



جامعة الشهيد حمّـه لخضر - الوادي



معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة

- دراسة ميدانية على الأزواج المستخدمين للفيسبوك بالوادي -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإسلامية
تخصص: دعوة وإعلام واتصال

الأستاذ المشرف:

خضرة علي

إعداد الطالبة:

سحارة نسرین

السنة الجامعية: 1437-1438هـ / 2016-2017م



جامعة الشهيد حمّـه لخضر - الوادي



معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة

- دراسة ميدانية على الأزواج المستخدمين للفيسبوك بالوادي -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإسلامية
تخصص: دعوة وإعلام واتصال

الأستاذ المشرف:

خضرة علي

إعداد الطالبة:

سحارة نسرين

السنة الجامعية: 1437-1438هـ / 2016-2017م

قَالَ تَعَالَى:

﴿قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا

عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ ^{صَلَى}أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾

شكراً وإلا لغيرنا فإنا

"كن عالماً فإن لم تستطيع فكن متعلماً فإن لم تستطيع فأحب العلماء، فإن لم تستطيع فلا تبغضهم"

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبنوره تنزل البركات، أشكر العلي القدير أن وفقني وأعاني

على إتمام هذا البحث فاللهم لك الحمد حتى ترضي ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضي

يسرني أن أتقدم بخالص الشكر إلى الأستاذ المشرف "**خضرة علي**" على ما قدم لي من نصائح

ومساعدة .

وأنتهز الفرصة لأتقدم بالشكر إلى الأستاذ "**رشيد خضير**" الذي كان موجهاً لي في الجانب التطبيقي.

كما أتوجه أيضاً بالشكر إلى الأستاذ "**الطاهر عماره الأدغم**" لما قدمه لي من مساعدات و خاصة

في صياغة الاستبيان و تخطيطه .

ووفاءً وامتناناً بالفضل لأهل الفضل واعترافاً بالجميل لأهل الجميل نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة

قسم العلوم الإسلامية الذين تعلمت على أيديهم وكانوا لي القدوة الحسنة التي اقتدي بها، شكراً على

دعمهم وتوجيهاتهم

إلى كل من مدني بيد العون و المساعدة و لو بكلمة طيبة.

ملخص الدراسة:

في ظل التقدم التكنولوجي في مختلف وسائل الإتصال والإعلام ظهر بما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي ومن أبرزها وأشهرها موقع الفايسبوك الذي أحدث طفرة نوعية ليس في مجال الإتصال فقط، بل تعاضم دوره في التأثير على الحياة الاجتماعية والأسرية.

✓ وعلى إثر هذا تمحورت الإشكالية الرئيسية التالية: ما مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" من طرف الأزواج وأثرها على الأسرة؟

وتهدف الدراسة إلى معرفة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة دراسة ميدانية على الأزواج المستخدمين للفايسبوك بالوادي، حيث اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، تكون مجتمع الدراسة عدد من الأزواج بولاية الوادي وتم اختيار هذه العينة القصدية، معتمدين على أداة الاستبيان لجمع البيانات.

وقد توصلت الدراسة الى نتائج من بينها:

- ✓ بينت الدراسة أن أغلب الأزواج لديهم حساب على مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك.
- ✓ بينت الدراسة أن أكثر استخدام الفايسبوك سبب إنطواء العزلة بين الزوجين.
- ✓ توصلت الدراسة أن استخدام الفايسبوك لا يؤثر بشكل إيجابي على العلاقة الزوجية.
- ✓ كشفت الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك لم يتسبب في وجود مشاكل بين الزوجين.

الكلمات المفتاحية:

- الأسرة
- الفايسبوك
- الأزواج

Study Summary:

In terms of technological progress in various means of communication and media shortness is also known as social networking networks and the most famous and famous Facebook site, which caused the latest boom in quality and not in the field of communication

Only to exacerbate its role in influencing social and family life.

Following this topic, the main problem has been: how to use social networking sites (Facebook), the marital sphere affected by the family.

The study confirms the knowledge of the use of social networking sites and their impact on the family field study on couples using Facebook in the Eloued, where we relied on descriptive analytical method, and may be the study of a number of couples in the Wilayat of the El oued and was selected in a deliberate manner, relying on the human tool to collect data

It has reached the following conclusions

- ✓ Studies have shown that most couples have an account on Facebook social networking site
- ✓ Studies have found that the frequent use of Facebook causes the inclusion of marital isolation
- ✓ Studies have found that using Facebook does not positively affect the marital relationship

- ✓ Studies have found that frequent use of Facebook did not cause problems between spouses

key words:

- ✓ Use
- ✓ Social networking site
- ✓ Couples

مقدمة

مقدمة:

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستهديه، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا وسيئات أعمالنا وبعد: فإن النعم الذي يعيشه الناس اليوم لا يحصى ولا يعدا ولعل من أكثر التكريم هو ما يتعلق بنقل المعلومات وتداولها وإن مما يشمل به في هذا الجانب لشبكات التواصل الاجتماعي.

شاهد العالم في السنوات الأخيرة من خلال القرن الواحد والعشرين قفزات تكنولوجية هائلة، وكان لهذه الثورة التكنولوجية انتشار سريعاً عبر العالم، وتطور في مجال وسائل الاتصال و المعلومات كما أحدثت هذه التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، ولا شك أن أحدثها وأهمها ظهور شبكة الأنترنت

حيث توسعت شبكة الأنترنت في هذا الزمان كافة أرجاء المعمورة وربطت أجزاء العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريقة لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات حيث استفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها.

وتعتبر الأنترنت من بين أكثر مظاهر التكنولوجيا الحديثة والتي نجحت إلى حد كبير في فتح فضاءات واسعة وجديدة للأفراد والجماعات للتواصل والتفاعل فيما بينهم وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الناس مما زاد الإهتمام بهذه الشبكة مع ظهور الجيل الرابع لها والذي أتاح إمكانيات جديدة في الاتصال.

ويمكن القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال، إذ كان لهذا التواصل نتائج مؤثرة في المجال الإنساني والاجتماعي والثقافي، بل إن هذا التقدم التكنولوجي الكبير أدى الى تغيير في جميع المجالات اتجاه مرافقها منها الحياة الاجتماعية والأسرية .

إن هذا التقدم الحاصل له جوانب إيجابية لا يمكن لأي فرد أن ينكرها أو ينكر وجودها وأثرها وأهميتها في حياته اليومية وفي الوقت نفسه له جوانب سلبية بدأت تظهر ولو بشكل بسيط الآن.

من أهم مظاهر التغيير التي يوجهها العالم هي تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) على مظاهر الأسرة المسلمة بما لها من تأثير ووزن كبير داخل العالم العربي. ولقد أولى الإسلام عناية فائقة بالأسرة وهذا لمكانتها في الإسلام وحجم الأدوار التي تؤديها وتقوم بها في التربية والإصلاح وبناء المجتمعات وحماية هذه الأخيرة، من التفكك فهي العماد الأول للمجتمع المسلم ، فقد كانت مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك لها تأثير كبير في الأسرة المسلمة ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتعرف على مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك وأثرها على الأسرة وخصوصا الأزواج. وقد إتبعنا في ذلك الخطة التالية التي تتكون من المقدمة وأربعة فصول

الفصل الأول: بعنوان الإطار المنهجي للدراسة ويندرج تحته إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، ثم أهمية الدراسة وأهدافها، ثم أسباب اختيار الموضوع تليها تحديد مفاهيم الدراسة، ثم النظرية المستخدمة والإجراءات المنهجية للدراسة.

الفصل الثاني: تناولنا فيه مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها وأحتوى على أربعة مباحث:

المبحث الأول: الإعلام الجديد وخصائصه

المبحث الثاني: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

المبحث الثالث: خصائصها وأنواعها وأهم مواقعها

المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثالث: الأسرة في الإسلام

المبحث الأول: أهمية ومميزات الأسرة في الإسلام

المبحث الثاني: أسس الأسرة في الإسلام

المبحث الثالث: مكانة الأسرة في الإسلام

المبحث الرابع: مقاصد الاسرة في الإسلام

الفصل الرابع: خصص لعرض نتائج الدراسة الميدانية مقسما إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: عادات وأتماط استخدام الأزواج لمواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك".

المبحث الثاني: الدوافع والحاجات التي تمكن وراء استخدام الأزواج لمواقع التواصل الاجتماعي
"الفايسبوك".

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

ثانياً: أهمية الدراسة

ثالثاً: أهداف الدراسة

رابعاً: أسباب اختيار الموضوع

خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة

سادساً: الدراسات السابقة

سابعاً: النظرية المستخدمة

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

يواجه العالم اليوم العديد من التطورات المختلفة في وسائل الاتصال والتي لها الأثر الكبير على المجتمع، وتحتل وسائل الاتصال مكانة محورية في حياة البشر ومناحي حياتهم وأسباب رفاهيتهم وقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصاً وإمكانيات جديدة في مجال التواصل الاجتماعي فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته وله جوانب إيجابية لا يمكن لأي فرد أن ينكر وجودها وأهميتها في حياته اليومية وفي الوقت نفسه له جوانب سلبية بدأت تظهر الآن، ومن بين أهم هذه التطورات نذكر:

اكتشاف الشبكة العنكبوتية العالمية وبما شكلت مواقع التواصل بأنواعها وبشكل كبير موقع الفاييسبوك كموقع حاز في الآونة الأخيرة على اهتمام كبير من مستخدمي الإنترنت فكان له تأثير ووزن داخل المجتمعات المسلمة.

فقد اهتم الإسلام بالأسرة اهتماماً شديداً و أولاهها عناية فائقة وأحرص على تماسكها وحفظها مما يقوى دعائمها، حتى لا يحدث تلاعب في الاستقرار الأسري، فقد حث الإسلام على استقرار الرابطة الزوجية في كره قطعها من غير مبرر، وشرع لذلك جملة تشريعات لضبط العلاقة الأسرية وقد رافق التشريع الإسلامي في مسيرتها.

ولقد جاءت هذه الدراسة من أجل معرفة تأثير هاته الوسيلة على الأسرة المسلمة خصوصاً على الأزواج، وللتعمق في الموضوع أكثر نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) من طرف الأزواج وأثرها على الأسرة؟

وكانت التساؤلات الفرعية للدراسة على النحو التالي:

- 1- ماهي عادات وأنماط استخدام الأزواج لشبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"؟
- 2- ما مدى استخدام الأزواج لشبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"؟
- 3- ما هي دوافع استخدام الأزواج لشبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"؟

- 4- كيف يؤثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" على الأزواج؟
- 5- هل تعد شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" سبب في وجود مشاكل بين الأزواج؟

ثانيا: أهمية الدراسة

هذه الدراسة لها أهمية بالغة من جوانب متعددة في ضوء الاعتبارات الآتية:

- 1- الدراسة الحالية لها أهمية كبيرة في مجال الإعلام الجديد والتي تدور حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة، دراسة ميدانية على الأزواج المستخدمين للفايسبوك.
- 2- التعرف على الإقبال الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها من طرف الأزواج.
- 3- استخدام الأزواج لشبكات التواصل الاجتماعي يعتبر من الدراسات الجديدة على مستوى جامعة الشهيد حمة لخضر.

ثالثا: أهداف الدراسة

- 1- التعرف على عادات وأنماط استخدام الأزواج لشبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".
- 2- معرفة ما مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" من قبل الأزواج.
- 3- التعرف على تأثيرات استخدام الأزواج لشبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".
- 4- التعرف على دوافع استخدام الأزواج لشبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".
- 5- تسليط الضوء على الآثار المترتبة عن استخدام الفاييسبوك من طرف الأزواج.

رابعا: أسباب اختيار الموضوع

أ- أسباب ذاتية:

- 1- الرغبة في دراسة هذا الموضوع.
- 2- الرغبة في معرفة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في حياة الأزواج.
- 3- معرفة أهمية شبكات التواصل الاجتماعي الفاييسبوك في حياة الأزواج.

ب- أسباب موضوعية:

- 1- يعتبر موضوع الدراسة حيوي وحديث مع قلة الدراسات المتعلقة باستخدام الأزواج لشبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".
- 2- وجود اهتمام كبير من طرف الأزواج على شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وانتشارها بشكل هائل.
- 3- الجدل الذي أثير حول شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها واستفحالتها في المجتمع.

خامسا: تحديد مفاهيم الدراسة

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراساته وبجوته بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم، ولتأكيد الإتفاق على هذه المحددات والتعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم، تظهر حاجتنا إلى هذه المرحلة لكي نحدد من خلالها جملة من المفاهيم¹.

أ- تعريف الاستخدام:

- لغة: جاء في المعجم الوسيط أصل كلمة (خدم)، أخدمه، خدمة، أي قام بحاجته فهو خادم، وخدم وخدام، أخدمه: جعل له خادما، أستخدمه أتخذة خادما وسأله أن يخدمه واستوهبه خادما².
- وفي "القاموس المحيط"، يخدمه خدمة وهو خادم³.

- اصطلاحا: يتضمن مفهوم الاستخدام على الصعيد الاصطلاحي معنيين أساسيين وهما:

- **المعنى الأول:** ويحيل على الممارسة الاجتماعية التي تجعل الأقدمية التكرار شيئا مألوفا وعاديا في ثقافة ما وبهذا فإننا نقرب من العادات والطقوس.

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، القاهرة، ص159.

² إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، معجم اللغة العربية، باب الفاء، مادة (خدم)، مكتبة الشروق الدولية، ط4، 1425هـ-2004م، ص، 221.

³ مجد الدين بن يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، تحقيق مكتبة التحقيق، التراث في مؤسسة الرسالة، حرف الخاء، مادة(خدم)، ط1، ص، 1100.

- **المعنى الثاني:** فإنه يحيلنا إلى استعمال لشيء ما سواء كان ماديا أو رمز لغايات خاصة وهذا ما يدفع إلى التفكير في الاستخدام الاجتماعي للعدة التكنولوجية الذي يحفز على التفكير في دلالاته الثقافية المعقدة في الحياة اليومية حتى تقترب من فهم التطور والمقاربات النظرية المرتبطة بوسائل الإعلام واستخداماتها¹.

ب- شبكات التواصل الاجتماعي:

1- تعريف التواصل:

• **لغة:** يرجع معنى هذه الكلمة في اللغة إلى مادة وصل: وصل الشيء بالشيء وصلا، وصلته، وصالة، ووصل الشيء إلى الشيء، وصولا: بلغه وانتهى إليه.²

وفي معجم مقاييس اللغة أصل كلمة (وصل) الواو والصاد واللام: أصل واحد يدل على ضم الشيء إلى الشيء حتى يعلقه³، ووصلته به وصلا، والوصل ضد الهجران واتصل الشيء بالشيء لم ينقطع.⁴

• **اصطلاحا:** للتواصل اصطلاحا تعريفات عدة منها:

- المفهوم يعني استمرار العلاقة المتينة بين طرفي العلاقة المشاركين فيها.

- انفتاح الذات على الآخر في علاقة حية لا تنقطع حتى تعود من جديد.⁵

¹ نصر الدين لعباضي، الرهانات الإستيمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي (نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية)، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، أبريل 2009، جامعة البحرين، ص، 20.

² الطاهر أحمد الزواي، مختار القاموس، الدار العربية للكتاب، ليبيا، تونس، ص، 159.

³ أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، تحقيق، عبد السلام محمد هارون، ج 6، كتاب الواو مادة وصل، ص، 115.

⁴ أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور لسان العرب، ج 11، حرف اللام فصل الواو، ص، 726.

⁵ ماجد رجب العبد لسكر، التواصل الاجتماعي أثاره ومعوقاته، دراسة قرآنية موضوعية رسالة ماجستير في تفسير علوم القرآن، الجامعة الإسلامية، غزة كلية أصول الدين، ص، 8.

2- تعريف الاجتماع:

- لغة: بالنظر إلى مادة (جمع) نجد أن الجيم والميم والعين أصل واحد يدل على نظام الشيء¹، يقال جمعت الشيء جمعا، وفلان جماع لبنى فلان ويأوون إليه ويعتمدون على رأيه².
- اصطلاحا: الاجتماع عبارة عن نسيج مكون من صلات اجتماعية، تلك الصلات التي يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبين، أو هو مجموعة من أفراد يربط بينها رابط مشترك يجعلها تعيش عيشة مشتركة تنظم حياتها في علاقات منتظمة معترف بها فيما بينهم³.

3- شبكات التواصل الاجتماعي:

- يمكن تعريف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها المحتوى الذي يتم إنشاؤه باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما "المحتوى الذي يقدمه المستخدم" والذي يتم إنشاؤه بواسطة الأفراد على المواقع الإلكترونية، التي تشجع على إنشاء وتبادل المحتوى، ويتراوح المحتوى ما بين رسائل نصية إلى صور يتم تبادلها، ومقاطع فيديو تخطى بمشاهدات عديدة⁴.
- وهي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على الآخرين يشتركون في نفس الصفحة وبناءا عليه ينتج عن ذلك بالمجتمعات الافتراضية⁵.

- التعريف الإجرائي:

- هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين

¹ أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، مرجع سابق، ص، 726.

² إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، مرجع سابق، ص، 135.

³ ماجد رجب العبد لسكر، مرجع سابق، ص، 9.

⁴ سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الانساني(بحث مقدم للملتقى العمل الانساني بالمملكة العربية السعودية)، المركز الدولي للأبحاث والدراسات، 1435هـ، ص، 11.

⁵ فاطمة بريك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية بجامعة الوادي، شهادة ماستر في العلوم الاسلامية، تخصص دعوة وإعلام واتصال 2013-2014م، ص، 15.

الشعوب، واكتست إسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر، وتعددت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية، وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي (الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب).¹

ج- تعريف الأثر:

• لغة: يقصد بالأثر بقية الشيء، وجمع آثار وأثورة إبقاء الأثر في الشيء، وأثر في الشيء ترك فيه أثر.²

• اصطلاحاً: الأثر نتيجة الشيء، وله عدة معاني:

- الأولى: بمعنى النتيجة وهو الحاصل من الشيء والثاني بمعنى العلامة، وهي السمة الدالة على الشيء والثالث بمعنى الخبر والرابع ما يترتب على الشيء، والآثار جمع أثر، وهي اللوازم المعللة بالشيء، وقد يطلق الأثر على الشيء المتحقق بالفعل باعتباره حادثاً عن غيره.³

هو تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية وهذا وفقاً للقيمة التي تحملها هذه المحتويات، وما تمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم المختلفة.⁴

¹ محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجاً)، رسالة ماجستير في إعلام واتصال، كلية الآداب والتربية، ص، 28.

² أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب ج4، ط1، دار الصدر للنشر والتوزيع، ص5

³ جميل طليبا، المعجم الفلسفي، ج1، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، 1982، ص، 38.

⁴ السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة لبلدة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص، 29.

د- تعريف الأسرة:

• لغة: أسرة الرجل: عشيرته ورهطه الأذنون لأنه يتقوى بهم.

الأسرة: عشيرة الرجل وأهل بيته.¹

• اصطلاحاً: الأسرة مفهوم واسع وشامل ولم يرد لفظها صريحاً في القرآن الكريم ولكن جاءت

مرادفتها، ولقد عرف كل لماء تخصص معين بأن الأسرة بحسب منظورهم فقد عرفها علماء الاجتماع بما يلي:²

- الأسرة هي الوحدة الاجتماعية الأولى في المجتمع، وبالتالي فإن المجتمع يتكون من الأسر

المختلفة، غير أن المجتمع في ذاته ليس أسرة كبيرة لوجود فروق شاسعة تميز الأسرة عن المجتمع.

- ويعرفها أرسطو بأنها أول اجتماع تدعو إليه الطبيعة إذن من الضرورة أن يجتمع الكائنات لا

غنى لأحدهما عن الآخر وهما الرجل والمرأة.

- ويعرفها "ماكفير" بأنها إتحاد بين اثنين، رجل وامرأة وأولادهما.³

هـ - تعريف الزواج:

• لغة: هو الإقتران، فهو اقتران أحد الشيعين بالآخر وارتباطهما بعد أن كان كل واحد منهما

منفصلاً عن الآخر، ومنه قوله تعالى (وزوجناهم بحور عين)⁴ ومعناها قرناهم بهم. سورة الدخان آية

54، وقيل الزواج هو ميثاق تراض وترابط شرعي بين رجل وامرأة على وجه الدوام، غايته الإحصان

والعفاف وإنشاء أسرة مستقرة برعاية الزوجين.

¹ ابو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منصور، مرجع سابق، ج4، ص20.

² شيرين زهير ابو عبدو، معالم الاسرة المسلمة في القرآن الكريم دراسة موضوعية (بحث استكمال درجة الماجستير في التفسير وعلوم القرآن) الجامعة الاسلامية غزة، كلية أصول الدين، 1431هـ-2010م، ص2.

³ زينب إبراهيم الغري، علم الاجتماع العائلي، كلية الآداب، قسم علم اجتماع، جامعة بنها مصر، ص ص 27-28.

⁴ أبي أنس ماجد إسلام النكافي، الزواج أحكام وآداب وثمرات يليه أحكام الحيض والنفاس، ص 12.

• شرعاً: وهو عقد يقصد به حل استمتاع كل من الزوجين بالآخر وإتساقها به طلباً للنسل على الوجه المشروع، ويطلق على عقد الزواج أيضاً عقد النكاح.¹

هـ - مفهوم موقع الفاييس بوك (FACEBOOK):

"الفايسبوك" موقع اجتماعي أنشئ في 2004م يتبع من نفس شركة "فايسبوك" الخاصة ويسمح هذا الموقع للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع، تصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية معينة وغيرها من الأماكن التي تساعدك على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون في نفس فئة شبكة (FACEBOOK).²

وهو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمن والمكان.

ويعد موقع الفاييسبوك واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، وأصبح موقع الفاييسبوك اليوم منبر افتراضي للتعبير والتواصل في أغلب الدول.³

سادساً: الدراسات السابقة

• الدراسة الأولى: دراسة عواطف عبيدي سعد بعنوان استخدام أئمة المساجد لشبكات التواصل الاجتماعي الفاييسبوك أنموذجاً دراسة ميدانية بولاية الوادي، وتتمثل إشكالية الدراسة فيما يلي: ما مدى تفاعل أئمة المساجد مع شبكات التواصل الاجتماعي عموماً وموقع الفاييسبوك على وجه الخصوص، وما هدف من استخدامها؟.⁴

¹ أبي أنس ماجد إسلام النكافي، المرجع سابق، ص 12.

