شكل رقم (٥) يوضح الوقت الذي يقضيه أفراد الأسرة معا خلال الأسبوع

عاشراً: التعرض لخلاف الأبناء مع الأبوين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

جدول رقم (١٠) يوضح مدى تعرض الأبناء لخلافات مع أبويهم بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

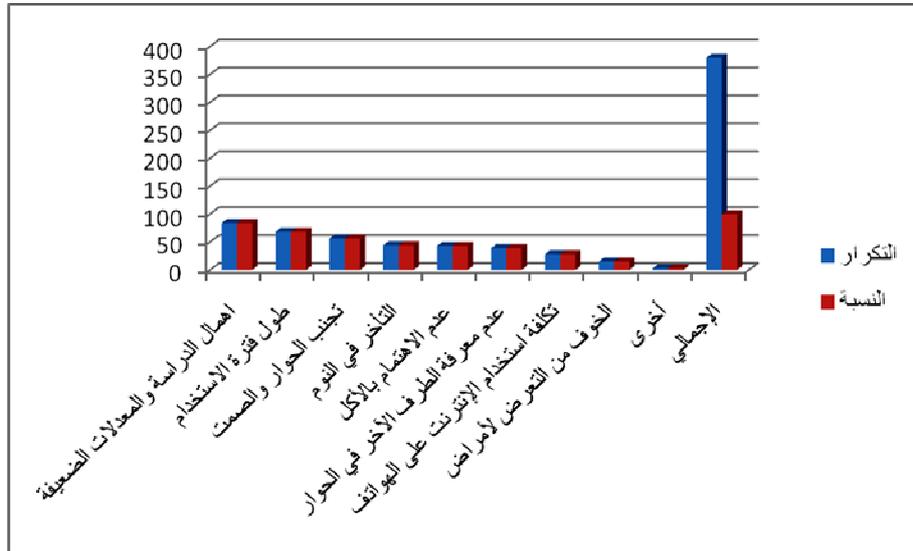
التعرض لمشكلة	التكرار		النسبة		الإجمالي		قيمة Z	مستوى المعنوية	القيمة الحرجة
	الأبناء	الزوجين	الأبناء	الزوجين	التكرار	النسبة			
دائماً	٧٥	٥٨	٧٥,٠٠	٥٨,٠٠	١٣٣	٦٦,٥٠	٠,٦٤٤	٠,٠٥	١,٩٦
أحياناً	٢١	٣٥	٣٥,٠٠	٣٥,٠٠	٥٦	٢٨,٠٠	-	-	-
لا	٤	٧	٧,٠٠	٧,٠٠	١١	٠٥,٥٠	-	-	-
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	-	-	-

ومن النتائج التي يرصدها الجدول رقم (١٠)، تكشف الدراسة عن ارتفاع نسبة تعرض الأبناء لخلافات مع أبويهم بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التي تصل إلى ٩٦% (دائماً ٧٥% - أحياناً ٢١%)، وربما تعود نظرة الأبناء إلى ما يثيره الآباء معهم من خلافات بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، إلى أنه نوع من فرض السيطرة والتحكم والضغط عليهم والتدخل في شؤونهم، في حين ينظر الآباء إلى ذلك نظرة خوف وحرص عليهم مما قد يعرضهم _ أي الأبناء _ إلى كثير من المشكلات المترتبة على كثرة الاستخدام، وأيضاً حرصاً من الآباء على أبنائهم من مشكلات قد تحدث نتيجة التواصل مع أناس قد لا يعرفونهم، ولكن رغم ذلك لا بد أن يكون لدى الآباء نفس الدرجة من الاهتمام والحرص على أنفسهم من استخدام تلك الوسائل، وكما تشير نتائج الدراسة أن الآباء يقررون أنهم في خلاف مع أبنائهم بشكل أقل ٩٣% (دائماً ٥٨% - أحياناً ٣٥%) وربما مسألة الخلافات الدائمة مع الأبناء تقل من وجهة نظر الآباء لأن الآباء يملون أحياناً من كثرة الإلحاح عليهم بترك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وربما تختلف الأسباب التي تدفع الآباء إلى الخلافات مع الأبناء من وجهة نظر الآباء عن وجهة نظر الأبناء، وكذلك أسباب الخلافات بين الزوجين وهذا ما توضحه الدراسة في النتائج التي تظهر في الجدول رقم (١١) والجدول (١٢) وبصفة عامة كشفت نتائج الدراسة عن عدم وجود فروق جوهرية بين الآباء والأبناء حيث يقر الطرفان بوجود المشكلات وإن اختلفت سواء بشكل دائم أو أحياناً .

