

إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعلاقات الأسرية (دراسة مقارنة)

نهى عبد الستار عبد المحسن¹، نها فتحي توفيق عبد الحليم²

¹ تخصص إدارة المنزل والمؤسسات - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية

² قسم علوم الأسرة والطفولة - جامعة القصيم - كلية العلوم والآداب بالرس - المملكة العربية السعودية

2015/12/28 :

تاريخ القبول

2015/11/10 تاريخ التسليم:

المخلص

يهدف البحث بصفة رئيسية إلى دراسة العلاقة بين الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي للمصريين والسعوديين والعلاقات الأسرية كدراسة مقارنة وتم إجراء البحث على عينة غرضية قوامها 200 فرد من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة من بشرط أن يكونوا متزوجين ولديهم أبناء وقد أسفرت أهم نتائج البحث عن أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين المصريين والسعوديين لصالح المصريين في الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة (0.01) كما أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين المصريين والسعوديين لصالح أفراد عينة البحث من السعوديين في العلاقات الأسرية ككل عند مستوى دلالة 0.001، كذلك توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية عند مستوى دلالة 0.01 و 0.001، وقد أوصت الباحثان بضرورة اهتمام الوالدين (الرقابة الأبوية) بنوعية المعلومات التي يتناولها أبنائهم على شبكات التواصل الاجتماعي والعمل على تنمية مهارات الاتصال والحوار بين الوالدين وأبنائهم والأبناء بعضهم البعض.

كلمات دلالية: شبكات التواصل الاجتماعي - العلاقات الأسرية - المصريين والسعوديين.

المقدمة

ذكاء ربطك بزملاء وأصدقاء فقدت الاتصال معهم منذ فترة طويلة (خميس، 2011: 139).

والفيس بوك يعنى الدفتر الورقي الذي يحتوى على معلومات عن أشخاص ينتمون لمجموعة معينة وفي الجامعات الأجنبية توجد طريقة شهيرة للتعرف على الطلاب الموجودين بكلياتها المختلفة وهي طريقة ال Face book أو الدفتر حيث يقوم الطلاب الجدد باستعراض هذا الدفتر للتعرف على الطلاب الموجودين معهم في كلياتهم بأقسامها المتعددة. ومن هنا جاءت تسمية الموقع بهذا الاسم حيث كان في البداية يهدف إلى جمع شمل طلاب الجامعات الأخرى ثم طلاب المدارس ..الخ إلى أن انتشر الموقع وأصبح يجمع شمل سكان كوكب الأرض ولم يعد الاشتراك فيه مخصصاً لفئة الطلاب دون غيرهم (محمد، 2010: 143). وقد وجد مجتمع الشباب في الفيس بوك نافذة مطلعة على العالم

من المشكلات التي يعاني منها المجتمع مشكلة الشبكات الاجتماعية فقد انتشرت وبشكل مثير للانتباه في السنوات الخمس الأخيرة مواقع جديدة على شبكة الانترنت جذبت ملايين المستخدمين إليها وهي تلك المواقع التي تسمى الشبكات الاجتماعية Social Net Work ، وكسائر مواقع الجيل الثاني الويب (Web) فإن هذه المواقع تعتمد بشكل أساسي على المستخدمين في ملء محتواها. وتقوم هذه المواقع بالدرجة الأولى على إتاحة التواصل بين مستخدميها بشتى الوسائل الممكنة سواء أكان هؤلاء المستخدمين تعرفهم على أرض الواقع أم كانوا أصدقاء عرفتهم من خلال العالم الافتراضي (عالم الانترنت)، وفي الوقت الراهن أصبحت الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي، كما أنها تتيح بفعل ما تتمتع به من

مباشر يؤدي إلى تطوير المهارات التي تساعد الأفراد في مجالات الاتصال الإنساني حيث تنمي عندهم الحس بالمسؤولية تجاه الغير وتقوى سرعة البديهة لديهم فيستطيعون التعامل مع المواقف بحدق وحكمة وهذا ما تفقده المواقع الاجتماعية حيث أن الإدمان على التواصل الإلكتروني يؤدي بهم للعزلة الاجتماعية وفقد مهارة التواصل المباشر مع الغير. ويؤدي الفيس بوك أيضاً إلى انتحال الشخصيات متخذين من الشبكة العنكبوتية مكاناً خصباً للتشويه والابتزاز وترويج الشائعات وكسب المال وحرف الحقائق عن مسارها. والفيس بوك يعتبر مصدر للإعلانات الدعائية المزعجة فظهرت في الآونة الأخيرة منذ منتصف عام 2010 الكثير من البوستات الدعائية التي تدعو لكسب المال وأخرى تدعو لزيارة مكان معين وأصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في المجموعات التي بها ما يزيد عن الألف عضو (فضل الله، 2010: 23-24).

كما يوجد بعض مواقع التواصل الاجتماعي المشابهة لـ Face book مثل My Space ويعتبر من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت ويقدم لمستخدميه باقة من الخدمات المتنوعة كخدمة المدونات وخدمة نشر الصور والفيديو والموسيقى وخدمة المجموعات البريدية.... الخ. وأيضاً موقع Hi5 والذي يعتبر من المواقع الشهيرة للبحث عن الأصدقاء والتواصل معهم ويمكن من خلال الموقع مشاهدة مقاطع الفيديو ولعب الألعاب المختلفة. ويعتبر موقع Twitter من مواقع التواصل الاجتماعي مع الآخرين ويقدم لمستخدميه خدمة تدوين مصغر يتيح لهم إرسال رسائل نصية قصيرة للآخرين تعبر عن حالتهم أو ما بداخلهم من أفكار (محمد، 2010: 11) كذلك يوجد موقع Linked in وهو شبكة اجتماعية للمحترفين يضم الموقع قرابة 85 مليون محترف ومحترفة في مجالات متنوعة ومختلفة حيث يتشارك ذوى الاهتمامات المشتركة في مجموعات تسمى مجموعات الاهتمام. كما يوجد موقع Deviant Art وهو شبكة اجتماعية متخصصة للمحترفين في مجال

وساحته للتعبير وإبداء الرأي وفي التواصل ومشاركة أصدقائه تفاصيل حياتهم مما كان له أقوى الأسباب بارتباط مستخدمي الانترنت بالفيس بوك. والناس يسعون دائماً لإقامة علاقات جديدة وللتواصل مع العلاقات القديمة من خلال الفيس بوك كحل سحري ذلك في العالم الافتراضي الذي اكتسب بالزمن أهميته ودوره. وساهم الفيس بوك كثيراً وتلقائياً في عملية النشر الالكترونية فأى مستخدم للانترنت يجد نفسه في الفيس بوك قد ازدادت معدل كتابته وبالتالي قراءاته. وتطور سرعة الكتابة على لوحة المفاتيح والهاتف المحمول، والمشاركة في دعم الحملات والنشاطات الخيرية عبر انضمام لمجموعة معينة. والفيس بوك فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم والإعلاميين والمؤثرين في المجتمع مباشرة دون وسائط، وتكثر على صفحاته عدداً هائلاً من المجموعات الدعوية والثقافية والإعلامية (فضل الله، 2010: 23). ولقد أوضحت جميع الدراسات أن المعلوماتية هي العنصر الأساسي في عمليات تطوير الإنتاج ونظم الخدمات وبنیان الدولة وبخاصة في الدولة التي تملك وسائلها وتكنولوجياتها وتساهم هذه التكنولوجيات في إحداث التغيرات السريعة في المجتمعات ونمو خدمات جديدة (الريس، 2008: 379).

ويؤدي الفيس بوك إلى إضاعة الوقت فيمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي فائدة له أو لغيره، فالفيس بوك يهدر الوقت دون فائدة تجنى فهناك أعداد كبيرة من طلاب الجامعة يقضون أكثر من 10 ساعات في تصفح الفيس بوك فقط. وكذلك يسبب الفيس بوك الإدمان وإضعاف مهارة التواصل وهي من أهم الآثار التي قد تشكل خطراً على مستخدمي الشبكة الاجتماعية لأن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح الموقع يؤدي إلى عزل الأفراد عن واقعهم الأسرى وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع. وبما أن التواصل بين الناس بشكل

في خدمة زوجها وأبنائها (عبد الله، 2004: 312-313) وفي أي مجتمع يكون الفرد علاقات كثيرة مع الأشخاص في البيئة المحيطة، ولكن أقدم وأطول وأهم تلك العلاقات هي العلاقات الأسرية (Chao, 2011: 197) وتمثل العلاقات الأسرية داخل الأسرة - سواء بين الأب والأم أو بينهما وبين الأبناء أو علاقات الأبناء مع بعضهم البعض - عاملاً أساسياً في نمو شخصية الأبناء سلباً أو إيجاباً (رمضان، 1989: 14) وقد اتفقت نتائج دراسة كل من Hakvoort et al. (2010: 182-201) والطوخي (2008: 310) على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين العلاقة بين الزوجين وكل من علاقتهما بالأبناء والعلاقات بين الأخوة.

هذا وقد يكون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي سبباً في انهيار الأسرة وتحطيم الروابط بين أفرادها خصوصاً بين الزوج والزوجة، وذلك إذا أساء الفرد الاستخدام ووصل إلى حد الإدمان مما يهدد حياته الأسرية والمهنية والأكاديمية (عزب، 2001: 282) ولقد أظهرت دراسة Kraut et al. (1998: 39) التي أجريت على المجتمع الأمريكي حول التأثير الاجتماعي للإنترنت أن الإنترنت يسبب العزلة الاجتماعية والأسرية في مقابل تكوين علاقات اجتماعية ذات طابع مختلف مع أشخاص مجهولين الاسم وبواسطة أجهزة مادية تفتقر إلى المشاعر الحقيقية.

كما أظهرت دراسة Borom (2000: 1-2) من جامعة ستانفورد التي أجريت على 4113 فرد بالغ ينتمون إلى 2689 أسرة أنه كلما قضى الناس مزيد من الوقت على شبكة الإنترنت كلما أصبحوا منعزلين اجتماعياً، وذكر نحو 40% من مستخدمي الشبكة أنهم يقضون خمس ساعات أو أكثر كل أسبوع في استخدام الشبكة، ومن بين المستخدمين أشار 8% أنهم يحضرون مناسبات اجتماعية أقل الآن، وذكر 18% أنهم يقضون وقتاً أقل مع الأصدقاء والأسرة، بينما ذكر 26% أنهم يقضون وقتاً أقل في الحديث هاتفياً مع أصدقائهم وأقاربهم، كذلك ذكر 59% أنهم يقضون وقتاً أقل في مشاهدة التلفاز.

الجغرافيكس والتصميمات الرقمية المختلفة يحتوى الموقع على إبداعات المشاركين (خميس، 2011: 141). وأوضحت دراسة خليل (2012: 12) ارتفاع معدل استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام بين عينة دراسته حيث أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل دائم بنسبة بلغت 56% وأغلبهم يتعرضون لها بشكل يومي، وجاء موقع الفيس بوك أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة. وفي دراسة أبو عامر (2012: 50) أثبتت النتائج بأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض المبحوثين للإنترنت ومستويات الوعي بالمشاركة السياسية لديهم، وتزداد درجة المعرفة لدى المبحوثين كلما زادت درجة اعتمادهم على الإنترنت كمصدر للمعلومات. إن ظهور الإنترنت وانتشار استخدامه بين أفراد الأسرة أثر على طبيعة العلاقات الأسرية بشكل أو بآخر (العويضي، 2004: 14)، فقد أكدت دراسة الفرم (2001: 113) أن 75.1% من أفراد العينة يرون أن شبكة الإنترنت تشكل خطورة على أفراد المجتمع تتمثل في خلق عزله عن المحيط الاجتماعي بجانب ما تقدمه من مواد جنسية وترويج للثقافة الغربية. كما جاءت بعض الدراسات التي أجريت في بريطانيا لتحذر من الآثار السلبية للإنترنت على العلاقات الأسرية خصوصاً بعد ظهور جيل لا يستطيع التعامل مع البشر ولا يمارس قواعد التعامل الاجتماعي السليم مثل الصدق والأمانة حيث يقتصر تعامله مع الأجهزة الجامدة مما يفقده الحس الاجتماعي (حلواني، 2000: 4).

وتعتبر الأسرة أصل راسخ من أصول الحياة البشرية، ومهما اختلفت ضوابطها وقبورها من مجتمع لآخر، فلن تختلف النظرة إليها كضرورة لا غنى عنها (عبد الواحد، ب. ت: 13 - 14) فهي أفضل موطن يُكسب الفرد أسمى المعاني، فالرجل حين يتزوج يصبح بزواجه مسئولاً عن زوجته وأبنائه، ويكد ويتعب في سبيل تأمين العيش الأفضل لهم، وكذلك فإن المرأة تفنى حياتها

للنوع والمهنة ومتوسط ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يومياً.