² عواطف عبيدي سعد، مرجع سابق، ص، 18.

³ سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، مرجع سابق، ص، 13.

⁴ عواطف عبيدي سعد، استخدام أئمة المساجد لشبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" أنموذجاً دراسة ميدانية بولاية الوادي، شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، تخصص دعوة وإعلام، جامعة الوادي، 2015-2016.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة عادات أنماط استخدام أئمة لشبكات التواصل الاجتماعي الفاييسوك وما وصلت إليه الدعوة عبر الوسيلة.

وقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين و المنهج الذي اعتمده الباحثة في درستها هو المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 280 مفردة وتم الاعتماد على العينة العشوائية وقد توصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها :

بينت الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لديهم حساب على مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسوك، وأن هناك من الأئمة من يستخدمون حسابات أخرى.

- الوسيلة أكثر إستعمالا من طرف الأمة أثناء تصفحهم للفايسوك هي الهاتف النقال والمدة التي يقضونها من ساعة إلى ساعتين ويفضلون استخدام أسمهم الحقيقي.

- كشفت الدراسة أن هدف استخدام الأمة للفايسوك دعوى بالدرجة الأولى وذلك لترسيخ القيم الإسلامية.

● **الدراسة الثانية:** دراسة خولة لعبيدي، نعيمة جواد بعنون استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الفاييسوك أنموذجا، وتتمثل إشكالية الدراسة فيما يلي: فيما تتمثل استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفاييسوك؟¹

- تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي حيث تم اختيار موقع شبكة الفاييسوك كنموذج لمواقع التواصل، وقد اعتمدت الباحثين في هاته الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي.

قدرت عينة الدراسة بـ 287 شاب جامعي مستخدم لشبكة الفاييسوك المختارين بعينة قصدية كما تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداتي الملاحظة والاستبيان من المبحوثين.

¹ نعيمة جواد، إستخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل "الفايسوك أنموذجا" دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعي المستخدم للفايسوك، شهادة الماستر في العلوم الاسلامية والانسانية، مجال العلوم الاجتماعية، جامعة الوادي، 2012-2013.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أتمط إستخدا الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك تتفاوت من مستخدم لآخر، حيث أظهرت الدراسة إلى أغلبية الشباب الجامعي المستخدم للفايسبوك يميلون إلى الإطلاع وكان هذا في الأخير بالتساوي مع الجانب الترفيهي.
- يلجأ الشباب الجامعي لاستخدام الفايسبوك بغرض زيادة المعلومات والتواصل مع الأهل الأصدقاء.
- أن موقع الفايسبوك له تأثيرات إيجابية وسلبية في الوقت نفسه وذلك حسب الاستخدام والإدمان عليه، حيث أن المواقع من وجهة نظر الشباب الجامعي تسبب في إنخفاض المستوى الدراسي للطلاب.

● **الدراسة الثالثة:** دراسة فاطمة بريك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين وتمثل اشكالية الدراسة في ما يلي: ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟¹

تم الاعتماد على أداة الاستبيان في هذه الدراسة والمنهج الذي اعتمدت عليه الباحثة في دراستها هو المنهج الوصفي.

- تكونت عينة الدراسة من 210 مفردة وتم الاعتماد على العينة الطبقية .
- وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي:
- بينت الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة.
- كشفت الدراسة أن مواقع التواصل المفضل من قبل الطلبة الجامعيين هو موقع الفايسبوك.
- من بين القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم العامة بالدرجة الأولى ثم القيم الاجتماعية ثم القيم الأخلاقية.

¹ فاطمة بريك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية بجامعة الوادي"، شهادة ماستر في العلوم الاسلامية والانسانية، مجال العلوم الاجتماعية، 2012-2013.

2- موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

اتجهت الدراسات السابقة إلى دراسة مواقع التواصل الاجتماعي فمنها من ركز عن استخدام أئمة المساجد لشبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك، ومنها من ركز عن استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، ومنها من ركز عن موقع التواصل في تعزيز القيم الاجتماعية لدي الطلبة الجامعيين، في حين تناولت الدراسة الحالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة دراسة ميدانية على الأزواج المستخدمين للفايسبوك بالوادي.

اختلفت دراستي عن الدراسات السابقة من حيث دراسة العينة ، فدراستي تدرس عينة من الأزواج أما الدراسات السابقة درست عينة من الشباب وطلاب الجامعي وأئمة المساجد.

- اتفقت دراستي مع دراسة استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي لكونهما يدرسان في المجال الاجتماعي.

- اتفقت دراستي مع الدراسات السابقة في دراسة نفس الوسيلة استخدام الفايسبوك وتم اعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباع.

- استخدمت الدراسات السابقة المنهج الوصفي التحليلي وهو المنهج الذي سيتم استخدامه في الدراسة الحالية.

- استخدمت الدراسات السابقة أداة الاستبيان وهي نفس الأداة التي سنستخدمها في الدراسة الحالية حيث نستفيد من الدراسات السابقة في كيفية بنائها.

سابعاً: النظرية المستخدمة

1- مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباع:

- الاستخدام في لغة هو من استخدم استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم، وأما الاشباع في اللغة فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفت الباء)، مثل العنب ضد الجوع، وتدل على امتلاء في أكل غيره.

- ونظرية الاستخدامات والاشباع في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين، وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لموارد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.¹

- تهتم نظرية الاستخدامات والاشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وخلال عقد الأربعينات من القرن 20، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام.²

- وترى هذه النظرية أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبى لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون التعرض لها ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.³

- تأخذ نظرية الاستخدامات والاشباع في الاعتبار الأولى المتلقي كنقطة بدء بدلا من الرسالة، وتشرح سلوكه الاتصالي فيما يتصل بتجربة الفرد المباشر مع وسائل الإعلام لأن الأفراد يوظفون مضامين الرسائل بدلا من التصرف سلبيا حيالها فالجمهور وفقا لهذه النظرية أساس في عملية الاتصال، إذ يقوم المتلقي باستمرار باختيار الرسائل الإعلامية من بين الرسائل الكثيرة التي يتلقاها،

¹ علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الإعلام، دار البيزوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014م، ص، 175.

² حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، دار العربية للنشر والتوزيع 2009م، ص، 156.

³ عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، جمع وتنسيق، أسامة بن مساعد الحيا، 1433هـ، ص، 9.

وفترض هذا المدخل أن إشباع الحاجات يتم من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة وليس من خلال التعرض لأي وسيلة إعلامية بالإضافة إلى السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة.¹

2- فروض وأهداف نظرية الاستخدامات والاشباع:

- ويرى كاتر وزملائه (katz et al) أن منظور الاستخدامات والاشباع يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وتتضمن فروض أنموذجا ما يلي:

- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.²

ويحقق منظور الاستخدامات والاشباع ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

¹ محمد علي أبو العلا، فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق، ط1، دار العلم والإيمان، 2013م، ص، 83.

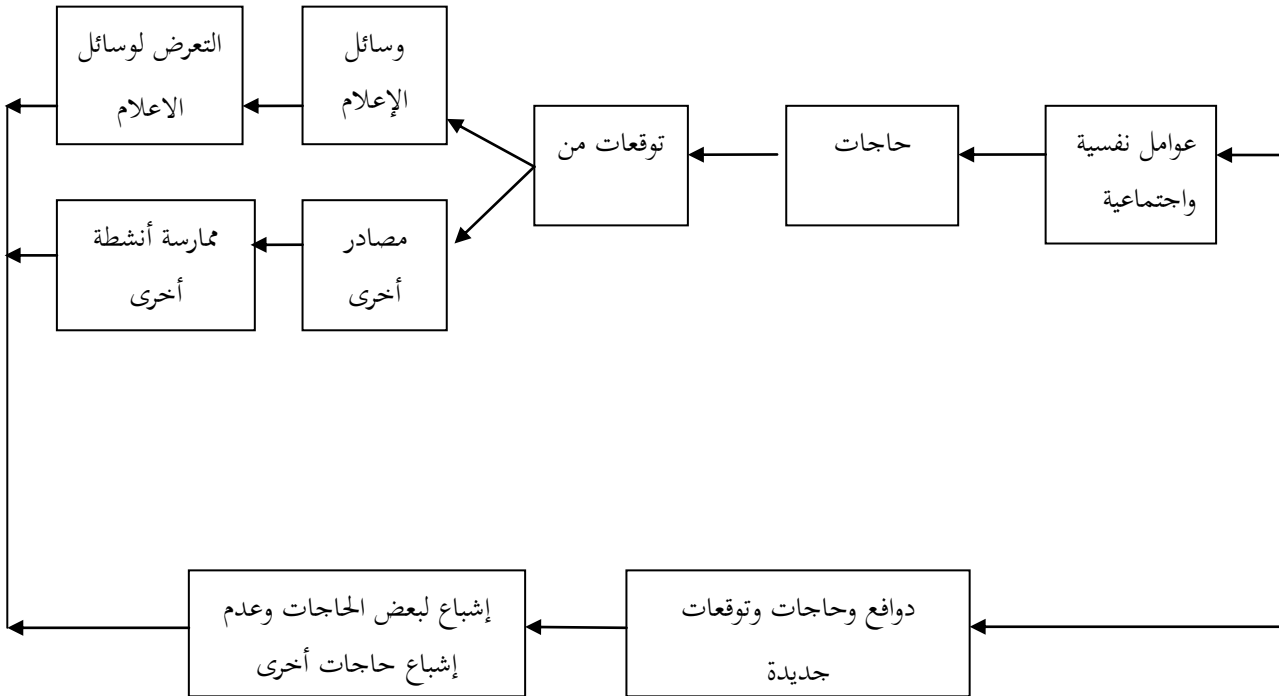
² حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص، 158.

- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإتصال بهدف فهم عملية إتصال الجماهيري.¹

3- عناصر نظرية الاستخدامات والاشباع:

- يعرض "روز نجرن" مجموعة العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والاشباع التي تبدأ حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدتها، وحلول محتملة لتلك المشكلات وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، ويؤدي ذلك إلى اشباع أو عدم إشباع، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة.

- ويعبر كاتز وزملائه عن نموذج الاستخدامات والاشباع في الشكل التالي:



الشكل رقم (01): نموذج كاتز للاستخدامات والاشباع²

ولشرح أبعاد نظرية الاستخدامات والاشباع نتعرض لعناصر النظرية التالية:

¹ حسن عماد مكاوي، المرجع السابق، ص، 158.

² مرجع نفسه، ص، 159.

• افتراض الجمهور النشط:

من أهم الافتراضات الأساسية لنموذج الاستخدامات والشبكات هو أن الجمهور غير سلبي بل جمهور نشط لديه ذوق معين واهتمامات وتفضيلات ترتبط وتحدد دائما اختياره لأنواع معينة من المحتوى باستخدام مضامين الوسيلة الإعلامية لإرضاء رغبات معينة.

- ويرى بالمغرين (palmagreen) أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية هي:

1- الانتقاء: هي خطوة سابقة على التعرض للمضمون الاتصالي، حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق وإحتياجاته وإهتماماته.

2- الاستغراق: هي خطوة تحدث أثناء عملية التعرض ويتم ذلك من خلال الإندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.¹

3- الإيجابية: بعد التعرض لوسائل الإتصال، وتشمل إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض والإشتراك في مناقشات حول موضوع الرسالة الإعلامية.²

• الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

ويعني هذا أن الجمهور وسائل الإعلام يتميز بوجوده وتفاعله مع بيئته الاجتماعية، ومن خلال التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي، والملاحظ أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها جمهور وسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في استخدامه لهذه الوسائل، بل تؤثر أيضا على تفسيره لمعاني الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها.

¹ أسماء مصطفى، تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية، شهادة ماستر في العلوم الإسلامية، تخصص دعوة وإعلام واتصال، جامعة الوادي، 2014-2015، ص، 20-21.

² رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2007، ص، 39.

• دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

- 1- منفعية دوافع: وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه علم والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.
- 2- دوافع طقوسية: وتستهدف تضيئة الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات وتنعكس هذه الفئة في البرامج الحالية مثل المسلسلات والأفلام.¹

• التوقعات من وسائل الإعلام:

يتوقع الأفراد من وسائل الإعلام - حال التعرض لها - إشباعاً لحاجاتهم وتقوم هذه التوقعات على الأصول النفسية والاجتماعية لهؤلاء الأفراد.

ويرى "كاتز" هو الإشباع الذي يبحث عنه الجمهور.

ويعد مفهوم التوقع الذي يربط توقعات أفراد الجمهور بخصائص وسائل الاتصال وسماتها ومحتواها بقيمة الإشباع الكامنة، وتفترض هذه الدراسات أن لدى أفراد الجمهور العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرة هؤلاء على إدراك البدائل المختلفة.

ومن خلال نظرية القيمة المتوقعة يمكن معرفة العلاقة بين محاولة الفرد إشباع حاجاته وتساعد هذه النظرية في فهم دوافع الجمهور للتعرض للوسائل الإعلامية الجماهيرية والإنترنت من خلال ربط العلاقة بين دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام وسلوك الجمهور أثناء التعرض.²

• اشباع وسائل الإعلام:

وفق نظرية الاستخدامات والاشباع يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها "الاشباع" gratifications.

¹ حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص، 163

² علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص، 186-187.

قد اهتمت دراسات الاستخدامات والاشباع منذ السبعينات بضرورة التمييز بين الاشباع التي يبحث عنها الجمهور gratification sought من خلال التعرض لوسائل الإعلام، والاشباع التي تحقق بالفعل gratification obtained.

ويرى سوانسون إمكانية ربط محتوى الرسالة بالاشباع المتحققة، فبرامج الترفيه والدراما يمكن أن تحقق إشباع التنفيس reversion الذي يشمل في خبرات الإستثارة، والتخلص من التوتر والقلق والهروب من المشكلات اليومية، أما برامج الأخبار والمعلومات والشؤون الجارية، فيمكن أن تحقق إشباع مراقبة البيئة surveillance.

الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات.¹

ويفرق "لورانس وينر" بين نوعين من الاشباع هما:

أولاً - اشباع المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين:

1 - اشباع توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

2 - اشباع إجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته

الاجتماعية.

ثانياً - اشباع العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والإرتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط

مباشرة بخصائص الرسائل، وتنقسم إلى نوعين:

1- اشباع شبه توجيهية: وتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات،

وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.

2- اشباع شبه إجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد

هذه الاشباع مع ضعف الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.²

¹ حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص، 164.

² المرجع نفسه، ص، 165-166.

4- تطبيق الاستخدامات والاشباعات في دراسات استخدام الشبكات الاجتماعية على

الأنترنت:

لقد أصبحت نظرية الاستخدامات والاشباعات تستخدم بشكل واسع باعتبارها أكثر ملائمة لدراسة استخدام الأنترنت، وحسب رايس ووليم فإن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات والنماذج منها نظرية الاستخدامات والاشباعات بالإضافة إلى رايس ووليمز مقالات وليمز ستوفرت وقرانت بين 1994 وديسمبر 1996 أشارت إلى مدى ملائمة نظرية الاستخدامات والاشباعات لبحوث الإعلام الجديد.

ويعتبر تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباعات اليوم في دراسات مواقع الشبكات الاجتماعية ذو أهمية بالغة، حيث وبعد استعراض الأدبيات السابقة تم التوصل إلى أكثر العوامل لفتا بالنسبة لنظرية لاستخدامات الاشباعات حيث وجد park وآخرون 2009 أن عملية الاستخدام والاشباعات الرئيسية الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية هي:

صنع صدقات التسلية، التعريف بالذات، الحصول على المعلومات، في حين أضاف larose وeastion 2004م جانب الحاجات الاجتماعية وهي أكثر انتشارا.

• **الاشباعات الاجتماعية:** تعتبر الاستخدامات الاشباعات في الشبكات الاجتماعية من أهم الاستخدامات المتعلقة بتطبيق الاستخدامات والاشباعات، فأغلبية الأشخاص الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية يميلون إلى التعرف على أشخاص جدد والحفاظ على علاقاتهم القائمة كما كشفت العديد من الدراسات التي لها علاقة بالاستخدامات والاشباعات بأن مستخدمو الفايسبوك يستخدمونه لتحقيق الاشباعات بالدرجة الأولى وذلك للحفاظ على العلاقات القائمة والتعرف على أشخاص جدد، ويميل المستخدمون إلى استخدام الشبكات الاجتماعية نظرا للتفاعلية اللامحدودة التي توفرها.

- **التعريف بالذات:** ويقترح tufecki 2008م عددا من العوامل التي تساعد الشخص في تقديم نفسه على الشبكات الاجتماعية والتي تتمثل في الصداقات والعلاقات الاجتماعية مكان الإقامة وغيرها.¹
- **الحصول على المعلومات:** يرى الكثير من مستخدمي الشبكات الاجتماعية أن الحصول على المعلومات المخصصة لهم على تلك المواقع هي أيضا من أهم الاشباعات المحققة وحسب بارك وآخرون فإن مستخدمو "الفايسبوك" يلتمسون الحصول على المعلومات الأحداث، والقضايا السياسية والمدنية وغيرها من القضايا المختلفة.²

ثامنا: الاجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة ومنهجها:

- **نوع الدراسة:** تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وهي عبارة عن طريق لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.³
 - **منهج الدراسة:** يعد المنهج بمثابة الطريق الذي يتبعه الباحث في مشروع بحثه، وكذلك الأداة التي تمكنه من جمعها، وأول شرط يجب أخاذه بعين الاعتبار بتحديد المنهج الملائم للدراسة يتمثل في السياق الزمني الذي ينتمي إلى المشكلة المبحوثة.⁴
- ويعرف أيضا بأنه الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة.⁵

¹ فاطمة بريك، مرجع سابق، ص، 31.

² عواطف عبيدي سعد، مرجع سابق، ص، 29.

³ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات .، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، 1999، ص46

⁴ سارة عموري، استخدامات طلبة العلوم الاسلامية، لشبكات التواصل الاجتماعي، شهادة ماستر في العلوم الاسلامية، تخصص دعوة واعلام، جامعة الوادي، 2013 – 2014، ص 21 .

⁵ عمار بوخوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية، للكتاب الجزائر، ص23

وبما أن طبيعة الدراسة هي التي تفرض على الباحث نوع المنهج الذي يتبعه وتماشيا مع هذه الدراسة الحالية تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي.

ويعرفه هذا الأخير علماء البحث بأنه استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى.¹

تهدف البحوث الوظيفية إلى دراسة وصف خصائص أبعاد ظاهرة من ظواهر في إطار معين يتم من خلاله تجمع البيانات والمعلومات اللازمة عن هذه الظاهرة وتنظيم هذه البيانات وتحليلها للوصول إلى أسباب ومسببات هذه الظاهرة.²

2- أداة جمع البيانات والصدق والثبات:

2-1- أداة جمع البيانات:

لطبيعة المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة، وأيضا لجمع المعلومات حول الموضوع المدروس، والحصول على المعلومات حول استخدام مواقع التواصل وأثرها على الأسرة وعلى الأزواج خصوصا، فإننا نجد العديد مع أدوات جمع البيانات، وقد اخترنا أداة استمارة استبيان لمعالجة موضوعنا هذا ونعرفها كالاتي:

- الاستبيان هو مجموعة من الاسئلة والاستفسارات المتنوعة والمترابطة بعضها البعض الاخر، بشكل تحقيق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي أختارها الباحث كعينة لبحثه ومن المفروض الإجابة عن مثل تلك الاستفسارات، وتعبئة الاستبيان بالبيانات والمعلومات المطلوبة فيها وإعادةتها إلى الباحث.

¹ رحيم يونس كرو العزوي، منهج البحث العلمي، ط1، 1423هـ، 2008 م، دار دجلة، ص97.

² محمد عبد الغني عوض، محسن أحمد الخضيرى، الاسس العلمية لكتابة الرسائل الماجستير والدكتوراه، الناشر مكتبة الأنجلو المصرية، 1992، ص 5 .

- الاستبيان أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق، والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء ويساعد الملاحظة ويكملها، وهو بعض الأحيان الوسيلة العلمية الوحيدة للقيام بالدراسة العلمية.

- وقد صممت أسئلة الاستبيان عدة مراحل وشملت استمارة هذا الاستبيان 25 سؤال وتقسم إلى ثلاثة محاور تتمثل فيما يلي:

- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الأزواج لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.
- المحور الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الأزواج لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.
- المحور الثالث: أثر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الأزواج.

2-2- الصدق والثبات:

- **تعريف الصدق:** هو أن يقيس الاختيار أو أداة ما وضعت لقياسه، والصدق كالثبات مفهوم مدروس دراسة كبيرة وتحقيق صدق أداة القياس أكثر أهمية ولا شك من تحقيق الثبات، لأنه قد تكون أداة القياس أو الاختبار ثابتة ولكنها غير صادقة.
- **تعريف الثبات:** يشير مفهوم الثبات إلى اتساق أداة القياس أو إمكانية الاعتماد عليها وتكرار استخدامها في القياس للحصول على نفس النتائج، وتختلف إجراءات الثبات، وفقا لأداة المستخدمة.

وتكون صدق أداة الدراسة بعد إعداد الاستمارة في صورتها الأولية حيث عرض الاستبيان (الملحق 01) على عدد من الأستاذة المحكمين وقمنا في ضوء ذلك بتعديل فقرات الاستبيان إلى أن ظهر في صورته الأخيرة التي جري فيها على عينة الدراسة (الملحق 02).

3- مجتمع الدراسة والعينة:

3-1- مجتمع الدراسة: يقصد بمجتمع البحث جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة الحقائق عنها وقد تكون أعداد أو برامج إذاعية في حالة دراسة الرأي العام فإن المجتمع هو جميع الأفراد الذين يهمهم مجتمع الدراسة.¹

- ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية في الأزواج المستخدمى للفيسبوك بولاية الوادي الذي يبلغ عددهم 140 من الأزواج.