حادي عشر: أسباب خلافات الآباء مع الأبناء بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (ن = ١٠٠)

جدول رقم (١١) يوضح أسباب خلافات الآباء مع الأبناء بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	أسباب الخلافات
٨٤,٠٠	٨٤	إهمال الدراسة والمعدلات الضعيفة
٦٨,٠٠	٦٨	طول فترة الاستخدام
٥٦,٠٠	٥٦	تجنب الحوار والصمت
٤٤,٠٠	٤٤	التأخر في النوم
٤٣,٠٠	٤٣	عدم الاهتمام بالأكل
٣٩,٠٠	٣٩	عدم معرفة الطرف الآخر في الحوار
٢٨,٠٠	٢٨	تكلفة استخدام الإنترنت على الهواتف
١٥,٠٠	١٥	الخوف من التعرض لأمراض
٣,٠٠	٣	أخرى
١٠٠	٣٨٠	الإجمالي



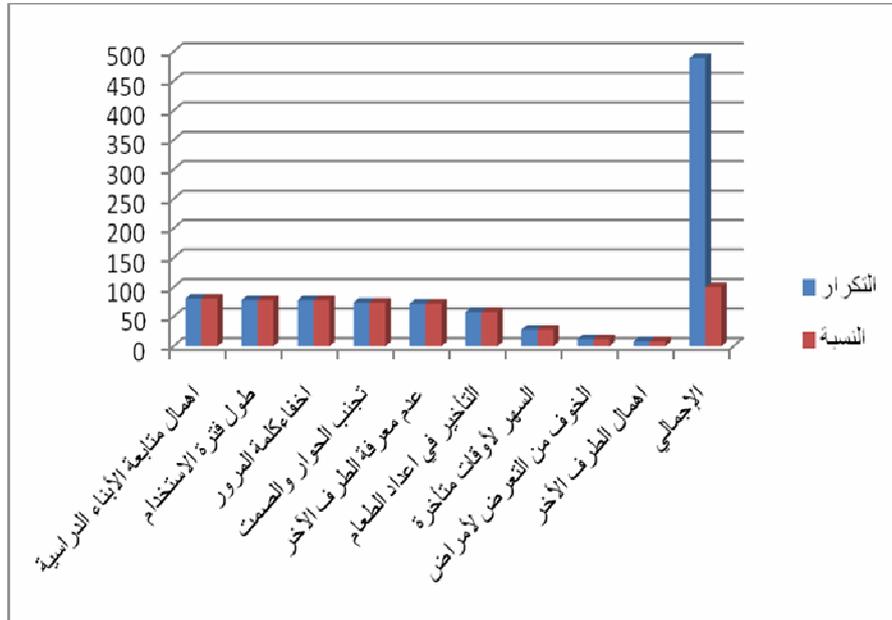
شكل رقم (٦) يوضح أهم مشكلات الآباء مع أبنائهم بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