6- دراسة العلاقة بين بعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء - المستوى التعليمي - الدخل الشهري للأسرة) وبين عدد شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية.

أهمية البحث:

١ - تكمن أهمية هذا البحث في أنه من البحوث التي تعنى بموضوعات العصر لتتامي دور شبكات التواصل الاجتماعي، و ذلك بإعتبارها الإعلام البديل والتي من الممكن اذا وظفت ان تسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهي القيم التي تقود أي مجتمع للرفي وتتمية الذات.

٢ - كما يستمد هذا البحث أهميته من طبيعة أهمية العلاقات الأسرية داخل المجتمع وأهمية الحفاظ عليها وتتميتها.

٣ - الوقوف علي بعض الجوانب الايجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعلاقات الأسرية.

٤ - محاولة التعرف علي نوع العلاقة وطبيعة الدور الذي يمكن أن تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية.

٥ - تمهيد الطريق أمام إجراء عدد من الدراسات التي تتناول الموضوعات المماثلة لهذا الموضوع بصورة علمية وشاملة والتي تضيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة، بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.

٦ - إلقاء الضوء على تأثير بعض متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي على العلاقات الأسرية للزوجين وكذلك استخدام شبكات التواصل

بينما جاءت نتائج دراسة (Stanley 2000:35) لتؤكد أن أفراد العينة التي أجريت عليها الدراسة يرون أن الانترنت تساهم في زيادة التفاعل بين أفراد الأسرة، وذلك من خلال تقديم مادة يمكن أن يدور حولها الحوار، أو من خلال تقديم معلومات ونصائح للتعامل الأمثل فيما بين أفراد الأسرة.

وبناء على ما سبق تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في التساؤل التالي:

ما هي الفروق بين الأسر المصرية والأسر السعودية في مستوى الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية وما هي طبيعة العلاقة بين مستوى الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية؟

أهداف البحث

يهدف البحث إلى التعرف على إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الأسرية وينبثق منها الأهداف الفرعية التالية:

- 1- تحديد مستوى الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- تحديد مستوى العلاقات الأسرية لدى الأسر المصرية والسعودية.
- 3- دراسة الفروق بين المصريين والسعوديين في عدد شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية.
- 4- دراسة العلاقة بين عدد شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية.
- 5- دراسة الفروق في عدد شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية تبعاً

٦. يوجد تباين دال احصائياً بين عينة الدراسة في عدد شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي ، والعلاقات الأسرية تبعاً لمتوسط ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يومياً.

الأسلوب البحثي

أولاً: المنهج البحثي: يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن.

ثانياً: المصطلحات العلمية والمفاهيم الإجرائية للبحث: الشبكات: يعرف خميس (2010:4) الشبكات أنها ربط أو تشبيك جهازين كمبيوتر أو أكثر مع بعضهم البعض. كما عرفها خميس (2011:139) بأنها وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي تتيح بفضل ما تتمتع به من ذكاء الربط بين الزملاء والأصدقاء الذين فقد الاتصال بينهم منذ فترة طويلة.

وعرفت الباحثة إجرائياً بأنها منظومة الكترونية تساعد على الاتصال بين الأفراد الذين لديهم نفس الهوايات. الاتصال: يعرف أبو عرقوب (1993:17) الاتصال بأنه عبارة عن عملية تفاعل اجتماعي تهدف إلى تقوية الصلات الاجتماعية في المجتمع عن طريق تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر التي تؤدي إلى التفاهم والتعاطف والتحابب أو التباغض. وهو إرسال معلومات من شخص أو مجموعة أشخاص لشخص آخر أو آخرين بشكل أساسي من خلال الرموز.

وعرفت الباحثة إجرائياً بأنه المشاركة في فكرة أو اتجاه أو موقف، وهو عملية تفاعل اجتماعي يستخدمها الناس لبناء معاني تشكل في عقولهم صوراً ذهنية للعالم ويتبادلون هذه الصورة الذهنية عن طريق الرموز.

شبكات التواصل الاجتماعي: شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من

الاجتماعي حيث يمكن الاستفادة من هذه النتائج في عمل البرامج الإرشادية لتنمية وعي الوالدين بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الأسرية.

فروض البحث:

١. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات المصريين والسعوديين في عدد شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، والعلاقات الأسرية.

٢. توجد علاقة ارتباطية بين عدد شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي وبين العلاقات الأسرية.

٣. توجد علاقة ارتباطية بين بعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء - المستوى التعليمي - الدخل الشهري للأسرة) وبين عدد شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية.

٤. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث في عدد شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، والعلاقات الأسرية.

٥. يوجد تباين دال احصائياً بين عينة الدراسة في عدد شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، والعلاقات الأسرية تبعاً للمهنة.

الامكانات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم (المنصور، 2012: 25).

وعرفتها الباحثتان إجماعاً بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة.... إلخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء معروفين في الواقع، أو أصدقاء يتم معرفتهم من خلال السياقات الافتراضية.

العلاقات الأسرية: تعرف في اللغة بأنها الصلات التي تجمع بين أفراد العائلة والأهل (مجمع اللغة العربية، 2001: 16، 431) كما أنها علاقة مباشرة تنشأ عن طريق الاتصال بين عدد محدود من الأفراد وتتسم بالعمق والخصوصية والدوام النسبي، وبأنها غاية في حد ذاتها وليست وسيلة لتحقيق منفعة أو مصالح خاصة، وهي أيضاً حالة من التفاعل المتبادل بين الطرفين وتستمر فترات طويلة قد تصل طيلة العمر مثل العلاقة بين الزوج والزوجة والعلاقة بين الآباء والأبناء (الطوخي، 2008: 106).

وعرفتها الباحثتان إجماعاً بأنها العلاقات الإنسانية التي تقوم بين مجموعة من الأفراد تربطهم صلة الزواج والدم وتتفرع إلى أربع أنواع من العلاقات الإنسانية (العلاقة بين الزوجين - العلاقة بين الآباء والأبناء - العلاقة بين الأبناء بعضهم البعض - العلاقات الخارجية مع الأهل والأصدقاء والجيران).

العلاقة بين الزوجين: التفاعل بين الزوجين أي التأثير المتبادل بينهما بحيث يكون سلوك كل منهما مترتب على الآخر (عزب، 2011: 87).

وعرفتها الباحثتان إجماعاً التفاعل بين الزوجين القائم على المودة والرحمة والاحترام المتبادل وتقبل عيوب الطرف الآخر وإنجاب الأبناء ورعايتهم.

العلاقة بين الآباء والأبناء: هي أسلوب التعامل والحوار بين الآباء والأبناء في مختلف مواقف الحياة وما يترتب عليه من رد فعل الأبناء، وقد يكون هذا الأسلوب مليناً بالحب والقبول والتفاهم والثقة فيساعد الأبناء على النمو النفسي والاجتماعي السليم، وقد يكون أسلوباً غير مناسب أو سيئاً والبيئة الأسرية غير مهيأة مما يؤثر بالسلب على النمو النفسي والاجتماعي للأبناء (صقر، 2014: 37).

وعرفتها الباحثتان إجماعاً بأنها التفاعل بين الآباء والأبناء الذي يتضمن الحنان والتدليل أحياناً، والحزم والتفويض أحياناً أخرى بما يضمن النمو النفسي والاجتماعي والديني والأخلاقي السليم للأبناء.

العلاقة بين الأبناء بعضهم البعض: هي أسلوب تعامل الأبناء مع بعضهم البعض والملئ بالمحبة والعطف والاحترام والتعاون ويشوبه في بعض الأحيان الغيرة والقسوة والخلافات والمشاجرات (صقر، 2014: 37).

وعرفتها الباحثتان إجماعاً التفاعل بين الأخوة الذي يتضمن الحب والصداقة والتعاون والشجار والخلاف.

العلاقات الخارجية: أسلوب التعامل والحوار الذي يجمع بين الأسرة بأفرادها والمحيطين سواء كانوا أسرة الزوج أو أسرة الزوجة أو الأقارب أو الجيران أو الأصدقاء (صقر، 2014: 58).

وعرفتها الباحثتان إجماعاً التفاعل بين الزوجين وأسرتهما وأصدقائهما وجيرانهما وقد تكون هذه العلاقات طيبة ومتوازنة وقد تكون مليئة بالخلافات والمشاجرات.

ثالثاً: حدود البحث:

١. **الحدود البشرية:** تم إجراء البحث على عينة غرضية قوامها (200) فرد بالغ لديه أسرة وأطفال من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي.

٢. **الحدود المكانية:** - اشتملت عينة هذا البحث على 100 فرد من المصريين (34 من الذكور - 66 من الإناث) من محافظة المنوفية، 100 فرد من السعوديين (44 من الذكور - 56 من الإناث) من القصيم.

8000 ريال أو من 6000 إلى أقل من 16000 جنيه
(2) من 8000 إلى أقل من 15000 ريال أو من
16000 إلى أقل من 30000 جنيه (3) من 15000
ألف ريال فأكثر أو من 30000 جنيه فأكثر (4) []

كما تضمنت بيانات عن استخدام شبكات التواصل
الاجتماعي تضمن الوسائل المستخدمة للمشاركة بشبكات
التواصل الاجتماعي [التليفون المحمول - الأياد -

التابليت - الحاسب الآلي بترميز نعم (1) لا (2)] -
متوسط ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

بترميز [أقل من ساعة (1) من ساعة إلى أقل من
ساعتين (2) من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات (3)
من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات (4) من أربع
ساعات فأكثر (5)] - مع من يتم التواصل عن طريق

شبكات التواصل الاجتماعي [الأقارب - الأصدقاء
والأصحاب - أشخاص غريباء بترميز نعم (1) لا (2)] .

استبيان شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة:

استهدف الاستبيان التعرف على شبكات التواصل
الاجتماعي التي يستخدمها الأفراد عينة البحث وتضمن

10 أنواع من شبكات التواصل الاجتماعي وكانت
الاجابة عليه بمقياس متدرج متصل (أستخدم - لا

أستخدم) مثل شبكات فيسبوك وتويتر وسكايب وهانجوتس
كما استهدف الاستبيان التعرف على المواقع والبرامج

المفضلة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي
يستخدمها الأفراد عينة البحث وتضمن 10 أنواع من

المواقع والبرامج وكانت الاجابة عليه بمقياس متدرج
متصل (أستخدم - لا أستخدم) مثل المواقع والبرامج الفنية

والسياسية والدينية والاجتماعية.

استبيان الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل

الاجتماعي لأفراد عينة البحث : استهدف الاستبيان
التعرف على الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل

الاجتماعي لدي عينة البحث وتضمن 47 عبارة كانت
الإجابة عليها بمقياس متدرج متصل (نعم - أحيانا - لا)

تم إعداده في ضوء التعريف الإجرائي للدراسة ولبناء هذا
الاستبيان تم الاطلاع على الدراسات والبحوث السابقة

٣. **الحدود الزمنية:** تم تطبيق أدوات البحث من بداية
شهر ابريل 2014 حتى يناير 2015 في صورة
عدد من المقابلات وكان الوقت المستغرق في ملئ
استمارات الاستبيان 30 دقيقة.

رابعاً: أدوات البحث : وقد تم استيفاء البيانات البحثية عن
طريق الاستبيان بالمقابلة الشخصية واستخدمت
عدة أدوات للحصول علي البيانات والمعلومات
اللازمة للبحث وقد اشتملت علي:-

١. استمارة البيانات العامة (اعداد الباحثان).

٢. استبيان شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة ونوع
المواقع والبرامج المفضلة من خلال شبكات

التواصل الاجتماعي (اعداد الباحثان).

٣. استبيان الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل
الاجتماعي (اعداد الباحثان).

٤. استبيان العلاقات الأسرية (اعداد صقر، 2014).