3-2- عينة الدراسة وخصائصها:

أ- عينة الدراسة: هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة واجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.²
أو هي مجتمع الدراسة التي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزء من الكل بمعنى أنه تؤخذ مجموع من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجري عليه الدراسة.³
وقد تم اختيار العينة بطريقة قصدية، وقد تم توزيع 150 استمارة، وتم استرجاع و140 استمارة فقط.

ب- العينة القصدية: سميت بهذا الإسم نظرا لأن الباحث يقوم باختيارها طبقا للغرض الذي يستهدف تحقيقه من خلال البحث، ويتم من اختيارها على أساس توفر صفات محددة في مفردات العينة تكون الصفات التي تتصف بها مفردات تكون هي الصفات التي تتصف بها مفردات المجتمع محل البحث.⁴

ج- خصائص العينة: توزع العينة المختارة حسب الخصائص المميزة لها على النحو التالي:

¹ محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1421هـ، 2000م، ص29.

² محمد عبيدات، مرجع سابق، ص84.

³ عادل مربطي، عائشة نحوي، مجلة الوحات للبحوث والدراسات، ع4، 2009، 94-108، ص29.

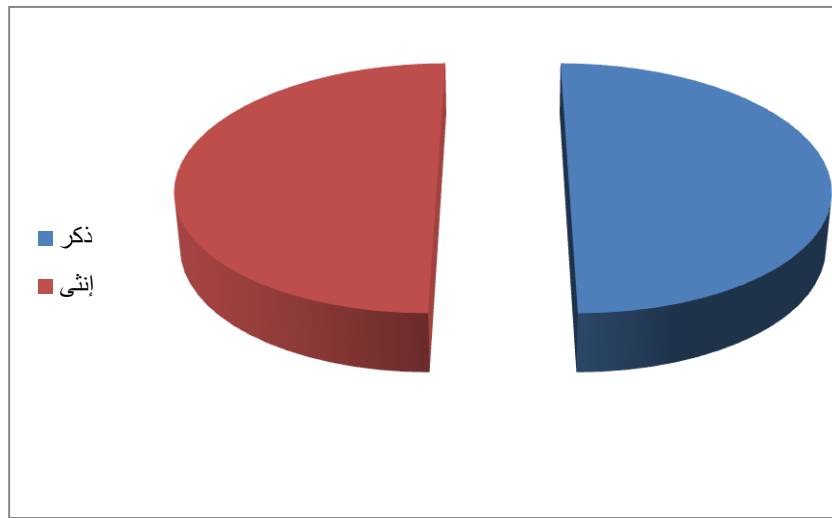
⁴ السعدي الغول السعدي، العينات وأنواعها، مناهج البحث العلمي، الدبلوم الخاص في التربية (جميع الأقسام)، ص9

- حسب الجنس:

الجدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
50%	70	ذكر
50%	70	أنثى
100%	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (01): توزيع المبحوثين من حيث الجنس، حيث كانت نسبة الإناث تعادل نسبة الذكور والتي قدرت 50% من العينة المدرسية.



الشكل رقم (02): يمثل أفراد العينة حسب متغير الجنس

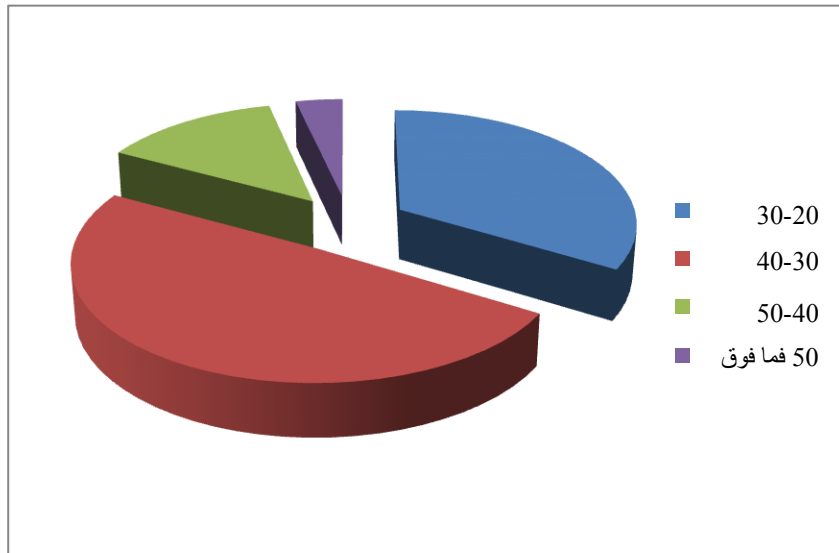
- حسب السن:

الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
33.57%	47	30-20
49.28%	69	40-30
13.57%	19	50-40
3.57%	5	50 فما فوق
100%	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (02): التكرارات والنسب المئوية حسب الفئة العمرية، حيث كانت نسبة (49.28%) من المبحوثين هم "30-40" ثم تليها نسبة (33.54%) من المبحوثين هم "20-30" ثم تليها نسبة (13.57%) من المبحوثين هم "40-50" وأخيرا أقل نسبة من المبحوثين هم فما فوق (50%).

تفسير نتائج الجدول رقم (02): ألاحظ أن الفئة الأكثر استعمالا لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك هم "30-40" باعتبارها الأكثر واعيا في التعامل مع الفيسبوك.



الشكل رقم (03): يمثل أفراد العينة حسب متغير السن

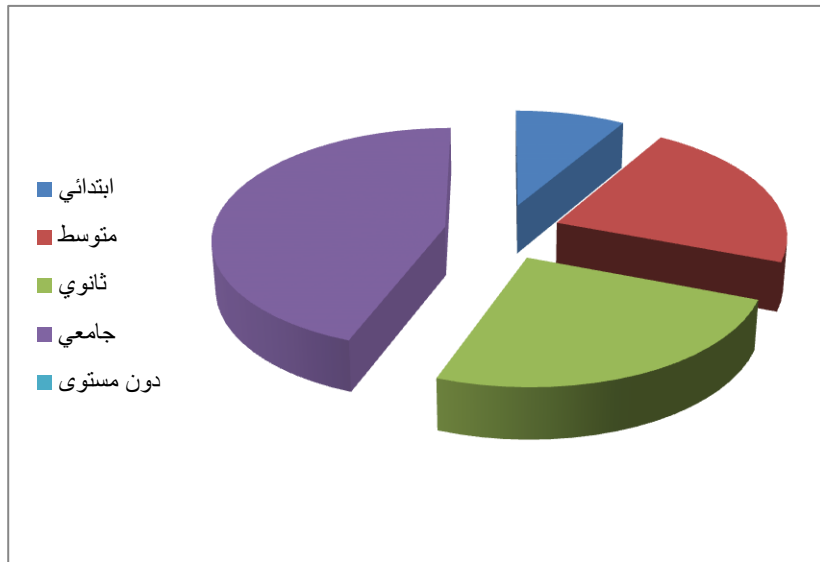
● حسب مستوى التعليمي:

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب مستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
8.57%	12	ابتدائي
22.14%	31	متوسط
25%	35	ثانوي
44.28%	62	جامعي
0%	0	دون مستوى
100%	140	المجموع

يتضح من الجدول رقم (03): توزيع التكرارة والنسب المئوية للمبحوثين من حيث مستواهم العلمي حيث كان "المستوى الجامعي" في المرتبة الأولى وبنسبة عالية قدرت ب (44.28%) ثم تليها في المرتبة الثانية المستوى الثانوي بنسبة (35%) وفي المرتبة الثالثة المستوى المتوسط بنسبة تقدر ب (22.14%) وأدناها مستوى الابتدائي بنسبة تقدر ب (8.57%).

تفسير نتائج الجدول رقم (03): أستنتج أن المستوى الجامعي أحتل الرتبة الأولى وذلك لمكانة هذا المستوى وأهميته بالنسبة للمبحوثين وهذا راجع إلى استعماله في المجال الدراسي والعلمي وذلك بتبادل المعلومات والموضوعات بين الأزواج والأستاذة.



الشكل رقم (04): يمثل أفراد العينة حسب مستوى التعليمي

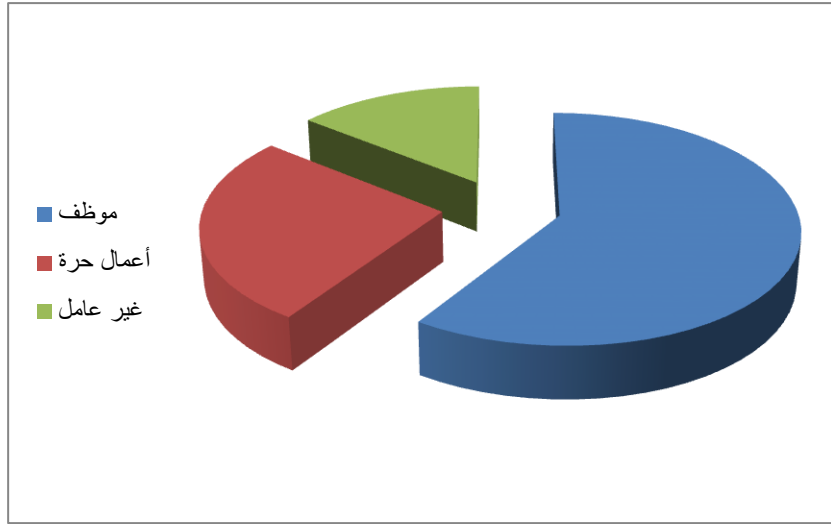
● حسب طبيعة الوظيفة:

الجدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الوظيفة

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الوظيفة
59.28%	83	موظف
26.42%	37	أعمال حرة
14.28%	20	غير عامل
100	140	<u>المجموع</u>

يوضح الجدول رقم (04): توزيع المبحوثين حسب طبيعة الوظيفة تشير النتائج أن نسبة الأزواج الموظفين بلغت (59.28 %) من طرف (83 مبحوثا) وتليه نسبة الأزواج الذين يعملون أعمال حرة بلغت (26.42 %) من طرف (37 مبحوثا) وإذ نسبة الأزواج غير العاملين بلغت (14.28 %) من طرف (20 مبحوثا)

تفسير نتائج الجدول رقم (04): ألاحظ أن أغلب الأزواج المستخدمين للفيسبوك هم الموظفين.



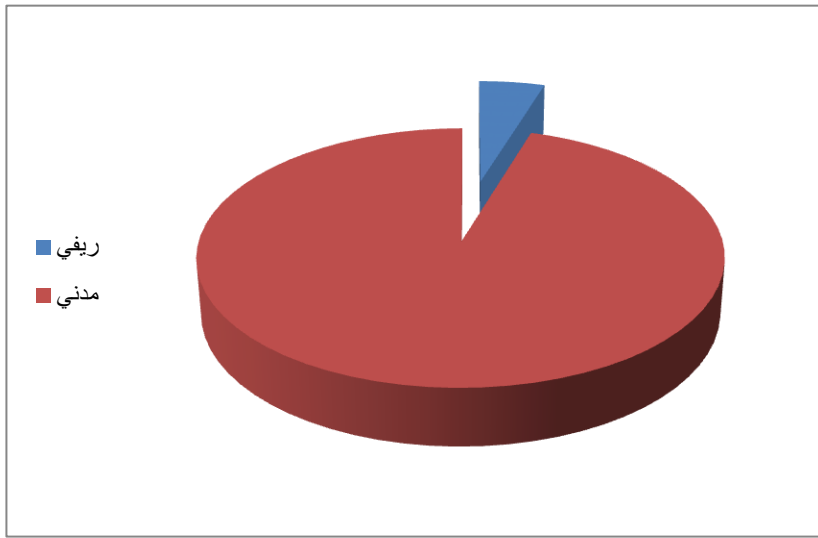
الشكل رقم (05): يمثل أفراد العينة حسب طبيعة الوظيفة

• حسب السكن:

الجدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب السكن

النسبة المئوية	التكرار	السكن
3.42%	44	ريفي
68.57%	96	مدني
100	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (05): توزيع المبحوثين حسب طبيعة السكن تشير النتائج أن نسبة المبحوثين الذين يقطنون المدينة بلغت (68.57%)، تليها المرتبة الثانية نسبة الأزواج الذين يقطنون في الريف بنسبة (31.42%).



الشكل رقم (06): يمثل أفراد العينة حسب السكن

4- مجالات الدراسة:

- المجال المكاني للدراسة: أجريت الدراسة الميدانية بولاية الوادي.
- المجال الزمني للدراسة: طبقت هذه الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 15 أبريل 2017 إلى 30 أبريل 2017 .
- المجال البشري للدراسة: استهدفت هذه الدراسة عينة من الأزواج بولاية الوادي.

5- الأساليب الإحصائية:

تستخدم الطرق الإحصائية تفسر النتائج والبيانات الكمية، فالإحصاء طريقة لأخذ حساب دقيق للخطأ، العشوائي الموجود بالملاحظات والمقاييس.¹

واستخدمت في هذه الدراسة الأساليب الإحصائية الممثلة في التكرارات والنسب المئوية.

6- صعوبات الدراسة:

- الصعوبة في الوصول إلى عينة الدراسة.

- حداثة الموضوع.

¹ محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، ط1، القاهرة 1992 م، ص 34 .

الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامتها

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الاعلام الجديد وخصائصه

المبحث الثاني: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

المبحث الثالث: خصائصها وأنواعها وأهم مواقعها

المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

يشاهد العالم في السنوات الأخيرة تطورا علميا وتكنولوجيا هائلا في مختلف مجالات الحياة، فتغيرت تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة كل نواحي الحياة، وأثرت في معظم أنشطة الأفراد وأجبرتها على التعامل كواقع لا بد منه، حيث ظهر الإعلام الجديد بوتيرة سريعة فبلغ في عصر الثورة المعلوماتية شأنا عظيما نظر المدى تأثيره على الجمهور من خلال إحداث التواصل الثقافي والحضاري بين الناس، وفي الواقع أن عصر المعلومات أفرز نمطا إعلاميا جديدا يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية السابقة، كما يختلف في تأثيراته الإعلامية الواسعة النطاق لدرجة أطلق بعضهم على عصرنا هذا (عصر الإعلام)، ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل أن وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر، وقوة التوجيه وشدة الخطورة مما أدى إلى تغيرات جوهرية في دور الإعلام ونقله إلى أفاق غير مسبوقه، وأعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود، فأحدث نقلة نوعية بمفهوم الإعلام، وظهر ما يسمى بشبكات التواصل الاجتماعي وغيرها على شبكة الإنترنت، ولتوضيح هذا المصطلح سأتناول بعض التعاريف فيما يخص الإعلام الجديد وأهم خصائصه، وكذا شبكات التواصل الاجتماعي وأنواعها وخصائصها وأهم مواقعها وإيجابيات وسلبيات هذه المواقع.

المبحث الأول: ماهية الاعلام الجديد وخصائصه

المطلب الأول: تعريف الإعلام الجديد

1- الإعلام الجديد لغة:

- الإعلام لغة: من مادة علم، علمه أي عرفه وعلم هو نفسه وعلمه العلم تعليماً: أي أعلمه إياه فتعلمه¹.

- الجديد لغة: تستخدم الكلمة في اللغة العربية لتدل على الحداثة وأصل جديد: أي مقطوع، يقال ثوب جديد: جد حديثاً، أي قطع².

2- الإعلام الجديد اصطلاحاً:

أما الإعلام اصطلاحاً فقد تعددت التعاريف فيه واختلفت في المضمون والشمول للإعلام حسب المفهوم المعاصر، وذلك لإختلاف التطورات، وتباين الأفكار، وتضاد الأهداف التي أنيطت بهذا العلم ووسائله المعاصرة الحديثة وهي كثيرة جداً منها القريب ومنها البعيد، ومنها الدقيق وغيره الدقيق، ومن هنا يأتي التعريف الذي أخذ به الكثير من الكتاب المعاصرين وقالوا بأنه أوضح تعريف وهو تعريف العالم الألماني "توجرت" حيث عرفه بأنه (التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت)³.

- وتعرفه مجلة بي لسي بأنه أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدججة وأقراص الدي في دي ويشكل أكثر أهمية على شبكة الأنترنت.

- ويعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة بأنه اندماج الكمبيوتر، وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة، وبحسب ليستر lester: "الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي

¹ مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، مرجع سابق، حرف العين، مادة علم، ص 1140.

² رضا أمين، الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، د.ت، ص، 19.

³ عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط2، دار عمار للنشر والتوزيع صنعاء، اليمن، 1994م، ص 12.

تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي، والصوت والفيديو".

- ومن جملة التعريفات السابقة يمكن القول أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة التنوع في الأشكال والتكنولوجيات والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية.¹

المطلب الثاني: خصائص الإعلام الجديد

يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص منها:

- 1- **التفاعلية:** وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثيراً في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها.
- 2- **تفتت الاتصال:** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي.
- 3- **اللاتزامية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.
- 4- **الحركية:** تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء تحرك مستخدميها.
- 5- **قابلية التحول:** وهي قدرة وسائل الاتصال إلى نقل المعلومات من وسط إلى آخر.
- 6- **قابلية التوصيل:** تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.
- 7- **الشيوع والانتشار:** ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حل العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.

¹ مها فالخ ساق الله، ماهية الاعلام الجديد (ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجستير الصحافة)، الجامعة الإسلامية غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، 2013م.

8- الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة.

9- التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي.¹

¹ مها فالح ساق الله، المرجع السابق.

المبحث الثاني: أهمية مواقع الت واصل الاجتماعي ونشأتها

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل بين البشر في فضاء إلكتروني قرب المسافات بين الأفراد والشعوب، ويرجع هذا التواصل إلى شبكات التواصل الاجتماعي ومن أشهرها الفايسبوك والتويتر واليوتيوب.

- ويعرفها حسين شفيق، بأنها مجموعة من الأشخاص يتحاورون ويتخاطبون باستخدام الوسائل الإعلامية الجديدة لأغراض مهنية أو ثقافية أو اجتماعية.

- ويعرفها محمد خليل بأنها منظومة من الشبكات الاجتماعية الإلكترونية التفاعلية تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات وتكوين صداقات وتعديل ونقد ومناقشة ما يتم عرضه من المعلومات.¹

- ويعرفها بريس پريسي preece ومالوني كريشمار maloney krichmar (2005) على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج.

- ومن خلال النقاط السابقة يمكننا تقديم التعريف الإجرائي التالي:

مواقع الشبكات الاجتماعية هي مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون فيه الاهتمام، يقوم الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر العدد من المواضيع والصور والفيديوات وغيرها من النشاطات التي يستقبلون عليها من طرف المستخدمين، الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة وتتيح هذه المواقع العديد من الخدمات التي تختلف من موقع إلى آخر نوجزها في التالي:

- **الملفات الشخصية أو صفحات الويب:** وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية، مثل الاسم، تاريخ الميلاد، الاهتمامات، الصور الشخصية، ويعد الملف هو الوصول إلى عالم الشخص.

¹ حديجة عبد العزيز علي ابراهيم، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعة صعيد مصر (دراسة ميدانية)، كلية التربية، جامعة سوهاج ، 2014م، ص، 426.

- **الأصدقاء أو العلاقات:** وهي خدمة تمكن الفرد من الإتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع أو الذي يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي، وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقاءه ولكن تتيح الشبكات الاجتماعية فرصا للتعارف مع الأصدقاء.¹
- **إرسال الرسائل:** تسمح في هذه الخدمات بإرسال الرسائل سواء مع الأصدقاء الذين في قائمة الشخص أو غير موجودين في القائمة.
- **ألبومات الصور:** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور للإطلاع عليها وتحويلها أيضا .
- **المجموعات:** تتيح مواقع الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات من الأهداف المحددة.
- **الصفحات:** تتيح استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمات بإنشاء حملات إعلامية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرص عرض للسلع أو المنتجات للفئات التي يحدونها.²

المطلب الثاني: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

تبرز أهمية المواقع الاجتماعية التفاعلية أنها توفر حالة من الغنى بالمعلومات تمنح للمستخدمين فرصة لبني أفكار جديدة غير واردة في خاطره، وكذلك عرض أفكاره على الآخرين، كما أنه في إطار الثورة المعلوماتية وفرت المواقع الاجتماعية التفاعلية للشباب فرصة للتواصل والحصول على المعلومات بسهولة وتبادل الأفكار³ وفجأت هذه الشبكات المجال الواسع أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان بطبعه وفطرته

¹ مريم نويمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقة الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، شهادة ماجستير تخصص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الانسانية، شعبة علوم إعلام واتصال، 2011-2012، ص، 46.

² المرجع نفسه، ص، 47.

³ طاهر حسين أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثره على المشاركة السياسية(دراسة ميدانية)، أطروحة الماجستير في العلوم السياسية، جامعة الأزهر غزة، ص، 32.

مع الآخرين لا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان، وقد أثبتت الكثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين فحاجاته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات¹. وكذلك تنبع أهمية الشبكة العنكبوتية عموماً ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص فيما يلي:

- أنها لغة العصر، وجزء من التطور العقلي والتقني والنفسي للعصر الذي نعيش فيه، وبالتالي التعاطي بلغة العصر ضرورة لاستمرار الحياة.
- أعظم شيء بالإعلام الجديد اعتمادها على فلسفة الاتصال المباشر، وتوفير لحظة شعورية واحدة لكل المستخدمين.
- تجاوز صعوبات الإعلام التقليدي حيث غطت الشبكة العنكبوتية العالم بأسره في كل وقت، ووفرت فرصة للاتصال المباشر الذي يتعلق بالأفراد والمعلومات.
- تمنح هذه المواقع فرصة لإدارة الوقت بشكل أفضل، حيث تخترق حدود المكان والزمان، بالإضافة أنها وفرت إمكانية الوصول لعدد هائل من البشر، وكذلك خلق قيادات جديدة من خلال البحث عن الطرق الأكثر تأثيراً لطرح الأفكار وجذب الآخرين اتجاهها².

