



واقع العلاقات الأسرية في ظل زيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد كما يراها الأبناء

(دراسة ميدانية)

إعداد

د. محمد فرج محمد عبدالله

كلية الآداب/ جامعة طبرق

Mb520998@Gmail.Com

المخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أسباب زيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر الأبناء ومعرفة أكثر وسيلة من هذه الوسائل استخداماً لديهم ومعرفة الإشباع المحققة والمردود السلبي لهذه الوسائل، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح الاجتماعي، وتمثلت أداة الدراسة في استمارة استبيان بالمقابلة، وتمثل عينة الدراسة في الأسر الليبية المقيمة بحي الحرية (ج) بمدينة طبرق، حيث تمثلت عينة الدراسة في أبناء الأسر من الجنسين الذكور والإناث وبلغ عددهم (110) مبحوث. والمعالجة البيانات والمعلومات اعتمد الباحث على الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة من الذكور، اتضح أنهم من حملة المؤهل الجامعي فما فوق وغالبيتهم أعمارهم من 15-25 سنة، وأن أكثر أداة يستخدمونها هو الهاتف المحمول بمعدل عدد ساعات من 4 إلى 5 ساعات يومياً، وأن من أهم أسباب زيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد هو الاهتمام بمعلومات لا تتناولها وسائل الإعلام الأخرى، وأن أهم الإشباع المحققة في استخدام هذه الوسائل هي التسلية والترفيه.

الكلمات المفتاحية:

العلاقات الأسرية- الاستخدام – وسائل الإعلام الجديد

Abstract:

The study aimed to identify the reasons for the increased use of some new media from the point of view of children and to know the most used means of these means and to know the achieved satisfactions and negative returns of these means. The researcher relied on the descriptive approach using the social survey method, and the study tool was represented by a questionnaire form with an interview, and the study sample represented the Libyan families residing in the Al-Hurriya neighborhood (C) in the city of Tobruk, where the study sample represented the sons of the families of both sexes, males and females, and their number reached (110) respondents. The researcher relied on the statistical package for social sciences SPSS to process the data and information, and the study concluded that the majority of the study sample members are males, it turned out that they hold a university degree or above and the majority of them are between 15-25 years old, and that the most tool they use is the mobile phone at a rate of 4 to 5 hours per day, and that one of the most important reasons for the increased use of some new media is the interest in information that is not covered by other media, and that the most important satisfactions achieved in using these means are entertainment and recreation.

Keywords:

Family relations - usage - new media

مقدمة:

يُعد موضوع استخدام وسائل الإعلام الجديد وتأثيراته على الأسرة من أهم الموضوعات التي أثارت جدلاً واسعاً حوله، حيث يرى العديد من المختصين أنها مثلاً تحمل في طياتها عزل الأفراد عن واقعهم وعن علاقاتهم الأسرية والشخصية، وتستبدل بعلاقات سطحية ومؤقتة في بيئة افتراضية⁽¹⁾، وهذا يرجع إلى تزايد الدور الذي يقوم به الإعلام الجديد في تكوين الأنساق المعرفية والفكرية للفرد، على حساب دور المؤسسات التكوينية والتربوية كالأسرة⁽²⁾، حيث تمكن وسائل وأدوات وشبكات الإعلام الجديد من تحديد أنماط ومستويات تفاعل مختلفة بين أفراد الأسرة الواحدة حسب درجة الوعي، لكن إذا ما انسحب بطريقة سليمة أدى ذلك إلى تقييد الاستخدام الأصح لها، وهو ما يؤدي بدوره إلى ظواهر غير مقبولة بين أفراد الأسرة الواحدة وظهور مشكلات على مستوى التفاعل أو التعامل⁽³⁾، لأن من أبرز سمات الإعلام الجديد قدرته العالية فيما يتعلق بالتفاعلية، فكان نموها وزيادة انتشارها بسرعة مصاحباً لنمو المجتمعات والمنظمات المعتمدة بشكل كلي على المعلومات⁽⁴⁾. حيث أصبح للمستقل القدرة على المشاركة النشطة الأكثر فاعلية في العملية الاتصالية بحيث أصبح يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل، بعدما كان دوره في السابق مجرد تلقي للمعلومات، وهناك من يذهب إلى أن التمييز بين المرسل والمتلقي قد أصبح صعباً في حالات متعددة، في ظل استخدام هذه الوسائل التي هيأت الطريق السريع للوصول إلى المعلومات⁽⁵⁾.

إن التغيرات التكنولوجية الهائلة لوسائل الإعلام شكلت نقطة تحول في ظهور مجتمع موازي للمجتمع الحقيقي هو مجتمع افتراضي، والذي أفرز بدوره نوعاً آخر من التفاعل الافتراضي أحدث بذلك تغييراً في التواصل الاجتماعي الواقعي بصفة عامة والتواصل الأسري بشكل خاص، فقد أفرز زيادة استخدام هذه الوسائل نماذج جديدة للعلاقات بين أفراد الأسرة(6).

أولاً: مشكلة الدراسة

تشكل وسائل الإعلام الجديد، وكما تسمى وسائل الإعلام التفاعلي أو الرقمي أهمية بالغة لدى الأفراد حيث استخدامها في الحياة اليومية، بل أن هذا الاستخدام أخذ في التزايد كنتيجة مباشرة لأهمية هذه الوسائل بالنسبة لهم أولاً، وكذلك للتطور السريع والهائل لهذه الوسائل من حيث تطورها وتعدد تقنياتها الإلكترونية سواء كانت مسموعة أو مقروءة أو مرئية، وهذا ما يدفع بالأفراد إلى زيادة إقبالهم واستخدامهم، غير أن لهذه الكثافة في الاستخدام تأثيراته المباشرة على حياة المجتمعات، بجميع مؤسساتها الاجتماعية، ولاسيما مؤسسة الأسرة والتي تعتبر من أهم المؤسسات الاجتماعية كأي مجتمع إنساني، وتشمل تأثيرات زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد على مؤسسة الأسرة في انعكاس زيادة هذا الاستخدام على العلاقات الأسرية حيث أكدت العديد من الدراسات المحلية والأجنبية على أن هناك تحديات كبيرة تواجهها الأسرات على مستوى علاقاتها الداخلية والخارجية، والأسرة الليبية كذلك تواجه هذه التحديات فهي ليست بمنأى عن تأثيرات زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد كونها تتأثر بما يتأثر به الأسرة العربية لأنها تتشابه إلى حد ما من حيث خصائصها مع الأسرة العربية، كذلك ما أفادت به الدراسات المحلية من تأثيرات الوسائل على الأسرة في مجال العلاقات الأسرية، وكذلك لما تلاحظه من انعكاس واضح على منظومة العلاقات الأسرية للأسرة الليبية سواء العلاقات الداخلية للأسرة أو العلاقات الخارجية.

وبناء على ما سبق فإن مشكلة الدراسة تتمثل في تساؤل مفاده يدور حول واقع العلاقات الأسرية في ظل زيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد كما يراها الأبناء.

ثانياً: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في عدة جوانب؛ وهي:

1- الأهمية العلمية: تظهر الأهمية العلمية لهذه الدراسة في إثراء الدراسات السيسولوجية حول واقع وطبيعة العلاقات الأسرية في ظل زيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد، والتي تزايد عدد مستخدميها في الفترة الأخيرة بشكل كبير أو اتساع نطاق تأثيرها المباشر في العلاقات الأسرية.

2- الأهمية النظرية: تتمثل في أن الدراسة تكشف عن جانب مهم لوسائل الإعلام الجديد على العلاقات الأسرية القائمة بين أفراد الأسرة الليبية، كما أن أهميتها تأتي من أهمية العلاقات الأسرية ودورها في تحقيق التواصل والتماسك بين أفرادها كضمان لاستمرارية هذه العلاقات بشكل طبيعي.

3- الأهمية العملية (التطبيقية): حيث أن نتائج وتوجهات الدراسة ستوضع أمام المسؤولين لمراعاتها عند وضع برامج وسياسات خاصة وحماية الأفراد من سلبيات زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد، كما أن ما ستخرج به الدراسة من توصيات قد يستفيد منها الباحث مستقبلاً في القيام بدراسات باستخدام متغيرات مرتبطة بمتغيرات الدراسة الراهنة.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة في:

1. التعرف على أسباب زيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر الأبناء.
2. التعرف على أكثر وسيلة من وسائل الإعلام الجديد استخدامها لدى الأبناء.
3. التعرف على الإشباع المحققة لدى أبناء الأسر نتيجة لاستخدام بعض وسائل الإعلام الجديد.
4. التعرف على المردود السلبي الناتج عن استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد على العلاقات الأسرية.

رابعاً: تساؤلات الدراسة

1. ما أسباب زيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر الأبناء؟
2. ما أكثر وسيلة من وسائل الإعلام الجديد استخدامها لدى الأبناء؟
3. ما هي الإشباع المحققة لدى أبناء الأسر نتيجة لزيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد؟
4. ما المردود السلبي الناتج عن زيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد على العلاقات الأسرية كما يراها الأبناء؟
- 5.

خامساً: مفاهيم الدراسة

• الاستخدام:

لغة: من خدم، خدمة، عمل له فهو خادم، خدام بضم الخاء، وخدم وهي خادم، واستخدامه اتخذه خادماً وسأله أن يخدمه، واستوهبه خادماً واستخدمه أي سأله أن يخدمه بضم الدال.

اصطلاحاً: هو تلك الممارسات الاجتماعية التي تصبح عالية في إطار ثقافة معينة من خلال الممارسة وإدارة الممارسة في نشاط نفسه إلى جانب عوامل الأقدمية المتعلقة بالفعل الممارس إذ يكون التعامل مع الأشياء الرمزية أو الطبيعية لتحقيق أهداف محددة وتتعلق هذه الممارسات بالطابع الخاص الذي يضيفه الفرد أو الجماعة على الوسائل والأدوات والخدمات، وهذا ما يعكس مجموعة من دلالات ثقافية مركبة التي تتأسس على إطار الحياة اليومية⁽⁷⁾.

ويعرف على أنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي لدى ثقافة معينة بفضل التقدم والقدم⁽⁸⁾.

التعريف الإجرائي للاستخدام: هو ممارسة اجتماعية ذات إطار ثقافي حيث يتم التعامل مع الأشياء وفق هذه الممارسة كاستخدام وسائل الإعلام الجديد في الحياة اليومية لتحقيق أهداف معينة ينتج عنها إشباع ومردود سلبي أو إيجابي.

• الإعلام الجديد:

لغة: يتكون من كلمتين "إعلام" و "جديد"، الإعلام كلمة مشتقة من الفعل علم أي خبر، ونقول العرب استعمله الخبر أعلمه إياه، يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته، وكلمة الجديد فتستخدم في اللغة العربية لتدل على الحدثة، وأصل جديد، أي مقطوع، يقال ثوب جديد، جد حديث أي قطع.