وللتعرف على أهم الخلافات بين الأبناء وإبائهم فقد تم طرح سؤال الأبناء عن أسباب الخلاف مع الآباء، حيث أظهرت الدراسة تعدد الخلافات بين الآباء وأبنائهم، وتباينت بسبب استخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي، ولعل أبرز تلك الأسباب التي ذكرها الأبناء، كانت إهمال الدراسة ٨٤% وحصول الأبناء على معدلات ضعيفة في الدراسة تقل عن طموحات الآباء، ولا شك أن الوالدين بصفة عامة في أي مجتمع عربي يطمحان أن يحقق أبنائهم تفوقا دراسيا وتعليميا يؤهلهم لتبوء مكانه بين أقرانهم في المجتمع، ويزداد ذلك في حالة الإغتراب بالنسبة للأسرة العربية لأن أي مجهود يبذله الأبوين في الغربية لحصد أموال لن يكون مفيدا في حالة لم يستثمر في الأبناء استثمارا صحيحا، وبالذات في مجال التعليم، ويرى الأبناء أن ذلك هو أحد أهم الأسباب التي دائما محل خلاف واستشكال مع والديهم، في حين أن نسبة ٦٨% يرون أن سبب الخلافات بينهم وأبويهم يكون طول المدة التي يقضونها في استخدام وسائل التواصل ولاشك أن هناك علاقة بين السبب الأول والثاني فالثاني بالضرورة يؤثر على الأول أي أنه كلما طالت فترة استخدام الأبناء للوسائل قلت الفترة التي يقضونها في الدراسة والذاكرة، وانعكس ذلك على معدلاتهم الدراسية، ثم جاء سبب تجنب الحوار والصمت مع أفراد الأسرة ثالثا بنسبة ٥٦%، ولاشك أن هذا السبب يشكل منعطفا مهما في العلاقات الأسرية وأنه يدخل ضمن المشكلات الأسرية التي أصبحت منتشرة بين كثير من أفراد الأسرة، ويمكن رصدها بالملاحظة في كثير من المجتمعات، ويمكن أن نشير هنا إلى أن بعض الأسر سنت سنه حميدة عند زيارة أحد إليها حيث وضعت في مدخل الباب سلة يضع فيها الضيوف هواتفهم حتى يتسنى لهم إجراء الحوار بين بعضهم البعض، ثم تأتي أسباب أخرى منها التأخر في النوم ٤٤%، وعدم معرفة الطرف الآخر في الحوار ٤٣%، ثم تكلفة استخدام الإنترنت على الهواتف -حيث إن تكلفة الباقات بالفعل مرتفع في الإمارات ٢٨% ثم أخيرا الخوف من تعرض الأبناء للمرض بسبب طول فترة استخدامهم للهواتف وأثرها غير الصحي عليهم ١٥% ويبدو أن الأسباب التي احتلت ترتيبا يسبق ذلك، هي أكثر أهمية لدى الآباء من التخوف مما يصيب أبنائهم صحيا !

ثاني عشر: أسباب الخلافات بين الزوجين بسبب استخدام التواصل الاجتماعي
(للزوجين) ن = ١٠٠

جدول رقم (١٢) يوضح أسباب الخلافات بين الزوجين بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	أسباب الخلافات
٨١,٠٠	٨١	إهمال متابعة الأبناء الدراسية
٧٨,٠٠	٧٨	طول فترة الاستخدام
٧٨,٠٠	٧٨	إخفاء كلمة المرور
٧٤,٠٠	٧٤	تجنب الحوار والصمت
٧٢,٠٠	٧٢	عدم معرفة الطرف الآخر
٥٨,٠٠	٥٨	التأخير في إعداد الطعام
٢٨,٠٠	٢٨	السهر لأوقات متأخرة
١٢,٠٠	١٢	الخوف من التعرض لأمراض
٨,٠٠	٨	إهمال الطرف الآخر
١٠٠	٤٨٩	الإجمالي



شكل رقم (٧) يوضح أسباب الخلافات بين الزوجين بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