وفيما يلي عرض لهذه الأدوات :

استمارة البيانات العامة : أعدت استمارة البيانات العامة
للتعرف علي خصائص أفراد عينة البحث:

تضمنت مجموعة من الأسئلة التي تفيد إجاباتها في
معرفة بيانات حول الجوانب الاجتماعية من حيث السن

بترميز [25 سنة فأقل (1) من 26 - 30 سنة (2) من
31 - 35 سنة (3) من 36 - 40 سنة (4) من 41

سنة فأكثر (5)] - النوع بترميز [ذكر (1) أنثى (2)] -
الحالة الاجتماعية بترميز [متزوج (1) مطلق (2) أرمل

(3)] - مدة الزواج بترميز [5 سنوات فأقل (1) من 6
- 10 سنوات (2) من 11 - 15 سنة (3) من 16 -

20 سنة (4) من 21 - 25 سنة (5) من 26 سنة فأكثر
(6)] - الدرجة العلمية بترميز [ثانوية أو ما يعادلها (1)

مؤهل جامعي (2) ماجستير (3) دكتوراة (4) - المهنة
بترميز [لا يعمل (1) أعمال حرفية (2) أعمال كتابية

(3) أعمال حرة (4) أعمال مهنية (5)] - عدد الأبناء
بترميز [3 أبناء فأقل (1) من 4-5 أبناء (2) من 6

أبناء فأكثر (3)] - الدخل الشهري بترميز [أقل من
3000 ريال أو 6000 جنيه (1) من 3000 إلى أقل من

التي تتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي ومقاييسها سواء العربية أو الأجنبية واشتمل على أسئلة تعكس إجاباتها تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العادات والسلوكيات الاجتماعية والأخلاقية والفرائض الدينية والتواصل مع الأهل والأصدقاء والجيران وتأثيرها على العلاقات بين الزوجين وبين الآباء والأبناء وتأثيرها على ثقافة الأفراد.

أما مستويات إيجابيات وسلبيات التواصل الاجتماعي تم حسابها بطريقة المدى حيث بلغت أعلى قيمة 141 درجة وأقل قيمة 47 درجة وبذلك بلغ المدى 94 وطول الفئة $31 = 3/94$ وبذلك يكون المستوى المنخفض (47 - 78) أما المتوسط (79 - 109) بينما المستوى المرتفع (110 - 141).

وللتعرف على صدق Validity الاستبيان تم عرضه على مجموعة من المتخصصين في قسم إدارة المنزل والمؤسسات بجامعة المنوفية حيث تم تعديل صياغة بعض العبارات وفقا لآراء المحكمين وبذلك يكون الاستبيان قد خضع لصدق المحتوى في الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي ، ثم تم حساب ثبات الاستبيان Reliability باستخدام معامل Alpha-Cronbach لحساب معامل الثبات لتحديد قيمة الاتساق الداخلي للاستبيان ككل وكانت قيمة معامل ألفا للاستبيان ككل 0.88 وهي قيمة عالية تؤكد على اتساق استبيان الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي. استبيان العلاقات الأسرية: استهدف هذا الاستبيان دراسة العلاقات الأسرية وتكون من 116 عبارة مقسمة على أربع محاور:

١. العلاقات بين الزوجين : اشتمل هذا المحور على أسئلة تعكس إجاباتها مدى الاحترام والحب بين الزوجين وكيفية مواجهة الخلافات والمشكلات بينهما، وتقدير واهتمام كل طرف منهما بالآخر وقد اشتمل هذا المحور على 29 عبارة، أما مستويات العلاقة بين الزوجين تم حسابها بطريقة المدى حيث بلغت أعلى قيمة 87 درجة وأقل قيمة 29

درجة وبذلك بلغ المدى 58 وطول الفئة $19 = 3/58$ وبذلك يكون المستوى المنخفض (29 - 48) أما المتوسط (49 - 67) بينما المستوى المرتفع (68 - 87).

٢. العلاقات بين الآباء والأبناء: اشتمل هذا المحور على أسئلة تعكس إجاباتها مشاركة الآباء أبنائهم هواياتهم وطموحاتهم والأنشطة الجماعية ومتابعة الأحوال الدراسية للأبناء والنقاش معهم وتقويم سلوكياتهم وقد اشتمل هذا المحور على 32 عبارة، أما مستويات العلاقة بين الآباء والأبناء تم حسابها بطريقة المدى حيث بلغت أعلى قيمة 96 درجة وأقل قيمة 32 درجة وبذلك بلغ المدى 64 وطول الفئة $21 = 3/64$ وبذلك يكون المستوى المنخفض (32 - 53) أما المتوسط (54 - 75) بينما المستوى المرتفع (76 - 96).

٣. العلاقات بين الأبناء بعضهم البعض: اشتمل هذا المحور على أسئلة تعكس إجاباتها مدى الاحترام والحب والتعاون المتبادل بين الأبناء وتعامل الأبناء الذكور مع الأبناء الإناث والأخوة الأكبر مع الأصغر سناً والغيرة والخلافات بين الأبناء وقد اشتمل هذا المحور على 29 عبارة، أما مستويات علاقات الأبناء بعضهم البعض تم حسابها بطريقة المدى حيث بلغت أعلى قيمة 87 درجة وأقل قيمة 29 درجة وبذلك بلغ المدى 58 وطول الفئة $3/58$ وبذلك يكون المستوى المنخفض (29 - 48) أما المتوسط (49 - 67) بينما المستوى المرتفع (68 - 87).

٤. العلاقات الخارجية: اشتمل هذا المحور على أسئلة تعكس إجاباتها مدى اهتمام الزوج أو الزوجة بأهل وأقارب الطرف الآخر والعلاقات الاجتماعية مع الأصدقاء والجيران وقد اشتمل هذا المحور على 26 عبارة، أما مستويات العلاقات الخارجية تم حسابها بطريقة المدى حيث بلغت أعلى قيمة 78 درجة وأقل قيمة 26 درجة وبذلك بلغ المدى

للكشف عن نوع العلاقة بين هذه المتغيرات وللتحقق من صحة الفروض حيث قامت الباحثة بترميز البيانات وتفرغها ومراجعتها لضمان صحة النتائج ودقتها وفيما يلي الأساليب الإحصائية التي تم إستخدامها وهي حساب معامل Alpha-Cronbach لكل عبارات الاستبيان، وحساب العدد والنسب المئوية، وحساب معامل الارتباط بيرسون، واختبار (ت) T-test، واختبار تحليل التباين One Way Anova وفي حالة وجود فروق يتم تطبيق اختبار L.S.D.

النتائج والمناقشة

أولاً: وصف خصائص عينة البحث:

يتضح من جدول (2) أن (66%، 56%) من الإناث من أفراد عينة البحث من المصريين والسعوديين علي الترتيب وأن (34%، 44%) من الذكور من المصريين والسعوديين عينة البحث علي الترتيب، بينما تساوت نسبة عينة البحث من المصريين والسعوديين في السن الذي يتراوح من (26 - 30 سنة) بنسبة (26%)، كما يتضح أن (46%) من المصريين عينة البحث حديثي الزواج من (5 سنوات فأقل) مقارنة بالسعوديين حيث وصلت النسبة إلي (35%)، ويشير الجدول إلي أن عدد أبناء عينة البحث من المصريين أقل من السعوديين حيث بلغ نسبة عدد الأبناء من 3 أبناء فأقل إلي (87%) للمصريين بينما تصل نسبة عدد الأبناء من 3 أبناء فأقل إلي (61%) للسعوديين،

52 وطول الفئة $3/52 = 17$ وبذلك يكون المستوى المنخفض (26-43) أما المتوسط (44-60) بينما المستوى المرتفع (61-78).
أما مستويات العلاقات الأسرية الكلية تم حسابها بطريقة المدى حيث بلغت أعلى قيمة 348 درجة وأقل قيمة 116 درجة وبذلك بلغ المدى 232 وطول الفئة $3/232 = 77$ وبذلك يكون المستوى المنخفض (116 - 193) أما المتوسط (194 - 270) بينما المستوى المرتفع (271 - 348).

طريقة الفاكرونباخ : قامت الباحثتان بحساب ثبات

الاستبيان Reliability باستخدام معامل Alpha-Cronbach لحساب معامل الثبات لتحديد قيمة الاتساق الداخلي للاستبيان ككل وكانت قيمة معامل ألفا للاستبيان ككل 0.94 وهي قيمة عالية تؤكد على اتساق استبيان العلاقات الأسرية كما تم حساب معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان كالآتي:

جدول 1: معامل ألفا كرونباخ لمحاور استبيان العلاقات الأسرية

البيان	معامل ألفا كرونباخ
العلاقات بين الزوجين	0.88
العلاقات بين الآباء والأبناء	0.85
العلاقات الخارجية	0.82
علاقة الأبناء بعضهم البعض	0.81

خامساً: الأساليب الإحصائية المستخدمة: تم تحليل البيانات وإجراء المعاملات الإحصائية باستخدام برنامج (SPSS)

وذلك statistical package for social sciences program لإجراء الأساليب الإحصائية على متغيرات الدراسة

كما يتضح أن نسبة الحاصلين علي الدرجة العلمية الجامعية لعينة البحث من المصريين تصل نسبتهم إلي(56%) بينما تصل إلي (47%) للسعوديين، بينما تساوت النسبة الذين لا يعملون من المصريين عينة البحث والذين يعملون في وظائف مهنية إلي(43%) والتي ارتفعت عن نسبة الذين لا يعملون من السعوديين عينة البحث والتي وصلت إلي(37%) كما وصلت نسبة الذين يعملون في الوظائف المهنية إلي(42%)، كما يتضح ارتفاع مستوى الدخل الشهري للسعوديين عينة البحث حيث تبين أن(70%) يتراوح دخلهم الشهري (3000 - 15000 ريال) عن المصريين .حيث أن (58%)منهم وصل نسبة الدخل الشهري أقل من(6000 جنيه)، ويتضح ارتفاع نسبة استخدام التليفون المحمول في التواصل الاجتماعي لعينة البحث من السعوديين

كما يتضح ارتفاع نسبة المواقع والبرامج [الدينية- الاجتماعية - ترفيهية - فنية - متعلقة بالموضة (الأزياء والأحذية، الإكسسوارات، ..الخ)- السياسية] التي يفضل استخدامها عينة البحث من المصريين إلى (82%- 82%- 80%- 74%- 71% علي الترتيب)، بينما ارتفعت نسبة المواقع والبرامج (الاجتماعية - الدينية - الدردشة والمحادثة - ترفيهية) التي يفضل استخدامها عينة البحث من السعوديين والتي تصل إلى (85% - 83% - 69% - 63% علي الترتيب) وقد يرجع ذلك أن نسبة الإناث في عينة الدراسة (61%) وهن يفضلن تصفح المواقع الدينية والاجتماعية والمتعلقة بالموضة أكثر من المواقع السياسية والمهنية والرياضية وهذا يختلف مع دراسة العويضي (2004: 114) التي أظهرت أن من أهم أسباب ارتياد شبكة الانترنت الأغراض العلمية والتعرف على ثقافات العالم يليهم التسلية والترفيه.

توزيع العينة البحثية وفقاً لمستوي عدد شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة والمفضلة:

يتضح من جدول (4) انخفاض مستوي عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضل استخدامها لعينة البحث من المصريين والتي تصل نسبتهم إلى (54%) عن عينة البحث من السعوديين والتي تصل نسبة انخفاض مستوي عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضل استخدامها إلى (49%).

والتي وصلت إلى (100%) عن المصريين والتي وصلت نسبة الاستخدام إلى (76%)، كما يتضح أن (36%) من المصريين نسبة عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (من ساعة إلى أقل من ساعتين) أكثر من السعوديين عينة البحث الذين يصل نسبة الاستخدام إلى (27%). كما ارتفعت نسبة التواصل مع الأصدقاء والمعارف عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي للسعوديين عينة البحث حيث وصلت إلى (88%) عن المصريين التي وصلت نسبتهم إلى (79%)، بينما زاد التواصل مع الغرباء عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي للمصريين عينة البحث إلى (80%) عن السعوديين التي وصلت نسبتهم إلى (76%).

ثانياً: الدراسة الوصفية لإستجابات عينة البحث من المصريين والسعوديين على أدوات البحث:

١- استبيان شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المفضلة لعينة البحث:

يتضح من جدول (3) ارتفاع نسبة استخدام (الفيس بوك- واتس آب- تويتر- اسكاي بي) لأفراد عينة البحث من المصريين والتي تصل نسبتهم علي الترتيب إلى (73%- 59%- 54%- 51%) بينما ارتفع نسبة استخدام (واتس آب - تويتر - انستجرام) لأفراد عينة البحث من السعوديين والتي تصل نسبتهم إلى (90% - 73%- 72%) وقد يرجع ذلك إلى أن (66%) من عينة البحث من المصريين يستخدمون الحاسب الآلي في التواصل الاجتماعي بينما (100%) من عينة البحث من السعوديين يستخدمون التليفون المحمول في التواصل الاجتماعي.