ويعرفه قاموس التكنولوجيا الحديثة بأنه اندماج الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة⁽⁹⁾.

يعرفه فتحي أبو حطب بأنه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله ونشره واستهلاكه بواسطة الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت أو غير المتصلة(10).

عرفت اللجنة العربية للإعلام؛ الإعلام الجديد بأنه الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تنتج نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آلياً أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والصورة والصوت المكونة لمواد إعلامية، أي أنه إعلام متعدد الأشكال (مسموعاً، مرئياً، مقروءاً) والوسائط والنماذج (يوتيوب، مدونات، مواقع إلخ) يعتمد شكل أساسي على شبكة الإنترنت بمميزاتها المقررة(11).

التعريف الإجرائي : نقصد به مجموعة الأساليب والأنشطة التفاعلية الجديدة التي يمكن للفرد بواسطتها أن يقوم بإنشاء ونشر المضمون الإعلامي من خلال الشبكات الإلكترونية والوسائط المتعددة من خلال الأجهزة الإلكترونية التي تعمل بالانترنت أو بدونه.

• **العلاقات الأسرية: العلاقات:** لغة: هي جمع علائق وعلاقات، ومصدرها علق وهي ارتباط أو صداقة أو حب(12).

هي العلاقة التي تقوم بين أدوار الزوج والزوجة والأبناء، مترجمة طبيعة الاتصال والتفاعلات التي بين أفراد الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد(13).

وتعرف على أنها مجموعة من العلاقات والتفاعلات الحاصلة بين أدوار أعضاء الأسرة الواحدة أي الزوج والزوجة والأبناء، وتتطوي هذه العلاقات على الفعل ورد الفعل ومجموعة ممارسات ورموز سلوكية وكلامية وأدوار اجتماعية(14).

التعريف الإجرائي : يقصد بها العلاقات التي تربط ما بين الزوج والزوجة من جهة والأبوين مع الأبناء من جهة أخرى، وما ينتج عنها من أفعال وردود أفعال نتيجة للتفاعل فيما بينهم، والدور الذي يقوم به كل واحد منهم (العلاقات الداخلية)، وعلاقاتهم بالبيئة الخارجية كعلاقاتهم بالأقارب أو الجيران أو الأصدقاء أو زملاء العمل (العلاقات الخارجية).

سادساً: الدراسات السابقة

1- الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى؛ بعنوان: (الإعلام الجديد وانعكاساته على العلاقات الأسرية 2024)(15)هدفت الدراسة إلى التعرف والكشف عن أهم الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل للإعلام الجديد على العلاقات الأسرية، ومعرفة طبيعة العلاقات الأسرية في ظل استخدام هذه الوسائل (الفيسبوك، تويتر، اليوتيوب)، والتعرف على أهمها استخداماً لدى طلبة قسم علم الاجتماع، من حيث متغير النوع، العمر.

واعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت أداة الدراسة في استمارة استبيان، طبقت على عينة عشوائية بسيطة من طلاب قسم علم الاجتماع بجامعة طرابلس بلغ عددها (80) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى

أن أغلب أفراد العينة يمتلكون اشتراك في الانترنت سواء على أجهزة الحاسوب أو على هواتفهم النقالة، وأن أكثر وسيلة استخدامًا هي الفيسبوك، وأن لهذه المواقع أثر إيجابي في الاستخدام لأنها تساعد على الحد من الشعور بالوحدة لكبار السن وأنها تزيد من قوة العلاقات الاجتماعية مع الأقارب المتباعدين مكانيًا، كما أنها تساعد على إنشاء علاقات اجتماعية بعيدة عن المحيط الأسري، كما بينت أن من أهم سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي أنها تقلل من مستوى التفاعل الاجتماعي مع أفراد الأسرة، كما بينت النتائج غياب رقابة الأهل على هذه الشبكات، كما بينت أن الإدمان في استخدامها يؤدي إلى أن تكون حياة الفرد الافتراضية أهم من حياته الواقعية.

الدراسة الثانية؛ بعنوان: (تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية 2022) (16) وهدفت الدراسة إلى معرفة أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية وما يمكن أن تحدثه من تباعد وتفكك أسري، وأهم أشكال هذه الشبكات المتداولة في مجتمع الدراسة وإيجاد حلول عملية وعلمية للاستفادة من هذه الشبكات مع المحافظة على تماسك النسيج الأسري والمجتمعي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت أداة الدراسة في استبانة، طبقت على أعضاء هيئة التدريس العاملين بجامعة بنغازي بكلتي التربية وتقنية المعلومات حيث بلغ عددهم (88) مفردة، وبينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لديهم حساب شخصي صحيح على هذه المواقع، وأن الفيسبوك هو أفضل هذه المواقع، وأن الفترة الزمنية التي يقضونها في استخدام هذه المواقع أقل من ساعة في اليوم، وذلك لمتابعة الأخبار والترفيه والتسلية والبحث عن المعلومات، وأن المبحوثين يراقبون أبنائهم في استخدامهم لهذه المواقع، وأن لهذه المواقع تأثير إيجابي على المبحوثين لأنها جعلتهم أكثر تواصل مع الناس في حين رأى آخرون أن هذه المواقع تعتبر مضيعة للوقت.

الدراسة الثالثة؛ بعنوان: (أثر وسائل الاتصال الاجتماعي على العلاقات الأسرية كما يدركها الأبناء 2019) (17) سعت الدراسة إلى التعرف على مستوى استخدام أفراد الأسرة لوسائل الاتصال الاجتماعي والتعرف على أثرها على العلاقات الأسرية وتلاشي بعض القيم داخل الأسرة كما يدركها الأبناء، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت أداة الدراسة في استبانة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة تم اختيارها من مجتمع البحث بلغ حجمها (170) طالب وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية أفراد العينة يستخدمون الهواتف الذكية، كما تبين أنهم يقضون أكثر من ثلاث ساعات على وسائل الاتصال الاجتماعي الأمر الذي ينعكس سلبيًا على العلاقات الأسرية، وأن لوسائل الاتصال درجة تأثير ضعيفة على تلاشي بعض القيم داخل الأسرة، وأن أكثر شبكات الانترنت استخدامًا من قبل الطلبة هي شبكة الفيسبوك

2- الدراسات العربية

الدراسة الأولى؛ بعنوان: (تأثير استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية حسب رأي الأبناء 2022) (18) هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير استخدام الانترنت على العلاقات بين أفراد الأسرة، والكشف عن الآثار السلبية والإيجابية لشبكة الانترنت على العلاقات الأسرية، والتعرف على الدوافع والإشباع المحققة للأسرة من وراء استخدام الانترنت، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت استبانة استبيان بالمقابلة كأداة لجمع البيانات والمعلومات حول موضوع الدراسة، طبقت على عينة قصدية من أبناء الأسر الذين يستخدم أفرادها شبكة الانترنت حيث بلغ عددهم (120) أسرة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الانترنت غير من طبيعة العلاقات الأسرية، كما أسفرت نتائج الدراسة على أن الحجم الساعي لاستخدام الانترنت أثر بشكل سلبي على العلاقات الأسرية، وأن الاستخدام المفرط للانترنت يقلل من فرص الحوار والنقاش وتبادل الأفكار ما بين الآباء والأبناء، كما أن الانترنت لا يفصل ما بين الحياة العادية الواقعية

والافتراضية، فهو بالإضافة إلى أنه يؤثر على العلاقات الأسرية فهو مصدر للتوتر والصراع بين أفراد الأسرة الواحدة ، كما أن الإدمان على الانترنت يخلق العزلة والتكتم مما يؤدي إلى الشعور بالاغتراب الذي يرتبط بانخفاض التفاعل الاجتماعي داخل الأسرة الأمر الذي يجعل الفرد ينفصل عن الوجود الأسري.

الدراسة الثانية؛ بعنوان: (تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة الفيسبوك نموذجًا 2022) (19) هدفت الدراسة إلى الكشف عن الدوافع المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأسرة، والكشف عن كيفية تأثيرها على الأسرة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتمثلت أداة الدراسة في استمارة استبيان، وتمثلت عينة الدراسة في عينة بالمصادفة من آباء وأبناء وأمهات من الأسر بمدينة برج بوعرييج، والتي بلغ قوامها (36) مبحوث، وبينت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك للتواصل مع الأهل والأصدقاء، وذلك من أجل التخلص من الفراغ، وكذلك يستخدمونها للحصول على المعلومات والأخبار ولأنها تمتاز بالحدثة والصوت والصورة، كما كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يهتمون بالمواقع التي تخص الأسرة وقضاياها، وأن الفيسبوك يساعد على توفير فرصًا للاطلاع على كل التطورات حول المواقع التي تخص الأسرة، وكذلك لتشكيل علاقات اجتماعية، وأنهم عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يكونوا في حالة تركيز تام، وأنه في غياب الفيسبوك يشعروا بالوحدة والقلق والاكتئاب، كما أن استخدام الفيسبوك يؤدي إلى قلة التفاعل مع الأسرة والأصدقاء، كما أنه أسهم بشكل ملحوظ في انشغال الناس عن أسرهم في حضورهم خاصة مع كبار السن، كما أنها ساعدت على التواصل مع أفراد الأسرة بشكل مباشر وغير مباشر، كما أن أغلبية المبحوثين أكدوا على تقليل الحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة مما سبب ضعف حاد في العلاقات والأواصر الأسرية والعائلية.

الدراسة الثالثة؛ بعنوان: (تأثير الميديا الاجتماعية في العلاقات الأسرية 2022) (20) هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الميديا الاجتماعية في نسيج العلاقات الأسرية ومحاولة الوصول لآليات تساعد على التقليل السلبي لتأثير الميديا الاجتماعية في العلاقات داخل الأسرة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، وتمثلت الأداة الرئيسية لجمع البيانات والمعلومات في استمارة استبيان، طبقت على عينة صدفية بلغ قوامها (85) مفردة من أفراد بمدينة أم البواقي من فئات مختلفة، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تقليص فترات الاتصال الشفهي بين أفراد الأسرة الجزائرية، كما أنها أثرت سلباً على التحصيل الدراسي للأبناء، بالإضافة لضعف رقابة الآباء على الأبناء من حيث مدى وسعة الاستخدام، وأن الحوار الأسري أصبح يتجه نحو المواضيع العامة أكثر من مناقشة المواضيع الخاصة، كما بينت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت سلباً على مستوى الحوار بين الآباء والأبناء، أو حتى بين الأزواج، كما بينت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تؤثر على علاقة الأسرة بمحيطها الخارجي.