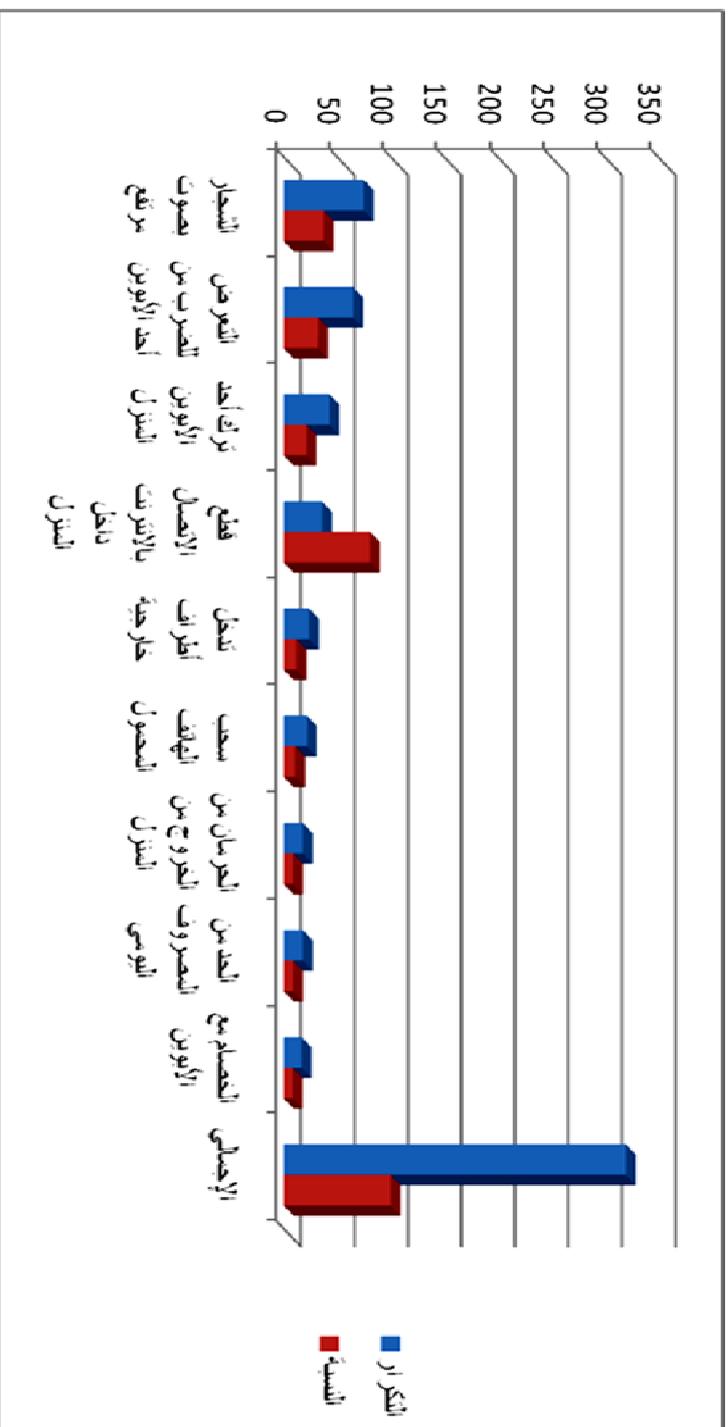
وحيث تطرق السؤال إلى الزوجين للتعرف على أسباب الخلافات التي قد تنشأ نتيجة استخدام كل منهما لوسائل التواصل الاجتماعي ارتبط بعضها بما ذكره الأبناء واختلف البعض الآخر نتيجة الأدوار المنوط بها لكل الأطراف، حيث جاء إهمال متابعة الأبناء خلال فترة الدراسة سببا متقدما على الأسباب الأخرى بنسبة ٨١%، من إجمالي الأسباب التي ذكرها الزوجين، ويمكن اعتبار تلك الإجابة تخص الزوجين أي أنها اتهام – إن صح التعبير – تخص كلا منهما وفي نفس الوقت تتلائم مع ما ذكره الأبناء من أسباب، وبالتالي تظل الخلافات الأسرية دائما تدور حول الأبناء بنسب كبيرة سواء موجهة إليهم من الأبوين أو موجهة من الأبوين لبعضهما، ثم تأتي فترات الاستخدام الطويلة أحد أهم الأسباب التي تدفع للخلاف بين الزوجين بنسبة ٧٨% حيث يشير كل منهما للآخر كونه يظل فترة طويلة أمام جهازه سواء هاتف أو كمبيوتر وبالتالي ينعكس ذلك على متابعة الأبناء والاهتمام بهم، ثم يأتي سببا – أعتقد – انه يمثل أهمية كبيرة وهو إخفاء كلمات المرور عن بعضهما بنسبة ٧٨% أيضا حيث عادة ما تبدأ المشكلات المباشرة بين الزوجين لهذا السبب والذي يعني من وجهة نظر كل منهما أن كل طرف يخفي عن الآخر بعض الأسرار، ولذلك يتخوف من الإفصاح عنها، والذي يؤكد خطورة هذا السبب، هو ما كان ينشر عبر صفحات الجرائد من حوادث أو خلافات يكون سببها ذلك أو أحد أسبابها، ثم يأتي سبب آخر مهم، أيضا وهو تجنب الحوار وزيادة فترات الصمت، التي يفرضها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للزوج أو الزوجة وشكل هذا السبب ٧٤% من إجمالي الإجابات التي ذكرتها عينة الدراسة، وفي الحقيقة إن نتائج الدراسة تؤكد من خلال قراءتها بعمق أن هناك تقاربا نسبيا في الأسباب من الأول إلى الخامس (٨١% - ٧٨% - ٧٨% - ٧٤% - ٧٢%) وهي تدفع إلى مشكلات بين الزوجين إذا لم يتم احتوائها بين الطرفين والتعامل معها بكثير من الواقعية والحرص على تجنبها حتى لاتصل بالمشكلات إلى منحنى صعب أن تجد له نجاة أو حلا، ثم تأتي أسباب أخرى منها التأخير في إعداد الطعام ٥٨%، السهر لأوقات متأخرة، الخوف من التعرض لأمراض ١٢% وأخيرا إهمال الطرف الآخر ٨%.