المطلب الثالث: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

التواصل ظاهرة اجتماعية حديثة تقوم على علاقات تفاعلية متزامنة أو غير متزامنة بواسطة وسائل الاتصال الرقمي التفاعلي يتم خلالها إرسال استقبال المعلومات بين الطرفين أو عدة أطراف

¹ حمزة اسماعيل أبو شنب، تقنيات التواصل الاجتماعي، الاستخدامات والمميزات، شبكة الألوكة (/0/59302/ www.alukah.net/culture) تاريخ التصفح، 20-02-2017.

² طاهر حسن أبو زيد، المرجع نفسه، ص32.

ويعرف مرسى مشري الشبكة الاجتماعية الرقمية بأنها مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة تفاعل اجتماعي.¹

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

كان أول مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت فيه الولايات المتحدة على شبكة الإنترنت في شكل تجمعات هو موقع theglobe.com عام 1594، تلاه موقع GEOCITIES في العالم نفسه، وتلاهها موقع THIPOD بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه المجتمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال عزف وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات.²

مرت شبكات التواصل الاجتماعي في نشأتها وتطورها بمرحلتين، المرحلة الأولى هي مرحلة الجيل الأول من الويب (WEB 1.0) والمرحلة الثانية هي مرحلة الجيل الثاني من الويب (WEB 2.0)، ولكن ازدادت شبكات التواصل الاجتماعي عددا وشهرة في المرحلة الثانية مرحلة الويب 2.0.

¹ عبد الكريم علي الديبسي، وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، العلوم الانسانية والاجتماعية، مج 40، ع1، 2013، ص، 70.

² عبد الكريم علي الديبسي وزهير ياسين الطاهات، المرجع السابق، ص، 70.

• **المرحلة الأولى:** وفي مرحلة الجيل من الويب (WEB 1.0) وكانت الشبكات التي ظهرت في هذا الجيل ذات صفحات ثابتة وتتيح مجال صغير وضيق للتفاعل بين الأفراد (HARISON ET TOMAS 2009) وتعتبر هذه المرحلة بأنها البداية لشبكات التواصل الاجتماعي، ومن أبرز الشبكات التي تكونت ونشأت في هذه المرحلة في موقع كلاسي متيس CLASSMATES، وظهر عام 1990م، وموقع سكس وجريس SIX DEGRESS وظهرت عام 1997، وسمح للمشاركين فيه بعمل قوائم أصدقاء ولم تكن مرئية للآخرين، وجذب الملايين من المستخدمين لكن أغلقت الخدمة لهذه الشبكة عام 2000 ومن عام 1997 حتى عام 2001 ظهرت شبكات¹ أخرى مثل موقع لايف جورنال LIVE JOURNAL وموقع بلاك بلانet BLAK BLANET وموقع ASIAN AVENVE وفي عام 2003 ابتكر موقع فيس ماتشي FACE MATCH .

وعلى الرغم من أهمية هذه الشبكات في وقت إنشائها لكنها لم تدر أرباحا على مؤسسيها وبالتالي أغلق أغلبها.

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

موقع الفايسبوك FACEBOOK وظهر عام 2004م كان ميلاد هذا الموقع حدثا كبيرا على مستوى العالم.

¹ خديجة عبد العزيز علي ابراهيم، مرجع سابق، ص، 428.

موقع شبكة ماي سبيس MY SPACE وظهر عام 2005م مع إدخال التطبيقات الحديثة للويب (WEB 2.0)، أدى ذلك إلى شهرة عدة مواقع أهمها الفايسبوك ثم بعد ذلك ازدادت الشبكات الاجتماعية فظهر منها بالإضافة إلى ما سبق شبكات أخرى وهي: موقع شبكة لينكد إن LINKED IN ، موقع شبكة هاي فايف 4:5، موقع شبكة نينج NING، موقع شبكة نتلوج NETLOG، موقع شبكة تويتر TWITER، موقع شبكة اليوتيوب YOUTUBE. ولكن برغم كثرة هذه الشبكات لكن أصبح أكثرها شهرة شبة الفايسبوك FACEBOOK، والتويتر TWITER، واليوتيوب YOUTUBE، حيث هم الأكثر شعبية من حيث عدد المستخدمين. وبسبب المميزات التي تتميز بها هذه الشبكات من المشاركة والسرعة والاتصال وتبادل الملفات والصور والفيديو وتبادل المعلومات كل ذلك أدى إلى زيادة شعبيتها بشكل لم يسبق له مثيل في العالم، وأيضا على مستوى الدول العربية وخاصة مصر وساعد ذلك على الوصول إلى هذه الشبكات عن طريق استخدام الأجهزة الصغيرة.¹

¹ خديجة عبد العزيز علي ابراهيم، مرجع سابق، ص، 429.

المبحث الثالث: خصائصها وأنواعها وأهم مواقعها

المطلب الأول: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

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

1- التعريف بالذات: الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يصنعها المستخدم ويطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصور، الموسيقى، الفيديوهات وغيرها من الوظائف.

2- طرق جديدة لتكوين المجتمع: تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يبادلونهم الاهتمام والمحتوى، وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي.

3- الاهتمام: هذه الشبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، والسوق المالية والسياسية، الصحة والشؤون الخارجية جانب الثقافة والدعوة وغيرها.

4- العالمية: حيث تلغي جميع الحواجز الجغرافية والمكانية وتلغى فيها الحدود الدولية ويستطيع الأفراد التواصل مع الآخرين في الدول الأخرى في كل بساطة وسهولة.

5- التفاعلية: الفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية في الإعلام القديم (التلفاز، والصحف الورقية)، وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

6- التنوع وتعدد الاستعمالات: يستخدمها الطالب للتعلم والعلم لبث عمله وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء.¹

¹ عواطف عبيدي سعد، مرجع سابق، ص، 52-53.

7- سهولة الاستخدام: الشبكات الاجتماعية تمتاز ببساطة اللغة وتستخدم الحروف والرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل مع الآخرين.

8- التوفير والاقتصادية: اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية وإشتراك والتسجيل، فالفرد ببساطة يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي.¹

وهناك خصائص ومميزات أخرى لشبكات التواصل الاجتماعي وتمثل في:

- انتشار المعرفة.

- نشر الحوار بين الشعوب والمجتمعات.

- الحضور الدائم غير المكلف.

- حرية الرأي والتعبير.

- إلغاء الفروق الاجتماعية بين المجتمعات.²

المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن تقسيم الشبكات حسب الاستخدام والاهتمام إلى ثلاث أنواع رئيسية هي:

1- شبكات شخصية لشخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء

صداقات بينهم مثل FACEBOOK.

2- شبكات مهنية تضم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لحل بنية تعليمية وتدريبية فاعلة.

3- شبكات ثقافية تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين.

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

1- شبكات تتيح التواصل الكتابي

2- شبكات تتيح التواصل الصوتي.

3- شبكات تتيح التواصل المرئي.

¹ عواطف عبيدي سعد، مرجع سابق، ص، 52-53.

² هناء سرور، وسائل التواصل الاجتماعي وإثراء المحتوى القومي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة، محور: تأثير وسائل الاتصال الإلكتروني في التطور الاجتماعي الاقتصادي، قطاع الاعلام والاتصال، ص، 12.

وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل حتى تلبى حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي.

وهناك تقسيم ثالث يقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين:

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

2- شبكات خارجية عامة: هي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الأنترنت، بل صمت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في الأنشطة بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع مثل شبكة FACEBOOK¹. كما تصنف شبكات التواصل الاجتماعي تبعا للوسائل التي تستخدمها وهي كثيرة وسنكتفي بذكر أربعة أنواع وهي كالآتي:

- الفاييسبوك (FACEBOOK): وهو موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة "فايسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها.

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

¹ سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، مرجع سابق، ص، 11، 12.

- **تويتر:** هذا الموقع أخذ اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني تغريد واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو عبارة عن خدمة تدوين اجتماعية صغيرة تسمح للأعضاء المسجلين بنشر منشورات الآخرين من خلال استخدام أجهزة عديدة، ويسمح بإرسال رسالة عدد حروفها 140 حرف فقط، ويعتبر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية، وكذا التصريحات الحكومية.

- **المدونات:** هي عبارة عن مذكرات ترتيب بحيث توضع (التدوينات) الأحداث في أعلى الصفحة الرئيسية للمدونة تليها التدوينات (الأقدام) وتتيح المدونات التعليق على ما يكتب فيها كما يمكن لصاحب المدونة التحكم في محتوياتها بسهولة كبيرة مقارنة بمواقع الويب التقليدية.¹

المطلب الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

تنوعت مواقع التواصل الاجتماعي منذ ظهورها الأول على شبكة الإنترنت، ومن سنة إلى سنة تطورت هذه المواقع تدريجيا، وبرز عدد منها مثل اليوتيوب، الفيسبوك، والتويتر والتي سنتحدث عنها باعتبارها من أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي.²

1- موقع اليوتيوب (YOUTUBE): هو أبرز موقع على شبكة الإنترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، كانت فكرة تأسيسه من قبل ثلاث موظفين كانوا يعملون في شركة BAYBAL عام 2005 في كاليفورنيا، وفي عام 2006 أشتته شركة غوغل ب 1.65 مليار دولار، ويعتمد موقع يوتيوب على تقنية أدوب فلاش ويشمل على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وأصبح يوتوب عام 2006 الشبكة التواصلية الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية.

- قد طرحت GOOGLE إحصائيات جديدة حول استخدام (YOUTUBE)، عبر العالم ولازال أفضل موقع فيديو في العالم يسجل قياسات وإحصائيات جديدة حيث:

¹ عواطف عبيدي سعد، المرجع السابق، ص، 55، 56.

² فاطمة بريك، المرجع السابق، ص، 42.

- يتم تحميل 60 فيديو كل دقيقة على اليوتيوب.
- أكثر من 4 مليار فيديو يوتيوب يتم مشاهدتهم في اليوم الواحد.
- صفحة إحصائية يوتيوب تقول أيضا أنه يتم مشاركة 700 مقطع فيديو يوتيوب على تويتر كل دقيقة.

2- موقع التويتر TWITTER: هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدمه بإرسال تحديثات TWEETS عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (S M S) أو برامج للمحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفاييسبوك TWITTERFOX، تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي.¹ وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات.

وظهر موقع تويتر عام 2006 وقد استخدم الموقع وتبادل الحوار بين المستخدمين ذوي الاهتمامات والأهداف المشتركة، والتنسيق خلال الأحداث ونشر الأخبار والمعلومات والتفاوض بين جماهير متعددة ومتداخلة عن طريق توجيه تغريدات معينة للجماهير عن الآراء في مختلف الأحداث. ويعد موقع تويتر من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الأنترنت من مصادر رسمية وغير رسمية، ويعتبر "تويتر" موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى مثل حرائق كاليفورنيا 2008.²

3- موقع الفاييسبوك (FACEBOOK): موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة الفاييسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ويعرفه بأنه يعد من أشهر الشبكات الاجتماعية على الأنترنت وأسسها مارك روكز بيرج حينما كان طالبا في جامعة هارفورد عام 2004،

¹ خولة لعبيدي، نعيمة جواد، استخدامات البناء الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك نموذجا، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المستخدم للفييسبوك، شهادة الماستر، معهد العلوم الاجتماعية والانسانية، مجال العلوم الاجتماعية، 2012-2013، ص، 53-59.

² فاطمة بريك، مرجع سابق، ص، 43.

وفي أكتوبر من سنة 2012 أعلن موقع الفاييبوك من خلال مؤسسة مارك روكر بيرج أن عدد مستخدمي الفاييبوك وصل إلى مليار مستخدم.

ولا يقتصر استخدامه على الأفراد بل إن هناك الكثير من الشركات والمنظمات والحكومات في مختلف أنحاء العالم التي تستخدم الموقع في إرسال التسويقية وجميع التبرعات الخيرية والتواصل مع العملاء والأعضاء.¹

واستطاع الفاييبوك أن يتصدر قائمة المواقع الاجتماعية كافة متفوقا على "تويتر" واليوتيوب، وغيرهما من المواقع الاجتماعية، فقد لاقى الفاييبوك انتشارا كبيرا بين المستخدمين لما وجدوا فيه سهولة في التعامل وفي الخصائص إضافة إلى انتشاره الواسع جعله متميزا عن غيره من المواقع الأخرى فهو يتميز بما يلي:

- **الملف الشخصي (profile):** عندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، وصورة والأمور المفضلة لديك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين.²
- **إضافة صديق (ADD FRIEND):** يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفاييبوك بواسطة البريد الإلكتروني أو رقم هاتفه.
- **إنشاء مجموعات (GROUPS):** تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الإنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة.
- **لوحة الحائط (WALL):** وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- **النكزة (POKES):** منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة إفتراضية لإثارة إنتباه بعضهم إلى بعض، وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

¹ حولة لعبيدي، نعيمة جواد، المرجع السابق، ص، 54، 55.

² عواطف عبدي سعد، مرجع سابق، ص، 61.

- الصور (FOTOS): وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل البومات الصور من الأجهزة الشخصية إلى موقع عرضها.
- الحالة (STATUS): التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقاءهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- التغذية الإخبارية (NEWS FEED): التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي.
- الهدايا (GIFTS): ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدمين الذي يقوم باستقبال الهدية.
- السوق (MARKET PLACE): هو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.
- إنشاء صفحة خاصة على الموقع (FACEBOOK): نستطيع إنشاء صفحة بموضوع معين، ويكون الإسم الخاص بها منتهيا بـ فيس بوك وتتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك ويتيح المواقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات¹. كما يقدم موقع فيسبوك تطبيقات عدة، يستطيع المشترك من خلالها عرض ما لديه والإستفادة منها والتفاعل مع تلك التطبيقات وهي كالآتي:
 - الصفحة الرئيسية (HOME): يظهر فيها كل ما يعرضه فيس، وما تشمله من إعدادات.
 - الصفحة الشخصية (profile): هي الصفحة الشخصية للمستخدم، ويعرض فيها كل نشاطه ومساهمته في فيس، وكذلك يسمح للأصدقاء بالإطلاع على أنشطته.
 - الرسائل (MESSAGES): يرسل من خلالها الرسائل، ويطلع على الوارد.
 - المجموعات (GROUPS): يستطيع من خلالها إنشاء مجموعات مغلقة ومفتوحة وذات اهتمامات مشتركة.

¹ عواطف عبيدي سعد، مرجع سابق، ص، 62.

- الأحداث والمناسبات (EVENTS): يعرف المشتركون بالفييس من خلالها الأحداث القادمة والمناسبات.
- الصفحات (PAGES): وهي الصفحة الخاصة التي ينشئها اخرون وتمكن المشتركين بها ومن الإطلاع عليها ويحدثها صاحبها.
- الملاحظات والتدوينات (NOTES): تستخدم الكتابة التعليقات ومناقشتها.¹

¹ عواطف عبيدي سعد، مرجع سابق، ص، 62-63.

المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: الإيجابيات

- 1- أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من رواده.
- 2- التواصل مع العالم الخارجي، وتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافة الشعوب وتقريب المسافات.
- 3- تفتح أبواب تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع التي تحقق الأهداف وتساعد المجتمع على النمو.
- 4- تسهيل التواصل بطريقة مريحة وغير مكلفة خاصة بين الأقارب والأهل.
- 5- إمكانية التثقف والتعليم من خلال الحديث مع أشخاص من مختلف المستويات.
- 6- التواصل عبر صفحات المشايخ والدعاة يسهل على الشباب تصويب بعض المفاهيم الخاطئة من ناحية دينية.

المطلب الثاني: السلبيات

- 1- إضاعة الوقت: بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة إلى صفحة أخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه¹.
 - 2- خرق خصوصية الأفراد: تشكل ملامح خرق الخصوصية من خلال تمكين الآخرين من الإطلاع واستخدام معلومات المشتركين كأرقامهم وهواتفهم وعناوينهم وتعقب الأفراد من ذوي الأنشطة المحددة من خلال المعلومات غير مصرح بها من قبل المشتركين.
- ومثلت الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد موقع الفيس بوك كثيرا ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع، كما يواجه الفيس بوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد رفاق روكر

¹ فاطمة بريك، مرجع سابق، ص، 48.

بيرج السابقين الذين يزعمون أن الفايسبوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفردية الأخرى.¹

3- بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة: والتجمعات الفاسدة خاصة أن أكثر رواد الشبكات الاجتماعية من الشباب مما يسهل إغوائهم بدعوات لا تحمل من إصلاح شيئاً بل هي للهدم والتدمير، وقد يكون وراء ذلك منقعات وتجمعات بل ودول لها أهداف تخريبية.

4- انعدام الهوية الحقيقية: الهوية الحقيقية لا يمكن أن تعرف وتظهر إلا إذا اجتمع شخص بالآخر، وتبقى العلاقة بين الأشخاص عبارة عن أسطورة إذ غابت عنها لغة الحسد ومعرفة السلوك الشخصي مباشرة، لذلك من الصعب الحصول على السلوك الكامل للمستخدم والسمات الشخصية له من خلال التفاعل الإلكتروني.²

5- تتعارض مع ثقافته المحلية.

6- التفكك الأسري.

7- تزيد الكسل والخمول.³

¹ خولة لعبيدي، نعيمة جواد، المرجع السابق، ص، 62-63.

² فاطمة بريك، المرجع السابق، ص، 48-49.

³ هناء سرر، المرجع السابق، ص، 27.

الفصل الثالث

الأسرة في الإسلام

المبحث الأول: أهمية ومميزات الأسرة في الإسلام

المبحث الثاني: أسس الأسرة في الإسلام

المبحث الثالث: مكانة الأسرة في الإسلام

المبحث الرابع: مقاصد الأسرة في الإسلام

المبحث الأول: أهمية ومميزات الأسرة في الإسلام

مفهوم الأسرة في الإسلام لفظ الأسرة ورد في القرآن الكريم بمعنى الأصل كما قال تعالى: ﴿فَلَمَّا قَضَىٰ مُوسَىٰ الْأَجَلَ وَسَارَ بِأَهْلِهِ آنَسَ مِنْ جَانِبِ الطُّورِ نَارًا قَالَ لِأَهْلِهِ امْكُثُوا إِنِّي آنَسْتُ نَارًا لَعَلِّي آتِيكُم مِّنْهَا بِخَبَرٍ أَوْ جَذْوَةٍ مِّنَ النَّارِ لَعَلَّكُمْ تَصْطَلُونَ ﴿٢٩﴾ القصص: 29.

كما ﴿وَأَجْعَلْ لِّي وَزِيرًا مِّنْ أَهْلِي ﴿٣٠﴾ هَرُونَ أَخِي ﴿٣١﴾ طه: 29-30

أما معناها فيمكن استخلاصه وأستنباطه من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الواردة التي حددت عناصر الأسرة في الزوج والزوجة والأبناء قال تعالى: ﴿وَأَنَّهُ حَاقَ الزَّوْجَيْنَ الذَّكَرَ وَالْأُنثَىٰ ﴿٤٥﴾ النجم: 45.

وجعل فقهاء المسلمين لفظ الأسرة يتسع كل من الزوج والزوجة والأولاد ولعل التعريف الأرحح للأسرة أنها مؤسسة فطرية إجتماعية بين رجل وإمرأة وتوفرت الشروط الشرعية للإجتماع، إلتزام كل منها بما له وما عليه شرعا أو شرط أو قانونا.

والتعريف المختار في ضوء التعاليم الشرعية أن الأسرة هي: المؤسسة الاجتماعية التي تنشأ من اقتران الرجل والمرأة بعقد يرمي الى انشاء للبيئة التي تساهم في بناء المجتمع.¹

المطلب الأول: أهمية الأسرة في الإسلام

الأسرة هي البيئة الأولى في بناء المجتمع الذي يتكون من مجموعة أسر ترتبط ببعضها البعض والمجتمع كله تقاس قوته أو ضعفه بقدر تماسك الأسرة أو ضعفها داخل المجتمع وترجع قوة الأسر أو ضعفها في المجتمع الإسلامي إلى مدى تمسكها بالدين الإسلامي.²

¹ محمد صالح، عبد الحي ثاية، افة العولمة وتأثيرها على تماسك الاسرة المسلمة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ملخص منشور في الانترنت:

(<https://manifest.univ.ourgla.dz>)

² على بن عبده بن شاكر أبو حميدي، أهمية الأسرة ومكانها، شبكة الألوكة (www.alukah.net)، بتاريخ التصفح 22مارس2017.

فأولى الإسلام عناية فائقة بالأسرة لحمايتها من التفكك وهي العماد الأول للمجتمع المسلم والمحض التربوي الأول الذي يتخرج منه الفرد.

للمجتمع ولنفسه، ولذا اهتم الإسلام بالأسرة اهتماما بالغ شمل جميع مراحل بناءها، ذلك لان الأسرة نواة المجتمع، والمجتمع مجموع هذه الأسرة هي لبنة التي يقوم عليها وينمو بها.¹ وتظهر أهمية الأسرة ومكانتها العظيمة فيما يلي:

1- تلبية الأسرة لحاجتها الفطرية وضرورتها البشرية والتي تكون موافقة لطبيعة الحياة الإنسانية مثل: إشباع الرغبة الفطرية، وهي الميل الغريزي في أي أن يكون ذرية ونسل

2- تحقيق المعان اجتماعية لا يمكن أن تتحقق إلا من خلال الأسرة مثل حفظ الأنساب والمحافظة على مجتمع سليما من الآفات والأمراض النفسية والجسمية وتحقيق معنى تكافل الاجتماعي

3- يغرس الفضائل الخلقية والحصل الحميدة في الفرد والمجتمع²

4- تحقيق السكن النفسي والطمأنينة قال تعالى: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا

لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْتَبِرُونَ ﴿٢١﴾ الروم: 21

5- الأسرة هي الطريق الوحيد لإنجاب الأولاد الشرعيين وتربيتهم وتحقيق عاطفة الأبوة والبنوة

6- تعد الأسرة مؤسسة للتدريب على تحمل المسؤوليات وإبراز الطاقات.. إذ يحاول واثبات كل

من الزوجين بذل الواسع للقيام بواجباته واثبات جدارتها لتحقيق سعادة الأسرة.³

كما تبرز أهمية الأسرة من خلال وظائف والدور التي تؤديه للأفراد والمجتمعات على حد سواء فيجد الفرد سكنه وحمائته ورعايته وأمنه وهي تلي الحاجيات الغريزية للزوجين والحاجات الفطرية الآباء والأمهات والأبناء الخاصة بكل منهم نحو الأخر، فهي تساهم بشكل فاعل في تقوية

¹ محمد صالح، عبد الحي ثايه، مرجع سابق.