الدراسة الرابعة ؛ بعنوان: (أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيسبوك وتويتر نموذجًا" 1434هـ) (21) هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر، وطبيعة العلاقات الاجتماعية عبر الموقعين والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية للشبكات الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية وعلاقتها بمتغيرات (العمر، عدد ساعات الاستخدام، طريقة الاستخدام)، حيث اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي، وتمثلت أداة الدراسة في استمارة استبيان طبقت على عينة طبقية بلغ قوامها (150) مفردة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، وتوصلت الدراسة إلى أن معظم المبحوثات يفضلن دخول مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الكمبيوتر الشخصي والهاتف المحمول، وأنهن وجدن في موقعي الفيسبوك وتويتر فرصة مناسبة للتعبير عن آرائهن وتوجهاتهن الفكرية، وأنهن يحرصن على متابعة الإعلانات ولم يسبق لهن شراء المنتجات عبر الفيسبوك و تويتر، وأنهن يرفضن البحث عن شريك حياة

من خلال الفيسبوك وتويتر، وأنه لم يسبق لمن الانضمام للحملات الاجتماعية ولا يستخدم الفيسبوك وتويتر للتواصل مع القطاعات الخدمية، كما بينت نتائج الدراسة أنه لم يكن الافتقاد إلى الصديقات والشعور بالوحدة ومتابعة المشاهير قوياً لاشتراكهن في هذه المواقع، وأن أغلبهن يبحثن عن صداقات جديدة وأن المواقع الإلكترونية تعزز علاقات الصداقة القديمة، وأن المبحوثات يتواصلن مع أقاربهن البعيدين مكانياً، وأن لديهن صداقات عبر الفيسبوك وتويتر من بلدان مختلفة، كما أكد المبحوثات على أنهن استفدن من الفيسبوك وتويتر في بحوثهن الدراسية، كما بينت نتائج الدراسة أن استخدام الفيسبوك وتويتر لم يكن له أثر سلبي على أغلب المبحوثات من ناحية شكوى وتذمر أسرهن من هذا الاستخدام، كما أنه لم يؤثر على تفاعلهن وجلسهن مع أسرهن، وأنه لم يشغلن على القيام بواجباتهن الاجتماعية المتمثلة في زيارة الأقارب، وأنهن لم يعانين من أضرار صحية وجسدية جراء استخدام موقعي الفيسبوك وتويتر.

التعقيب على الدراسات السابقة من حيث التشابه والاختلاف مع الدراسة الراهنة:

فمن حيث التشابه دراسة وسائل الإعلام الجديد تشابهت الدراسة الحالية مع دراسة صالح، يوسف امحمد (2024) بعنوان الإعلام الجديد وانعكاساته على العلاقات الأسرية، ودراسة الشهري، حنان بنت شعشوع (1434هـ) بعنوان أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر نموذجاً، كما تشابهت مع جميع الدراسات في توظيف المنهج الوصفي والمسح الاجتماعي بالعينه وكذلك أداة الدراسة التي تمثلت في استمارة استبيان بالمقابلة، واختلف مع جميع الدراسات السابقة في كونها تدرس واقع العلاقات الأسرية في ظل زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد، بينما جميع الدراسات تناولت تأثير أو أثر وسائل الإعلام الجديد على العلاقات الأسرية.

سابعاً: التوجه النظري

يعد اختيار النظرية وتوظيفها من أهم خطوات الجزء العلمي وتحدد النظرية المناسبة لتوظيفها في الدراسات وفقاً لما يسعى إليه الباحث من تحقيق أهداف هي أقرب إلى الواقع. وتعتمد الدراسة الحالية على نظريتين هما النظرية التفاعلية الرمزية ونظرية روجرز للاستخدامات والإشباع لدراسة واقع العلاقات الأسرية في ظل زيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد كما يراها أبناء الأسر الليبية.

1- النظرية التفاعلية الرمزية

انبثقت نظرية التفاعلية الرمزية من الفلسفة البراجماتية التي أسسها "جون ديوي" في أمريكا أواخر القرن التاسع عشر، والتي كانت تؤكد على أهمية الفعل بدلاً من المنطق والتفكير والعقل، فقد تبني "هيربرت ميد" دراسة العلاقات والسلوك البشري وارتباطهما بالواقع الاجتماعي المكون من المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد والجماعات والأسر، وقد وصفت دراسات هذه النظرية باهتمامها بالعلاقات الاجتماعية⁽²²⁾.

تعتقد نظرية التفاعلية الرمزية بأن الحياة الاجتماعية وما يكتنفها من عمليات وظواهر وحوادث ما هي إلا شبكة معقدة من نسيج التفاعلات والعلاقات بين الأفراد والجماعات التي يتكون منها المجتمع، فالحياة الاجتماعية يمكن فهمها واستيعاب مظاهرها الحقيقية عن طريق النظر إلى التفاعلات التي تقع بين الأفراد، وأن لهذه التفاعلات دوافعها الموضوعية والذاتية وآثارها على الأفراد والجماعات، والنظرية التفاعلية الرمزية يمكن أن نموذج الإنسان عبر الدور الذي يحتله والسلوك الذي يقوم به نحو الفرد الآخر الذي كوّن علاقة معه خلال مدة زمنية محددة، لذا تفترض التفاعلية الرمزية وجود شخصين تفاعليين عبر الأدوار الوظيفية التي يحتلونها، فكل منهما يحاول أن يتعرف على سمات الفرد الآخر وخواصه عبر العلاقة التفاعلية التي تنشأ بينهما، وبعد فترة

من الزمن على نشوء مثل هذه العلاقة التفاعلية بين الشخصين الشاغلين لدورين اجتماعيين متساويين أو مختلفين يقوم كل فرد بتقويم الآخر إلا أن التقويم يعتمد على الثقة والاتصال الذي يحدث بينهما(23).

وتقوم النظرية على عدة مفاهيم أساسية أهمها:

- أ. تسعى الفاعلية الرمزية إلى الربط بين حياة الفرد الداخلية (الذات والعقل) وبين المجتمع بما يتضمنه من نظم وقيم وأحكام أخلاقية يمكن إصدارها على الأفراد الذين يتفاعل معهم.
- ب. تركز على حقيقة أن عملية التفاعل بين الأفراد يتم من خلالها عملية تقييم فيما بينهم، وينتج من هذا التقييم رموز تمنح لكل فرد تم التفاعل معه سواء كان تفاعلاً إيجابياً أو سلبياً.
- ج. تركز على الدور الهام للغة في التفكير والتفاعل الاجتماعي، وكذلك دور المعاني والدلالات في التفسير السلوكي.
- د. تؤكد النظرية على قدرة الإنسان على خلق واستخدام الرموز.
- هـ. تسعى إلى دراسة دور الفرد وسلوكه داخل الجماعة التي ينتمي إليها في المجتمع(24).

وتدور فكرة التفاعلية الرمزية على مفهومين أساسيين هما: الرموز والمعاني في ضوء صورة معينة للمجتمع المتفاعل، وتشير التفاعلية الرمزية إلى معنى الرموز على اعتبار أنها القدرة التي تملكها الكائنات الإنسانية للتعبير عن الأفكار باستخدام الرموز في تعاملاتهم مع بعضهم البعض، ويتم تحديد معنى الرموز عن طريق الاتفاق بين أعضاء الجماعة إذ تعلم الأطفال التمييز بين كلاً من رجل الشرطة وسائق الاتوبيس ولاعب كرة القدم عن طريقة نوعية الملابس التي يرتدونها، وقد ينظر أحد أفراد مجتمع آخر لهذه الملابس على اعتبار أنها مجرد ملابس فقط، ونجد أن هؤلاء الذين تعلموا ما ترمز إليه هذه الملابس يمكنهم التفاعل بسهولة مع كل منهم، وتعد اللغة من أهم مجموعة الرموز اللازمة للتفاعل الاجتماعي، ويعد استخدام الرموز ثورة في قدرة الأشياء أو الموضوعات أو الأحداث التي يواجهونها في حياتهم اليومية، ومن أهم علماء التفاعلية الذي يحمل نظرية متكاملة عن العلاقات الاجتماعية بأنواعها المختلفة هو العالم "كينزبيرك" والذي يرى بأن من أهم شروط تكوين العلاقة التفاعلية هي وجود شخصين فأكثر يكونوا علاقة إنسانية، تنطوي هذه العلاقة على مجموعة رموز سلوكية وكلامية ولغوية يفهمها جميع أطراف هذه العلاقة، وكذلك تنطوي هذه العلاقة على فعل ورد فعل بين الأشخاص المتفاعلين، أما أسباب العلاقات الاجتماعية كما يراها "كينزبيرك"، فهي الدوافع التي تدفع الفرد إلى الدخول في علاقات مع الغير كالعلاقات الأسرية مثلاً، كما تحدث "كينزبيرك" عن أن هناك آثار ونتائج لهذه العلاقات الاجتماعية وهذه الآثار والنتائج قد تكون إيجابية أو سلبية اعتماداً على طبيعة ونوع العلاقة الإنسانية القائمة بين الأفراد(25).

أما بالنسبة لأهم فرضيات التفاعلية الرمزية فيشير العالم "هيربرت بلومر" إلى الفرضيات التالية:

1. أن الأفراد يتصرفون تجاه الأشياء بناءً على ما تعنيه هذه الأشياء لهم.
2. معاني الأشياء هي نتاج للتفاعل الاجتماعي في المجتمع.
3. تتمحور هذه المعاني وتتبدل ويتم تداولها من خلال عمليات التأويل التي يستخدمها كل فرد تجاه الإشارات والعلامات التي يواجهها(26).

وتنطلق التفاعلية الرمزية من عدة مرتكزات لتحليل عملية التفاعل الاجتماعي متمثلة في القواعد الاجتماعية وهي ما اعتاد على ممارسته الناس من سلوك، فالقواعد تعتبر أحمـد منظـمات السلوك الإنساني، وهي أحد الظواهر الاجتماعية التي تحدد سلوك الفرد وتوجهه في ارتباطه مع الآخرين ومع الجماعات الاجتماعية

الأخرى، وكذلك العامل الزمني حيث تقع عمليات التفاعل الاجتماعي ضمن توقيت زمني، وكذلك الحيز المجالي، أي أن التفاعل يحدث في منطقة جغرافية معلومة الأبعاد يخضع لها الأفراد في عملية تفاعلهم مع بعضهم البعض(27).

2- نظرية الاستخدامات والإشباع

تأسس مدخل الاستخدامات والإشباع على يد "ياهو كانز" الذي اهتم بدراسة عملية الاتصال الجماهيري دراسة منظمة انطلاقاً من أن تصرفات الأفراد في كافة النواحي المختلفة محكومة بما يتولد لديهم من احتياجات يسعون حثيثاً لإشباعها، حيث يقوم هؤلاء الأفراد أنفسهم باختيار المضمون الذي يلبي احتياجاتهم النفسية والاجتماعية(28).

ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبياً يقبل كل ما تفرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من تصرفه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون في المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم، وكلما كان مضمون معين قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له(29).

وتقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على مجموعة من الفروض التي حددها "كاتز بلومر وجور فيتش" وهي:

1. أن الجمهور يتسم بالإيجابية والنشاط في استخدامه لوسائل الإعلام، وأنه يستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف محددة تلبي احتياجاته وتوقعاته.
2. أن الجمهور يمتلك المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
3. تختلف درجة إشباع الحاجات وفقاً لاختلاف وسائل الإعلام التي تتنافس مع مصادر أخرى كالاتصال الشخصي.
4. أن الجمهور وحده هو القادر على تحديد احتياجاته واهتماماته واختيار الوسائل والمضامين التي تشبع هذه الحاجات وتلبيها.
5. أن الحاجات والدوافع تختلف باختلاف الأفراد، لذلك نجد اختلافاً في نماذج السلوك واختيار المحتوى، ويترتب على ذلك حدوث أو عدم حدوث عملية الإشباع(30).
6. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية بينهم.
7. أن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم والحاجات التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع تلك الحاجات .
8. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الجديد، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط(31).

ومن خلال ما سبق نجد أن نظرية الاستخدامات والإشباع تتميز بعناصر عديدة من أهمها:

1- مفهوم الجمهور (النشط): وهو الجمهور الذي يبحث عن المحتوى الإعلامي المناسب له الملبي لحاجاته، حيث بات هذا الجمهور يتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم له هذا المضمون أو المحتوى، ويتحدد مفهوم الجمهور النشط بما يلي:

- الانتقائية في الاختيار: حيث يقوم الجمهور باختيار وسيلة اتصالية معينة ويختار التعرض لمضمون معين فيها.
- الانتفاع: حيث يختار الجمهور وسائل الاتصال التي تشبع حاجات ودوافع معينة لديه.
- الاختيار المتعمد: يعتمد الأفراد اختيار وسيلة إعلامية معينة لإشباع حاجة ما، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة الإعلامية.
- الاستغراق: ويحدث مع المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي.
- محدودية التأثير: هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه، فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء.

2- دوافع الاستخدامات:

صنف كل من (كانز وجيرفتش وهاس) الحاجات المرتبطة بوسائل الإعلام إلى خمس فئات رئيسية هي(32):

1. **حاجات نفسية معرفية:** وتشير إلى اختيار الجمهور لوسيلة أو مضمون لإشباع حاجات معينة مثل التعرف على الذات أو معرفة معلومات ومعارف، ومراقبة البيئة(33).
2. **حاجات وجدانية:** وهي الحاجات المرتبطة بالنواحي العاطفية والمشاعر.
3. **حاجات التكامل النفسي:** وهي الحاجات المرتبطة بتدعيم المصادقية والتقارير الذاتي وتحقيق الاستقرار الشخصي.
4. **حاجات التكامل الاجتماعي:** وهي الحاجات المرتبطة بالتواصل مع الأسرة والأصدقاء والعالم، وتقوم على رغبة في التقارب مع الآخرين.
5. **حاجات الهروب:** وتعكس كل ما هو مرتبط بالترفيه والتسلية(34).
6. **حاجات طقوسية:** وترتبط بعبادات الفرد التي يمارسها بدون تخطيط مسبق، وتتمثل في التفاعل مع الوسيلة الإعلامية بغض النظر عن المضمون الذي تقدمه(35) بهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من الواقع والمشكلات(36) وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية والمسلسلات والأفلام وبرامج الترفيه المختلفة(37).

3- أهم الإشباعات المحققة من التعرض لوسائل الإعلام:

حيث يميز "لورانس ويز" بين أنواع الإشاعات التي تتحقق نتيجة التعرض لوسائل الإعلام الجديد على النحو التالي:

أ. **إشباع المحتوى (المضمون):** وتشمل الإشاعات التي تتحقق من التعرض لمضمون الوسائل الإعلامية، فهي ترتبط بالرسالة أكثر من الوسيلة وتقسّم إلى نوعين هما: الإشاعات التوجيهية(38)، وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات(39)، وإشباع الحاجة منها ومن المعارف وتنمية المهارات الشخصية وتأكيد الذات واكتشاف الواقع، والاستفادة من تجارب الآخرين وعمل علاقات مع من هم أصحاب خبرة(40)، والنوع الثاني

الإشاعات الاجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية(41)، وتتمثل في إشباع الحاجة إلى التواصل مع الآخرين والتحدث معهم، من خلال الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من وسائل الإعلام وشبكة علاقاته الاجتماعية(42).

ب. إشباع عملية الاتصال (العملية): وهي الإشباعات التي تنتج من عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، ولا ترتبط بخصائص الرسالة أو المضمون وتقسّم إلى نوعين:

أ. إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة وهي إشباعات مكملة للإشباعات التوجيهية(43).

ب. الإشباعات شبه الاجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات ووسائل الإعلام خاصة لدى الأفراد الذين يعانون من العزلة عن المجتمع(44)، وهي إشباعات مكملة للإشباعات الاجتماعية.

ثامناً: أهمية العلاقات الأسرية

يمثل الكيان الأسري السوي الوحدة الاجتماعية الأساسية في المجتمع، وكلما كانت العلاقات الأسرية بين أعضاء الأسرة قوية وسوية كلما كانت الأسرة سليمة وكان الجو الأسري ملائماً لتكيف الأبناء وسلامة نموهم العاطفي والنفسي(45)، حيث تنمو العواطف الأسرية بالحب المتبادل بين أفراد الأسرة كما تنمو بالتقدير والاحترام المتبادل بينهم(46)، لأنها مهمة في بناء أسرة قوية قادرة على لعب دور فعال في خلق شخصية أفرادها وتطبيعها بقيم ومثل حميدة، فلا شيء يعوض العلاقات الأسرية المتسمة بالود والاحترام في الأسرة(47).

ويُعد ضعف العلاقات الأسرية وانهيار الروابط بين أعضاء الأسرة وافتقاد الحب بينهم من أهم الأسباب المؤدية إلى التأثير السلبي على الأبناء كالانحراف والتأخر الدراسي، حيث حالت البيوت المتصدعة دون إشباع حاجاتهم الأساسية مثل الحاجة إلى الحب والأمن، وتكمن أهمية العلاقات الأسرية في أنها أهم الأركان التي يبنى عليها المجتمع والتي يعتمد عليها في تنشئة الطفل كما لها من تأثير حيوي في تكوين البناء الأساسي لشخصية الفرد، كما تبرز أهميتها من خلال الوظائف والدور الذي يؤديه كل فرد من أفراد الأسرة على حد سواء، إذ يجد الفرد سكنه وحمايته ورعايته وأمنه، كما تساهم بشكل فاعل في تقوية الأواصر بينهم، كما تكسب الأفراد اللغة والعادات والتقاليد الاجتماعية وأساليب التفاعل الاجتماعي وترتقي هذه الاكتسابات إلى مستوى القيمة كلما كان هناك معيار استدلالي يتمثل في قوة التطورات الواعية، كما يكسب الأبناء المعايير الاجتماعية الإيجابية وتزويدهم بالقيم الدينية والخلقية ويكسبهم قوة الشعور بالانتماء(48)، وبتكامل هذا الدور يمكن للأسرة أن تؤدي دورها المنوط بها ويشعر أفرادها بالارتباط الأسري والعاطفي(49).

تاسعاً: وسائل الإعلام الجديد:

تتعدد وسائل الإعلام الجديد وتتنوع من حيث طريقة الاستخدام وكيفية الاستفادة منها لدى المستخدم، حيث سنركز على أكثرها استخداماً وانتشاراً، ومنها ما يلي:

1- الفايسبوك: أنشئ في فبراير عام 2004 على يد "مارك زوكربيرج" ويعتبر من أكثر وسائل الإعلام الجديد شهرة وأكثرها قدرة على النفاذ والانتشار والتأثير، فهو في نظر من أنشأه حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، ووصفه بأنه دليل سكان العالم، حيث يتيح الفايسبوك للمستخدمين فرص الحوار والمناقشة حول مختلف القضايا والموضوعات دون حواجز أو قيود(50)، كما يعد أكثر وسائل الإعلام الجديد استخداماً في العالم الافتراضي(51)، حيث يستطيع كل مستخدم أن يقف على آخر أخبار أصدقائه أو معرفة الأخبار من خلاله، كما

يشكل المستخدمون مجتمعاً افتراضياً حيث يستطيع كل فرد اختيار من يريد من الأصدقاء يتعرف عليهم ويتواصل معهم، ولا يجد نفسه مضطراً للتعامل مع أشخاص لا يريد التعامل معهم، كذلك يمكنه متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات والتواصل مع الأسر والأقارب والبعيدون في أي وقت(52).

2- **اليوتيوب:** ظهر في عام 2008، ويتميز بأنه أكثر صراحة وشفافية مما ينتج عن وسائل الإعلام التقليدي، ومع تطور أجهزة الموبايل والهواتف الذكية أصبح بإمكان الفرد مشاهدة الأفلام بواسطته، ومتابعة الأفكار والأحداث التي تحدث في العالم من أي مكان، وتحول الجمهور بواسطة هذه الوسيلة الجديدة من مستقبل للأحداث إلى صانع لها، كما أنه ينقل الأحداث بدقة وسرعة عاليتين(53).

3- **تويتر:** بدأ من خلال أشخاص يعملون في بث النشرات الصوتية على الانترنت هم شركة ODEO في مارس 2006، ونما تويتر بسرعة كبيرة جداً في غضون النصف الأول من عام 2009، ويعتبر الشق الفوري سواء النصوص أو صور أو مقاطع صوت أو فيديو هو أحد السمات المميزة له، ويعتبر أكثر وسيلة جديدة ثورة لتويتر هي أنه جعل من إرسال واستقبال رسائله القصيرة أقرب ما يكون للحظية، كما مفهومهم والكتابة على تويتر أسرع من التدوين لأن تغريداته أقصر من التدوينات لذلك أصبحت كتابة التغريدات أسهل وسيلة اتصال عبر المسافات الشاسعة، كما أنها تسمح ببث المعلومات المهنية والشخصية بدون مجهود(54).

4- **المدونات:** ظهرت في عام 1997، على يد جون بارغر، وتعتبر وسيلة للتعبير عن الآراء والمواقف، كما تسمح ببلورة نقاشات فكرية وعميقة حول ثقافة الاختلاف والرأي والرأي الآخر، والمدونة في أبسط تعريفها هي صفحة عنكبوتية تشتمل على تدوينات مختصرة ومرئية زمنياً، وبصورة تفصيلية تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، تم كتابتها بواسطة محمول الهاتف أو المحمول المساعد الشخصي الرقمي، وتعتمد على (مدخلات) مؤرخة ومرئية ترتيباً زمنياً تصاعدياً، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني URI واسم لا يتغير منذ لحظة نشره حيث يمكن للمستخدم الرجوع إلى تدوينه في وقت لاحق عندما لا تعد متاحة في الصفحة الأولى للمدونة(55).