جدول 3: توزيع أفراد عينة البحث وفقاً لإستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة ونوع المواقع والبرامج المفضلة

العبارة	مصريون ن=100		سعوديون ن=100		الاجمالي ن=200	
	يستخدمون	لا يستخدمون	يستخدمون	لا يستخدمون	يستخدمون	لا يستخدمون
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها وتفضلها						
Face book (فيسبوك)	73	73%	27	27%	102	51%
Twitter (تويتر)	54	54%	46	46%	127	63.5%
Whatsapp (واتساب)	59	59%	41	41%	149	74.5%

العبارة	مصريون ن=100		سعوديون ن=100		الإجمالي ن=200		لا يستخدمون	يستخدمون	لا يستخدمون	يستخدمون
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
Telegram (تيليجرام)	30	30	70	70	28	28	72	72	58	29
Skype (سكايب)	51	51	49	49	24	24	76	76	75	37.5
HANGOUTS (هانجوتس)	15	15	85	85	6	6	94	94	21	10.5
TANGO (تانجو)	19	19	81	81	34	34	66	66	53	26.5
INSTAGRAM (انستجرام)	29	29	71	71	72	72	28	28	101	50.5
Line (لاين)	19	19	81	81	23	23	77	77	42	21
MMB (بلاك بيرى شات)	27	27	73	73	35	35	65	65	62	31
المواقع والبرامج التي يفضل استخدامها في التواصل الاجتماعي										
فنية	74	74	26	26	45	45	55	55	119	59.5
سياسية	67	67	33	33	47	47	53	53	114	57
دينية	82	82	18	18	83	83	17	17	165	82.5
اجتماعية	82	82	18	18	85	85	15	15	167	83.5
مهنية (خاصة بعملك أو البحث عن وظيفة)	62	62	38	38	54	54	46	46	116	58
ترفيهية	80	80	20	20	63	63	37	37	143	71.5
متعلقة بالموضة (الأزياء والأحذية، الإكسسوارات، ..الخ)	71	71	29	29	59	59	41	41	130	65
رياضية	57	57	43	43	40	40	60	60	97	48.5
الدرشة والمحادثات	67	67	33	33	69	69	31	31	136	68
متعلقة بالبيع والشراء (العقارات والأجهزة والملابس، ..الخ)	67	67	33	33	50	50	50	50	117	58.5

جدول 4: توزيع أفراد العينة من المصريين والسعوديين وفقاً لمستوى عدد شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة والمفضلة

البيان	المصريون ن=100		السعوديون ن=100		الإجمالي ن=200	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
مستوى منخفض (1-3)	54	54	49	49	103	51.5
مستوى متوسط (4-6)	32	32	33	33	65	32.5
مستوى مرتفع (7-10)	14	14	18	18	32	16
الإجمالي	100	100	100	100	200	100

يتضح من جدول (6) أن شبكات التواصل الاجتماعي كان لها إجابيات علي مستخدميها من أفراد عينة البحث حيث أشارت النتائج إلي أن (54%) من السعوديين كانت تفيدهم في تطوير شخصية الفرد عن عينة البحث من المصريين التي وصلت نسبتهم إلي (58%)، غير أن (55%) من عينة البحث من المصريين تساعدهم أحياناً على تخفيف الاحتقان النفسي والصدام مع الآخرين عن السعوديين والتي وصلت نسبتهم إلي (43%)، كما أن (47%) من السعوديين ساعدتهم علي تكوين صداقات جديدة عن المصريين التي وصلت نسبتهم إلي (41%) وهذا يتفق مع دراسة الشهري (1434 هـ: 66) التي أظهرت أن (30%) من عينة الدراسة

توزيع العينة البحثية وفقاً لمستوي عدد المواقع والبرامج المفضل استخدامها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي:

يتضح من جدول (5) ارتفاع نسبة مستوي عدد المواقع والبرامج المفضل استخدامها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لعينة البحث من المصريين والتي تصل نسبتهم إلي (63%) عن عينة البحث من السعوديين والتي تصل نسبة مستوي عدد المواقع والبرامج المفضل استخدامها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي إلي (54%).

٢ - استبيان الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي:

عملية التواصل مع الأقارب وبالتالي تقوية الروابط العائلية، بينما (40%) من المصريين لم تقل زيارتهم لأقاربهم وأصدقائهم منذ استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالسعوديين التي وصلت نسبتهم إلى (41%) بينما أظهرت دراسة العويضي (2004، 139) أن (79%) من الأزواج و (73%) من الزوجات و (62%) من الأبناء يرون أن الانترنت يقلل من الزيارات المتبادلة بين الأهل والأصدقاء وبالتالي يؤثر على صلة الرحم بين أفراد المجتمع، كذلك يتضح أن شبكات التواصل الاجتماعي كان لها سلبية علي مستخدميها من أفراد عينة البحث من المصريين والسعوديين حيث أشارت النتائج إلى أن (42%) من عينة البحث من السعوديين و (41%) من المصريين أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي سلباً على أداء الفرائض الدينية (مثل تأخير أو التكاثر عن أداء الصلوات الخمس في أوقاتها) وقد يرجع ذلك إلى الإشتغال بالتواصل مع الأقارب والأصدقاء حتى ينتهي ميعاد الصلاة وهذا يتفق مع دراسة العويضي (2004، 141) التي أظهرت أن (24.7%) من الأزواج و (15.8%) من الزوجات و (35.8%) من الأبناء يرون أن استخدام الانترنت يجعلهم يتأخرون أو يتكاسلون عن أداء الصلوات الخمس في أوقاتها وبالنظر إلى أهمية المحافظة على أداء الصلاة في أوقاتها ومكانة ذلك في الشريعة الإسلامية تعد هذه النسب مرتفعة،

يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن صداقات جديدة. كما أن (56%) من المصريين لم يجعل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يغيرون من وجهة نظرهم تجاه بعض المعتقدات الدينية (مثل حجاب المرأة والاختلاط) عن السعوديين التي وصلت نسبتهم إلى (52%) وهذا يختلف مع دراسة العويضي (2004، 141) التي أظهرت أن (97.2%) من الأزواج و (96.2%) من الزوجات و (96.8%) من الأبناء يرون أن استخدام شبكة الانترنت لم يجعلهم يغيرون من وجهة نظرهم تجاه بعض المعتقدات الدينية (مثل حجاب المرأة والاختلاط)، غير أن (47%) من السعوديين عينة البحث ساعدتهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على متابعة الأحداث السياسية اليومية الجارية مقارنة بالمصريين التي وصلت نسبتهم إلى (44%) بينما أظهرت دراسة العويضي (2004، 139) أن (90.5%) من الأزواج و (91.5%) من الزوجات و (87%) من الأبناء يرون أن الانترنت تساعد في الحصول على معلومات سياسية غير متوفرة. كما أن (57%) من السعوديين ساعدتهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التواصل مع أفراد العائلة البعيدين بالصوت والصورة عن المصريين التي وصلت نسبتهم إلى (42%) وهذا يتفق مع دراسة الشهري (1434 هـ : 66) التي أظهرت أن (70%) من عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع أفراد أسرهم البعيدين مكانياً وهنا يتجسد الدور الفاعل لهذه المواقع في تسهيل

جدول 5: توزيع أفراد العينة من المصريين والسعوديين وفقاً لمستوى عدد المواقع والبرامج المفضلة

البيان	المصريون ن=100		السعوديون ن=100		الإجمالي ن=200	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
مستوى منخفض (1-3)	10	10	25	25	35	17.5
مستوى متوسط (4-6)	27	27	21	21	48	24
مستوى مرتفع (7-10)	63	63	54	54	117	58.5
الإجمالي	100	100	100	100	200	100

جدول 6: توزيع أفراد عينة البحث وفقاً لإستجاباتهم لاسبيان الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

العبارة	مصريون ن=100				سعوديون ن=100			
	نعم	أحياناً	لا	%	نعم	أحياناً	لا	%
تفيد شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير شخصية الفرد.	58	29	13	58	54	42	4	4

العبارة	مصريون ن=100						سعوديون ن=100					
	نعم			لا			نعم			لا		
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الثقافة.	53	53	29	29	18	18	64	64	33	33	3	3
يؤثر استخدام شبكات الاجتماعي سلباً على سلوك مستخدميه.	38	38	46	46	16	16	38	38	49	49	13	13
يؤثر استخدام شبكات التواصل سلباً على أداء الفرائض الدينية (مثل تأخير أو التكاثر عن أداء الصلوات الخمس في أوقاتها)	41	41	41	41	18	18	42	42	42	42	16	16
يؤدي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى الاعتماد على ممارسة سلوكيات مرفوضة وغير مقبولة دينياً واجتماعياً.	23	23	44	44.0	33	33	39	39	36	36	25	25
يؤدي استخدام شبكات التواصل إلى الانعزال عن المحيط الاجتماعي	25	25	48	48	27	27	43	43	48	48	9	9
يؤدي استخدام شبكات التواصل إلى ترويج المواد الإباحية	29	29	47	47	24	24	36	36	39	39	25	25
يؤدي استخدام شبكات التواصل إلى ترويج الثقافة الغربية	25	25	49	49	26	26	45	45	39	39	16	16
يؤدي استخدام شبكات التواصل إلى مشكلات نفسية (مثل الاكتئاب)	28	28	41	41	31	31	30	30	36	36	34	34
يعوق استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قضاء وقت كاف مع الأسرة والأصدقاء	35	35	46	46	19	19	45	45	47	47	8	8
يغرس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أفكار غريبة هادمة للأسرة والمجتمع.	22	22	41	41	37	37	29	29	53	53	18	18
يعوق استخدام شبكات التواصل الاجتماعي القيام بالمهام المطلوبة تجاه من حولي من الأهل والأصدقاء.	25	25	47	47	28	28	36	36	50	50	14	14
يؤثر استخدام شبكات التواصل علي مساعدتي لأبنائي لرفع مستوي تحصيلهم الدراسي واكتسابهم المهارات الحياتية.	29	29	26	26	45	45	30	30	41	41	29	29
يساعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تجنب الاحتكاك مع الآخرين وبالتالي تجنب الشجار داخل الأسرة.	26	26	43	43	31	31	35	35	45	45	20	20
يساعد استخدام برامج ومواقع التواصل الاجتماعي على تخفيف الاحتقان النفسي والصدام مع الآخرين	26	26	55	55	19	19	34	34	43	43	23	23

تابع جدول 6:

العبارة	مصريون ن=100						سعوديون ن=100					
	نعم			لا			نعم			لا		
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
يؤدي استخدام شبكات التواصل	34	34	48	48	18	18	47	47	43	43	10	10

سعوديون ن=100						مصريون ن=100						العبارة
لا		أحياناً		نعم		لا		أحياناً		نعم		
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
53	53	29	29	18	18	44	44	37	37	19	19	استخدام شبكات التواصل يجعلني أغير بعض آرائ وأفكاري وعاداتي الاجتماعية (مثل التعارف والزواج عن طريق الانترنت)
29	29	45	45	26	26	34	34	53	53	13	13	أشعر بالصداع والتوتر العصبي أثناء استخدام شبكات التواصل
32	32	44	44	24	24	36	36	38	38	26	26	استخدام شبكات التواصل يجعلني وأفراد الأسرة لا نشارك في الأنشطة المختلفة(مثل مشاهدة التلفاز أو القيام ببعض الزيارات العائلية أو التنزه سوياً)
37	37	37	37	26	26	39	39	38	38	23	23	أتناول الطعام أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
19	19	39	39	42	42	20	20	44	44	36	36	أشعر بالإجهاد البصري عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
52	52	28	28	20	20	56	56	28	28	16	16	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يجعلني أغير وجهة نظري تجاه بعض المعتقدات الدينية (مثل الحجاب والاختلاط).
14	14	39	39	47	47	23	23	33	33	44	44	يساعدني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي متابعة الأحداث السياسية اليومية الجارية.
13	13	30	30	57	57	26	26	32	32	42	42	يساعدني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي التواصل مع أفراد العائلة البعيدين بالصوت والصورة.
20	20	44	44	36	36	17	17	44	44	39	39	أجد صعوبة في التحكم في الوقت الذي أقضيه في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
41	41	30	30	29	29	40	40	35	35	25	25	قلت زياراتي لأقاربي وأصدقائي منذ استخدامي لشبكات التواصل
49	49	24	24	27	27	55	55	26	26	19	19	لا أستقبل الضيوف أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
44	44	37	37	19	19	44	44	32	32	24	24	أصبحت أفضل مناقشة أصدقائي عبر شبكات التواصل الاجتماعي عن مناقشة أفراد أسرتي.
44	44	37	37	19	19	51	51	30	30	19	19	قلت إسهاماتي التطوعية لخدمة المجتمع بسبب استخدامي لشبكات التواصل الاجتماعي
47	47	30	30	23	23	54	54	19	19	27	27	قلت مشاركتي لجيرانني مناسباتهم الاجتماعية بسبب استخدامي لشبكات التواصل الاجتماعي.