² على بن عبيد بن شاعر أبو حميدي، مرجع سابق.

³ الأسرة الإسلامية ومكانتها في المجتمع، (www.traidnt.net)، تاريخ التصفح، 23 مارس 2017.

الأوامر بين الناس، وهي منبت للفضائل ومصدر للتربية وهي في المحصلة اللبنة الأساسية والأولى للمجتمع الذي يتكون بناؤها من مجموعها.

ومن دلالات أهمية الأسرة في القرآن الكريم، أن الإسلام وضع أصولاً لمنهج يؤلف دستور كاملاً شاملاً دقيقاً لنظام الأسرة، وتتناول كل جزئية من شؤونها وتدلل تلك الأصول بكثرتها وتنوعها ودقتها وشعولها على مدى الأهمية التي يعقدها المنهج الإسلامي للحياة الإنسانية على مؤسسة الأسرة.¹

المطلب الثاني: خصائص ومميزات الأسرة في الإسلام

عني الإسلام بالأسرة عناية كبيرة، وجعل لها مكانة عظيمة فوجود الإنسان واستمرارية نسله قائم على وجود للبشرية إلى أن يرث الله الأرض من عليها وتكون الأسرة مبنى على ارتباط بين رجل وامرأة لإيجاد النسل ولأولاد والأسرة فالأسرة كما رسمها نظام الإسلام هي ما يطلق عليها (الأسرة الممتدة) التي تشمل الزوجين والفروع والأصول وما يخرج منها

ومن هنا فإن الأسرة في النظام الإسلامي تتميز بعدة مميزات تبين الدور المنوط من وجودها ومن هذه الخصائص هي:

1- أنها علاقة مجمعة: لان الإسلام يدعو إلى الجمع والتآلف قالى تعالى في محكم² كتابه قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَدَّرُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾﴾ الحجرات: 13.

2- إنها علاقة إيجابية : لأن الإسلام دين يدعو إلى التعاون والتواصل والإخاء والتودد والحب والزواج، كما يدعو إلى التعارف وفي ذلك قال تعالى: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١﴾﴾ الروم: 21

¹ الأسرة الإسلامية ومكانتها في المجتمع، مرجع سابق.

² رشا بسام إبراهيم رزيقة، عوامل استقرار الأسرة في الإسلام، رسالة ماجستير في الفقه التشريع. بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية. نابلس، فلسطين، 2010م، ص12.

3- أنها علاقة طويلة الأجل ومستمرة: لأن عقد الزواج الإسلامي غير محدودة المدة وإنما يقوم على الدوم وكذلك من أجل استمرارية العلاقة جعل الإسلام عقد الزواج ميثاقاً غليظاً وفي ذلك قال الله تعالى: ﴿وَكَيْفَ تَأْخُذُونَهُ وَقَدْ أَفْضَى بَعْضُكُمْ إِلَى بَعْضٍ وَأَخَذْنَ مِنْكُمْ مِيثَاقًا غَلِيظًا ٢١﴾ النساء: 21.

4- وكذلك تتميز العلاقة داخل الأسرة المسلمة بالديمومة، لأن العلاقات بين الأبناء والآباء والأقارب تحكمها صلة الدم التي لا يمكن التخلي عنها بالإضافة إلى فرض حقوق وواجبات مترتبة عليها كما¹ في قوله تعالى: ﴿وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ أَرْحَمُهُمَا كَمَا رَبَّيْتَنِي صَغِيرًا ٢٤﴾ الإسراء: 24.

5- علاقة بناءة: حيث إن الإسلام نهى عن العلاقات السلبيّة والهدامة والمفرقة والتي تدعوا إلى الانفصالية وقطع الروابط الاجتماعية وفي لبيان ذلك يقول النبي صلى الله عليه وسلم: مثل المجلس الصالح والسوء كحامل المسك ونافع الكبير فحامل المسك أمان يخذك وإما أن تباع منه وإما أن تجد منه ريحاً طيبة ونافع الكبير إما أن يحرق ثيابك وإما أن تجد ريحاً خبيثة²

6- أنها تقوم على رابط شرعية أساسها الزوج والزوجة.

7- أن الأسرة في الإسلام هي أساس المجتمع المسلم ونواته.

8- للأسرة دور فعال في تكوين توجيهات أفرادها، وضبط سلوكهم ورعاية أخلاقهم.³

¹ رشا بسام إبراهيم رزيقة، مرجع سابق، ص 13.

² أخرجه البخاري، محمد بن إسماعيل أبو عبد الله 256هـ، صحيح البخاري، كتاب البيوع باب في العطر وبيع المسك، دار ابن كثير، اليمامة بيروت، ط3، 1407هـ، حديث رقم 1959، ص741.

³ عادل بن شاهر عودة الدعددي، التحديات التي تواجه الأسرة المسلمة في المؤتمرات الدولية، دراسة نافذة في ضوء التربية الإسلامية، شهادة ماجستير في التربية الإسلامية والمقارنة، المملكة العربية السعودية وزارة التعليم العالي جامعة الثرى، كلية التربية 1430-1431هـ، ص29.

المبحث الثاني: أسس الأسرة في الإسلام

على ضوء ما ذكر في معنى الأسرة في اللغة والاصطلاح يتبين لنا أسس الأسرة في إسلام وركيزتها الرئيسية عقد النكاح الذي هو الميثاق الغليظ والربط بين رجل وامرأة هما محلا لهذا العقد، ويترتب بموجبه على كل من طرفي العقد العديد من الحقوق والواجبات الشرعية تجاه بعضهما البعض، وتجاه ما يتولد عنها من ذرية أوله صلة بهما من الأصول والفروع وذوي الأرحام قال تعالى: ﴿وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تُبَدِّلُوا زَوْجَكُمْ مَكَانَ زَوْجِكُمْ وَأَنْتُمْ مُؤْمِنُونَ فَادْعُوا أَهْلَ بَيْتِكُمْ لِيُخْبِرُواكُمْ إِنَّهُ كَانَ خَبِيرًا﴾ [النساء: 20]

قال تعالى: ﴿وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا فِيهَا وَلِيَ بَيْنَكُمْ وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا فِيهَا وَلِيَ بَيْنَكُمْ وَحَفَدَةً وَرَزَقَكُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ أَفَبِالْبِطْلِ يُؤْمِنُونَ وَبِعِمَتِ اللَّهِ هُمْ يَكْفُرُونَ﴾ [النحل: 72].

وهذا من شأن أن يجعل العلاقة الزوجية علاقة محترمة..مقدسة. وليست علاقة مصلحة أو غريزية لأنها جعل إلهي منضبط بأحكام شرعية ثابتة مستقرة تؤسس بحسبها الأسرة الإسلامية على المودة والرحمة وبذلك يتحقق لها السكينة الطمأنينة النفسية والتعاون على البر والتقوى تتولى مسؤوليتها الشرعية في التنشئة السوية للأبناء على المستوى الفردي والمجتمعي ونقوم لواجباتها التكافلية والتضامنية في نطاق الأسرة ومن هنا نجد أن الإسلام اهتم بسلامة الأسرة منذ بداية تكوينها، فوضع العديد من القواعد والأسس اللازمة لبناء الأسرة على المودة والألفة والرحمة، ولتكون بيئة ملائمة للسكينة والاطمئنان لجميع أفرادها في نطاق الأسرة النواة والممتدة وأهتم تلك الأسس لقيام الأسرة الإسلامية هي: ¹

أولاً: إقامة الأسرة على الإيمان.

ومن هنا نجد أن الإسلام جعل من شروط قبول كل من زوجين بالآخر أن يكون كلا من الزوجين مرضي في دينه هذا ما تؤكد النصوص الشرعية في قوله سبحانه وتعالى ﴿وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكَةَ حَتَّىٰ تُؤْمِنَ وَلَا أُمَّةٌ مُّؤْمِنَةٌ خَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكَةٍ وَلَا تُؤْمِنُ حَتَّىٰ يُؤْمِنُوا وَلَعَبْدٌ

¹ إحسان عبد المنعم سمارة، البنية الأسرية في المنظور الإسلامي والنظم الوصفية المعاصرة، الكلية الشرعية، جامعة جرش، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد الرابع 2012م، ص192.

مُؤْمِنٌ خَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكٍ وَلَوْ أَعَجَبَكُمْ أُولَئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ وَبَيِّنُ
ءَايَاتِهِ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٢٢١﴾ البقرة: 221

وقوله صلى الله عليه وسلم: (إذا أتاكم من ترضون دينه وخلقه فزوجوه إلا تفعلوا تكن فتنة في الأرض وفساد عريض)¹ وهذا أساس مهم في البناء الأسري الإسلامي يضمن استقرار الأسرة، وقيامها بما همها واوا جبتها، في تحقيق الطمأنينة والسكينة لإفرادها فالرجل متدين يحافظ على زوجته وأفراد أسرته فلا يظلمهم. إن أكرمهم، ويكرمهم إن أحبهم، ويصبر على ما ليس فيه منهم ويعاشرهم بالمعروف وفق مرضاه الله تعالى.

ثانياً: بناء الأسرة وفق عقد النكاح الشرعي الصحيح المستوفي الأركان عقد النكاح وشروط الشرعية فعقد النكاح هو من الأسس الرئيسة لتكوين الأسرة أولاً يتأني وجود أسرة إسلامية بدونه وعقد النكاح المستوفي للأركان والشروط الشرعية هو الذي تقوم به الأسرة متماسكة قوية عصية على التصدع والانحيار² ولقد رغب الإسلام في الزواج وخض عليه والزواج في شريعة الإسلام أهمية كبيرة ودوافع رئيسية، ومصالح إنسانية ضرورية إنه السبيل الوحيد الذي شرعه الله لعبادة تحقيق حاجات نفسية وعاطفية.

لقد اهتم الإسلام عقد النكاح حتى سماه الله عزو جل في كتابه بالميثاق الغليظ.

كما أن من مظاهر اهتمام الإسلام بالزواج أن جعل له ضوابط وقوانين، ولعل مظاهر هذه الغاية أنه وضع للزواج أركاناً محددة وشروط مهمة لكي يتم تشيد الكيان الأسري على أسس سليمة وقواعد دقيقة وفقاً لروح الإسلام ومبادئه، أما وسائل تكوين الأسرة من منظور الإسلام فهي كما يلي:

• أركان الزواج: للزواج ثلاثة أركان لا يتم إلا بها وهي:

1- وجود الزوجين الحاليين من الموانع التي تمنع صحة النكاح، بأن لا تكون المرأة ملا من اللواتي يجرمن على هذا الرجل بنسب أو عده أوضع.

¹ الترميذي سنن الترميذي، رقم (1084)، أنظر أيضاً: ابن ماجة السنن ابن ماجة (1967).

² إحسان عبد المنعم سمارة، المرجع السابق، ص193.

2- حصول الإيجاب وهو اللفظ الصادر من الولي أو من يقوم مقامه بأن يقول الزواج تزوجتك فلانة.

3- حصول القبول وهو اللفظ الصادر من الزوج أو من يقوم مقامه بأن يقول قبلت هذا النكاح أو التزويج.

• شروط الزواج

1- تعين كل من الزوجين ويحصل التعين بالإشارة إلى المتزوج أو تسمية كان يقال زوجتك بني فلانة.

2- رضا كل من الزوجين بالأخر، فلا يصح إن أكره أحدهما على الآخر.

3- أن يعتقد على المرأة وليها فلو زوجت المرأة نفسها بدون وليها فنكاحها باطل

4- الشهادة على عقد النكاح ولا يصح الزواج إلا شهادة رجلين عدلين ولا شك أن لهذه الضوابط والوسائل التي حددها الإسلام لكي يعترف بهذه الأسرة أثر إيجابية عظيمة لا يدركها العقل البشري لأول البشري لأول وهلة كما أنها بعيدة المغزى حيث تنظر إلى مصلحة كل من الزوج والزوجة بل وتتعدى إلي أصلها وإلى المجتمع المسلم بعمومه.¹

ثالثاً: ضرورة التلازم بين عقد النكاح واثاره الشرعية.

وهذا مما يجعل للزواج في الإسلام معنى سام ويجعل منه لبنة أساسية أولى في سوية الأفراد، وبناء المجتمع، وتكافل أبنائه مادياً ومعنوياً، على نحو يجعل من الأسرة النواة والأسرة الممتدة في المجتمع الإسلامي، والأمة الإسلامية كالجسد الواحد والبيان المرصوص ليشد بعضهم أزر بعض، ومن أفا كانت النصوص الشرعية المتعلقة بالزواج توفى بذلك، يشير إليه في قوله سبحانه: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَكُمْ مِنْ تُرَابٍ ثُمَّ إِذَا أَنْتُمْ بَشَرٌ تَنْتَشِرُونَ ﴿٢٠﴾ وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١﴾﴾ الروم: 20-21

¹ عادل بن شاھر عودة الدعدی، المرجع السابق، ص 33-34.

رابعاً: القوامة

مراعاة أن تكون القوامة في الأسرة للرجل بمعنى أن يكون الرجل هو الذي يتحمل تبعات الأسرة ويتولى مسؤولية رعايتهما لقوله سبحانه وتعالى: ﴿الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ أَمْوَالِهِمْ فَأَلْصَلِحَاتُ قَانِتَاتٌ حَفِظَتْ لِّلْغَيْبِ بِمَا حَفِظَ اللَّهُ وَالَّتِي تَخَافُونَ نُشُوزَهُنَّ فَعِظُوهُنَّ وَأَهْجُرُوهُنَّ فِي الْمَضَاجِعِ وَأَضْرِبُوهُنَّ فَإِنْ أَطَعَكُمْ فَلَا تَبْغُوا عَلَيْهِنَّ سَبِيلاً إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيماً كَبِيراً ﴿٣٤﴾ النساء 34.

وقوله صلى الله عليه وسلم والرجال راع في أهله وهو المسئول عن لرعيته والذي ينبغي التنبيه إليه في هذا الخصوص أن قوامه الرجال على النساء في الأسرة هي قوامه رعاية ومسؤولية ليست قوامه استبداد وسلطان، وهذا من الأسس الهامة في المحافظة على كيان الأسرة وبما فيها من التصدع والانهيار.¹

خامساً: مراعاة الديمومة في عقد النكاح.

هذا لتحقيق الأهداف الرئيسية، سواء في نمو الفرد للنوع الإنساني، وبناء الشخصيات الإسلامية السوية، أو في تركيز قواعد الآداب والقيم العامة اللازمة لاستقرار المجتمع وتماسكه هنا كان إجماع كلمة المعنيين بالدراسات الأسرية أن الأسرة هي الوحدة الاجتماعية الأولى التي تتصدق على بقاء النوع، وهي نواة المجتمع وأساس جميع نظم إلى جانب دورها الفعال والمباشر في تعليم أبناء المعايير السلوكية وقواعد الآداب والأخلاق ولها أثرها البارز في التكوين النفسي والتقويم السلوكي لأفرادها وهذا كله يتطلب أن تكون الأسرة مأوى دافئ وملجأ آمناً ومركز للحب والوئام وبعثاً على الطمأنينة والاستقرار، وذلك يقتضي أن تنبني الأسرة على الديمومة والبقاء وفي الخصوص جاء في ميثاق الأسرة وغيره (حرصت الشريعة الإسلامية على أن يكون الزواج على جهة الدوام وقد أضفى الإسلام صفو القداسة على عقد الزواج وجعله ميثاقاً غليظاً) وهذا مما حرص عليه الإسلام في جعله عقد النكاح دائماً إبطاله لكل نكاح مؤقت أو مشروط بشرط تؤثر في ديمومة، ومن هنا نجد أن الإسلام أبطل كل أنواع الأنكحة إلى النكاح الشرعي الصحيح.

¹ إحسان عبد المنعم سمارة، مرجع سابق، ص 195.196.

المبحث الثالث: مكانة الأسرة في الإسلام

الإنسان بفطرته يميل إلى الآخرين، ويشعر بالحاجة إلى من يعيش معه، و يأنسى إليه، ويقترب منه كما أنه بحاجة إلى المودة والرحمة، ولا يكون ذلك في ضلال الأسرة التي يلتقي طرفها بالزواج الشرعي، الذي عن طريقة ليستطيع كل من الزوج والزوجة القيام بأهدافه ومقاصده، تتم له الراحة والسكينة والاستقرار كما قال تعالى: ﴿ وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْتَبِرُونَ ﴾ ﴿٢١﴾ الروم: 21

قال تعالى: ﴿ هُوَ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَجَعَلَ مِنْهَا زَوْجَهَا لِيَسْكُنَ إِلَيْهَا فَلَمَّا تَغَشَّاهَا حَمَلَتْ حَمْلًا خَفِيًّا فَمَرَّتْ بِهِ فَلَمَّا أَثْقَلَتْ دَعَوَا اللَّهَ رَبَّهُمَا لَئِنْ آتَيْتَنَا صَالِحًا لَنُكَونَنَّ مِنَ الشَّاكِرِينَ ﴾ ﴿١٨٩﴾ الأعراف: 189.

كما أن الأسرة في الإسلام التي تحافظ على ذكر الإنسان، وتبقي على¹، نوعه وذريته والإنسان يجب الخلود والبقاء، وهو يعرف أن ذلك مجال في هذا الدار. فهو يطلب الأولاد ليعيش فيهم بعد موته باسمه وذكره، فالزواج إذا هو الطريق الشرعي لاستمرار الحياة الإنسانية وبقاء نوعه وفي الأسرة تلبية الغريزة التي أودعها الله في بني آدم، واستجابة الطبيعية الزوجين دون عنى ومشقة أو ضرر بالفرد أو المجتمع والأسرة هي المنظم الطبيعي للغريزة الجنسية وهي النظام الفذ الذي يضمن الاستجابة الطبيعية بين الزوجين دون إعانات للفرد وتدمير للمجتمع، وفي ضلالها تجد الغريزة علاجها ومنفسها الطري بلا منازع.

- كما أنها تزرع الأخلاق وتقوم على تعديل سلوك وتحافظ على العفاف ولهذا عبر القرآن عن الزواج بلفظ الإحصان قال تعالى: ﴿ وَمَنْ لَمْ يَسْتَطِعْ مِنْكُمْ طَوْلًا أَنْ يَنْكِحَ الْمُحْصَنَاتِ الْمُؤْمِنَاتِ فَمِنْ مِمَّا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ مِنْ فِتْيَتِكُمُ الْمُؤْمِنَاتِ وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِأَيْمَانِكُمْ بَعْضُكُمْ مِنْ بَعْضٍ فَأَنْكِحُوهُنَّ بِأَذْنِ أَهْلِهِنَّ وَآئُوهُنَّ أَجُورَهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ مُحْصَنَاتٍ غَيْرَ مُسَفَّحَاتٍ وَلَا مُتَّخِذَاتِ أَخْدَانٍ فَإِذَا أُحْصِنَ فَإِنْ أَتَيْنَ بِفَاحِشَةٍ فَعَلَيْهِنَّ نِصْفُ مَا عَلَى الْمُحْصَنَاتِ مِنَ الْعَذَابِ ذَلِكَ لِمَنْ خَشِيَ الْعَنَتَ مِنْكُمْ وَأَنْ تَصْبِرُوا خَيْرٌ لَكُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴾ ﴿٢٥﴾ النساء: 25

¹ عادل بن شاهر عودة الدعددي، مرجع سابق، ص30.

وكان المتزوج يبني حضاً يصون به عفافاً ولا يتجاوز في المنظور الإسلامي أن تؤسس الأسرة وتؤدي الغريزة باتخاذ الأخدان كما هو متصور عند البيئات الجاهلية قديماً وحديثاً فالإسلام يحث الناس على تكوين الأسرة رغبة في المحافظة على النوع البشري، عن طريق التناسل والتكاثر الذي يحصل إلا بالزواج الشرعي، الذي يحقق استمرار البقاء البشري، كما يدعو إلى تكوينها رغبة في سلامة المجتمع من الانحلال الخلقي والفوضى الجنسية التي أدت إلى هلاك أقوام.¹

والإنسان في هذه الحياة يسعى لتحقيق مطالب عديدة وييسمو إلى بلوغ غايات وأهداف لا يستطيع تحقيقها بمفرده، لكن مطالبه تلك قد تكون ميسرة إذ كان ينتمي إلى أسرة تعينه وتشد من أزره يقول طبعه يسعى الإنسان إلى آمال كبيرة ومطالب جسمية، لا يستقل بنفسه بتحقيق ذلك، وما الأسرة إلا المظهر العلمي من المظاهر التعاون في تحقيق المطالب الكبيرة و لايزال الارتباط الأسري من أقوى مظاهر الارتباط بين الناس والتعاون بينهم يجلب المصالح ودفع المضار، وبلوغ الآمال الكبار إذا ففي الزواج يتحمل كل فرد المسؤولية متعددة عن كل تعرفاته.

ولما كانت التربية الإسلامية تسعى لأن يعيش أفرادها في لبنة نقية تصان فيها الحقوق، وتحفظ فيها الفضائل، كانت لها وسائل مهمة لتحقيق ذلك منها الأسرة حيث هي المحضن الطبيعي الذي يتولى حماية الفراخ الناشئة ورعايتها، وتنميته أجسادها وعقولها في ضله تتلقى مشاعر الحب والرحمة والتكافل، وتنطبع بالطابع الذي يلازمها مدى الحياة، وعلى هديه ونوره تتفتح الحياة وتتعامل معها

¹ عادل بن شاهر عودة الدعدي، مرجع سابق، ص 31.