عاشراً: أسباب زيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد

تطورت وسائل الإعلام تطوراً كبيراً وانتشرت انتشاراً واسعاً حتى تميز العصر الذي نعيشه بأنه عصر وسائل الإعلام، إذ أصبح من الصعب على المرء أن يقضي يومه دون أن يتعرض لهذه الوسائل(56)، حيث أنها تختلف في تأثيراتها الواسعة النطاق على حياة المجتمعات، ليست لأنها ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن وسائلها الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة التوجيه وشدة الخطورة التي أدت إلى تفسيرات جوهرية في دور الإعلام، وجعلت منه محورياً أساسياً في منظومة المجتمع(57)، ويزداد تأثيرها لأن الفرد يقبل عليها ويستجيب لها طواعية وعن رغبة دون إجبار(58).

كما أشارت العديد من الدراسات العربية وأكدت نتائجها على علاقة أعضاء الأسرة بوسائل الإعلام الجديد والتي تؤكد أننا أمام ظاهرة يمكن وصفها بأنها استثنائية أو منقطعة النظير، حيث يعتبر أعضاء الأسرة الانترنت أفضل وسيلة اتصال دولية ناجحة ومتفوقة على الوسائل التقليدية لكونها وسيلة اتصال أو إعلام المستقبل بلا منازع، ومرجع ذلك عند بعض الباحثين لعدة أسباب منها: اللامكانية، واللازماني، التفاعلية المجانية، والربط الدائم، وتنوع التطبيقات والسهولة، حيث أنه بإمكان الطفل والشيخ المسن استخدامها بكل سهولة ويسر، كما أنه من أسباب زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد ليس فقط حداثة الآلية التي يبت من خلالها هذا الإعلام سواء في

فيسبوك أو تويتر أو يوتيوب فقط إنما في مضمونه الذي يتجاوز قالب التقليدي كونه تعبيراً حقيقياً عن الفرد وهمومه وتطلعاته، كذلك تفضيل الأفراد للمواقع والمنصات والتطبيقات الإلكترونية لوسائل الإعلام الجديد فهي تلبي احتياجاتهم الشخصية والاجتماعية، وتمكنهم من التواصل مع الأصدقاء، ومواكبة الأحداث، وإبداء الرأي الحر⁽⁵⁹⁾، كما توجد أسباب أخرى تجعل الفرد يلجأ إلى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي بكثرة منها الهروب من المشاكل في حالة وجودها في الأسرة للبحث عن البديل، لذلك يلجأ الفرد إلى مجتمعه الافتراضي عسى أن يجد عندهم ما لم يجده في أسرته، كذلك الفراغ؛ فسوء استغلال الفرد لوقته يدفعه إلى استغلال وقت فراغه بالتواصل مع غيره عبر وسائل الإعلام المتعددة بتطبيقاتها فتصبح وسيلة لتضييع الوقت بالتواصل الصوتي أو المكتوب أو الصور أو غيرها من التطبيقات التي توفرها هذه الوسائل الجديدة، كما أن البطالة وعدم توفر فرص العمل للأفراد تدفعهم إلى الخروج إلى العالم الافتراضي، كذلك التسويق أو البحث عن وظائف، حيث أصبح العالم بحق سوقاً صغيرة، فقد أصبحت وسائل التواصل الحديثة أداة تسويقية فعالة، كونها مخفضة التكاليف بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها، بالإضافة إلى توسيع المعارف ومناقشة الآراء والتعبير عن الأفكار⁽⁶⁰⁾، وكذلك وفرة المعلومات والمعرفة التي تقدمها لمستخدميها⁽⁶¹⁾، وتميزها بالديناميكية والتفاعلية حيث يستطيع مستخدموها استقبال ومشاركة الأخبار على الفور، بالإضافة إلى ذلك تتيح لهم التفاعل مع المواد التي تمت مشاركتها مع المستخدمين الآخرين أكثر من أي وسيلة أخرى، كما أنها توفر لهم عنصر النجاح حيث تساعدهم في حياتهم الشخصية والمهنية من خلال بناء المعرفة واكتسابها؛ لمعرفة وخلق فرص جديدة للبدء بأعمال جديدة؛ مثل البيع عبر وسائل التواصل الاجتماعي⁽⁶²⁾، وقدرتها على نشر الأفكار والمعلومات بسرعة تفوق أي تصور، وقدرتها على تكوين وخلق الوعي وتنميته؛ وذلك بزيادة المعرفة وتركم الخبرات وبكثرة المعلومات⁽⁶³⁾، وكذلك أهميتها في مجال الاتصال الاجتماعي الأسري للبقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة ومشاركة الأحداث والصور والمناسبات والمجال الإنساني والعمل الخيري والتضامن الاجتماعي والتسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى الرعاية والإعلان علاوة على استخدام العديد من تطبيقات الوسائل الاجتماعية للإعلام الجديد للتواصل مع الفرص الوظيفية، كما توفر وسائل الإعلام الجديد ميزات واسعة مثل سهولة التعليق كمنصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك حيث يسمح للمستخدم بمشاركة ملف المعلومات التي يتلقونها ويسمح لهم أيضاً بالتعبير عن آرائهم بشأن خبر معين⁽⁶⁴⁾.

الحادي عشر: الإشباع المحققة من زيادة استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد

تتعدد أنواع الاستعمالات والإشباع التي تحققها وسائل الإعلام الجديد لأفراد الأسرة⁽⁶⁵⁾، حيث تشير دراسات الإعلام الجديد في العالم العربي إلى أن الاستخدامات والإشباع المعرفية كالأخبار والمعلومات والمعارف، تأتي في مقدمة الاستخدامات والإشباع المحققة لدى الأسر العربية وذلك لأسباب عديد أهمها درجة المصداقية والثقة والسرعة في نقل الأخبار والحرية في مناقشة الموضوعات، والانفراد بأخبار لا تتداولها وسائل الإعلام الأخرى، كذلك الرغبة في الحصول على فرصة في التعبير تفوق الفرص المتاحة في الإعلام التقليدي، فهم يستطيعون قول ما لا يمكن قوله في الإعلام الرسمي التقليدي، كذلك عبر كثيرون بأن كثرة المحظورات والممنوعات في المجتمع أدى بهم للجوء إلى هذه الوسائل لإيصال صوتهم، كذلك المشاهدة حسب الطلب فقط تغيرت ذائقة المستخدمين حيث صار انتظار جدول تليفزيوني معين لمشاهدة برنامج أو مسلسل أمراً أقل قبولاً، بينما استطاع يوتيوب وكافة أشكال المشاهدة حسب الطلب على الموبايل أو الكمبيوتر أو السحاب والانترنت أكثر تفضيلاً، كذلك فإن الإعلام الجديد إعلاماً تعددياً بلا حدود، ومتعدد الوسائط، فقد أصبح يؤدي أدواراً جديدة لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها مثل التعليم والترفيه والإعلان وغيره، فهو مجتمع متفاعل يتبادل فيه الأعضاء خدماتهم ويحصلون على احتياجاتهم، كذلك إتاحة معظم تطبيقات وسائل الإعلام الجديد

باللغة العربية وهو ما يسهل على الأفراد استخدامها فضلاً عن دعم الهواتف الخلوية لكل تطبيقات وسائل الإعلام الجديد مما أسهم في زيادة انتشار استخدامها، وكذلك على تخصيص هذه التطبيقات في مضامين معينة أو مجال محدد تقتضي وجود فئة محددة مشفرة منها، بل هي عامة للجمهور بمختلف فئاتهم وهواياتهم ومجالاتهم، وكذلك تواجد الكثير من الجهات الرسمية والخاصة ووسائل الإعلام والمشاهير والكتاب في شبكات الإعلام الجديد، وهذا يعد من أهم عناصر جذب أفراد الأسرة لاستخدام وسائط الإعلام الجديد(66).

الثاني عشر: المردود السلبي الناتج عن استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد على الأسرة

تؤكد الدراسات أن النسبة المرتفعة للبرامج والمسلسلات والألعاب الإلكترونية لا يمكن مقارنتها بما تنتجه وسائل الإعلام في العالم الثالث، وبذلك يحقق الغزو الثقافي الذي هو وليد ظاهرة عالمية فرضت على العالم الثالث تكنولوجيا إعلامية جديدة(67)، خاصة وأن البيت العربي يعيش وضعا انفلاتياً حيث استخدام هذه الوسائل التي اقتحمت البيوت دون استئذان، وشاركت الأسرة في خصوصياتها في أدق علاقاتها الاجتماعية(68)، لأن الأسرة هي أول من يتأثر بذلك فهي العنصر الأساسي في المجتمع، وقد توصلت أغلب الدراسات إلى أن استخدام وسائل الإعلام الجديد داخل المنزل يؤثر سلباً على العلاقات بين الفرد وباقي أعضاء أسرته، وهذا يعكس بوضوح صورة الانفصال والتباعد الذي حدث داخل الأسرة والتي تتحدد في:

1. الانفصال المادي أو المكاني: هو الانفصال الذي نشأ نتيجة للتباعد داخل المنزل مثل وجود حجرة مخصصة لكل فرد تحوي وسائل الاتصال المتنوعة حواسيب، هواتف، لوحات إلكترونية، وتعرض الفرد إلى كل وسيلة اتصالية بمفرده.
2. الانفصال الذهني: الانفصال الذي ينشأ بين أفراد الأسرة الواحدة رغم تواجدهم في نفس المكان من أجل استخدام وسيلة اتصالية محددة، إلا أن كل فرد لا يشعر بوجود الطرف الآخر، وهذا راجع إلى درجة تركيز الفرد مع الوسيلة وهو ما يشير إليه كل من "فرسين وكجروتز" خاصة وأن هذه الوسائل تحتاج إلى درجة تركيز عالية ونمط تعرضها فيها إلى حد كبير، كذلك شعور الفرد بالقلق والتوتر والاكتئاب والعزلة وإضعاف القدرة على القيام بدوره الاجتماعي وتعميق العزلة بين الآباء والأبناء، علاوة على ربط العلاقات المشبوهة التي تؤدي به إلى إشباع النفس لعدم وجود الاتصال المباشر مع الطرف الآخر لدرجة أنه قد يؤدي به إلى الانفصال في حياته الواقعية، وميله إلى الوحدة والانسحاب من المجتمع وعدم المشاركة في أي أنشطة اجتماعية، وعدم التفاعل مع الآخرين من خلال هذا المجتمع الافتراضي(69)، حيث تعتبر العزلة أو التوحد المستخدم مع جهاز الحاسب من أهم قضايا التأثيرات الاجتماعية والموضوعات الأكثر جدلاً بين الخبراء والباحثين في استخدام وسائل الإعلام الجديد نتيجة خاصة الاستغراق الذي يتسم بها استخدام هذه الوسائل والتحول فيها وفي محتواها ونتيجة هذا الاستغراق أو ما يطلق عليه الإدمان(70).