ثالث عشر: النتائج المترتبة على تطور الخلافات بين أفراد الأسرة بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (ن = ٢٠٠)

جدول رقم (١٣)

يوضح ما يترتب عن الخلافات بين أفراد الأسرة بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	أهم النتائج
٣٧,٥٠	٧٥	الشجار بصوت مرتفع
٣٢,٥٠	٦٥	التعرض للضرب من أحد الأبوين
٢١,٥٠	٤٣	ترك أحد الأبوين المنزل
٨١,٠٠	٣٦	قطع الاتصال بالانترنت داخل المنزل
١٢,٠٠	٢٤	تدخل أطراف خارجية
١١,٠٠	٢٢	سحب الهاتف المحمول
٠٩,٠٠	١٨	الحرمان من الخروج من المنزل
٩,٠٠٠	١٨	الحد من المصروف اليومي
٠٨,٥٠	١٧	الخصام مع الأبوين
١٠٠,٠٠	٣٢٠	الإجمالي



شكل رقم (٧)

يوضح أهم ما يترتب على الخلافات بين أفراد الأسرة بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

وللتعرف على ما يترتب من خلافات أسرية سواء بين الأبناء والأبوين أو بين الأبوين بعضهما البعض، جاءت نتائج الدراسة كما وضحاها الجدول رقم (١٣) الشجار بصوت مرتفع في الترتيب الأول بنسبة ٧٥%، وربما هذه النتيجة لا تقتصر على الأبناء فقط، بل تتعداها إلى الزوجين أيضا حيث اتضح أنها كانت من بين اختيارات كل من الآباء والأبناء، فقد يرتفع صوت الآباء على أبنائهم في شكل تعنيف على تفصيرهم الدراسي أو جلوسهم فترات طويلة أمام وسائل التواصل الاجتماعي، أو أيا من الأسباب التي ذكرناها من قبل في الجدول رقم (١١)، أو قد تصل إلى حد استخدام القسوة بالضرب للأبناء التي وصلت إلى نسبة ٦٥%، وربما العقاب بالضرب أحد الأساليب التي كثيراً ما تستخدمها الأسر العربية مع بعض الأبناء كمحاولة لردعهم عن عدم استخدام أو تجنب وسائل التواصل الاجتماعي، كما ينزع أحد الأبوين لترك المنزل في حالات معينة من الخلافات بين الزوجين أو الأبناء، حيث جاءت هذه النتيجة في الترتيب الثاني بنسبة ٤٣%، والمعروف أنه في حالات تطور الخلاف بين الزوجين قد يضطر أحدهما لترك المنزل - في الغالب الزوجة - بسبب استخدام وسائل التواصل أو عدم المقدرة للوصول إلى حل محدد يرضي أطراف الخلاف في تلك المشكلة والتي قد تتطور سريعا بين الطرفين، ثم يأتي قطع الاتصال بالإنترنت داخل المنزل بنسبة ٣٦% وإن كان هذا لا يحل الكثير من الخلافات أو يمنعها نظراً لتوافر مصادر أخرى للإنترنت يستطيع كل فرد في الأسرة الوصول إليه سواء عبر الباقات المتوافرة على خطوط الهواتف أو مجانيته في بعض الأماكن العامة، وأحياناً ما ينظر الخلاف أمام أحد الأطراف الخارجية إمعاناً في الحل بنسبة ٢٤%، سواء كان الطرف من بين الأقارب أو الأصدقاء المقربين سعياً لإيجاد حل لكثرة المشاكل التي تحدث بين الزوجين بصفة خاصة، ثم تأتي بعض الأمور الأخرى المترتبة على الخلاف منها سحب الهواتف من الأبناء ٢٢%، الحرمان من الخروج من المنزل ١٨% الحد من المصروف اليومي ١٨% وأخيراً الخصام مع الأبوين ١٧%، وأياً كانت النتائج المترتبة على الخلافات الأسرية أو بعض أساليب العقاب للأبناء فإن المشكلات الأسرية كظاهرة اجتماعية موجودة في المجتمع العربي ولكن الجديد هو إضافة مصدراً أو سبباً آخر، لها تمثل في أساليب التواصل الاجتماعي أو الإنترنت بصفة عامة وعدم حوكمة - إن صح التعبير - استخدامه بين أفراد الأسرة مجتمعة أو حتى بين الفرد وذاته .

رابع عشر: مدى إمكانية الاستغناء عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بعد المشكلات.