تابع جدول 6:

العبارة	مصريون ن=100				سعوديون ن=100			
	نعم	لا	أحياناً	%	نعم	لا	أحياناً	%
أنجذب للدعاية والإعلانات الخاصة بالمنتجات المعلن عنها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	27	27	37	36	29	29	40	31
أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي فور استيقاظي من النوم.	22	22	37	41	41	41	34	25
أسهر لوقت متأخر من الليل أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي.	25	25	51	24	33	33	36	31
كثيراً ما يشكروا الأبناء من إهمالهم وتجاهلهم احتياجاتهم نتيجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.	20	20	38	42	25	25	35	40
استطيع أن أحكي أدق تفاصيل حياتي بحرية أكثر مع أصدقاء المواقع الاجتماعية.	28	28	30	42	51	51	30	19

بالإضافة إلى أن (39%) من عينة البحث من السعوديين و(47%) من المصريين أدي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أحياناً إلى ترويج المواد الإباحية كذلك أظهرت دراسة العويضي (2004، 139) أن (46%) من الأزواج و(49%) من الزوجات و(52.5%) من الأبناء يستخدمون الشبكة للوصول إلى المواقع الإباحية وتعد هذه النسب مرتفعة في مجتمع تحكم تصرفات أفرادها القيم الدينية والتقاليد الاجتماعية، غير أن (48%) من عينة البحث من السعوديين و(44%) من المصريين أدي أحياناً استخدام أفراد الأسرة لشبكات التواصل الاجتماعي إلى ضعف التفاعل الأسري وهذا يتفق مع دراسة الشهري (1434 هـ: 76) التي أظهرت أن (38%) من عينة الدراسة قد أثر استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي على تفاعلهم وجلسهم مع أفراد أسرهم مما يدل على قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على إحداث تغير سلبي في سلوك الأفراد، وأن (44%) من عينة البحث من السعوديين و(38%) من المصريين يجعلهم

جدول 7: توزيع أفراد العينة وفقاً لمستوى الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

البيان	المصريون ن=100		السعوديون ن=100		الإجمالي ن=200	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
مستوى منخفض	4	4	10	10	14	7
مستوى متوسط	71	71	68	68	139	69.5
مستوى مرتفع	25	25	22	22	47	23.5
الإجمالي	100	100	100	100	200	100

مستوى تعليمهم مرتفع، إضافة إلى (60%، 51%) من عينة البحث من السعوديين والمصريين يتهيئون لاستقبال أزواجهم عند عودتهم من العمل وهذا يتفق مع دراسة صقر (2014: 149) التي أظهرت أن (46.73%) من ربات الأسر عينة الدراسة يتهيأن لاستقبال أزواجهن عند عودتهم من العمل، كما أن (50%، 53%) من عينة البحث من السعوديين والمصريين يعتذرون لبعضهم البعض إذا أخطأ أحدهم في حق الآخر وهذا يتفق مع دراسة صقر (2014: 149) التي أظهرت أن (43.47%) من الأسر عينة الدراسة يعتذر فيها الزوجان لبعضهما إذا أخطأ أحدهما في حق الآخر.

و(25%) مستوى الوعي لديهم بنسبة مرتفعة عن السعوديين الذي كان مستوى الوعي لديهم بإيجابيات وسلبيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وصلت إلى (68%) لمستوى الوعي المتوسط و (22%) منهم لديهم مستوى مرتفع من الوعي.

٣ - استبيان العلاقات الأسرية

أ: محور العلاقة بين الزوجين

يتضح من جدول (8) مدي وعي عينة البحث من السعوديين والمصريين بالعلاقة بين الزوجين حيث تبين أن (69%، 67%) من عينة البحث من السعوديين والمصريين يتبادل الزوجين الاحترام والحب والتقدير وقد يرجع ذلك إلى أن (51.5%، 66%) من عينة البحث

جدول 8: توزيع أفراد العينة البحث وفقاً لاستجاباتهم لبعء العلاقة بين الزوجين

العبارة	مصريون ن=100				سعوديون ن=100			
	نعم	أحياناً	لا		نعم	أحياناً	لا	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
يبادلني زوجي (زوجتي) الحب والتقدير.	67	67	6	6	69	69	28	28
يوجد احترام متبادل بيني وبين زوجي (زوجتي).	54	54	19	19	76	76	21	21
أقابل ثورة زوجي (زوجتي) بهدوء وأحتويه.	36	36	42	42	53	53	43	43
أهتم بتلبية احتياجات زوجي (زوجتي) دون أن أبدى له شكوى أو ملل.	48	48	27	27	56	56	39	39
انتهى من عمالي وأتھيا لاستقبال زوجي/زوجتي عند العودة للمنزل.	51	51	27	27	60	60	33	33
يقابل زوجي (زوجتي) اهتماماتي به بفتور.	21	21	37	37	28	28	41	41
ينسى زوجي (زوجتي) مناسباتنا الخاصة.	18	18	38	38	30	30	40	40
أشعر بالأمان والحماية مع زوجي (زوجتي).	53	53	20	20	68	68	19	19
يخرجني زوجي (زوجتي) أمام أسرته بتصرفاته وردود أفعاله.	15	15	30	30	17	17	32	32
زوجي (زوجتي) يغار على غيرة غير مقبولة.	39	39	26	26	28	28	28	28
أحرص على عدم البوح بأسرار حياتي الزوجية والأسرية.	48	48	19	19	66	66	28	28
إذا اختلفت مع زوجي (زوجتي) في أمر ما لا يخرج النقاش عن نطاقنا.	47	47	26	26	60	60	34	34
إذا اختلفت مع زوجي (زوجتي) على أمر ما لا يوضح لي وجهة نظره.	35	35	33	33	40	40	38	38
أشترك مع زوجي (زوجتي) في حل المشكلات التي تواجهنا.	49	49	25	25	65	65	31	31

تابع جدول 8:

العبارة	مصريون ن=100				سعوديون ن=100			
	نعم	أحياناً	لا		نعم	أحياناً	لا	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%

نعم		أحياناً		لا		نعم		أحياناً		لا	
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
49	49	29	29	22	22	53	53	41	41	6	6
اختار الوقت المناسب للتحدث مع زوجي (زوجتي) في أي مشكلة تخص أسرتنا.											
53	53	21	21	26	26	50	50	41	41	9	9
اعتذر أنا وزوجي (زوجتي) بعضنا لبعض إذا أخطأ أحدهما في حق الآخر.											
21	21	40	40	39	39	34	34	47	47	19	19
الصمت هو السمة المميزة لحياتنا اليومية.											
47	47	21	21	32	32	65	65	31	31	4	4
يتشاور معي زوجي (زوجتي) في جميع أمور حياتنا الأسرية.											
40	40	34	34	26	26	63	63	31	31	6	6
تلتزم أنا وزوجي (زوجتي) الحديث بصراحة ووضوح.											
38	38	39	39	23	23	51	51	39	39	10	10
أتجنب رفع صوتي على زوجي (زوجتي) لأي سبب.											
13	13	30	30	57	57	21	21	29	29	50	50
يسفه زوجي (زوجتي) من آرائي أمام الآخرين.											
18	18	36	36	46	46	16	16	43	43	41	41
يثور على زوجي (زوجتي) لآفته الأسباب.											
22	22	29	29	49	49	17	17	37	37	46	46
زوجي (زوجتي) لا يقدر مجهودي في المنزل وخارجه ويتهمني بالتقصير.											
22	22	48	48	30	30	38	38	50	50	12	12
يساعدني زوجي (زوجتي) في إنجاز بعض المهام داخل المنزل.											
49	49	29	29	22	22	55	55	37	37	8	8
نحرص على توفير جزء من أموالنا للطوارئ.											
47	47	27	27	26	26	63	63	34	34	3	3
نتعامل مع الأزمات المالية التي تواجهنا بمرونة وصبر.											
48	48	26	26	26	26	47	47	41	41	12	12
نتشارك وزوجي (زوجتي) في تخطيط الدخل المالي للأسرة.											
21	21	39	39	40	40	23	23	41	41	36	36
لا يعترف زوجي (زوجتي) بالخطأ أبداً.											
21	21	36	36	43	43	22	22	42	42	36	36
يوجه إلى زوجي (زوجتي) اللوم دائماً على المشاكل التي قد تواجهنا على أنني السبب فيها.											

ب: محور العلاقة بين الآباء والأبناء

يتضح من جدول (9) مدي وعي عينة البحث من السعوديين والمصريين بالعلاقة بين الآباء والأبناء حيث أشارت النتائج إلي أن (67%، 49%) من عينة البحث من السعوديين والمصريين يتابعون أحوال الأبناء في المدرسة أو الجامعة من وقت لآخر وقد يرجع ذلك إلى أن 42.5% من الآباء عينة البحث يمتحنون الأعمال المهنية ويحرصون على مستقبل أبنائهم، وأن (63%، 60%) من عينة البحث من السعوديين والمصريين يشاركون أبنائهم طموحاتهم وهواياتهم وقد يرجع ذلك إلى أن 74% من الأسر عينة الدراسة عدد أبنائهم 3 أبناء فأقل مما يعني توفر الوقت الكافي للأبناء لتنميتهم ومشاركة طموحاتهم وهواياتهم، وأن (57%، 38%) من عينة البحث من السعوديين والمصريين يشجعون أبنائهم على اتخاذ القرارات الخاصة بهم مع تحمل مسئوليتها وقد أظهرت دراسة صقر (2014: 151) أن (18.78%) من الأسر عينة الدراسة هي التي يشارك فيها الأبناء في صنع بعض القرارات الأسرية وهذه النسب منخفضة خاصة لعينة البحث من المصريين وهذا يدل على انخفاض وعي الآباء بأهمية تعليم الأبناء المشاركة في صنع القرارات الأسرية.

جدول 9: توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم لبعد العلاقة بين الآباء والأبناء

العبارة	مصريون ن=100		سعوديون ن=100	
	نعم	أحياناً	لا	أحياناً

العبارة	مصريون ن=100				سعوديون ن=100				لا	نعم	لا	نعم
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%				
نشعر أبنائنا بسعادتنا عندما يؤدون عملاً جيداً ولا نقلل من قيمة هذا العمل.	48	48	24	24	28	28	63	63	32	32	5	5
نذكر أبنائنا من حين لآخر أنهم يمتلكون قدرات رائعة.	49	49	33	33	18	18	57	57	36	36	7	7
أسلوب معاملة الأبناء لي أو لوالدهم غير لائق.	28	28	30	30	42	42	16	16	38	38	46	46
نترك لأبنائنا حرية التصرف في بعض الأمور مع تقديم النصح ومتابعتهم عن بعد.	33	33	46	46	21	21	44	44	47	47	9	9
يتمرد أبنائي على ما نشتريه لهم من ملابس وأدوات شخصية	25	25	55	55	20	20	25	25	43	43	32	32
أعود أبنائي ادخار جزء من مصروفهم للطوارئ	49	49	35	35	16	16	46	46	43	43	11	11
نختلف مع الأبناء بسبب كثرة طلباتهم الشرائية	24	24	48	48	28	28	29	29	57	57	14	14
يتهمنا الأبناء بالتقصير في توفير مستوى معيشي مناسب	15	15	32	32	53	53	21	21	44	44	35	35

ج: محور علاقات الأبناء بعضهم البعض

السعوديين والمصريين يشجع الزوج/ الزوجة على صلة الأرحام مع أهله/ أهلها جميعاً، وأن (61%، 50%) من السعوديين والمصريين عينة البحث لا يتدخل أهل الزوج(الزوجة) بصورة غير مقبولة في شئون حياتهم الأسرية وهذا يختلف مع دراسة صقر (2014: 156) التي أظهرت أن (64.69%) من الأسر عينة الدراسة يتدخل أهل أزواجهن بصورة غير مقبولة في شئون حياتهم الأسرية، كما أن (57%، 61%) من السعوديين والمصريين عينة البحث المستوى المادي المختلف بين أهلها/ أهله وأهل الزوج(الزوجة) لا يسبب لهم المشكلات الأسرية وهذا يختلف مع دراسة صقر (2014: 157) التي أظهرت أن (68.98%) من ربات الأسر عينة الدراسة يعانون من المشكلات الأسرية بسبب اختلاف المستوى المادي لأهلهم عن أهل أزواجهن. توزيع العينة البحثية وفقاً لمستوى العلاقات الأسرية يتضح من جدول (12) ارتفاع مستوي وعي السعوديين عينة البحث بالعلاقات بين الزوجين والتي وصلت إلي (51%) عن المصريين والتي وصل مستوي الوعي بالعلاقات بين الزوجين إلي (36%)

يتضح من جدول (10) مدي وعي عينة البحث من السعوديين والمصريين بعلاقات الأبناء بعضهم البعض حيث أشارت النتائج إلي أن (65%، 40%) من السعوديين والمصريين عينة البحث تكون علاقة أبناءهم مع بعضهم جيدة عندما يجمعهم موقف مشترك كاللعب أو الخروج لتناول الطعام أو شراء هدية لشخص ما وهذا يتفق مع دراسة صقر (2014: 154) التي أظهرت أن (50.82%) من الأسر عينة الدراسة تكون دائماً علاقة الأبناء جيدة عندما يجمعهم موقف مشترك كاللعب أو الخروج لتناول الطعام، كما أن (56%، 35%) من السعوديين والمصريين عينة البحث يحترم أبنائهم خصوصيات بعضهم البعض وهذا يتفق مع دراسة صقر (2014: 154) التي أظهرت أن (38.37%) من الأسر عينة الدراسة يحترم فيها الأبناء خصوصيات بعضهم البعض.