كما ينتج عن الاستخدام الخاطئ لوسائل الإعلام الجديد بعض التأثيرات السلبية على الأسرة، ومنها:

1. النقاشات التي تبعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.
2. إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة.
3. عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يعيشها المجتمع.
4. انعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية(71).
5. التأثيرات على الأطفال والمراهقين حيث تؤدي متابعة الأطفال للمشاهد العنيفة على وسائل الإعلام الحديث إلى زرع الخوف في نفوسهم، فهي تجرهم إلى المشاكل السلوكية كالعدوانية واضطرابات النوم، ويميل الشباب المراهقين الذين يستخدمون ألعاب الفيديو والانترنت العنيفة في تصرفاتهم إلى العدوانية أكثر، كما

تحفز مشاهد تعاطي السجائر والحول والمخدرات المراهقين إلى تجربتها واعتبارها أمراً مقبولاً، كذلك التحول ومشاهدة مقاطع الفيديو الإباحية، وهذا بالطبع يسبب خطراً كبيراً خاصة على المراهقين بالأسرة، كذلك قد يؤدي الاستخدام الخاطئ لهذه الوسائل إلى زيادة حالات العنف الأسري بسبب الترويج للأفكار الهدامة والأفكار الإرهابية وانتشار التطرف(72).

6. يؤدي قضاء الكثير من الوقت على هذه الوسائل المختلفة لساعات إلى الإدمان عليها، مما يؤثر على سير الحياة الاجتماعية للأشخاص وتشغلهم عن بيئتهم المحيطة.... والتواصل المباشر واستبدال ذلك كله بعالم افتراضي(73)، الأمر الذي يؤدي إلى ضعف قدرتها على التفاعل الكامل مع أفرادها لأنها فقدت الكثير من مقومات وآليات التفاعل مع المستجدات في حياة أفرادها مما يتطلب دوراً للأسرة في التقليل من المخاطر التي تنتج عنها(74).

7. هشاشة العلاقات الاجتماعية أفراد الأسرة، تستطيع أن تقول اليوم وفقاً لارتباط الشخص بوسائل الإعلام الحديثة أنه أصبح تكنولوجي بطبعه، حيث أصبح ينهر وينجذب لأحدث وأذكى وسائل التحاور وافتقارها إلى التغذية الراجعة وتبادل الأفكار والمشاعر، فأصبح الاتصال يقصر على الجمل القصيرة بين أفراد الأسرة الواحدة التي تقتضيها الضرورة، فبدل أن يتحاور الابن مع أمه أو أبيه على رغباته ومشكلاته الدراسية والعاطفية، فإنه يفضل التوجه والانخراط في عالم الدردشة الافتراضي لساعات عديدة، وكأن البحث عن حلول مشاكله في هذا العالم أفضل من البحث في العالم الواقعي.

8. اصطناع الشخصية، فاحتكاك الفرد المتزايد بوسائل الإعلام الجديد ومحاولة اختصار نفسه بصورة دائمة يؤدي إلى اختلاق شخصية افتراضية غير شخصيته، وذلك بوضع اسم غير اسمه وصورة غير صورته، وذلك من أجل التلاعب والدخول في قصص حب مع الجنس الآخر، أو عملية اختلاس أو ممارسة أعمال غير شرعية أو غير أخلاقية بدون اكتشاف الآخر له(75).

9. التأثير على العلاقات الأسرية الخارجية: تأثرت العلاقة الأسرية الخارجية والتي نعني بها علاقة أفراد الأسرة الواحدة بأقاربهم سواء من جهة الزوج أو من جهة الزوجة أو الجيران أو زملاء العمل أو العلاقة بالأصدقاء، ويتمثل ذلك من خلال:

أ. تراجع زيارة الأفراد لأقاربهم من جراء الانشغال بهذه التقنية مما تسبب في إحداث زعزعة في عملية تفاعل الأفراد مع أسرهم وأقاربهم، الأمر الذي شكل خطورة على متانة العلاقات وقوة التضامن العائلي.

ب. تراجع المهارات الاجتماعية والأسرية: كلما زاد انخراطه لاستخدام هذه الوسائل تميل إلى الغياب عن الحضور في مختلف المناسبات الاجتماعية العائلية.

ج. التفتير في الدور الاجتماعي حيث يدخل في دوامة مشاكل ولوم دائم من أقاربه وأصدقائه والدائرة المحيطة به كالجيران، وهو يفضل ويميل للعلاقات الافتراضية أكثر(76).

الثالث عشر: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- مجتمع الدراسة وعينتها

تمثل مجتمع الدراسة في الأسر اليبية المقيمة بحي الحرية (ج) بمدينة طبرق، وإمكانية تطبيق الدراسة والحصول على البيانات والمعلومات المراد الوصول إليها للخروج بالنتائج تم تحديد وحدة العينة في أبناء الأسر

الليبية، من الجنسين الذكور والإناث، ونظراً لعدم وجود قوائم وإحصائيات متاحة فقد عمد الباحث مباشرة إلى أبناء الأسر حيث تم الحصول على عينة بلغ عدد أفرادها (110) مفردة.

2- منهج الدراسة

يعتمد اختيار المنهج المناسب وتوظيفه على طبيعة موضوع الدراسة نفسها، أي ما تسعى الدراسة إلى تحقيقه من أهداف، والإجابة عن تساؤلات، لذلك اعتمد الباحث على المنهج الوصفي والذي من خلاله يتم جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها وتحليلها كما وكيفاً⁽⁷⁷⁾، لاستخلاص النتائج وتفسيرها بشكل دقيق⁽⁷⁸⁾، كما اعتمدت الدراسة الراهنة أسلوب المسح الاجتماعي بالعينة

3- مجالات الدراسة

- المجال المكاني: وهو المكان الذي أجريت فيه الدراسة وهو حي الحرية (ج) بمدينة طبرق.
- المجال البشري: تمثل في أبناء الأسر الليبية المقيمة بحي الحرية (ج) بمدينة طبرق.
- المجال الزمني: وهي المدة الزمنية التي طبقت فيها الدراسة على المبحوثين، منذ توزيع استمارة الاستبيان إلى غاية تحليل النتائج وهي الفترة من 13 مايو إلى 29 يونيو من العام 2024.

الرابع عشر: الأساليب الإحصائية

تم إخضاع البيانات التي تم الوصول إليها من المبحوثين للحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS لمعالجتها واستخلاص النتائج منها.

الخامس عشر: المعالجة الإحصائية

جدول رقم (1) يبين جنس المبحوثين

الجنس		
النسبة المئوية	التكرار	النوع
58.2%	64	ذكر
41.8	46	انثى
100%	110	المجموع

يتبين من الجدول السابق أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من الذكور بنسبة مئوية بلغت (58.2) وهي بذلك تحتل المرتبة الأولى.

جدول رقم (2) يبين التركيب العمري للمبحوثين

العمر		
النسبة المئوية	التكرار	النوع
%90.9	100	25 15
%8.2	9	35 – 25
%9	1	35 فاكثر
%100	110	المجموع

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق أن أكثر فئة عمرية تستخدم وسائل الإعلام الجديد هي فئة من أعمارهم تتراوح بين 25-15 سنة حيث بلغت ما نسبته (90.9)

جدول رقم (3) يبين الحالة التعليمية لأفراد عينة الدراسة

المستوى التعليمي		
النسبة المئوية	التكرار	النوع
%3.6	4	ابتدائي
%17.3	19	اعدادي
%20	22	ثانوي
%59.1	65	جامعي فما فوق
%100	110	المجموع

يتضح مما سبق أن من يحملون مؤهل جامعي فما فوق هم الأغلبية من بين المبحوثين حيث بلغت نسبتهم %59.1 من إجمالي عدد أفراد العينة وهذه النسبة تؤكد ارتفاع قيمة العلم والتعلم لديهم وإيثار الكليات وفتح مسارات التعليم العالي في منطقة الدراسة.

جدول رقم (4) يبين أكثر أداة يتم من خلالها استخدام وسائل الإعلام الجديد لدى أفراد عينة الدراسة

وسائل التواصل		
النسبة المئوية	التكرار	النوع
%93.6	103	الهاتف المحمول
%6.4	7	الحاسوب
%100	110	المجموع

يتبين من الجدول السابق أن أكثر أداة يتم من خلالها استخدام وسائل الإعلام الجديد هي الهاتف المحمول، وذلك لما يتميز به من سهولة في الاستخدام خاصة الهواتف الذكية الحديثة ولأنها تمكن المستخدم من فتح جميع تطبيقات وسائل الإعلام الجديد بسهولة ويسر.

جدول رقم (5) يبين عدد الاستخدام اليومي لوسائل الإعلام الجديد بالساعات لدى المبحوثين

عدد ساعات الاستخدام اليومي		
النسبة المئوية	التكرار	عدد الساعات
7	8	أقل من ساعة
13	14	من ساعة إلى ساعتين
26	29	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
19	21	من ثلاث إلى أربع ساعات
31	34	من أربع إلى خمس ساعات
4	4	من خمس ساعات فأكثر
%100	110	المجموع

تبين بيانات الجدول السابق أن عدد الساعات التي يستغرقها المستخدم لوسائل الإعلام الجديد من أفراد عينة الدراسة هو من أربع إلى خمس ساعات وهذا يدل على الأهمية القصوى بالنسبة للمستخدم للاستفادة من هذه الوسائل من وجهة نظره، ولكن من جهة أخرى يؤدي به إلى الانفصال عن عالم الواقع مما ينتج عنه عزلة سواء مع أفراد الأسرة أو من علاقاته الاجتماعية خارج نطاق الأسرة وانفصاله عن العالم الواقعي.

جدول رقم (6) يبين أفضل وسيلة مستخدمة من وسائل الإعلام الجديد لدى أفراد عينة الدراسة

أفضل الوسائل		
النوع	التكرار	النسبة المئوية
فيس بوك	70	64%
يوتيوب	14	13%
تويتر	22	20%
المدونات	4	3%
المجموع	110	100%

تبين بيانات الجدول رقم (6) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يعتبر أن أفضل وسيلة من وسائل الإعلام الجديد هي الفيسبوك لما له من قدرة عالية في معرفة الأصدقاء والتعرف على أشخاص جدد والاطلاع على الأخبار والأحداث العالمية، وكذلك للاستفادة منه في المجال العلمي والعملية.