جدول رقم (١٤) يوضح مدى استغناء الأسرة العربية عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي رغم المشكلات

النسبة	التكرار	الاستغناء
٤,٥٠	٨٧	بشكل مؤقت
٣٨,٠٠	٧٦	أبداً
١٨,٥٠	٣٧	حسب الظروف
%١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

ورغم كل المشكلات التي قد تحدث بين أفراد الأسرة بسبب استخدام، فقد سعت الدراسة إلى التعرف على مدى قدرة الأسرة على الاستغناء عن وسائل التواصل الاجتماعي، وكانت النتيجة كما بينت الدراسة أن ٤٣ % من أفراد العينة سواء الزوجين أو الأبناء أكدوا أنهم من الممكن أن يستغنون عن استخدامها بشكل مؤقت، في حين أشار ٣٨ % أنهم غير قادرين عن الاستغناء عنها أبداً، وأن ١٨,٥ % قالوا إن الأمر يتوقف على الظروف التي تدفعهم لذلك، إجمالاً فإن النتائج تشير إلى عدم استطاعت عينة الدراسة الاستغناء عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، رغم ما تسببه أحياناً من مشكلات أسرية وبالتالي يتبين مدى سيطرة استخدام تلك الوسائل وخطورتها على الأسرة العربي التي ينبغي أن ينظر إليها بكثير من الاهتمام من قبل التربويين حتى يتم استخدامها وفق أسس سليمة من قبل أفراد الأسرة بل ومن أفراد المجتمع جميعاً.

الخلاصة

وإذا كانت الدراسة كشفت العديد من النتائج المهمة في طبيعة علاقة استخدام أفراد الأسرة العربية لوسائل التواصل الاجتماعي، والتي أشارت فيها إلى عدم قدرة أفراد الأسرة على الاستغناء عن استخدام تلك الوسائل، وأنها أدت - أي الوسائل - إلى العديد من الخلافات والمشكلات بين أفراد الأسرة مثل الشجار بصوت مرتفع، أو تعرض أحد الأبناء للضرب، أو ترك أحد الأبوين للمنزل أو الحرمان من استخدام الهاتف المحمول وغيرها من الخلافات، وكانت وسائل التواصل الاجتماعي أحد أهم

أسباب تلك الخلافات، مما أدى إلى إهمال الدراسة وحصول الأبناء على معدلات ضعيفة، أو كان بسبب الفترات الطويلة التي يجلس فيها كل طرف أمام هاتفه مستخدماً تلك الوسائل أو نتيجة تجنب الحوار بين أفراد الأسرة وانعزال كل فرد مع حاله وغيرها من الأسباب التي دعت إلى مثل هذه المشكلات، وفي الحقيقة لا يمكن أن نخفي أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبح واحدة من أهم عادات وسلوكيات الكثير من أفراد الأسرة العربية، وإذا لم نستطع السيطرة والتحكم في هذا السلوك فإنه قد يفاقم المشكلات الأسرية وعليه لا بد من التعامل مع هذه الوسائل وفق أساليب تربوية معدة بشكل علمي دقيق من قبل متخصصين بعيداً عن التنظير الفضفاض غير المجدي، ولتكن البداية من الأسرة التي يقع على كاهلها عبء كبير في توجيه وإرشاد وتربية أفرادها وفق قيم أخلاقية نابعة من عاداتنا وتقاليدينا، وديننا، ومن ثم تستمر في المدرسة وتقوم بدورها من خلال مناهج تربوية معدة بشكل علمي دقيق يدعم دور الأسرة ويرتقي بقيمتنا ويساهم في الحد من تلك الظاهرة، وهذا ما يؤكد المتخصصون في مجال التربية والإعلام على ضرورة اهتمام المؤسسات التعليمية بالجوانب المحيطة بالطالب وأن يتضمن المنهج الدراسي كيفية التعامل مع وسائل الإعلام وتحليل وفهم الرسالة الإعلامية وأن يتم إعداد الشباب بشكل سليم لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم فيما يطلق عليه "التربية الإعلامية" والتي في جوهرها وقاية الطلاب والحفاظ عليهم من الآثار السلبية الناتجة عن تعاملهم مع وسائل الإعلام بصفة عامة ووسائل التواصل الاجتماعي بصفة خاصة (٤١)، رغم هذا الجدل والنقاش حول علاقة استخدام وسائل وأساليب التواصل الاجتماعي على الأسرة وأفرادها، إلا أننا فيما يبدو سنظل ندفع الثمن نتيجة التطور المتسارع للتكنولوجيا بشكل عام، وتكنولوجيا العالم الافتراضي للإنترنت بشكل خاص، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وفيس بوك، وانستجرام، وغيرها من وسائل التواصل التي تظهر يوميًا، هذا لا يعني أن تلك المواقع هي شرذم طوال الوقت، بل إن الأمر لا يعدو أن خياراً للفرد فهو الذي يوجهه بوصلة استخدامه للوسيلة ومن يختار للحوار وما أهم الموضوعات التي يتابعها، ومن هذا المنطلق تظل الأسرة هي حائط الصد الأول في الحفاظ على كيانها أولاً ومن ثم بقية أفراد الأسرة والمجتمع .