د: محور العلاقات الخارجية

يتضح من جدول (11) مدي وعي عينة البحث من السعوديين والمصريين بالعلاقات الخارجية حيث أشارت النتائج إلي أن (74%، 51%) من عينة البحث من

جدول 10: توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم لبعد العلاقة بين الأبناء بعضهم البعض

العبارة	مصريون ن=100						سعوديون ن=100					
	نعم	أحياناً	لا	نعم	أحياناً	لا	نعم	أحياناً	لا	نعم	أحياناً	لا
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
يتعامل أبنائي الذكور بشدة مع أخواتهم الإناث.	36	36	29	29	35	35	25	25	41	41	34	34
يخاف أبنائي الذكور على أخواتهم الإناث بطريقة مستفزة لهن.	24	24	40	40	36	36	20	20	39	39	41	41
الابن الأكبر يستفز الابن الأصغر.	37	37	36	36	27	27	24	24	52	52	24	24
الابن الأصغر يتخذ الأكبر قدوة له في جميع تصرفاته حتى وإن كانت غير جيدة.	45	45	39	39	16	16	38	38	48	48	14	14
الابن الكبير يعطف على الصغير.	41	41	42	42	17	17	48	48	48	48	4	4
يساعد الأبناء بعضهم البعض في المواقف المختلفة من مذاكرة وترتيب حجراتهم وغيرها.	39	39	39	39	22	22	42	42	50	50	8	8
يغار الأبناء من بعضهم البعض.	32	32	49	49	19	19	37	37	49	49	14	14
يتشاور الأبناء مع بعضهم في مختلف الأمور.	36	36	47	47	17	17	33	33	60	60	7	7
الثقة المتبادلة والصرحة أساس تعامل أبنائي مع بعضهم البعض.	47	47	34	34	19	19	49	49	44	44	7	7
يتشاجر الأبناء مع بعضهم أمامنا- والديهم- أو أمام الآخرين.	23	23	59	59	18	18	30	30	53	53	17	17
يتشاجر الأبناء على مشاهدة القنوات الفضائية والجلوس أمام الكمبيوتر والانترنت.	38	38	48	48	14	14	31	31	48	48	21	21
الابن صاحب الشخصية الأقوى يفرض سيطرته على أخوته في المعاملة.	34	34	40	40	26	26	34	34	45	45	21	21
أسلوب المزاح بين الأبناء غير لائق.	23	23	36	36	41	41	14	14	47	47	39	39
الأنانية سمة سائدة بين أبنائي.	16	16	35	35	49	49	17	17	38	38	45	45
يتشاجر الأبناء مع بعضهم البعض على ألقه الأسباب.	30	30	53	53	17	17	31	31	55	55	14	14
تكون علاقة الأبناء مع بعضهم جيدة عندما يجمعهم موقف مشترك كاللعب أو الخروج لتناول الطعام أو شراء هدية.	40	40	40	40	20	20	65	65	30	30	5	5
يختلف الأبناء على مشاركة أغراضهم الشخصية كالملابس والأحذية والألعاب والكتب.	30	30	61	61	9	9	34	34	54	54	12	12
يقارن أبنائي بين الهدايا التي نحضرها لهم.	28	28	55	55	17	17	37	37	46	46	17	17
سرعان ما ينسى الأبناء خلافاتهم.	47	47	32	32	21	21	64	64	33	33	3	3
يشارك أبنائي في ممارسة هوايتهم.	35	35	44	44	21	21	45	45	46	46	9	9
يشارك الأبناء مع بعضهم في الألعاب الجماعية وهم سعداء.	40	40	38	38	22	22	50	50	41	41	9	9
يميل كل ابن إلى الجلوس في غرفته منفرداً أو مع أصدقائه.	26	26	39	39	35	35	34	34	45	45	21	21
يحترم الأبناء خصوصيات بعضهم البعض.	35	35	38	38	27	27	56	56	37	37	7	7
يشارك الأبناء معاً في صلة الأرحام.	41	41	37	37	22	22	52	52	43	43	5	5
يخفى عنا الأبناء مشكلاتهم سواء مع بعضهم أو مع الآخرين.	31	31	37	37	32	32	38	38	51	51	11	11

تابع جدول 10:

العبارة	مصريون ن=100	سعوديون ن=100
---------	--------------	---------------

العبارة	مصريون ن=100						سعوديون ن=100					
	نعم	أحياناً	لا	نعم	أحياناً	لا	نعم	أحياناً	لا	نعم	أحياناً	لا
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
نستشير أهلينا في المشكلات الأسرية التي يصعب علينا حلها.	36	36	40	40	24	24	33	33	48	48	19	19
لا نجد الوقت الكافي لتبادل الزيارات مع الأهل والأصدقاء.	23	23	60	60	17	17	16	16	63	63	21	21
اهتم بتبادل الهدايا مع الأهل والأصدقاء والجيران.	37	37	44	44	19	19	45	45	44	44	11	11
اكتفى برسائل الهاتف المحمول والرنات للسؤال عن أقاربي أو أقارب زوجي (زوجتي).	27	27	49	49	24	24	34	34	43	43	23	23
لا أقبل اعتذار أصدقائي إن قصر أحدهم في السؤال عني.	15	15	27	27	58	58	16	16	31	31	53	53
علاقتي مع أصدقائي مليئة بالمشكلات.	11	11	22	22	67	67	18	18	22	22	60	60
تقتصر علاقتي بجبراني على إلقاء التحية.	34	34	28	28	38	38	33	33	36	36	31	31
نساعد أنا وجبراني بعضنا البعض وقت الحاجة.	53	53	25	25	22	22	42	42	47	47	11	11
إذا مرض أحد أصدقائي أو جبراني أزوره.	51	51	22	22	27	27	57	57	34	34	9	9

جدول 12: توزيع أفراد العينة وفقاً لمستوى العلاقات الأسرية

البيان	المصريون ن=100		السعوديون ن=100		الاجمالي ن=200	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
العلاقة بين الزوجين	6	6	1	1	7	3.5
	58	58	48	48	106	53
	36	36	51	51	87	43.5
	100	100	100	100	200	100
العلاقة بين الآباء والأبناء	6	6	1	1	7	3.5
	70	70	56	56	126	63
	24	24	43	43	67	33.5
	100	100	100	100	200	100
العلاقات الخارجية	1	1	-	-	1	0.5
	60	60	39	39	99	49.5
	39	39	61	61	100	50
	100	100	100	100	200	100
علاقات الأبناء بعضهم البعض	7	7	-	-	7	3.5
	75	75	76	76	151	75.5
	18	18	24	24	42	21
	100	100	100	100	200	100
العلاقات الأسرية	1	1	-	-	1	0.5
	71	71	55	55	126	63
	28	28	45	45	73	36.5
	100	100	100	100	200	100

وهذا يتفق مع دراسة صقر (2014: 150) التي أظهرت أن (45.1%) من ربات الأسر عينة الدراسة لديهن مستوى مرتفع من العلاقات الأسرية في العلاقات بين الزوجين وهذا يؤكد على أهمية تنمية الوعي في العلاقة بين الزوجين ، كما ارتفع نسبة وعي السعوديين بالعلاقة بين الآباء والأبناء إلي (43%) عن المصريين التي وصلت نسبتهم إلي (24%) وقد يرجع ذلك إلى أن (60%) من عينة الدراسة يعملون بالمهن الحرفية والكتابية والمهنية مما يعني انشغالهم عن أبنائهم بالعمل وزيادة نفقات المعيشة لتوفير مستوى معيشي أفضل للأبناء وهذا يتفق مع دراسة صقر (2014: 152) التي أظهرت أن (29.4%) من الأسر عينة الدراسة يقعون في

أن (60%) من عينة الدراسة يعملون و (58%) من عينة الدراسة مستوى تعليمهم جامعي وحاصلين على دراسات عليا أى مزيد من المعارف الإيجابية والخبرات الحياتية التي ترفع من مستوى العلاقات الأسرية وهذا يتفق مع دراسة صقر (2014: 158) التي أظهرت أن (28.6%) من ربات الأسر عينة الدراسة لديهن مستوى مرتفع من العلاقات الأسرية.

ثالثاً: النتائج في ضوء الفروض البحثية

النتائج في ضوء الفرض الأول:

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام اختبار (ت) للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث من المصريين والسعوديين في عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة، ونوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي، والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، والعلاقات الأسرية.

يتضح من جدول (13) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات استجابة أفراد عينة البحث من المصريين والسعوديين في عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة،

المستوى المرتفع في محور العلاقات بين الآباء والأبناء، وتشير النتائج إلى ارتفاع وعي عينة البحث من السعوديين بالعلاقات الخارجية إلى (61%) عن عينة البحث من المصريين التي وصلت نسبتهم إلى (39%) وهذا يتفق مع دراسة صقر (2014: 157) التي أظهرت أن (39.8%) من ربات الأسر عينة الدراسة مستوى وعيهم مرتفع بالعلاقات الأسرية، كما يتضح من الجدول (76%) من عينة البحث من السعوديين علاقات الأبناء ببعضهم البعض متوسطة و (24%) علاقات الأبناء ببعضهم البعض مرتفعة بينما كان (75%) من المصريين عينة البحث علاقات الأبناء ببعضهم البعض متوسطة و (18%) علاقات الأبناء ببعضهم البعض مرتفعة وهذا يتفق مع دراسة صقر (2014: 155) التي أظهرت أن (23.5%) من الأسر عينة الدراسة علاقات الأبناء ببعضهم البعض مرتفعة و (71.8%) علاقات الأبناء ببعضهم البعض متوسطة، كما ارتفع مدي وعي عينة البحث من السعوديين بالعلاقات الأسرية ككل والتي وصلت نسبتهم

إلى (45%) عن المصريين التي وصل مدي الوعي بالعلاقات الأسرية لمستوى مرتفع إلى (28%) و (63%) من عينة الدراسة الكلية يقعون في المستوى المتوسط من العلاقات الأسرية وهي نسبة مقبولة وقد يرجع ذلك إلى

جدول 13: دلالة الفروق بين متوسطات درجات الأفراد من المصريين والسعوديين في عدد شبكات التواصل

الاجتماعي المفضلة، ونوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي، والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، والعلاقات الأسرية

البيان	المصريون ن=100		السعوديون ن=100		الفروق بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري			
عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة	3.80	2.46	4.1900	2.24146	0.39-	1.077-	غير دالة
نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي	7.12	2.667	6.0000	2.71546	1.120	2.936	0.001
إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي	99.24	13.458	95.74	13.909	3.500	2.276	0.01
العلاقات بين الزوجين	64.15	11.019	68.67	9.194	4.520-	3.219-	0.001
العلاقات بين الآباء والأبناء	68.88	9.953	74.29	8.842	5.410-	3.935-	0.001
العلاقات الخارجية	57.85	8.971	62.41	7.156	4.560-	3.677-	0.001
علاقات الأبناء بعضهم البعض	59.78	8.698	62.13	7.288	2.350-	1.982-	0.05
العلاقات الأسرية	250.66	33.670	267.50	25.750	16.840-	3.746-	0.001

حيث بلغت قيمة (ت) = (-1.077) وهي قيمة غير دالة إحصائياً أي أنه لا يوجد فروق بين المصريين والسعوديين عينة البحث في عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة والمستخدمه لكلا منهم، بينما توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث من المصريين والسعوديين في نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي لصالح المتوسط الأعلى من المصريين عينة البحث ، حيث بلغت قيمة(ت) = (2.936) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.001) مما يعني أن أفراد عينة البحث من المصريين كانوا أكثر استخداماً للمواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي، كما أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث من المصريين والسعوديين لصالح المصريين في الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة(ت) = (2.276) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، ويعني هذا أن المصريين أكثر وعياً بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي عن أفراد عينة البحث من السعوديين، وقد يرجع ذلك إلى ارتفاع مستوى التعليم الجامعي وما فوقه لدي عينة البحث من المصريين والذي قد يسهم في ارتفاع نسبة الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي. كما يتضح من الجدول أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث من المصريين والسعوديين لصالح أفراد عينة البحث من السعوديين في كل من (العلاقات بين الزوجين - العلاقات بين الآباء والأبناء- العلاقات الخارجية- العلاقات بين الأبناء بعضهم ببعض -محور العلاقات الأسرية ككل) لصالح السعوديين، حيث بلغت قيمة(ت) علي الترتيب =[-(3.219) - (3.935) - (3.677) - (1.982) - (3.746)] وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.001) و (0.05) وهذا يعني أن عينة السعوديين كانوا أكثر وعياً من عينة المصريين بكل من (العلاقات بين الزوجين- العلاقات بين الآباء والأبناء-

العلاقات الخارجية- العلاقات بين الأبناء بعضهم ببعض - محور العلاقات الأسرية ككل)، وقد يرجع ذلك أن المجتمع السعودي لازال متمسك بالعادات والتقاليد التي تأصل الترابط الأسري والعائلي وبذلك تحقق الفرض الأول كلياً.