المبحث الرابع: مقاصد الأسرة في الإسلام

الأسرة في الإسلام هي الصورة الطبيعية للحياة المستقرة التي تلي رغبات الإنسان وتفي بحاجته وهي الوضع الفطري الذي ارتضاه الله للناس، وفي دعوة الإسلام إلى تكوين الأسرة وترغيبه في إقامتها تبرز لنا عدد من المقاصد السامية والأهداف ذات الأثر الفعال في الحياة الفرد والمجتمع ويمكن إجمالها فيما يلي:

1- بناء الأسرة عبادة الله:

وذلك في إقامتها إمتثال لأمر الله كما قال: ﴿وَإِنْ خِفْتُمْ أَلَّا تُقْسِطُوا فِي الْيَتَامَىٰ فَانكِحُوا مَا طَابَ لَكُمْ مِنَ النِّسَاءِ مَثْنَىٰ وَثُلَاثَ وَرُبْعًا فَإِنْ خِفْتُمْ أَلَّا تَعْدِلُوا فَوَاحِدَةً أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ذَلِكَ آدَنَىٰ آلَتَعُولُوا ﴿٣﴾﴾ النساء: 3
وامتثال أمر الله عبادة والني صلى الله عليه وسلم يقول: (النكاح من سنتي فمن لا يعمل بسنتي. فليس مني)، وما كان من السنة النبي صلى الله عليه وسلم وهو من الدين وعبادة لله رب العالمين.

وإذ كانت حياة المسلم كلها عبادة لله عزو جل كما قال: ﴿قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾﴾ الأنعام: 162
فالزواج وبناء الأسرة من العبادات العظيمة التي تجري أجرها على المسلم في الدنيا والآخرة، وحينما نتأمل هذا المقصد سام نبيل، ومن أهم يميز الأسرة في الإسلام عن غيرها من الأسر¹.

2- حفظ النوع البشري:

جعل الله تعالى وسيلة التكاثر في الإسلام تتم عن طريق الزواج وبناء الأسرة، حتى ينشئ الفرد في أسرة تتحمل المسؤولية فينشئ نشأة سوية قال تعالى: ﴿يَأْتِيهَا النَّاسُ أَتَقُوا رَبَّكُمْ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴿١﴾﴾ النساء: 1

¹ عادل بن شاهر عودة الدعدي، مرجع سابق، ص 37.

فالآية تتضمن أن الزواج هو أساس الأسرة إنما الهدف الأول منه التكاثر لاستمرارية وجود النوع الإنساني، وهو ما تدعمه أحاديث كثيرة على الزواج من أجل استمرارية النسل وتحت على اتخاذ الأسباب من أجل ذلك، ومن تلك الأحاديث، جاء رجل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال: يا رسول الله إني أصبت امرأة ذات حسب ومنصب ومال، إلا أنها لا تلد أ فأتزوجها؟ فنهاه ثم أتاه الثانية فقال له مثل ذلك فنهاه ثم أتته الثالثة فقال له مثل ذلك: فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم تزوجوا الودود الولود فإني مكاثر بكم لأمم.¹

- لهذا المقصد الكبير حرم الشرع الإجهاض لأنه مع المقصد التكاثر ولأنه يشكل على الحق الإنسان في حياة، ففي جو الأسرة والعلاقة الشرعية يحفظ النسب مما يجعل الطفل ينمو في جو مفهم بالحب والمسؤولية، وقد حرم الإسلام الزنا، بما ينضمه من على النسب وعلى معاني من العفة والطهارة.²

- ومن تجليات هذا المقصد الحفاظ على النوع الإنساني بما ينضم الانساب ويحافظ عليها من الإختلاط والتداخل، فالحفاظ على النسب يتضمن من المغازي الاجتماعية والنفسية وما يكون به النسل أقوى من حيث ذاته، أقدر على الاستمرارية والبقاء، إذ إن الأنساب المحفوظة تقوي من الإنماء الاجتماعي للفرد، كما تقوى نفسياً من الشعور بالثقة بالنفس.³

3- مقصد تحقيق السكون النفسي والطمأنينة

وذلك مصداقاً لما أخبر الله جلا وعلا: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١﴾ الروم: 21

¹ الإمام الحافظ أبي عبد الله محمد بن عبد الله الحاكم النيسابوري المسارك للصحاحين، تحقيق مصطفى عبد القادر عطا، ج2، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط2، 1422هـ-2007م.

² ماهر حسين حصوة، مقاصد الأسرة وأسس بنائها في الرؤية الإسلامية المؤتمر العلمي الدولي بعنوان "الأسرة المسلمة في ظل التغيرات المعاصرة" عمان، الأردن، 2013، ص4.

³ عبد المجيد النجار، مقاصد الشريعة في أحكام الأسرة توجيهها لأحكام الأسرة المسلمة في الغرب، المجلس الأوروبي للإفتاء والبحوث، ص 11-15.

قال أهل التفسير في نهاية هذه الآية: وجعل بينكم مودة ورحمة بما رتب على الزواج من الأسباب الحالية للمودة والرحمة، فحصل بالزوجة الاستمتاع واللذة والمنفعة بوجود الأولاد وتربيتهم، والسكون إليها، فلا بين أحد في الغالب مثل ما بين الزوجين من المودة والرحمة.

- والوحدة الأسرية تلعب دورا بارز في هو الذات ويحافظ على قوتها، إذا توفير محدد للذات، ومن ثم تسمح لها بإدراك الواقع، والتنبؤ بالسلوك في المواقف المختلفة والاستقرار النفسي مطلب مهم في حياة الإنسان، وعلى الأسرة السعي لتوفير الاستقرار والراحة لأفرادها، ذلك انه في جو الأسرة تجدد كل من الزوجات مشاعر الألفة والأنسى والبهجة، والهدوء والاستقرار والراحة النفسية، إذ النفس ملول وبجاجة ماسة إلى من يؤنسها ويسرى عنها ويفرد عنها الوحدة والوحشة وهذه المطالب الفردية لن يتم تحقيقها إلا عن طريق الزواج الذي هو سكن والطمأنينة للرجال والمرأة على السواء

- ولاشك أن توفى السكن والاستقرار النفسي يعين على أداء حق الله من العبادة والطاعة، وليبعث على النشاط والإبداع وتحقيق الأهداف، والسعي في معالي الأمور إلى جانب ما للإنسان من حاجات جسمية تعمل الأسرة من خلال نظامها في الزواج المشروع على تلبيتها وهناك الحاجة العاطفية ممثلة في المودة والتراحم والسكن والروحي والنفسي، والأسرة هنا تلعب دورا في تحقيق هذه الحاجات.¹

4- مقصد تحقيق حاجات الطبيعة الإنسانية للغريزة

إذا كان الله سبحانه وتعالى خلق وأودع فيه حاجات كثيرة، مثل حاجته إلى الطعام والشراب والحب والبغض وحاجته إلى الجنس، وغيرها من الحاجات وابتك حينما تتأمل هذه الحاجات تجد انه ليس من الممكن الاستغناء فيها عن الأسرة.

نظام الأسرة يأتي متوافقا مع الفطرة السليمة الطبيعة الإنسانية السوية، فحينما جعل الله سبحانه وتعالى هذا الميل الغريزي إلى الطرق الأخر، جعل له متنفسا وطريقا صحيحا يمكن للإنسان أن يلي

¹ عادل بن شاهر عودة الدعدي، مرجع سابق، ص 38. 39.

مطلبه من خلاله بالزواج وتكوين الأسرة ذلك أن الإسلام يهدف من الحث على النكاح تلبية نداء الغريزة الجنسية الطبيعية المستقرة لدى الرجل و المرأة و إشباعها بطريقة سليمة منضبطة تتلاءم مع الفطرة التي فطر الناس عليها¹

5- مقصد الإفضاء:

أنكر الله تعالى من يريد طلاق زوجته أن يسترجع شيئاً من المهر الذي قدمه وقد جاء النص القرآني مستنكر قال تعالى: ﴿وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تُبَدِّلُوا زَوْجَكُمْ مِمَّنْ فَتَرَفَتْ رُءُوسُهُمْ فَيَكُونُوا لَكُمْ أَعْيُنًا وَمَنْ عَيْنُكُمْ فَأَنْكِحُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ﴾ النساء: 20 - 21

قد استخدم القرآن لفظ الإفضاء لأنه يعبر عن القيمة التمازج. بين الزوجين مع ما يحصل من ذلك التمازج. من السعادة معنوية وحسية، يقول ابن عاشور في تفسير والإفضاء هو الوصول مشتق من الفضاء الا ان في الوصول قطع الفضاء بين المتواصلين.

يقول محمد البشير الإبراهيمي في وصف ما ينبغي أن تكون عليه العلاقة الزوجية: أنه عقد بين قلبين ووصل بين نفسين ومزج بين زوجين وفي الأخير تقرب بين جسمين.

ولإفضاء بين الزوجين له صور منها:

أ- الإفضاء الجنسي:

فمن مقاصد الزواج تحقيق الإشباع الجنسي بين الزوجين، وقد أشار القرآن إلى هذا المقصد في جملة من الآيات منه ﴿نِسَاءُكُمْ حَرْثٌ لَكُمْ فَأْتُوا حَرْثَكُمْ أَنْتُمْ وَفَدِّمُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ لَكُمْ وَأَعْلَمُوا أَنْكُمْ مَلَاقُوهُ وَيُبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾ البقرة: 223، وقال سبحانه: ﴿أَجَلٌ لَكُمْ لَيْلَةَ الصِّيَامِ الرَّفَثُ إِلَى نِسَائِكُمْ هُنَّ لِبَاسٌ لَكُمْ وَأَنْتُمْ لِبَاسٌ لَهُنَّ...﴾ البقرة: 187.

فالإسلام يقر إشباع هذه الشهوة، ولكن في إطار شرعي نضيف يتمثل في جو من الرقي والمسؤولية واحترام الآخر وهو الزواج، وقد شبه الله تعالى العلاقة بين الزوجين بالباس " وَأَنْتُمْ لِبَاسٌ لَهُنَّ

¹ عادل بن شاهر عودة الدعدي، مرجع سابق، ص 40.

" ومن دلالات هذه الآية أن الإنسان كما لا يستطيع الاستغناء عن لباس، لا يستطيع كل طرف من الزوجين الاستغناء عن الآخر، وكما أن للباس تتمثل وظيفة بالنشر الحماية والتزيين كذلك العلاقة الزوجين، فالزواج يستر الإنسان، فيشبع حاجاته في إطار نضيف طاهر، فيحفظه من أن يقع في مستنقع الرذيلة وبالزواج يتحمل الإنسان المسؤولية.¹

ب- الإفضاء النفسي:

والمقصود به ما يحصل بناء الأسرة من راحة نفسية بالمودة والألفة والسكن والأمن وقد أفادت آيات وأحاديث كثيرة أن هذا الغرض من الإفضاء هو أحد المقاصد الأساسية للشريعة في شأن الأسرة، ومن ذلك ﴿هُوَ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَجِدَةٍ وَجَعَلَ مِنْهَا زَوْجَهَا لِيَسْكُنَ إِلَيْهَا...﴾ الأعراف: 189.

وقد جاءت أحكام الشرعية وتوجيهاتها تهدف بما تهدف إلى تحقيق هذا المقصد فقد اعتبر الارتباط الأسري ابتداء ميثاقا غليظا وهو تعبير يوحى بما ينشأ عن العشرة الزوجية من التقارب وبين الزوجين مما يجعل الصلة بينهما تبلغ من القوة والمتانة.²

6- مقصد تدريب المسلم ذكر وأنثى على تحمل المسؤولية

قال تعالى في تحديد مسؤولية الرجل داخل نطاق الأسرة ﴿الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ أَمْوَالِهِمْ...﴾ النساء: 34.

والقوامه تعني حسن قيادة الأسرة وإدارتها وتوفير احتياجاتها كما ذكر الله عن موسى عليه السلام، وكما حدد القرآن مسؤولية الرجل داخل نطاق الأسرة، حدد كذلك مسؤولية المرأة ﴿وَأَوْحَيْنَا إِلَىٰ آلِ مُوسَىٰ أَنْ أَرْضِعِيهِ فِإِذَا خِفْتِ عَلَيْهِ فَأَلْقِيهِ فِي الْيَمِّ وَلَا تَخَافِي وَلَا تَحْزَنِي إِنَّا رَادُّوهُ إِلَيْكِ وَجَاعِلُوهُ مِنَ الْمُرْسَلِينَ﴾ القصص: 7³، وقد أكد النبي صلى الله عليه وسلم المسؤولية المشتركة للزوجين في النصوص بشؤون الأسرة فقال: (كلكم راع ومسئول عن رعيته فالإمام

¹ ماهر حسين حصوة، مرجع سابق، ص 3

² عبد المجيد النجار، مرجع سابق، ص 14.

³ نادر محمد العريفي، مقاصد تكوين الأسرة في القرآن الكريم، مقال منشور في الأنترنت موقع:

راع وهو مسئول عن رعيته والرجل في أهله راع وهو مسئول عن رعيته والمرأة في بيت زوجها راعية وهي مسئولة عن رعيته¹.

7- مقصد تكوين الروابط الاجتماعية بين أفراد المجتمع

وذلك أن الفرد حينما يسعى لتكوين الأسرة يبحث عن زوجة تناسبه وتلائمه، وإذ وجد الزوجة الصالحة قامت بينهما العلاقة التي تسودها المحبة والنقاء، ثم أنتجت هذه الأسرة أبناء ترابطهم بوالديهم علاقة الأبوة من عطف حنان والرعاية وعلاقة البنوة من بر وإحسان وتلطف وهذا ما أمر به الإسلام ويتحقق فيما أخبر به النبي صلى الله عليه وسلم من أن المجتمع المسلم كالجسد الواحد تربط فيما بينهم علاقات قوية وروابط نتيجة وكذلك ترتبط كل أسرة بأسر أخرى من أقارب الزوج وأقارب الزوجة ذلك انه عن طريق الزواج تكون الأسرة وعن طريقه أيضا تتكون الروابط بين الأسرة ثم بين المجتمع والأجناس والشعوب والقبائل المختلفة.²

¹ كتاب صحيح البخاري، رقم الحديث (3/120)

² عادل بن شاهرة عودة الدعدي، المرجع سابق، ص 42.

الفصل الرابع

عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

تمهيد

المبحث الأول: عادات وأنماط استخدام الأزواج لمواقع

التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"

المبحث الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام

الأزواج لمواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"

المبحث الثالث: أثر مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك على

الأزواج

النتائج العامة للدراسة

تمهيد:

اصبحت شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" اليوم من أهم الموضوعات الرئيسية، ولهذا سنتناول في هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية التي اجريت عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك وأثرها على الأزواج

ويبين هذا الفصل نسبة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل "الاجتماعي الفيسبوك" والفترة التي يقضونها، وأهم الخدمات المفضلة لديهم، مع ذكر الدوافع التي لديهم لاستخدام هذا الموقع، وما إذ كانوا تأثروا عند استخدامهم للفايسبوك وفي عرض النتائج المتوصل إليها.

وتم تقسيمها إلى مباحث التالية:

- المبحث الأول: عادات وأنماط استخدام الزواج لمواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".
- المبحث الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الأزواج لمواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".
- المبحث الثالث: أثر مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك على الأزواج.

المبحث الأول: عادات وأنماط استخدام الأزواج لمواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"

الجدول رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب إمتلاكهم لحساب مواقع التواصل

الإجتماعي "الفايسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
100%	140	نعم
/	/	لا
100%	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (06): أن أفراد العينة جميعا يستخدمون حساب على مواقع التواصل الاجتماعي في الفايسبوك ومنها نستنتج أن هذا راجع لأهمية أو دور الوسيلة في فهم التفاعلات البشرية.

يفسر الجدول رقم (06): أن معظم الأزواج يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك.

الجدول رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب تصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعي

"الفايسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
7.59%	12	الحاسوب المكتبي
39.87%	63	الحاسوب المحمول
51.89%	82	الهاتف النقال
0.63%	1	مقهى الانترنت
100%	158	المجموع

يوضح الجدول رقم (07): الوسيلة التي سيخدمها الأزواج عند تصفح الفايسبوك حيث اشارت النتائج أن نسبة الذين يستخدمون الهاتف النقال قدرت بنسبة (51.89%) من طرف (82 مفردة)، ثم تليها نسبة (39.87%) من قبل الذين يستخدمون الحاسوب المحمول من طرف (63 مودة) ثم تليها نسبة (7.59%) من قبل الذين يستخدمون الحاسوب المكتبي، ثم بعد ذلك تأتي أدني نسبة من قبل الذين يستخدمون في مقهى الإنترنت (0.63%) من طرف مفردة واحدة.

تفسر نتائج الجدول: حيث أن أغلب الأزواج يستخدمون وسيله الهاتف النقال وذلك لسهولة استعماله وفعاليته أثناء التصفح أكثر من باقي الوسائل الأخرى بالإضافة إلى استخدامهم للحاسوب المحمول وذلك يعود إلى سهولة تنقله، وأخيرا قلة استخدام الحاسوب المكتبي إلا من قبل الموظفين في المكاتب.

الجدول رقم (08): توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي

"الفيسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
16.42%	23	أقل من سنة
33.57%	47	من سنة إلى ثلاث سنوات
50%	70	أكثر من ثلاث سنوات
100%	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (08): مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الإجتماعي "فايسبوك" وتشير النتائج الجدول أن نصف العينة بدؤوا يستخدمون موقع منذ "أكثر من ثلاث سنوات وذلك بنسبة (50%) ثم تليها نسبة (33.57%) يستخدمونه من سنة إلى ثلاث سنوات ثم تليها نسبة الذين يستخدمونه أقل من سنة بنسبة (16.42%).

تفسير نتائج الجدول: نلاحظ إقبال المبحوثين في استخدام هذه المواقع مؤخرا ويعود بنسبة ذلك إلى:

- نجد أن أستخدم مواقع التواصل الإجتماعي من قبل أفراد العينة يستخدمونه منذ أكثر من ثلاث سنوات.

- في الثلاث السنوات الأخيرة تنوعت أدوار الفايسبوك وخدماته مما جعله يستميل العديد من الأزواج.

الجدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقصونها في استخدام

مواقع التواصل الإجتماعي "الفايسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
16.42%	23	أقل من ساعة
33.57%	47	من ساعة إلى ساعتين
50%	70	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
100%	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (09): عدد ساعات استخدام "الفايسبوك" بشكل يومي بالنسبة لأفراد العينة، ونلاحظ بأن أغلبهم يقضون في تصفحهم للموقع من ساعتين إلى ثلاث ساعات" وذلك بنسبة (50%) في حين يقضي (33.57%) منهم من ساعة إلى ساعتين في استخدام الفايسبوك في حين يستغرق (16.42%) أقل من ساعة.

تفسير نتائج الجدول رقم (09): يمكن تفسير ذلك بأن المتعة التي يشعر بها مستخدمو الفايسبوك وقت استخدامهم للموقع ومشاركة أصدقائهم الآراء تجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح الموقع.

الجدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي

"الفيسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
% 22.85	32	مرة واحدة
% 41.42	58	من مرتين إلى ثلاث مرات
% 35.71	50	أكثر من ثلاث مرات
% 100	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (10): تبين نتائج الجدول أن أغلبية أفراد العينة يتصفحون موقع الفيسبوك من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم وذلك بنسبة (41.42%) في حين يتصفحها (35.75%) أكثر من ثلاث مرات و(22.85%) مرة واحدة.

تفسير نتائج الجدول رقم (10): وتأتي في هذه النتائج تبين أن العديد من مستخدمي الفيسبوك من الأزواج مدمنون عليه مما تجعل المستخدم يتصفح صفحته أكثر من ثلاث مرات في اليوم، والرغبة الملحة للمستخدم في أن يفتح صفحته بهدف معرفة جديد التعليقات وكذا الأشخاص المتصلين.

الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب الفترات المفضلة لديهم في استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
%14.29	20	صباحا
%30.71	43	مساء
%55	77	ليلا
%100	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (11): أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام الفايسبوك "ليلاً" بنسبة (55%) في حين يفضل (30.71%) منهم استخدامه مساءً و(30.71%) في يفضل البعض اسخدمه صباحاً بنسبة 14.29%

تفسير نتائج الجدول رقم (11): يبدو أن هذا الترتيب منطقياً حين أن الفترات المسائية والفترات الليلية في الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الأشخاص ويقل الاستخدام في الفترة الصباحية بإعتبارها فترة أنشغال العديد من الأزواج.

الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب كيفية استخدام مواقع التواصل الإجتماعي

"الفيسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
40%	56	لوحدهم
26.42%	37	مع الأصدقاء
33.57%	47	مع أفراد العائلة
100%	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (12): أن أغلبية الأفراد العينة يستخدمون الفايسبوك لوحدهم وذلك بنسبة (40%) تليها نسبة (33.57%) مع أفراد العائلة وفي الأخير نسبة (26.42%) مع الأصدقاء.

تفسير نتائج الجدول رقم (12): يبين الجدول ان أفراد العينة يفضلون استخدام الاسم الشخصي لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وهذا راجع الى ان هاته المواقع تعتمد استعمالها على البيانات الشخصية للمتصفح.

الجدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب اختيار الأصدقاء في مواقع التواصل

الإجتماعي "الفيسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
40.71 %	57	المستوى المعرفي والثقافي
7.14 %	10	عن طريق صديق
50 %	70	علاقة القرابة وصداقة
2.14 %	3	عن طريق المجموعة
100 %	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (13): معيار إختيار الأزواج للأصدقاء ألاحظ أن الأكثر نسبة هو بجواب علاقة القرابة والصداقة حيث قدرت بنسبة (50%) ثم يليها معيار المستوى المعرفي والثقافي (40.71%) في المرتبة الموالية هو معيار عن طريق صديق (7.14%) ويليها عن طريق مجموعة (2.14%).

تفسير نتائج الجدول رقم (13): نستنتج من هذه النتائج أن أفراد العينة يتعاملون بنوع الوعي في استخدامهم للفايسبوك من حيث إختيار الأصدقاء، حيث نلاحظ أنهم لا يختارون أصدقائهم بعشوائية، وهذا ما نستنتجه من خلال إختيار أغليبيتهم لأصدقائهم حسب المستوى المعرفي والثقافي.

الجدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة لديهم عند تصفح مواقع

التوصل الإجتماعي "الفيسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
25.71%	36	تكتفي بمشاركة الأصدقاء
50%	70	تقرأ وتعلق على مشاركة أصدقاء
7.14%	24	ندردش مع أصدائك
7.14%	10	لا شيء
100%	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (14): أن أكثر خدمة يفضلها أفراد العينة هي خدمة القراءة والتعليق على ما ورد بنسبة (50%) ثم تليها مشاركة الأصدقاء التي فضلها (36 مبحوثا) بنسبة (25.71%) و ثم تليها الدردشة مع الأصدقاء بنسبة (17.14%) ثم تليها نسبة أفراد العينة الذي لا يقومون بنسبة (7.14%).