المراجع

- ١- فلاح عامر الدهشمي – حسن نيازي الصيفي، الإعلام والمجتمع، الدمام ٢٠١٥ ص ٣٥-٣٦
- ٢- سعيد ناصف، علم الاجتماع الإعلامي، المفاهيم – القضايا – التطبيقات، الشارقة، ٢٠١٥ ص ٩٥
- ٣- فلاح عامر الدهشمي – حسن نيازي الصيفي، مرجع سابق ص ٣٧ – ٣٨
- ٤- تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، التقرير الأول (ديسمبر ٢٠١٦) ص ٥٨
- ٥- فلاح عامر الدهشمي – حسنينيازي الصيفي، مرجع سابق ص ٣٨، ٣٩
- 6- Lam, Andrew, “ From Arab Spring to Autumn Rage ; The Dark Power of Social Media” **Huffington post** ,14 September 2012, (visited 15/10/2017)
- 7- <https://www.divorce-online.co>. (visited 15/10/2017)
- ٨- حسني نصر، من المطبعة الى الفيسبوك، الإمارات، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٦ ص ٢٦٦-٢٦٧
- 9- <http://www.arabsocialmediareport.com/home/index.aspx>
زيارة يوم ٦ / ٥ / ٢٠١٨
- 10- “Average Internet Speed By Country”, **fast metrics** , (visited 30/8/2017 <https://www.fastmetrics.com/internet-connection-speed-by-country>).
- ١١- جمال رزن، الاعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، في سلطة الإعلام الاجتماعي، تأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية، تحرير : محمد الراجحي، تأليف مجموعة من الباحثين، الدوحة : مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠١٧ ص ٢٩ .
- 12- <http://www.arabsocialmediareport.com/home/index.aspx>, 0pcit
١٣- جمال رزن، مرجع سابق ص ٤٤-٤٥
- ١٤- السيد أبو معيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، ٢٠٠٦ ص ١٨٧

- ١٥- كمال حميدو، الإعلام الاجتماعي وتحولات البيئة الاتصالية العربية الجديدة، في سلطة الإعلام الاجتماعي وتأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية تحرير: محمد الراجحي، مرجع سابق، ص ص ٧٢ - ٧٣
- ١٦- كمال حميدو، مرجع سابق ص ص ٥٥ - ٨٧
- ١٧- مجدي الداغر، استخدامات الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية، مؤتمر الإعلام الجديد - جامعة عبد الحميد باديس - قسنطينة، الجزائر ٥ - ٦ مايو ٢٠١٦
- ١٨- رحيمة الطيب عيساني، أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي، الرياض : المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد ١٥، مايو ٢٠١٦ ص ص ١١، - ٩٠
- ١٩- عبد الناصر قاسم، دور مواقع التواصل الإلكتروني في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا السياسية، مجلة الإقتصاد والدراسات التجارية غزة، الجامعة الإسلامية، 2015 المجلد ٢، العدد ٢٣ ن، ص ص ٢١٣ - ٢٤٠
- ٢٠- حنان بنت شعشوع، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية: الفيسبوك وتويتر نموذجا، رسالة ماجستير، غير منشورة، الرياض : قسم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ٢٠١٤
- ٢١- سحر جابر، الآثار الاجتماعية والمجتمعية تعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الإلكتروني : دراسة ميدانية مقارنة بين الذكور والإناث في الوجه القبلي والبحري والقاهرة، رسالة دكتوراه، غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، ٢٠١٤
- ٢٢- الباز محمد توفيق، لغة الشباب على الفيس بوك وعلاقتها ببعض أبعاد الهوية الثقافية لديهم، رسالة دكتوراه، غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٤
- ٢٣- داليا إبراهيم الدسوق المدبولي، التماس المعلومات على موقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٩ أكتوبر / ديسمبر (كلية الإعلام، جامعة القاهرة) ٢٠١٤ ص ص ٣٨٩ - ٤٣٣
- ٢٤ - منى أحمد مصطفى عمران، دور الفيس بوك في امداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٩، أكتوبر / ديسمبر (كلية الإعلام، جامعة القاهرة) ٢٠١٤ ص ص ٣١٣ - ٣١٦
- ٢٥- آلاء ماهر خفاجة، دور المواقع الإلكترونية الحديثة (الدونات - الفيس بوك - اليوتيوب) في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المجتمعية : دراسة تحليلية ميدانية،

رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الإعلام - كلية الآداب ، جامعة جنوب الوادي
٢٠١٣

٢٦- ناصر سلم الحميدي، الأثر الاجتماعي للإعلام الجديد على الشباب السعودي : الفيس بوك نموذجا، كتاب الملتقى الخامس لنادي مكة الثقافي الأدبي، مكة المكرمة، ٢٠١٣
ص ٣٦٠

-٢٧Mckinney , Bruce C; Kelly , Lynne ; Duran , Robert L.,
**Narcissism or Openness?; College Students , Use of Facebook
and Twitter** , Communication Research Report ,Apr 2012 , Vol.
29 Issue 2 .

٢٨ - محمود السماسيري، غالب علي شنتاوي، استخدامات الشباب الجامعي الأردني
للمواقع الاجتماعية على الإنترنت وتأثيراتها : الفيس بوك أنموذجا، المجلة المصرية
لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٣٨ يوليو/ ديسمبر ٢٠١١

٢٩ - جارح بن فارس العتيبي استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية لشبكة الفيس
بوك، رسالة ماجستير، غير منشورة، الرياض : قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة
الملك سعود، ٢٠١١

٣٠ - عبده محمد حافظ، تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية : ظاهرة
اجتماعية أم ضرورة تقنية، عمان : مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية،
الجامعة الأردنية، المجلد ٤٠ العدد ١٠، ٢٠١١

31 -Gabriela Grossecka , Ramona Branb, Laurentu , **A case Study
on Academic Uses Facebook** , Communication Research Report,
2011 Vol 15

32 -Nazan Doruer , **What is The Motivation for Using Facebook**
Procedia Social and Behavioral Sciences, New York, Vol 18 .
2011

33 -Aren, Karbinisky, **Facebook and Technology Revolution** ,
Spectrum Publication ,2010 , pp 214 -234

34 -Hayes , R .New Media , New Political : Political Learning
Efficacy and The Examination of Uses of Social Network Sites
for Political Engagement, **PhD dissertation , non-published** ,
Michigan State University , 2009 , p p 82- 87

35 Urista , Mark A., Qingwen Dong , Day , Kenneth D, "Explaining
Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses&

Gratification Theory “ **Human Communication** , Vol.12, Issue 2 ,
Summer 2009 , pp 215 - 229

٣٦- حسام إلهامي، **فلسفة العلوم والبحث الإعلامي** في: حسام إلهامي، أحمد سمير حماد،
مها عبد المجيد "مناهج البحث في الإعلام الجديد" القاهرة : الوابل الصيب للإنتاج
والتوزيع والنشر، ٢٠١١ ص ٣٣ - ٣٤

37- <http://fcsa.gov.ae/ar-ae> زيارة الموقع (الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء)
يوم ٢٠١٧/٨/ -

38- <https://www.globalmediainsight.com/blog/uae-population-statistics>

٣٩- نفس المرجع السابق

٤٠- بركات عبد العزيز، **مناهج البحث الإعلامي : الأصول النظرية ومهارات التطبيق**،
القاهرة : دار الكتاب الحديث ٢٠١٥، ص ٣٧٩ - ٣٨٠

* أ.د سعيد ناصف أستاذ ورئيس قسم علم الاجتماع جامعة عين شمس و عجمان - أ.د.
ياس البياتي أستاذ الإعلام جامعة عجمان - د. سامر عبد الهادي أستاذ علم النفس
المساعد جامعة الفلاح - أ.د سيد بخيت أستاذ الإعلام جامعة القاهرة وجامعة زايد
(دبي)

٤١ شريفة رحمة الله سليمان، **التفكير الناقد والتربية الإعلامية الأسس والمفاهيم**،
الإمارات، إصدارات وزارة الثقافة والشباب وتنمية المجتمع، ٢٠١٥ ص ٦٨