جدول رقم (7) يبين أهم أسباب زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد لدى أفراد عينة الدراسة

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القرار	الرتبة
1.	لسهولة استخدامها	2.80	0.401	مرتفعة	3
2.	دعم الهواتف المحمولة لكل التطبيقات	2.55	0.657	مرتفعة	8
3.	لأنها تتميز بدرجة عالية من المصداقية والثقة	2.75	0.491	مرتفعة	4
4.	الانفراد بمعلومات لا تتداولها وسائل الإعلام الأخرى	2.88	0.324	مرتفعة	1
5.	غالبية التطبيقات باللغة العربية	2.80	0.394	مرتفعة	2
6.	تنوع التطبيقات	2.02	0.478	متوسط	10
7.	أغلب التطبيقات مجانية	2.71	0.576	مرتفعة	5
8.	تعبير عن تطلعاتي وأفكاري	1.90	0.567	متوسط	14

7	مرتفعة	0.661	2.62	لمتابعة المشاهير	.9
11	متوسط	0.642	2.00	للهرب من المشاكل مع الأسرة	.10
9	مرتفعة	0.712	2.53	لاكتساب معرفة جديدة	.11
6	مرتفعة	0.609	2.66	الوفرة في المعلومات	.12
12	متوسط	0.558	2.00	التواصل مع الأسرة	.13
13	متوسط	0.533	1.99	التواصل مع الأقارب البعيدين مكانياً	.14
	مرتفعة	0.151	2.44	المتوسط و الانحراف المرجح الكلي	

استناداً إلى الجدول السابق نجد أن الفقرة الأكثر تأثيراً الفقرة (4) حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي (2.88) مع انحراف معياري منخفض نسبياً (0.324)، مما يشير إلى أن أفراد العينة ينتمون بدرجة عالية على أن أهم في زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد هو الانفراد بمعلومات لا تتداولها وسائل الإعلام الأخرى (الإعلام التقليدي) ما يؤكد على ثقهم في أن كل ما تتناوله وسائل الإعلام الجديد يعتبر بالنسبة لهم فريد وواضح وفيه نوع من الحرية لا تتداوله الوسائل الأخرى بنفس الطريقة، أما أقل اتجاه ما بين فقرات الجدول كانت بالفقرة رقم (8) الخاصة بالتعبير عن التطلعات والأفكار الخاصة بالمبجوثين كأقل سبب لاستخدام وسائل الإعلام الجديد، حيث تحصلت على أدنى متوسط حسابي من بين فقرات المحور حيث كان (1.90)، ومثل الانحراف المعياري (0.567) وهذه النتيجة تؤكد أن المبجوثين هم أقل تفاعل مع هذه الوسائل من حيث التعبير عن التطلعات والأفكار الشخصية، وذلك للاحتفاظ بها من باب الخصوصية الشخصية.

جدول رقم (8) يبين الإشباع المحققة لدى المبجوثين من خلال زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد

رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القرار	الرتبة
.1	التعرف على أصدقاء جدد	2.62	0.588	مرتفعة	2
.2	التسلية والترفيه	2.72	0.523	مرتفعة	1
.3	معرفة الأخبار والأحداث	1.94	0.503	متوسط	6
.4	التسوق الإلكتروني	1.50	0.751	متوسط	8
.5	التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك	1.60	0.664	متوسط	7
.6	التجارة الإلكترونية	2.41	0.746	مرتفعة	5
.7	متابعة الإعلانات	2.50	0.726	مرتفعة	3

4	مرتفعة	0.645	2.48	التعبير عن الرأي بحرية	.8
متوسط		0.212	2.22	المتوسط والانحراف المرجح ككل	

بالاطلاع على البيانات الواردة في الجدول السابق أن الفقرة (2) المتعلقة بالتسلية والترفيه حصلت على أعلى متوسط حسابي (2.72) مع انحراف معياري منخفض نسبياً (0.523) وهي بذلك تمثل أعلى إشباع متحقق في استخدام وسائل الإعلام الجديد وفقاً لآراء أفراد العينة وهي تمثل توافق عال في تقييم هذه الفقرة لديهم، بينما جاء أقل اتجاه من بين فقرات هذا المحور للفقرة رقم (4) الخاصة بـ (التسوق الإلكتروني) بمتوسط حسابي (1.50) مع انحراف معياري (0.751)، وهذا يشير إلى أن هذه الفقرة تمثل أقل إشباعاً بالنسبة للمبحوثين من زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد، حيث أن محتوى هذه الفقرة لا يمثل لهم أهمية من حيث الإشباع.

جدول رقم (9) يوضح المردود السلبي الناتج عن زيادة استخدام وسائل الاعلام الجديد على العلاقات الاسرية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القرار	الرتبة
.1	قلة الحوار مع أفراد الأسرة	2.22	0.630	متوسط	8
.2	زيادة العزلة بين الآباء والأبناء	2.18	0.623	متوسط	9
.3	زيادة استخدامها يؤدي إلى الشعور بالتوتر والاحباط والاكتئاب	2.50	0.713	مرتفعة	5
.4	حدوث صراع بين الآباء والأبناء	2.48	0.798	مرتفعة	6
.5	زيادة الخلافات بين الأخوة والأخوات	2.03	0.604	متوسط	15
.6	يؤدي إلى الشعور بالغيرة والانعزالية	2.60	0.678	مرتفعة	3
.7	إضاعة الوقت بين التنقل بين الصفحات والتطبيقات والمدونات	2.70	0.551	مرتفعة	2
.8	زيادة وانتشار حالات العنف	2.16	0.533	متوسط	10
.9	اكتساب الأفكار الهدامة والمتطرفة	1.94	0.603	متوسط	18
.10	الغياب عن حضور المناسبات الاجتماعية	1.51	0.750	منخفضة	19
.11	التقصير في أداء الواجبات مع الأسرة	2.44	0.773	مرتفعة	7
.12	عدم الشعور بوجود الآخرين	2.07	0.570	متوسط	12

16	متوسط	0.598	2.00	الانسحاب من اللقاءات الاجتماعية مع الجيران	13.
4	مرتفعة	0.699	2.54	البحث عن حلول للمشاكل الشخصية بدلاً من بحثها مع الأسرة	14.
11	متوسط	0.422	2.11	اكتساب سلوكيات عنيفة نتيجة للتعرض لمشاهدة الأفلام العنيفة	15.
17	متوسط	0.605	2.00	تؤدي إلى خلق شخصية افتراضية غري حقيقية باسم مستعار	16.
13	متوسط	0.546	2.06	إعاقة تطور المهارات الاجتماعية	17.
14	متوسط	0.594	2.06	تؤدي إلى الانفصال المادي والمكاني عن الواقع	18.
1	مرتفعة	0.490	2.79	الاعتراب وضعف المشاركة في الأنشطة الاجتماعية والإنسانية	19.
	متوسط	0.134	2.23	المتوسط والانحراف المرجح الكلي	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق أن إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والتطبيقات والمدونات جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.70)، وانحراف معياري (0.551)، وهذا يعني أن هناك شعور قوي لدى المبحوثين بأن وسائل الإعلام الجديد تستنفذ منهم وقت ضائع بين الصفحات والتطبيقات والمدونات دون الاستفادة منه على الوجه المطلوب خاصة في ظل زيادة استخدام هذه الوسائل يومياً.

أما أقل اتجاه فقد جاء بمتوسط حسابي (1.51)، وانحراف معياري بلغ (0.750) متمثلاً في غياب أفراد عينة الدراسة عن حضور المناسبات الاجتماعية وهو ما يؤكد على دخول المبحوثين في حالة من الاستغراق في استخدام هذه الوسائل، وهذا بدوره يؤدي إلى عزل المبحوثين عن التواصل مع الأقارب والجيران والأصدقاء في هذه المناسبات ما يؤدي بهم إلى حالة من العزلة الاجتماعية.

وتؤكد دلالة هذا المحور على أن زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد يتأثر بشكل أساسي بالعوامل التي توفر فوائد عملية مباشرة للمستخدمين، بينما الأقل تأثيراً تتعلق بعوامل عدة تكون أقل وضوحاً أو تأثيراً على المدى القصير.

أهم نتائج الدراسة:

1. كشفت النتائج أن غالبية أفراد عينة الدراسة من الذكور.
2. اتضح أن أكثر أفراد عينة الدراسة من المتعلمين الحاصلين على مؤهل علمي جامعي فما فوق.
3. كشفت النتائج أن غالبية أعمار المبحوثين من سن 15-25 سنة.
4. تبين أن أكثر أداة يستخدمونها هي الهاتف المحمول.
5. كشفت النتائج أن ساعات الاستخدام اليومي لوسائل الإعلام الجديد كانت بمعدل من 4 إلى 5 ساعات.
6. كشفت النتائج أن أهم أسباب زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد لدى أبناء الأسرة الليبية هو الاهتمام بمعلومات لا تتناولها وسائل الإعلام الأخرى.

7. تبين أن أهم الإشباكات المحققة لدى المبحوثين من خلال استخدام بعض وسائل الإعلام الجديد هي التسلية والترفيه.

توصيات الدراسة:

1. القيام ببحوث ودراسات حول وسائل الإعلام الجديد بمتغيرات أخرى تساعد على فهم طبيعة وإيجابيات ومخاطر هذه الوسائل.
2. وضع مستوى وعي أفراد الأسر بضرورة مراقبة الأبناء عند استخدام هذه الوسائل.
3. صياغة سياسات عامة وتشريعات اجتماعية وقانونية من قبل مختصين توضح أبعاد استخدام وسائل الإعلام الجديد ووضعها أمام المسؤولين.