النتائج في ضوء الفرض الثاني:

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام اختبار بيرسون لإيجاد العلاقة الارتباطية بين عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة ونوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية بأبعادها.

يتضح من جدول(14) أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة وعدد المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وبين العلاقات الأسرية ككل والعلاقات بين الآباء والأبناء والعلاقات الخارجية وعلاقات الأبناء بعضهم البعض بالنسبة للأسر المصرية والسعودية بينما يتضح وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين نوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وبين العلاقات بين الزوجين للأفراد السعوديين عند مستوى دلالة 0.01 أي أنه كلما زادت أنواع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي كلما زادت العلاقات بين الزوجين وقد يرجع ذلك إلى زيادة المعلومات والثقافة العامة التي يتحصل عليها الأفراد من مواقع وبرامج شبكات التواصل الاجتماعي، كما يتضح وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية ككل للأفراد المصريين والسعوديين والعلاقات بين الزوجين للأفراد المصريين والسعوديين والعلاقات بين الآباء والأبناء للأفراد السعوديين والعلاقات الخارجية للأفراد السعوديين والعلاقات بين الأبناء بعضهم البعض

التعليمي- الدخل الشهري) وعدد الشبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى أفراد عينة البحث من المصريين حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب (0.070) - (0.049) - (0.014) - (0.058) - (0.041) مما يعني أن كل من (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء - المستوى التعليمي - الدخل الشهري) ليس لهم تأثير علي عدد الشبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى أفراد عينة البحث من المصريين، كما أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين كل من (المستوي التعليمي - الدخل الشهري) وعدد الشبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى أفراد عينة البحث من السعوديين حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب (0.058) - (0.008) مما يعني أن كل من (المستوي التعليمي - الدخل الشهري) ليس لهم تأثير علي عدد الشبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى أفراد عينة البحث من السعوديين، بينما توجد علاقة ارتباطية عكسية بين كل من (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء) وعدد الشبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لأفراد عينة البحث من السعوديين حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب (0.289) - (0.306) - (0.249) عند مستوي دلالة (0.001) و (0.01) مما يعني كلما قل (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء) لأفراد عينة البحث من السعوديين كلما ارتفع عدد الشبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها، كما يتضح من الجدول أنه توجد علاقة ارتباطية عكسية بين كل من (العمر - مدة الزواج) لأفراد عينة البحث من السعوديين ونوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب (0.280 - 0.276) عند مستوي دلالة (0.001) مما يعني كلما قل (العمر - مدة الزواج) لأفراد عينة البحث من السعوديين كلما ارتفع أنواع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي وقد يرجع ذلك إلي وجود مزيد من وقت الفراغ للأفراد صغار السن وحديثي الزواج وقلة عدد الأبناء الذي قد يؤدي إلي شغل

للأفراد المصريين والسعوديين عند مستوى دلالة 0.01 و 0.001 وذلك يعني أنه كلما زاد الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي كلما زادت العلاقات الأسرية ترابطاً وتماسكاً وقد يرجع ذلك للوعي بالمواقع الواجب التعرف والاطلاع عليها للاستفادة منها وتجنب المواقع الغير مفيدة التي تهدر الوقت والتفرغ للحياة الأسرية وذلك يتفق مع نتائج Bier (1997 : 260) حيث ذكرت أن وجود الانترنت في بيوت المشاركين في الدراسة قد أدى إلى زيادة التفاعل الاجتماعي الذي كان نتيجة الاجتماع حول الكمبيوتر لاستخدام الانترنت وتبادل المعلومات حوله بينما يختلف مع دراسة العويضي (2004: 128 و 132) التي أكدت على أن تأثير العلاقة بين الزوجين وبين الآباء والأبناء بسبب استخدام الانترنت هو تأثير ضعيف ومحدود.

بينما يتضح عدم وجود علاقة ارتباطية بين الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات بين الآباء والأبناء والعلاقات الخارجية للأفراد المصريين وذلك يتفق مع نتائج دراسة الفرم (2001: 113) الذي ذكر أن (72.6%) من أفراد العينة لا يعتقدون أن الشبكة أثرت على حياتهم الأسرية وطبيعة علاقاتهم بأفراد أسرهم وبذلك تحقق الفرض الثاني كلياً.

النتائج في ضوء الفرض الثالث:

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام اختبار بيرسون لإيجاد العلاقة الارتباطية بين بعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء - المستوى التعليمي - الدخل الشهري) وبين عدد شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوعي بإيجابياتها وسلبياتها والعلاقات الأسرية بأبعاها (العلاقات بين الزوجين والعلاقات بين الآباء والأبناء والعلاقات الخارجية وعلاقات الأبناء بعضهم البعض) لكل من المصريين والسعوديين.

يتضح من جدول (15) أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين كل من (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء - المستوى

المستخدمة في التواصل الاجتماعي لأفراد عينة البحث من السعوديين، كما أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين كل من (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء - المستوى التعليمي - الدخل الشهري) وإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي لكل من أفراد عينة البحث من المصريين والسعوديين حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب لعينة البحث من المصريين (0.038) - (-) (0.013) - (-) (0.092) - (-) (0.051) - (-) (0.155) وقيم معامل الارتباط للسعوديين عينة البحث (0.135) - (-) (0.151) - (-) (0.108) - (-) (0.031) - (-) (0.127) مما يعني أن كل من (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء - المستوى التعليمي - الدخل الشهري) ليس لهم تأثير علي الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي لكل من أفراد عينة البحث من المصريين والسعوديين وهذا يتفق مع دراسة العويضي (2004: 143) التي أظهرت عدم وجود علاقة ارتباطية بين العمر والمستوى التعليمي وبين الوعي بإيجابيات وسلبيات الانترنت وتأثير الانترنت على العلاقات الأسرية، كما أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين كل من (مدة الزواج - عدد الأبناء) لأفراد عينة البحث من المصريين والعلاقات الأسرية حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب (-) (0.065) - (-) (0.053) وهذا يعني أن كل من (مدة الزواج - عدد الأبناء) لأفراد عينة البحث من المصريين ليس لهم تأثير علي الوعي بمحور العلاقات الأسرية ككل وهذا يتفق مع دراسة الشافعي (2006: 153) التي أظهرت عدم وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في العلاقات الداخلية للأسرة وفقاً لحجم الأسرة كما يتفق مع دراسة صقر (2014: 167) التي أظهرت عدم وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في العلاقات الأسرية وفقاً لمدة الزواج، ولا توجد علاقة ارتباطية بين المستوى التعليمي لأفراد عينة البحث من السعوديين والعلاقات الأسرية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.045) وهذا يعني أن كل من المستوى التعليمي لأفراد عينة البحث من

الوقت من باب الترويج علي النفس باستخدام شبكات ومواقع وبرامج التواصل الاجتماعي، ويشير الجدول إلى أنه توجد علاقة ارتباطية عكسية بين الدخل الشهري لأفراد عينة البحث من المصريين ونوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.257) عند مستوى دلالة (0.01) مما يعني كلما ارتفع الدخل الشهري كلما قل أنواع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي قد يرجع ذلك إلي أن زيادة الدخل يتيح وسائل أخرى غير مواقع وبرامج التواصل الاجتماعي لشغل وقت الفراغ كالأعمال الإضافية والمشاركات الاجتماعية، كما أنه توجد علاقة ارتباطية طردية بين كل من (عدد الأبناء - المستوى التعليمي) لأفراد عينة البحث من السعوديين ونوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب (0.259) - (-) (0.199) عند مستوى دلالة (0.001) - (-) (0.01) ويعني أن كلما ارتفع كل من (عدد الأبناء - المستوى التعليمي) كلما ارتفع أنواع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي للسعوديين عينة البحث قد يرجع ذلك إلي زيادة الاحتياجات مع زيادة عدد الأبناء وزيادة الاهتمامات مع ارتفاع المستوى التعليمي فيزيد عدد المواقع والبرامج التواصل الاجتماعي لتلبية تلك الاحتياجات والاهتمامات، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين كل من (عدد الأبناء - المستوى التعليمي) وأنواع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي لأفراد عينة البحث من المصريين حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب (0.138) - (-) (0.015) مما يعني أن كل من (عدد الأبناء - المستوى التعليمي) ليس له تأثير علي أنواع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي للمصريين عينة البحث، وأنه لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الدخل الشهري وأنواع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي لأفراد عينة البحث من السعوديين حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.165) مما يعني أن الدخل الشهري ليس له تأثير علي أنواع المواقع والبرامج

السعوديين ليس له تأثير علي الوعي بمحور العلاقات الأسرية ككل، بينما توجد علاقة ارتباطيه موجبة بين كل من (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء - الدخل الشهري) لأفراد عينة البحث من السعوديين ومحور العلاقات الأسرية ككل حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب (0.192 - 0.182 - 0.305) عند مستوى دلالة (0.05 - 0.001) مما يعني أنه كلما ارتفع (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء - الدخل الشهري) لأفراد عينة البحث من السعوديين ارتفع الوعي بمحور العلاقات الأسرية ككل، وتوجد علاقة ارتباطيه عكسية بين كل من (المستوي التعليمي - الدخل الشهري) لأفراد عينة البحث من المصريين والعلاقات الأسرية ككل حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب (0.446 - 0.251) عند مستوى دلالة (0.01 - 0.001) مما يعني أنه كلما انخفض كل من (المستوي التعليمي - الدخل الشهري) لأفراد عينة البحث المصريين ارتفع الوعي بالعلاقات الأسرية ككل وهذا يختلف مع دراسة صقر (2014 : 170-172-180) التي أظهرت وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في العلاقات الأسرية وفقاً للمستوى التعليمي لصالح المستوى التعليمي المرتفع كذلك وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في العلاقات الأسرية وفقاً للدخل الشهري للأسرة لصالح أصحاب الدخل العليا كذلك يختلف مع دراسة الشافعي (2006: 147) التي أكدت على عدم وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في العلاقات الداخلية للأسرة وفقاً لفئات الدخل الشهري للأسرة وبذلك تحقق الفرض الثالث جزئياً.

النتائج في ضوء الفرض الرابع:

وللتحقق من صحة الفرض احصائياً تم استخدام اختبار (ت) للوقوف علي دلالة الفروق بين متوسطات درجات المصريين والسعوديين في عدد شبكات التواصل الاجتماعي، ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والوعي بإيجابيات وسلبيات

شبكات التواصل الاجتماعي، والعلاقات الأسرية تبعاً للنوع (ذكور وإناث).

يتضح من جدول (16) أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور والإناث من أفراد عينة البحث من المصريين في كل من (عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة - نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي - الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي - الوعي بالعلاقات بين الآباء والأبناء) حيث بلغت قيم (ت) علي الترتيب (0.23 - 1034 - 0.53 - 1.53) وهي قيم غير دالة إحصائياً، مما يعني أنه لا يوجد فروق بين الذكور والإناث من المصريين عينة البحث في كل من (عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة - نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي - الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي - الوعي بالعلاقات بين الآباء والأبناء)، كما أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور والإناث من أفراد عينة البحث من السعوديين في كل من (عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة - نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي - الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي - الوعي بالعلاقات بين الزوجين) حيث بلغت قيم (ت) علي الترتيب (0.32 - 0.51 - 1.1) وهي قيم غير دالة إحصائياً مما يعني أنه لا يوجد فروق بين الذكور والإناث من السعوديين عينة البحث في كل من (عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة - نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي - الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي - العلاقات بين الآباء والأبناء).