تفسير نتائج الجدول رقم (14): نستنتج من هذا الجدول أن المبحوثين يفضلون التفاعلية أكثر من غيرها من خلال القراءة والتعليق والدردشة مع الأصدقاء ، وهذا من أجل تبادل الأفكار والتجارب التي تواجههم في حياتهم الأسرية .

الجدول رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب استفادتهم من مواقع التواصل الاجتماعي

"الفيسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
4.28 %	6	كيفية محاورة مع الآخرين
16.42 %	23	ترويح عن النفس
30 %	42	مواكبة ما هو جديد
8.57 %	12	علم
26.42 %	37	تبادل المعارف والخبرات
14.28 %	20	الكل
100 %	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (15): فائدة المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي إذ نجد أن هناك (42 مبحوثاً) من إجمالي أفراد العينة قدرت بنسبة (30%) من إجمالي أفراد العينة قدرت بنسبة (30%) مواكبة ما هو جديد، ونجد (37 مبحوثاً) من إجمالي أفراد العينة قدرت بنسبة (26.42%) تبادل المعارف والخبرات ونجد أن (23 مبحوثاً) ونجد أن من أفراد العينة بنسبة (16.42%)، ونجد أن (20 مبحوثاً) من بين أفراد العينة بنسبة (14.28%)، ونجد أن 12 من أفراد العينة بنسبة (8.57%) وفي الأخير نجد أن 6 من أفراد العينة بنسبة (4.28%) ، نلاحظ أن أفراد العينة من ناحية فائدتهم من استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي هي مواكبة كل ما هو جديد.

تفسر نتائج الجدول رقم (15): يبين الجدول أن أفراد العينة يفضلون مواكبة كل ما هو جديد، من خلال التأثير الكبير الذي فرضته مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في المجتمعات، نجد أن معظم الأزواج يفضلون استخدام هذه المواقع من أجل معرفة كل ما هو جديد من مواكبة الحياة العصرية.

المبحث الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الأزواج لمواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"

الجدول رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدامهم لمواقع التواصل

الإجتماعي "الفيسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
27.21 %	40	ترفيه وتسلية
55.10 %	81	لتواصل مع الأهل والأصدقاء
6.80 %	10	إنشاء علاقة جديدة
8.84 %	13	تمضيت الوقت
1.36 %	2	ايحاصل من الفراغ العاطفي
0.68 %	1	الهروب من الواقع
100 %	147	المجموع

يوضح الجدول رقم (16): أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك بهدف زيادة التواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة (55.10%) ويأتي في المرتبة الثانية بهدف الترفيه وتسلية بنسبة (27.21%) ثم يليها تمضيت الوقت بنسبة (8.84%) ثم يلها تخلص من الفراغ العاطفي بنسبة (1.36%) وفي الأخير الهروب من الواقع بنسبة (0.68%).

تفسير نتائج الجدول رقم (16): يبين الجدول أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك من أجل التواصل مع الأهل والأصدقاء ، وهذا راجع إلى أن الخاصية التي تمتلكها هذه المواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك من حيث مجانية الاتصال ، وسرعتها، وتطورها ، وكما تلعب هذه المواقع دور كبير في الترفيه والتسلية.

الجدول رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لاسمائهم الحقيقية على حسابهم

في مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
60.71%	85	إسم حقيقي
39.28%	55	إسم مستعار
100%	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (17): استخدام الأزواج للاسم المستعار أو الحقيقي وأشارت النتائج إلى أن نسبة الأعلى كانت للذين يستخدمون "الاسم الحقيقي" قدر ب(60.71%) من قبل (85 مبحوثا) في حين وجدت (55 مبحوثا) يستخدمون "الاسم المستعار" بنسبة قدرت ب(39.28%). تفسير نتائج الجدول رقم (17): أغلبية يفضلون "الاسم الحقيقي" ويعود هذا إلى جديتهم في استخدامهم للموقع، في حين تعود قلة الذين يفضلون "الاسم المستعار" وذلك لكي لا يتعرف عليهم الآخرون.

الجدول رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدامهم لاسمهم الحقيقي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
32.94%	28	أن تجد معارفك بسهولة
67.05%	57	حتى تحضى بثقة المتفاعلين معك
100%	85	المجموع

يوضح الجدول رقم (18): سبب استخدامهم لاسمهم الحقيقي في الفيسبوك وأشارت النتائج الجدول أن أعلى نسبة 67.05% تفي المرتبة الأولى حتى تحض بثقة المتفاعلين ثم تليها في المرتبة

الثانية أن تجد معارفك بسهولة بنسبة 32.94% ، ان سبب الأزواج لاستخدامهم لإسمهم الحقيقي على موقع الفاييسبوك أغلبهم برر ذلك من أجل يجد معارفهم بسهولة ويكتسب يجد معارفهم تفسير الجدول رقم (18): أكدت نتائج الجدول أن نسبة استخدام أفراد العينة لإسمهم الحقيقي "حتى تحضى بثقة المتفاعلين معك." وهذا راجع أن أغلب مستخدمي هذه المواقع في الوقت الحالي أصبحت لديهم شكوك من قبل الذين يستخدمون الأسم المستعار، مما ينشئ على ذلك نفوذ استخدام هاته المواقع.

الجدول رقم (19): توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدامهم لإسمهم المستعار

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
60 %	33	رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرف عليك أحد
40 %	22	الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية
100 %	55	المجموع

يمثل الجدول رقم (19): سبب استخدام الأزواج "للإسم المستعار" حيث وجدت أن الإجابة رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرف عليك "أحد" بنسبة (60%) وتليها "الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية" بنسبة (40%).

تفسير يبين الجدول رقم (19): أن سبب استخدام أفراد العينة لاسم المستعار عو رغبة التعرف بكل الحرية في موقع دون أن يتعرف عليهم أحد فيحاولون قدر إمكان أن لا يتعرف عليهم ، وهذا راجع إلى إستغلال هاته الميزة التي تحتوي على أمور سلبية أكثر مما هي إيجابية، فقد تؤثر في فقدان الثقة بين الزوجين.

الجدول رقم (20): توزيع أفراد العينة في تصرفهم حيال طلبات الصداقة من الغرباء

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
14.28%	20	نعم
85.71%	120	لا
100%	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (20): من بين ما يميز موقع "الفايسبوك" خدمة "طلبات الصداقة" حيث يمكن لأي شخص دخل الفايسبوك حديثاً أن يرسل طلبات صداقة إلى عدد من الأشخاص الذين يعرفهم واقعياً ويتلقى مستخدم الموقع طلبات الصداقة من أشخاص قد يعرفهم أو أشخاص غرباء وبالنسبة لأشخاص غرباء بالنسبة له تختلف إستجابات المستخدمين حيال ذلك حيث يوضح لنا الجدول أن (85.71%) من أفراد العينة لا يوافقون على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء، في حين يوافق (14.28%) منهم على طلبات الصداقة من الغرباء.

تفسير نتائج الجدول رقم (20): يمكن تفسير عدم موافقة أفراد العينة على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء بخوفهم على خصوصيتهم من الغرباء ولتبدو هذه النتائج منطقية ذلك أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون أسمائهم الحقيقية.

الجدول رقم (21): توزيع أفراد العينة حسب الحاجات التي تلبها مواقع التواصل

الإجتماعي "الفايسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
90%	18	التعرف على أشخاص جدد
5%	1	التسلية وتمضية الوقت
5%	1	تكوين علاقات مع الجنس الآخر
100%	20	المجموع

يوضح الجدول رقم (21): يتضح من نتائج الجدول أن أغلبية أفراد العينة يوافقون على طلبات الصداقة من الغرباء للتعرف على أشخاص جدد بنسبة (90 %) و ثم تليها تمضيت الوقت (5%) وتليها تكون علاقات مع الجنس الآخر (5%).

تفسير نتائج الجدول رقم (21): أن أفراد العينة يستخدمون موقع "الفايسبوك" بهدف التواصل والتفاعل مع الآخرين، والتعرف على أشخاص جدد وهذا من أجل تبادل الثقافات وأفكار أفراد المجتمعات الأخرى والتي تختلف خصائصهم ومميزاتهم عن مجتمعنا -وقد يكون لها جانب آخر من خلال محاولة ملئ الفراغ العاطفي الذي قد يتعرض له أحد الزوجين

الجدول رقم (22): توزيع أفراد العينة حسب الحاجات التي تليها مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
6.32 %	10	النفسي والتعبير بكل حرية
50 %	79	الحصول على المعلومات
/	0	الهروب من الواقع
43.67 %	69	التواصل والتفاعل مع الآخرين
100 %	158	المجموع

يوضح الجدول رقم (22): الحاجات التي يليها موقع الفاييسبوك لأفراد العينة ويتبين من الجدول أن الأغلبية كانت لحاجة الحصول على المعلومات بنسبة (50%) يليها حاجة التواصل والتفاعل مع الآخرين بنسبة (43.67%) تليها التفسير والتعبير بكل حرية بنسبة (6.32%) تليها الهروب من الواقع بنسبة معدومة.

تفسير نتائج الجدول رقم (22): تؤكد نتائج الجدول أن موقع الفايسبوك نجح في تلبية حاجة الحصول على المعلومات والتواصل مع الأهل والأصدقاء، وهذا يعود إلى أن هاته المواقع تعتبر من أهم التقنيات الحديثة التي تنمي روح المعرفة في أوساط الأسرية خاصة عند الزوجين

الجدول رقم (23): توزيع أفراد العينة حسب الإشباع التي تحققها في مواقع التواصل

الإجماعي "الفايسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
63.57 %	89	ربط علاقة صداقة
12.85 %	18	ربط علاقة مع الجنس الآخر
23.57 %	33	إيجاد حلول للمشاكل الزوجية
100 %	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (23): أن موقع الفايسبوك يقوم بدور مهم جدا في إشباع العديد من الحاجات لدى المستخدمين ويتصدر قائمة الإشباع التي يحققها الموقع لأفراد العينة ربط علاقة صداقة وذلك بنسبة (63.57%) يليها إيجاد حلول للمشاكل الزوجية بنسبة (23.57%) وتليها ربط علاقة مع الجنس الآخر بنسبة (12.85%).

تفسير نتائج الجدول رقم (23): تؤكد نتائج الجدول أن ربط علاقة صداقة تعتبر من أهم الإشباعات لأن مستخدمي الفايسبوك يستخدمونه لتحقيق إشباع إجتماعية وذلك لتعرف على العلاقات القائمة والتعرف على أصدقاء جدد وغيرها ، وهذا للأصل وجود هاته المواقع والتي جاءت من أجل ربط تواصل بين أفراد المجتمع .

الجدول رقم (24): توزيع أفراد العينة في حال عدم استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
28.57 %	40	القلق والإضطراب
14.28 %	20	الفراغ
57.14 %	80	لا يشعر بشيء
100 %	140	المجموع

يوضح الجدول رقم (24): أجاب أغلب الناس أفراد العينة أنهم لا يشعرون بشيء في حال غيابهم عن الفيسبوك لفترة بنسبة (57.14%) في حين من يشعر بقلق والإضطراب بنسبة (28.57%) في حين يشعر (14.28%) منهم بالفراغ وهذا مؤشر عن وقوع العديد من مستخدمي الفيسبوك ضحايا الإدمان يجعل المستخدم يحس بأنه يفتقد شيئاً ما في حال عدم دخوله للموقع.

تفسير نتائج الجدول رقم (24): يوضح الجدول أن الموقع نجح في جعل العديد من المستخدمين يتعلقون به ويدمنون عليه إلى الحد الذي يجعل البعض بمجرد الدخول من الموقع يفكر في الدخول إليه.

المبحث الثالث: إتجاه مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الأزواج.

جدول رقم (25): يوضح إتجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الفيسبوك على

الأزواج

إتجاه العبرة	متوسط الإتجاه	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبرة
سلي	2.33	61	25	15	24	15	1
إيجابي	3.49	13	25	12	60	30	2
إيجابي	3.14	6	47	20	47	20	3
سلي	2.50	28	60	16	25	11	4
سلي	2.1	58	47	8	17	10	5
سلي	2.37	39	53	16	20	12	6
سلي	2.14	33	59	14	25	9	7
سلي	2.78	25	58	22	30	5	8
سلي	2.51	25	34	36	36	9	9
سلي	2.8	10	41	23	54	12	10
سلي	2.5	21	59	35	19	6	11
سلي	2.57	24	57	22	29	8	12
إيجابي	3.19	19	29	15	60	17	13
إيجابي	3.07	22	25	23	61	9	14
	38.16	2.72	المجموع				

العبارة رقم (01): "هل مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك لها تأثير على حياتك الزوجية" أظهرت نتائج الجدول أن متوسط الحسابي لهذه العبارة بلغت شدة إيجابها (2.33) فنلاحظ أنها قد جاءت بإتجاه سلبي وهذا يعني أن العبارة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك ليس لها تأثير على الحياة الزوجية

العبارة رقم (02): برأيك هل كثرة استخدام الفايسبوك سبب في إنطواء العزلة بسبب الزوجين أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدتها إيجابها (3.49) فنلاحظ أنها قد جاءت بإتجاه إيجابي يعني أن هذه العبارة (02) تؤكد أن كثرة استخدام الفايسبوك يؤدي إلى تسبب العزلة بين الزوجين.

العبارة رقم (03): هل توافق أن استخدام الفايسبوك يؤثر سلبيًا على العلاقة الزوجية وأظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة إيجابها (3.14) فنلاحظ أنها قد جاءت بإتجاه إيجابي وهذا يعني أن استخدام الفايسبوك يؤثر سلبيًا على العلاقة الزوجية.

العبارة رقم (04): هل أثر استخدامك للفيسبوك على حياتك الزوجية بشكل سيء وكان سبب في المشاكل والخلافات أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة إيجابها (2.50) فنلاحظ أنها قد جاءت بإتجاه سلبي وهذا يعني أن الفايسبوك لم يكن سبب في مشاكل وخلافات بين الأزواج.

العبارة رقم (05): هل تهمل الواجبات الزوجية من أجل قضاء وقت أطول لاستخدام الفايسبوك" وأظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة إيجابها (2.1) فنلاحظ أنها قد جاءت بإتجاه سلبي وهذا يعني أن الأزواج لا يهمل الواجبات الزوجية بسبب استخدام الفايسبوك

العبارة رقم (06): هل تشعر أن تفاعل مع زوجك قد قل منذ بدأت باستخدام الفايسبوك أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة (2.37) فنلاحظ أنها قد جاءت بإتجاه سلبي وهذا يعني أن العبارة 6 تؤكد أن استخدام الفايسبوك لم يكن سبب في تفاعل بين الأزواج.

العبارة رقم (07): هل يشكو منك زوجك أو زوجتك بسبب الوقت الطويل الذي تقضيه مع الفايسبوك وأظهرت نتائج أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة إيجابها (2.41) فنلاحظ أنها قد جاءت بإتجاه سلبي وهذا يعني أن العبارة 7 تؤكد أن لا أحد من الأزواج يشكو بسبب الوقت الطويل الذي يقضيه أحد الطرفين.

العبارة رقم (08): هل تجد في مواقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك وسيلة مناسبة للتنفس عن ما في داخلك من هموم ومشاكل الزوجية أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة إيجابها (2.51) فتبين لنا أنها قد جاءت بإتجاه سلبي وهذا يعني أن العبارة (8) تؤكد أن مواقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك ليس وسيلة مناسبة للتنفس من هموم ومشاكل زوجية.

العبارة رقم (09): هل ترى أن استخدام الفايسبوك يؤثر بشكل إيجابي على علاقة الزوجية أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة إيجابها (2.78) فتبين لنا أنها قد جاءت بإتجاه سلبي وهذا يعني أن العبارة (9) تؤكد أن استخدام الفايسبوك لا يؤثر بشكل إيجابي على العلاقة الزوجية.

العبارة رقم (10): هل أفادك الفايسبوك في كيفية المعاملة مع الطرف الآخر وأظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة إيجابها (2.8) فتبين لنا أنها جاءت بإتجاه سلبي وهذا يعني أن العبارة (10) أن استخدام الفايسبوك لا يفيد في كيفية المعاملة بين الزوجين.

العبارة رقم (11): عند استخدام للفايسبوك أترى مشاكلك وخلافاتك الزوجية قد نقصت، وأظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة إيجابها (2.5) فتبين لنا أنها قد جاءت بإتجاه سلبي وهذا يعني أن العبارة تؤكد أن استخدام الأزواج للفايسبوك لا يؤدي في نقص المشاكل فيما بينهم.

العبارة رقم (12): هل للنوافذ التي تطلع عليها أثر على علاقتك مع زوجك أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة إيجابها (2.57) تبين لنا أنها قد جاءت بإتجاه سلبي وهذا يعني أن هذه العبارة تؤكد أن النوافذ التي يطلع عليها لا تؤثر في العلاقة بين الأزواج.

العبارة رقم (13): هل ترى أن الفايسبوك وسيلة للخيانة الزوجية أظهرت نتائج الجدول أن متوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة إتجاهها (3.19) وهذا يعني أن العبارة (13) تؤكد أن الفايسبوك وسيلة للخيانة الزوجية.

العبارة رقم (14): هل ترى أن يكون لزوجك نافذة على الفايسبوك أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة إتجاهها (3.07) فتبين لنا أن هذه قد جاءت باتجاه إيجابي وهذا يعني أن العبارة (14) تؤكد أن الأزواج يرفضون استخدام الفايسبوك من طرف الآخر.

النتائج العامة للدراسة:

في نهاية هذه الدراسة تناولنا أهم النتائج التي توصلنا إليها في الجانب الميداني ويمكن النتائج في النقاط الآتية:

أولاً: عادات وأنماط استخدام الأزواج لمواقع التواصل الاجتماعي:

- تدل النتائج على أن المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك أجابوا بنعم بنسبة (100%).

- كشفت الدراسة أن الهاتف النقال هو الوسيلة الأكثر إستخداماً بنسبة (51.89%) ثم يليها الحاسوب المحمول (39.7%) ثم تليها الحاسوب المكتبي (7.59%).

- كشف الدراسة أن نسبة (50%) من عينة الدراسة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات ثم تليها نسبة (33.57%) عن نسبة إلى ثلاث سنوات، ثم تليها نسبة (16.42%) أقل من سنة.

- بنيت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يتغرقون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة (42.14%) أو نسبة (41.42%) من ساعة إلى ساعتين ثم تليها نسبة (16.42%) يستغرقون أقل من ساعة.

- بينت الدراسة أن أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم بنسبة (35.71%) ونسبة (41.42%) من مرتين إلى ثلاث مرات ثم تليها نسبة (22.85%) الذين يتصفحون مرة واحدة.

- كشفت الدراسة أن أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك من أجل تعليق والمشاركة مع الإصدقاء بنسبة (50%) ونسبة (25.71%) لكثفي بمشاركة الأصدقاء ثم تليها نسبة (17.14%) الذين يدرش مع أصدقاءه.

ثانيا: واقع استخدام الأزواج للتواصل الاجتماعي الفايسبوك

- أوضحت الدراسة أن دوافع استخدام الأزواج للفايسبوك للتواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة (55.10%) بنسبة (27.21%) للترفيه وتسلية ثم تلها بنسبة (8.84%) تمضيت الوقت ثم تليها (6,80%) لإنشاء علاقة جديدة.

- توصلت الدراسة أن أفراد العينة يفضلون استخدام إسمهم الحقيقي بنسبة (60.71%) والذين يفضلون استخدام إسم مستعار (39.28%).

- أوضحت الدراسة أن أغلب أفراد العينة لا يقبلون طلبات صداقة من أشخاص غرباء بنسبة (85.71%) والذين يقبلون طلبات الصداقة (14.28%).

- توصلت الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك من أجل الحصول على المعلومات بنسبة (50%) ونسبة (43.67%) للتواصل والتفاعل مع الآخرين، ثم يليها (6.32%) من أجل التنفيس والتعبير بكل حرية.

- توصلت الدراسة أن عدم بصفح أفراد العينة للفايسبوك لا يشعرهم بشيء النسبة (57.14%) والذين يشعرون بالقلق والإضراب بنسبة (28.57%) والذين يشعرون بالفراغ بنسبة (14.28%).

ثالثا: أثر مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" على الأزواج.

- بينت الدراسة أن كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك سبب في إنطواء العزلة الزوجية فكان إتجاه الإيجابي بلغ شدة الإتجاه (3.49).

- توصلت الدراسة أن كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على العلاقة الزوجية فكان إتجاه إيجابي بلغت شدة الإتجاه (3.14).

- كشفت الدراسة أن استخدام الفايسبوك لا يؤثر بشكل إيجابي على العلاقة الزوجية فكان إتجاه سلبي بلغت شدة إتجاه (2.78).

- كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يعتبر وسيلة للخيانة الزوجية فكان إيجابه إيجابي وبلغ بشدة إيجابه (3.19).
- بينت الدراسة أن أفراد العينة لا يوافقون على أن تكون لطرف الآخر نافذة على الفيسبوك فكان إيجابه إيجابي بلغ شدة إيجابه (3.07).

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع البحث عن إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها على الأسرة دراسة ميدانية على الأزواج المستخدمين للفايسبوك بالوادي وتوصلنا إلى النتائج الآتية وسنقربها بذكر بعض التوصيات:

أولاً: النتائج

- بينت الدراسة أن أغلب الأزواج لديهم حساب على مواقع التواصل الإجتماعي الفاييسبوك وان معظمهم يستخدمون الاسم الحقيقي.
 - توصلت الدراسة أن الهاتف النقال هو الوسيلة الأكثر إستخداما من قبل الأزواج.
 - كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يختارون أصدقائهم على حساب المستوى المعرفي والثقافي.
 - توصلت الدراسة أيضا من أفراد يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك لغرض مواكبة ما هو جديد وتبادل المعارف والخبرات.
 - بينت الدراسة أن كثرة إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي الفاييسبوك سبب في إنطواء العزلة بين الزوجين.
 - توصلت الدراسة أن إستخدام الفاييسبوك لا يؤثر بشكل إيجابي على العلاقة الزوجية.
 - كشف الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك يعتبر وسيلة للخيانة الزوجية
 - بينت الدراسة أن أفراد العينة لا يوافقون على أن يكون لطرف الآخر نافذة على الفاييسبوك.
- ثانياً: التوصيات.