الهوامش

- (1) السيد، هبة أحمد، (2022). وسائل الإعلام الجديد وعلاقتها بالاغتراب الاجتماعي لدى الشباب بمحافظة مطروح، المجلة العربية للعلوم الزراعية، المجلد 5، العدد 14، أبريل، ص 6.
- (2) عبد الرزاق، انتصار إبراهيم، الساموك، صفد حسام، (2011). الإعلام الجديد- تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بغداد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الكتاب الأول، ص 11-22.
- (3) كزيب، أمال، دياب، رابع، (2022). المرض الاجتماعي وفساد شبكة العلاقات الأسرية التربوية في ظل الإعلام الجديد- دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة ورفلة (الجزائر)، المجلة العلمية للعلوم التربوية والصحة النفسية، المجلد 04، العدد 05، ديسمبر، ص 154.
- (4) أبو عليان، بسام محمد، (2013). الحياة الأسرية، ط1، مكتب الطالب الجامعي، خانيونس، ص 210.
- (5) عبد الرزاق، انتصار إبراهيم، الساموك، صفد حسام، مرجع سابق، ص 11-22.
- (6) شرقي، رحيمة، (2023). التواصل بين الزوجين في ظل استخدام الفيسبوك- دراسة ميدانية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ص 26.
- (7) وسام، بن وذنين، (2022). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة (الفيسبوك نموذجاً)، رسالة ماجستير "غير منشورة"، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي- برج بوعريبيج، الجزائر، ص 6-7.
- (8) قواسمية، لينده، (2022). تأثير استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية حسب رأي الأبناء، رسالة ماجستير "غير منشورة"، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة الجزائر، ص 8.
- (9) الشريف، محمد أحمد هاشم، المعالجة البحثية لتأثير وسائل الإعلام الجديد على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة العربية، مرجع سابق، ص 511.
- (10) كاظم، غالب، الدعمي، جياذ، (2017). الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة- ووسائل متجددة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، ص 57.
- (11) أنسة الشيكرك / (2022). التحديات التي تواجهها الأسرة الجزائرية في ظل الإعلام الجديد، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، المجلد 04، العدد 03، سبتمبر، ص 117.
- (12) بركات، نوال، (2016). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، رسالة دكتوراة "غير منشورة"، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر- بسكرة، الجزائر، ص 21.
- (13) صالح، يوسف أحمد، (2024). الإعلام الجديد وانعكاساته على العلاقات الأسرية، مجلة التجديد العربي، تصدر من المعهد العالمي للتجديد العربي، العدد الأول/ يناير، ص 243.
- (14) عبد الكريم، بن بعلوش أحمد، (2021). تحول العلاقات الأسرية في مجال الدور والسلطة داخل الأسرة الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد التاسع، الجزء الأول/ سبتمبر، ص 74.
- (15) صالح، يوسف أحمد، (2024). الإعلام الجديد وانعكاساته على العلاقات الأسرية، مجلة التجديد العربي، تصدر عن المعهد العالي للتجديد العربي، العدد الأول/ يناير.
- (16) التهامي، سكينه محمود، (2022). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، المجلة الليبية لبحوث الإعلام، منشورات جامعة بنغازي، العدد 2، مارس.
- (17) أبو تينة، محمد فرج، (2023). أثر وسائل الاتصال الاجتماعي على العلاقات الأسرية كما يدركها الأبناء، مجلة أبحاث بكلية الآداب جامعة سرت، المجلد 15، العدد 2، سبتمبر.
- (18) قمر، قواسمية لينده سولمية، (2022). تأثير استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية حسب رأي الأبناء، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر.
- (19) وسام، بن وذنين، (2022). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي- برج بوعريبيج، الجزائر.
- (20) نور الدين، سلطاني، الطيب، والبار، (2022). تأثير الميديا الاجتماعية في العلاقات الأسرية، المؤتمر الدولي الافتراضي حول شبكة العلاقات الأسرية في ظل الإعلام الجديد، جامعة محمد خيضر، بسكرة- الجزائر، 18 ماي.
- (21) الشهري، حنان بنت شعشوع، (1434هـ). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيسبوك نموذجاً"، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز.

- (22)السيود، منال عبده أحمد، (2024). الفاعلية الرمزية ودور الفن في تحقيق التعايش الحضاري في المجتمع كمصدر لاستحداث تعميمات طباعية فنية، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 57، مايو، ص ص 168-169.
- (23)الشهري، حنان بنت شعشوع، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك وتويتر نموذجاً" – دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 1434هـ، ص 18.
- (24)السيود، منال عبده أحمد، مرجع سابق، ص 169.
- (25)الشهري، حنان بنت شعشوع، مرجع سابق، ص 18-19.
- (26)السيود، منال عبده أحمد، مرجع سابق، ص 169.
- (27)الشهري، حنان بنت شعشوع، مرجع سابق، ص ص 18-19.
- (28)نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود، (1436هـ). دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباع المحققة منها، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الرابع والثلاثون، محرم، ص 8.
- (29)الشهري، حنان بنت شعشوع، مرجع سابق، ص 22.
- (30)آل سعود، نايف بن ثنيان بن محمد، مرجع سابق، ص ص 9-10.
- (31)الدليمي، عبد الرزاق الديمي، عبد الرزاق، (د.ت). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، اليازوري، عمان، 190.
- (32)الشهري، حنان بنت شعشوع، مرجع سابق، ص 24.
- (33)آل سعود، نايف بن ثنيان بن محمد، مرجع سابق، ص 10.
- (34)الشهري، حنان بنت شعشوع، مرجع سابق، ص ص 24-258.
- (35)آل سعود، نايف بن ثنيان بن محمد، مرجع سابق، ص 10.
- (36)الدليمي، عبد الرزاق، مرجع سابق، ص 185.
- (37)الشهري، حنان بنت شعشوع، مرجع سابق، ص 25.
- (38)الشهري، حنان بنت شعشوع، مرجع سابق، ص 25.
- (39)آل سعود، نايف بن ثنيان بن محمد، مرجع سابق، ص 11.
- (40)الشهري، حنان بنت شعشوع، مرجع سابق، ص 26.
- (41)الدليمي، عبد الرزاق، مرجع سابق، ص 197.
- (42)الشهري، حنان بنت شعشوع، مرجع سابق، ص 26.
- (43)الشهري، حنان بنت شعشوع، مرجع سابق، ص 26.
- (44)آل سعود، نايف بن ثنيان بن محمد، مرجع سابق، ص 11.
- (45)قواسمية، ليندة، (2022). تأثير استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية حسب رأي الأبناء- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، ص 51.
- (46)خروبوات، محمد، (2022). بناء الأسرة بين القيم والتحديات المعاصرة، مطبوعات المركز المغربي للدراسات الإنسانية والأبحاث التربوية، ط2، الرباط، ص 160.
- (47)صالي، محمد بن ثانية، عبد الحي، (2013). آفة العولمة وتأثيرها على الأسرة المسلمة، الملتقى الوطني الثاني حول الاتصال وجودة الحياة في الأسرة، جامعة قاصدي مرباح- ورفلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، أفريل، ص 5.
- (48)قواسمية، ليندة، مرجع سابق، ص 52.
- (49)طربية، مأمون، (2012). السلوك الاجتماعي للأسرة، ط1، دار النهضة العربية، ص 17.
- (50)الشريف، سامي، (2023). الإعلام الجديد والمتجدد، (د.ن)، ص ص 57-58.
- (51)شبيح، أمينة، (2018). الاتصال الرقيم والإعلام الجديد موقع Facebook نموذجاً، ط1، دار عبيد للنشر والتوزيع، عمان، ص 118.
- (52)شقرة، علي خليل، (2014). الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ص ص 64-65.
- (53)الدليمي، خالد كاظم جباد، (2016). الإعلام الجديد اعتمادية مقامرة- ووسائل متجددة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، ص ص 84-86.
- (54)بولينسون، (2015). ترجمة: هبة ربيع، أحدث وسائل الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ص 66-69.
- (55)البياتي، ياسر خضير، (2019). الإعلام الجديد – الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، ص ص 343-344.
- (56)عز العرب، إيمان عبد الفتاح. (1991)، دور التليفزيون في تغيير بعض القيم في منطقة متخلفة بمدينة طنطا، رسالة ماجستير "غير منشورة"، كلية الآداب، جامعة طنطا، ص 1.
- (57)شبخاني، سميرة، (2010). الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول+ الثاني، ص 437.
- (58)الشخبي، علي السيد، العجمي، محمد حسنين، (2008). علم الاجتماع التربوي – المجالات- القضايا، دار المعرفة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ص 334.
- (59)الشريف، محمد أحمد هاشم، (د.ت). المعالجة البحثية لتأثير وسائل الإعلام الجديد على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة العربية- دراسة من منظور نقدي تحليلي، مجلة البحوث الاجتماعية، ص ص 518-520.
- (60)وسام، بن وذنين، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأسرة (الفييسبوك نموذجاً)- دراسة ميدانية على عينة من الأسر بولاية برج عريريج، رسالة ماجستير "غير منشورة"، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، ص ص 20-21.
- (61)السطالي، نرمين، أثر شبكات الانترنت على اتجاهات الشباب في عصر العولمة، ط1، ببلومانيا للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 48.
- (62)بركات، نوال، (2016). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الأسرية- دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين، رسالة دكتوراة "غير منشورة"، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ص 215.
- (63)مجاهد، صفاء محمد علي، (2013). أساسيات اجتماعيات التربية، دار الزهراء للنشر والتوزيع، الرياض، ص ص 204-205.
- (64)الشماسي، محمود، (2022). التغيير في نمط العلاقات الأسرية في ظل الإعلام الجديد: مقارنة مفاهيمية وعوامل تفسيرية، جامعة الأقصى، غزة- فلسطين، المؤتمر الدولي الافتراضي حول شبكة العلاقات الأسرية في ظل الإعلام الجديد، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 18 ماي، ص 12.

- 65) عبد الرزاق، انتصار إبراهيم، والساموك، صفد حسام، (2011). وصفه حسام، الإعلام الجديد تطور الأدوار والوسيلة والوظيفة، ط1، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الكتاب الأول، ص 26.
- 66) الشريف، محمد أحمد هاشم، (2018). المعالجة البحثية لتأثير وسائل الإعلام الجديد على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة العربية، دراسة من منظور نقدي تحليلي، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 49، ج 2، العدد 49، يناير، ص ص 518-520.
- 67) أبو العلا، محمد علي، (2013). نظريات الاتصال المباشر في ضوء تكنولوجيا الاتصال والعولمة، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دسوق، ص 90.
- 68) الرفاعي، نبلي السيد، (2013)، في اجتماعيات التربية، دار الزهراء للنشر والتوزيع، الرياض، ص 164.
- 69) فريجة، عائشة، وبلحزي، مراد، (2022). أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية الجزائرية- تحليل سوسيولوجي، المؤتمر الدولي الافتراضي حول شبكة العلاقات الأسرية في ظل الإعلام الجديد، جامعة محمد خيضر- بسكرة، الجزائر، 18 ماي، ص ص 9-16.
- 70) بوهلال، أحلام، وعابدي، لادمية، (2016). أثر استخدام شبكة الانترنت على العلاقات الأسرية الجزائرية، رسالة ماجستير "غير منشورة"، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسه، الجزائر، ص 49.
- 71) الشاعر، عبد الرحمن بن إبراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص 69.
- 72) الجيزي، عبير عدنان أحمد، (2015). التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة في المجتمع الكويتي وتصور مقترح للحد منها. فريجة، عائشة، وبلحزي، مراد، مرجع سابق، ص ص 9-16.
- 74) يوسف، محمد صالح، (2024). الإعلام الجديد وانعكاساته على العلاقات الأسرية- دراسة ميدانية على عينة من طلاب قسم الاجتماع بجامعة طرابلس الفيس بوك وتويتر واليوتيوب نموذجاً، مجلة التجديد العربي، تصدر عن المعهد العالي للتجديد العربي، العدد الأول، يناير، ص 254.
- 75) فريجة، عائشة، وبلحزي، مراد، مرجع سابق، ص ص 9-16.
- 76) بوروح، عماد، ولونيس، ريم، (2022). مخاطر إدمان مواقع التواصل الاجتماعي مع العلاقات الأسرية، المؤتمر الدولي الافتراضي حول شبكة العلاقات الأسرية في ظل الإعلام الجديد، جامعة محمد خيضر- بسكرة، الجزائر، 18 ماي.
- 77) محمد، شحاتة سليمان، (2006). حلقة النقاش ومهارات البحث العلمي، منشورات جامعة عمر المختار، البيضاء، ص 244.
- 78) سلاطنية بلقاسم، والجيلاني، حسان، (2012). المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 35.