- 1- إجراء المزيد من الدراسات حول مواقع التواصل الاجتماعي وبشكل أعمق يشمل في مختلف شرائح المجتمع، وخاصة فئات الأزواج.
- 2- إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فترات محددة وأن لا تكون على حساب العلاقات الزوجية.

- 3- ترتيب أوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك من قبل الأزواج حتى لا تؤدي إلى إنطواء والعزلة بين الزوجين.
- 4- بناء ثقة متبادلة بين الزوجين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.
- 5- يجب على الأزواج استغلال التواصل الاجتماعي الفيسبوك من خلال بعض المعلومات والفوائد التي تتداول فيها والتي تساهم في بناء الأسرة.

الملاحق



جامعة حمه لخضر

معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول دين

تخصص دعوة وإعلام وإتصال



إستمارة إستبيان ضمن دراسة بعنوان :

**استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة
دراسة ميدانية على الأزواج المستخدمين للفيسبوك بالوادي**

انا طالبة في العلوم الإسلامية اقوم ببحث في اطار تحضير شهادة الماستر تخصص دعوة وإعلام و الإتصال لتحقيق اهداف الدراسة نرجو منكم التكرم بالإجابة على الاسئلة المتضمنة في هذه الاستمارة بالدقة، وللعلم فإن بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي

وفي الأخير تقبلوا مني فائق الشكر والإحترام على حسن تعاونكم في إنجاز هذا البحث

اشراف الاستاذ :

خضرة علي

اعداد الطالبة:

سحارة نسرين

الموسم الجامعي: 1437 - 1438هـ / 2016-2017م

البيانات الشخصية :

من فضلك اجب على الاسئلة بوضع علامة (x) امام الإجابة المناسبة :

- 1- الجنس: ذكر انثى
- 2- السن : 30 -20 40-30 50-40 50 فما فوق
- 3- المستوى التعليمي : إبتدائي متوسط ثانوي جامعي دون مستوى
- 4- طبيعة الوظيفة : موظف أعمال حرة غير عامل
- 5- السكن : ريفي مدني

المحور الاول : عادات وانماط استخدام الأزواج مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" ؟

6 - هل لديك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي في "الفايسبوك" ؟

- نعم لا

7- ماهي الوسيلة التي تستخدمها عند تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" ؟

- الحاسوب المكتبي الحاسوب المحمول الهاتف النقال مقهى الانترنت

8 - منذ متى وانت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" ؟

- اقل من سنة من سنة الى ثلاث سنوات اكثر من ثلاث سنوات

9 - ماهي عدد الساعات التي تقضيها على مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" ؟

- اقل من ساعة من ساعة الى ساعتين من ساعتين الى ثلاث ساعات

10 - تصفح حسابك في الفايسبوك في اليوم الواحد ؟

- مرة واحدة من مرتين الى ثلاث مرات اكثر من ثلاث مرات

11 - ماهي الفترات المفضلة لديك في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" ؟

- صباحا مساء ليلا

12 - كيف تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" ؟

- لوحده مع الاصدقاء مع افراد عائلتك

13- على اي اساس تختار اصدقائك في مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" ؟

- المستوى المعرفي والثقافي عن طريق صديق علاقة قرابة وصداقة

عن طريق المجموعة

14 - عندما تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك فأنت غالباً ؟

تكتفي بمشاركة الاصدقاء تقرأ وتعلق على مشاركات الاصدقاء تدرش مع أصدقائك لا شيء

15- في ما أفادتك شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" ؟

كيفية محاورة مع الاخرين ترويج عن النفس مواكبة ما هو جديد
علم تبادل المعارف والخبرات الكل

المحور الثاني : الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام أزواج لمواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" ؟

16 - ما الذي يدفعك الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" ؟

ترفيه والتسلية لتواصل مع الاهل والاصدقاء انشاء علاقة جديدة
لتمضية الوقت التخلص من الفراغ العاطفي للهروب من الواقع

17 - هل تدخل الى حسابك الفايسبوك بإسمك الحقيقي او بإسم مستعار ؟

تفضل استخدام اسمك الحقيقي تفضل استخدام اسم مستعار

18- اذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي هل ذلك ؟

حتى تجد معارفك بسهولة حتى تحضى بثقة المتفاعلين معك

19- اذا كنت تستخدم اسم مستعار هل ذلك راجع الى ؟

رغبت التصرف بكل حرية في الموقع دون ان يتعرف عليك احد

الخوف من ان يتعرف الاخرون على هويتك الحقيقية

20- هل توافق على طلبات صداقة من اشخاص غرباء ؟

نعم لا

21- اذا كانت اجابتك نعم فذلك بدافع ؟

التعرف على اشخاص جدد التسلية وتمضية الوقت تكوين علاقات مع الجنس الاخر

22- ماهي الحاجات التي يلبيها موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" ؟

التنفيس والتعبير بكل حرية الحصول على المعلومات

الهروب من الواقع التواصل والتفاعل مع الاخرين

23- ماهي الإشباعات التي يحققها موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" ؟

ربط علاقة صداقة ربط علاقة مع الجنس الاخر إيجاد حلول للمشاكل الزوجية

24- غيابك لموقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" لفترة تشعرك بـ ؟

القلق والاضطراب الفراغ لا تشعرك بشيء

المحور الثالث: اثر مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" على الازواج

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					هل مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك لها تأثير على حياتك الزوجية ؟
					برأيك هل كثرة استخدام الفاييسبوك سبب في الانطواء العزلة بين الزوجين ؟
					هل توافق ان استخدام الفاييسبوك يؤثر سلبا على العلاقة الزوجية ؟
					هل اثر استخدامك للفايسبوك على حياتك الزوجية بشكل سيء وكان سببا في المشاكل والخلافات ؟
					هل تحمل الواجبات الزوجية من اجل قضاء وقت اطول لاستخدام الفاييسبوك ؟
					هل تشعر ان تفاعل مع زوجك قد قل منذ بدأت باستخدام الفاييسبوك ؟
					هل يشكو منك زوجك او زوجتك بسبب الوقت الطويل الذي تقضيه مع الفاييسبوك ؟
					هل تجد في مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك وسيلة مناسبة للتنفيس عن مافي داخلك من هموم ومشاكل زوجية ؟
					هل ترى ان استخدام الفاييسبوك يؤثر بشكل ايجابي على العلاقة الزوجية ؟
					هل أفادك استخدام الفاييسبوك في كيفية المعاملة مع الطرف الاخر ؟
					عند إستخدامك للفايسبوك أترى مشاكلك وخلافاتك الزوجية قد تضاءلت (اي نقصت) ؟
					هل للنوافذ التي تطلع عليها اثر في علاقتك مع زوجك ؟
					هل ترى ان الفاييسبوك وسيلة للخيانة الزوجية ؟
					هل ترى ان يكون لزوجك نافذة على الفاييسبوك ؟

شكرا على حسن تعاونكم

ملحق رقم (02): قائمة بأسماء الأستادة المحكمين

الصفة	الأستاذ	رقم
أستاذ بجامعة الوادي والمشرف على المذكرة	الأستاذ خضرة علي	01
أستاذ بجامعة الوادي	الأستاذ رشيد خضير	02
أستاذ بجامعة الوادي	الأستاذ الطاهر عماره الأدغم	03
أستاذ بجامعة الوادي	الأستاذ طيبي عبد الرحمان	04
أستاذ بجامعة الوادي	الأستاذ مصطفى بلقاسمي	05

الفهارس العامة

فهرس الآليات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

فهرس الملحق

قائمة المصادر والمراجع

فهرس المحتويات

فهرس الآيات

الآية أو شطرها	السورة	رقم الآية	الصفحة
﴿وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكَةَ حَتَّىٰ تُؤْمِنَ...﴾	البقرة	221	62
		187	71
﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ...﴾	النساء	1	68
﴿وَأَنْ خِفْتُمْ أَلَّا تُقْسِطُوا فِي الْيَتَامَىٰ فَانكِحُوا...﴾		3	68
﴿وَأِنْ أَرَدْتُمْ أَسْتِبْدَالَ زَوْجٍ مَّكَانَ زَوْجٍ...﴾		20	62
﴿وَكَيْفَ تَأْخُذُونَهُ وَقَدْ أَفْضَىٰ بَعْضُكُمْ...﴾		21	61
﴿وَمَنْ لَّمْ يَسْتَطِعْ مِنْكُمْ طَوْلًا...﴾		25	66
﴿الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ...﴾		34	65
﴿قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾		الأنعام	162
﴿هُوَ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ...﴾	الأعراف	189	66
﴿وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا...﴾	النحل	72	62
﴿كَلَّا نُنمِدُّ هُنَّ لِهَؤُلَاءِ وَهَؤُلَاءِ مِنْ...﴾	الاسراء	20	61
﴿وَأَجْعَل لِي وَزِيرًا مِنْ أَهْلِي﴾	طه	29	58
﴿فَلَمَّا أَفْضَىٰ مُوسَىٰ الْأَجَلَ وَسَارَ...﴾	القصص	29	58
﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَكُمْ مِنْ...﴾	الروم	20-21	59
﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ...﴾	الحجرات	13	60

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
31	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
31	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
32	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
33	توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة الوظيفة	04
35	توزيع أفراد العينة حسب السكن	05
76	توزيع أفراد العينة حسب إمتلاكهم لحساب مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	06
76	توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يستخدمونها عند تصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك"	07
77	توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم لحساب مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	08
78	توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقضونها في حساب مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	09
79	توزيع أفراد العينة حسب إمتلاكهم لحساب مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	10
79	توزيع أفراد العينة حسب الفترات المفضلة لديهم في استخدام مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	11
80	توزيع أفراد العينة حسب اختيار لحساب مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	12
81	توزيع أفراد العينة حسب اختيارأصدقاء في مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	13
82	توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة لديهم عند تصفح مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	14
83	توزيع أفراد العينة حسب إستفادتهم لمواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	15
84	توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	16
85	توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لإسمائهم الحقيقية على حسابهم في مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	17
85	توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدامهم لإسمهم الحقيقي مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	18
86	توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لإسمهم المستعار مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	19
87	توزيع أفراد العينة في تصرفاتهم حيال الطلبات الصداقة من الغرباء لمواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	20
87	توزيع أفراد العينة على دوافع الموافقة على طلبات الصداقة من اشخاص الغرباء	21
88	توزيع أفراد العينة حسب على الحاجات التي تلبها مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	22
89	توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات تحققها مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	23
90	توزيع أفراد العينة في حال عدم إستخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك"	24
91	أثر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الأزواج	25

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
22	نموزج كاتز للاستخدامات والاشباعات	01
31	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	02
32	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	03
33	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوي التعليمي	04
34	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة الوظيفة	05
35	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السكن	06

فهرس المللاسم

الصفحة	العنوان	الرقم
102	استمارة الإستهبان	1
107	قائمة بأسماء الأستاذة المحكمين	2

قائمة المصادر والمراجع

• القرآن الكريم

أولاً: المصادر

1. أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، ج6، كتاب الواو مادة وصل، ص: 115.
2. أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب ج4، ط1، دار الصدر للنشر والتوزيع.
3. أبي أنس ماجد إسلام النكافي، الزواج أحكام وآداب وثمرات يليه أحكام الحيض والنفاس.
4. الإمام الحافظ أبي غبد الله محمد بن عبد الله الحاكم النيسابوري المسارك للصححين، تحقيق مصطفى عبد القادر عطا، ج2، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط2، 1422هـ-2007م.
5. البخاري، محمد بن إسماعيل أبو عبد الله 256هـ، صحيح البخاري، كتاب البيوع باب في العطر وبيع المسك، دار ابن كثير، اليمامة بيروت، ط3، 1407هـ، حديث رقم 1959.
6. الترميذي سنن الترميذي، رقم (1084)، أنظر أيضا: ابن ماجة السنن ابن ما

ثانياً: الكتب

7. جميل طليبا، المعجم الفلسفي، ج1، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، 1982.
8. حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، دار العربية للنشر والتوزيع 2009م.
9. خديجة عبد العزيز علي ابراهيم، واقع إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعة صعيد مصر (دراسة ميدانية)، كلية التربية، جامعة سوهاج ، 2014م.
10. رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسيته النظرية وممارسته العلمية، ط1، دار الفكر، دمشق، 2000م.
11. رحيم يونس كرو العزوي، منهج البحث العلمي، ط1، 1423هـ، دتر دجلة
12. رضا أمين، الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، د.ت.
13. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2007.
14. زينب إبراهيم الغربي، علم الاجتماع العائلي، كلية الآداب، قسم علم اجتماع، جامعة بنها.

15. السعدي الغول السعدي، العينات وأنواعها، مناهج البحث العلمي، الدبلوم الخاص في التربية (جميع الأقسام).
16. الطاهر أحمد الزواي، مختار القاموس، الدار العربية للكتاب، ليبيا، تونس.
17. عامر بدير قنديجلي، البحث العلمي إستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار اليازي العلمية للنشر والتوزيع، 1999م.
18. عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، جمع وتنسيق: أسامة بن مساعد المحيا، 1433هـ.
19. عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط2، دار عمار للنشر والتوزيع صنعاء، اليمن، 1994م.
20. عبد المجيد النجار، مقاصد الشريعة في أحكام الأسرة توجيهها لأحكام الأسرة المسلمة في الغرب، المجلس الأوروبي للإفتاء والبحوث.
21. علي بن عبده بن شاكر أبو حميدي، أهمية الأسرة ومكانها.....شبكة الألوكة.
22. علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الإعلام، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014م.
23. عمار بوخوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية، للكتاب الجزائر.
24. فاطمة عوض صابر وآخرون، أسس مبادئ البحث العلمي، ط1، الإسكندرية مكتبة الإشعاع، 2002م
25. كتاب صحيح البخاري، رقم الحديث (3-1205)
26. مجد الدين بن يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، تحقيق مكتبة التحقيق، التراث في مؤسسة الرسالة، حرف الخاء، مادة(خدم)، ط1.
27. محمد صالح عبد الحي...ثاية. آفة العولمة وتأثيرها على تماسك الأسرة المسلمة الجامعة قاصدي مرياح ورقلة ملخص 22مارس 2017.
28. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، القاهرة، ص159.¹ إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، معجم اللغة العربية، باب الفاء، مادة (خدم)، مكتبة الشروق الدولية، ط4، 1425هـ-2004م.

29. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات .، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، 1999م.
30. محمد علي أبو العلا، فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق، ط1، دار العلم والإيمان، 2013م.
31. محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1421هـ، 2000م.

ثالثا: المذكرات والرسائل:

32. أسماء مصطفى، تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء ماستر في العلوم الاسلامية، في القنوات الفضائية شهادة تخصص دعوة وإعلام واتصال، جامعة الوادي، 2014-2015.
33. خولة لعبيدي، نعيمة جواد، استخدامات البناء الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المستخدم للفيسبوك، شهادة الماستر، معهد العلوم الاجتماعية والانسانية، مجال العلوم الاجتماعية، 2012-2013.
34. رشا عادل بن شاهر عودة الدعدي، التحديات التي تواجه الأسرة المسلمة في المؤتمرات الدولية، دراسة نافذة في ضوء التربية الإسلامية، شهادة ماجستير في التربية الإسلامية والمقارنة، المملكة العربية السعودية وزارة التعليم العالي جامعة الثرى، كلية التربية 1430-1431
35. سارة عموري، استخدامات طلبة العلوم الاسلامية، لشيكات التواصل الاجتماعي، شهادة ماستر في العلوم الاسلامية، تخصص دعوة واعلام، جامعة الوادي، 2013 - 2014،
36. السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة بلبيدة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006.
37. شيرين زهير ابو عبدو، معالم الاسرة المسلمة في القران الكريم دراسة موضوعية (بحث استكمال درجة الماجستير في التفسير وعلوم القران) الجامعة الاسلامية غزة، كلية أصول الدين، 1431هـ-2010م.
38. طاهر حسين أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثره على المشاركة السياسية(دراسة ميدانية)، أطروحة الماجستير في العلوم السياسية، جامعة الأزهر غزة.

39. عواطف عبيدي سعد، استخدام أئمة المساجد لشبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" أمودجا دراسة ميدانية بولاية الوادي، شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، تخصص دعوة وإعلام، جامعة الوادي، 2015-2016.
40. فاطمة بريك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية بجامعة الوادي، شهادة ماستر في العلوم الإسلامية، تخصص دعوة وإعلام واتصال 2013-2014م.
41. ماجد رجب العبد لسكر، التواصل الاجتماعي أثاره ومعوقاته، دراسة قرآنية موضوعية رسالة ماجستير في تفسير علوم القرآن، الجامعة الإسلامية، غزة كلية أصول الدين.
42. محمد عبد الغني عوض، محسن أحمد الخضير، الاسس العلمية لكتابة الرسائل الماجستير والدكتوراه، الناشر مكتبة الأنجلو المصرية، 1992.
43. مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقة الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفاييسبوك في الجزائر، شهادة ماجستير تخصص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الانسانية، شعبة علوم إعلام واتصال، 2011-2012.
44. المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية أمودجا)، رسالة ماجستير في إعلام واتصال، كلية الاداب والتربية.
45. مها فالخ ساق الله، ماهية الاعلام الجديد (ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجستير الصحافة)، الجامعة الإسلامية غزة، كلية الاداب، قسم الصحافة والإعلام، 2013م.
46. نعيمة جواد، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل "الفايسبوك" أمودجا" دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعي المستخدم للفايسبوك، شهادة الماستر في العلوم الإسلامية والانسانية، مجال العلوم الاجتماعية، 2012-2013.

رابعا: المجلات والمقالات والملتقيات

47. إحسان عبد المنعم سمارة، البنية الأسرية في المنظور الإسلامي والنظم الوصفية المعاصرة، الكلية الشرعية، جامعة جرش، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد الرابع 2012م.
48. الأسرة الإسلامية ومكانتها في المجتمع، www.traidnt.net، تاريخ التصفح، 23 مارس 2017.

49. حمزة اسماعيل أبو شنب، تقنيات التواصل الاجتماعي، الاستخدامات والمميزات، شبكة الالوكة (www.alukah.net/culture/0/59302/) تاريخ التصفح: 20-02-2017.

خامسا: المواقع الالكترونية

50. سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الانساني(بحث مقدم لملتقى العمل الإنساني بالمملكة العربية السعودية)، المركز الدولي للأبحاث والدراسات، 1435هـ.

51. عادل مربي، عائشة نحوي، مجلة الوحات للبحوث والدراسات، ع4، 2009، 94-108.

52. عبد الكريم علي الديسي، وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، العلوم الانسانية والاجتماعية، مج 40، ع1، 2013.

53. على بن عبده بن شاکر أبو حميدي، أهمية الأسرة ومكانها، (www.alukah.net) شبكة الالوكة بتاريخ التصفح 22مارس2017.

54. ماهر حسين حصوة، مقاصد الأسرة وأسس بنائها في الرؤية الإسلامية المؤتمر العلمي الدولي بعنوان "الأسرة المسلمة في ظل التغيرات المعاصرة" عمان، الأردن، 2013.

55. محمد صالح، عبد الحي ثاية، افة العولمة وتأثيرها على تماسك الاسرة المسلمة، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، ملخص منشور في الانترنت: <https://manifest.univ.ourgladz>

56. نادر محمد العريفي، مقاصد تكوين الأسرة في القرآن الكريم، مقال منشور في الأنترنيت موقع:

57. نصر الدين لعياضي، الرهانات الإستيمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي (نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية)، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد، أفريل 2009، جامعة البحرين.

58. هناء سرور، وسائل التواصل الاجتماعي وإثراء المحتوى القومي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة، محور: تأثير وسائل الاتصال الالكتروني في التطور الاجتماعي الاقتصادي، قطاع الاعلام والاتصال.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر والعرفان
	ملخص الدراسة باللغة العربية
	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية
أ	مقدمة
الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة	
9	أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
10	ثانياً: أهمية الدراسة
10	ثالثاً: أهداف الدراسة
10	رابعاً: أسباب إختيار الموضوع
11	خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة
16	سادساً: الدراسات السابقة
20	سابعاً: النظرية المستخدمة
27	ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة
الفصل الثاني مواقع التواصل الاجتماعي وإستخدامتها	
38	تمهيد
39	المبحث الأول: ماهية الاعلام الجديد وخصائصه
39	المطلب الأول: تعريف الإعلام الجديد
40	المطلب الثاني: خصائص الإعلام الجديد
42	المبحث الثاني: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها
42	المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
43	المطلب الثاني: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
44	المطلب الثالث: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
48	المبحث الثالث: خصائصها وأنواعها وأهم مواقعها
48	المطلب الأول: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

49	المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
51	المطلب الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي
56	المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
56	المطلب الأول: الإيجابيات
56	المطلب الثاني: السلبيات
الفصل الثالث	
الأسرة في الإسلام	
58	المبحث الأول: أهمية ومميزات الأسرة في الإسلام
58	المطلب الأول: أهمية الأسرة في الإسلام
60	المطلب الثاني: خصائص ومميزات الأسرة في الإسلام
62	المبحث الثاني: أسس الأسرة في الإسلام
66	المبحث الثالث: مكانة الأسرة في الإسلام
68	المبحث الرابع: مقاصد الأسرة في الإسلام
الفصل الرابع	
عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية	
75	تمهيد
76	المبحث الأول: عادات وأنماط استخدام الأزواج لمواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"
84	المبحث الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الأزواج لمواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"
91	المبحث الثالث: أثر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الأزواج
95	النتائج العامة للدراسة
99	الخاتمة
102	الملاحق
109	فهرس الآيات
110	فهرس الجداول
111	فهرس الأشكال
113	فهرس الملاحق
114	قائمة المصادر والمراجع
118	فهرس المحتويات

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