السعوديين ليس له تأثير علي الوعي بمحور العلاقات الأسرية ككل، بينما توجد علاقة ارتباطيه موجبة بين كل من (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء - الدخل الشهري) لأفراد عينة البحث من السعوديين ومحور العلاقات الأسرية ككل حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب (0.192 - 0.182 - 0.305) عند مستوى دلالة (0.05 - 0.001) مما يعني أنه كلما ارتفع (العمر - مدة الزواج - عدد الأبناء - الدخل الشهري) لأفراد عينة البحث من السعوديين ارتفع الوعي بمحور العلاقات الأسرية ككل، وتوجد علاقة ارتباطيه عكسية بين كل من (المستوي التعليمي - الدخل الشهري) لأفراد عينة البحث من المصريين والعلاقات الأسرية ككل حيث بلغت قيم معامل الارتباط علي الترتيب (0.446 - 0.251) عند مستوى دلالة (0.01 - 0.001) مما يعني أنه كلما انخفض كل من (المستوي التعليمي - الدخل الشهري) لأفراد عينة البحث المصريين ارتفع الوعي بالعلاقات الأسرية ككل وهذا يختلف مع دراسة صقر (2014 : 170-172-180) التي أظهرت وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في العلاقات الأسرية وفقاً للمستوى التعليمي لصالح المستوى التعليمي المرتفع كذلك وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في العلاقات الأسرية وفقاً للدخل الشهري للأسرة لصالح أصحاب الدخل العليا كذلك يختلف مع دراسة الشافعي (2006: 147) التي أكدت على عدم وجود تباين دال إحصائياً بين عينة الدراسة في العلاقات الداخلية للأسرة وفقاً لفئات الدخل الشهري للأسرة وبذلك تحقق الفرض الثالث جزئياً.

النتائج في ضوء الفرض الرابع:

وللتحقق من صحة الفرض احصائياً تم استخدام اختبار (ت) للوقوف علي دلالة الفروق بين متوسطات درجات المصريين والسعوديين في عدد شبكات التواصل الاجتماعي، ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والوعي بإيجابيات وسلبيات

العلاقات الخارجية- علاقات الأبناء بعضهم البعض -
محور العلاقات الأسرية ككل) حيث بلغت قيم(ت) علي

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد one way Anova للوقوف على طبيعة الاختلافات بين المصريين والسعوديين عينة الدراسة في عدد شبكات التواصل الاجتماعي، ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، والعلاقات الأسرية تبعاً للمهنة، وفي حالة وجود دلالات يتم تطبيق اختبار L.S.D .

يتضح من جدول (17)، (18) أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في كل من (عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة - نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي - إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي - العلاقات بين الزوجين - العلاقات بين الآباء والأبناء - العلاقات الخارجية - علاقات الأبناء بعضهم البعض - العلاقات الأسرية) لأفراد عينة البحث من السعوديين تبعاً للمهنة حيث بلغت قيم (ف) علي الترتيب (0.25) - (1.01) - (1.31) - (0.38) - (0.97) - (0.13) - (2.10) - (0.42) وهي قيم غير دالة إحصائية أي أن المهنة ليس لها تأثير علي كل من (عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة - نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي - إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي - العلاقات الأسرية بأبعادها) لأفراد عينة البحث من السعوديين، كما أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد عينة البحث من المصريين تبعاً للمهنة حيث بلغت قيمة (ف) = (0.27) وهي قيمة غير دالة إحصائية، أي أن المهنة ليس لها تأثير علي الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد عينة البحث من المصريين، بينما توجد فروق دالة إحصائية في عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لأفراد عينة البحث من المصريين تبعاً للمهنة حيث بلغت قيمة (ف) = (2.71) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى

الترتيب (3.7 - 2.1 - 2.8 - 3.6 - 2.9) وهي قيم دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.001 - 0.01 - 0.001 - 0.001) علي الترتيب مما يعني أن الإناث كانوا أكثر وعياً من الذكور من السعوديين عينة البحث في كل من (إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي - العلاقات بين الآباء والأبناء - العلاقات الخارجية - علاقات الأبناء بعضهم البعض - محور العلاقات الأسرية ككل) قد يرجع إلي كون المرأة السعودية أكثر تحفظاً بحكم العادات والتقاليد والذي قد يساهم في المزيد من الوعي بإيجابيات وسلبيات التواصل الاجتماعي، غير كون اهتمامها بالأسرة جزء أصيل من دورها الاجتماعي وهذا يتفق مع دراسة العويضي (2004: 143) التي أظهرت وجود فروق ذات دلالة معنوية بين جنس الزوجين في الوعي بإيجابيات وسلبيات الانترنت وتأثير الانترنت علي العلاقات الأسرية عند مستوى معنوية 0.05 لصالح الإناث، كما أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور والإناث من أفراد عينة البحث من المصريين لصالح الإناث في كل من العلاقات بين الزوجين - العلاقات الخارجية - علاقات الأبناء بعضهم البعض - محور العلاقات الأسرية ككل) حيث بلغت قيم (ت) علي الترتيب (1.35 - 1.80 - 1.80 - 2.001) وهي قيم دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01، 0.05، 0.05) علي الترتيب مما يعني أن الإناث كانوا أكثر وعياً من الذكور من المصريين عينة البحث في كل من (العلاقات بين الزوجين - العلاقات الخارجية - علاقات الأبناء بعضهم البعض - محور العلاقات الأسرية ككل) قد يرجع ذلك إلي اهتمام المرأة المصرية وحرصها علي العلاقات الاجتماعية والأسرية والذي هو من مهامها الأساسية وبذلك تحقق الفرض الرابع جزئياً.

النتائج في ضوء الفرض الخامس:

وبرامج التواصل الاجتماعي، ويتضح أيضاً أنه توجد فروق دالة إحصائية في الوعي بالعلاقات الأسرية ككل والعلاقات بين الزوجين والعلاقات بين الآباء والأبناء والعلاقات الخارجية والعلاقات بين الأبناء بعضهم البعض لأفراد عينة البحث من المصريين تبعاً للمهنة حيث بلغت قيم (ف) المعبرة عن ذلك (5.19) و (4.57) و (3.90) و (4.84) و (2.68) على الترتيب وهي قيم دالة إحصائية عند مستوي دلالة (0.01) و (0.001) وهذا يعني أن الوظيفة لدى عينة البحث من المصريين تسهم في التباين في الوعي بالعلاقات الأسرية ككل والعلاقات بأبعادها وباستخدام تحليل L.S.D. لمعرفة اتجاه الفروق وأقل فرق معنوي وجدت الفروق لصالح المصريين الذين لا يعملون والذين يشتغلون الأعمال الحرفية والكتابية عند مقارنة مقارنتهم بالمصريين الذين يعملون بالوظائف المهنية عند مستوي دلالة (0.001) و (0.01) و (0.05) على الترتيب مما يعني أن الذين لا يعملون والذين يشتغلون الأعمال الحرفية والكتابية كانوا أكثر وعياً بالعلاقات الأسرية وهذا يختلف مع دراسة صقر (2014: 175) التي أظهرت عدم وجود تباين دال إحصائية بين عينة الدراسة في العلاقات الأسرية وفقاً للمهنة وبذلك تحقق الفرض الخامس جزئياً.

النتائج في ضوء الفرض السادس:

وللتحقق من صحة الفرض احصائياً تم استخدام اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد one way Anova للوقوف على طبيعة الاختلافات بين المصريين والسعوديين عينة الدراسة في عدد شبكات التواصل الاجتماعي، ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، والعلاقات الأسرية تبعاً لعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وفي حالة وجود فروق يتم تطبيق اختبار L.S.D.

دلالة (0.01) وهذا يعني أن الوظيفة لدى عينة البحث من المصريين تسهم في التباين في عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة وباستخدام تحليل L.S.D. لمعرفة اتجاه الفروق وأقل فرق معنوي وجدت الفروق لصالح المصريين الذين يعملون بالوظائف الحرة والأعمال المهنية عند مقارنة مقارنتهم بالمصريين الذين لا يعملون أو يمتنون الأعمال الحرفية والأعمال الكتابية عند مستوي دلالة (0.01) و (0.001) و (0.05) على الترتيب مما يعني أن المهن الحرة والوظائف المهنية التي يمتنها المصريون عينة البحث كان لها تأثير على ارتفاع عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة قد يرجع ذلك إلى أن أصحاب المهن الحرة تتطلب مزيد من التواصل مع الأفراد الآخرين بالمجتمع لتسويق منتجاتهم وخدماتهم مما يؤدي إلى مزيد من عدد الشبكات المفضلة لدى بقي هذه الاحتياجات، كما أنه توجد فروق دالة إحصائية في عدد المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي لأفراد عينة البحث من المصريين تبعاً للمهنة حيث بلغت قيمة (ف) = (5.17) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوي دلالة (0.001) وهذا يعني أن الوظيفة لدى عينة البحث من المصريين تسهم في التباين في عدد المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي وباستخدام تحليل L.S.D. لمعرفة اتجاه الفروق وأقل فرق معنوي وجدت الفروق لصالح المصريين الذين يعملون بالوظائف الكتابية والأعمال المهنية عند مقارنة مقارنتهم بالمصريين الذين لا يعملون عند مستوي دلالة (0.05) - (0.001) على الترتيب مما يعني أن المهن الكتابية والوظائف المهنية التي يمتنها المصريون عينة البحث كان لها تأثير على ارتفاع عدد المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي قد يرجع ذلك لوجود وقت فراغ لديهم وعدم انشغالهم بأعمال إضافية بعد العمل الرسمي وشغل وقت فراغهم والتشجيع من جانب زملائهم في العمل بالتواصل معهم وأقاربهم والذي قد يسهم بدوره بزيادة عدد مواقع

جدول 17: تحليل التباين في اتجاه واحد لعدد شبكات التواصل الاجتماعي، ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، والعلاقات الأسرية تبعاً للمهنة

مصري		سعودي		البيان
قيمة (ف)	مستوى الدلالة	قيمة (ف)	مستوى الدلالة	
2.71	0.01	0.25	غير دالة	عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة
5.17	0.001	1.01	غير دالة	نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي
0.27	غير دالة	1.31	غير دالة	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
4.57	0.001	0.38	غير دالة	العلاقات بين الزوجين
3.90	0.001	0.97	غير دالة	العلاقات بين الآباء والأبناء
4.84	0.001	0.13	غير دالة	العلاقات الخارجية
2.68	0.01	2.10	غير دالة	علاقات الأبناء بعضهم البعض
5.19	0.001	0.42	غير دالة	العلاقات الأسرية

جدول 18: تحليل L.S.D لعينة البحث من المصريين على الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية تبعاً للمهنة

البيان	المهنة	المهنة المقارنة بها	الفروق بين المتوسطات	مستوى الدلالة
عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة	لا يعمل	أعمال حرة	-2.78	0.01
	أعمال حرفية	أعمال حرة	-3.86	0.01
	أعمال كتابية	أعمال حرة	-3.86	0.001
	أعمال حرة	أعمال مهنية	-1.87	0.05
نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي	لا يعمل	أعمال مهنية	-1.99	0.05
	لا يعمل	أعمال كتابية	-1.87	0.05
	لا يعمل	أعمال مهنية	-2.34	0.001
	لا يعمل	أعمال مهنية	-9.13	0.001
العلاقات بين الآباء والأبناء	أعمال كتابية	أعمال مهنية	7.83	0.05
	لا يعمل	أعمال مهنية	6.55	0.001
	أعمال حرفية	أعمال حرة	11.60	0.05
	أعمال حرفية	أعمال مهنية	14.97	0.001
العلاقات الخارجية	أعمال كتابية	أعمال مهنية	6.97	0.05
	لا يعمل	أعمال مهنية	7.55	0.001
	أعمال كتابية	أعمال مهنية	7.20	0.05
	أعمال حرة	أعمال مهنية	6.77	0.05
علاقات الأبناء بعضهم البعض	لا يعمل	أعمال مهنية	5.48	0.001
	لا يعمل	أعمال مهنية	28.74	0.001
	أعمال حرفية	أعمال مهنية	37.87	0.01
	أعمال كتابية	أعمال مهنية	26.87	0.05

شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيم (ف) علي الترتيب (1.61) - (0.99) - (0.93) - (0.60) - (0.21) - (0.31) - (1.57) - (0.14) وهي قيم غير دالة إحصائياً وهذا يتفق مع دراسة الشهري (1434 هـ: 77) التي أظهرت أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي وعدد ساعات استخدامها، كما أنه لا توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات أفراد عينة البحث من

يتضح من جدول (19) و (20) أنه لا توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات أفراد عينة البحث من المصريين في كل من (عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة - نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي - إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي - العلاقات بين الزوجين - العلاقات بين الآباء والأبناء - العلاقات الخارجية - علاقات الأبناء بعضهم البعض - العلاقات الأسرية) تبعاً لعدد ساعات استخدام

التواصل الاجتماعي وباستخدام تحليل L.S.D لمعرفة اتجاه الفروق وأقل فرق معنوي وجدت الفروق لصالح أفراد عينة البحث التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لعدد أربع ساعات فأكثر مقارنة بأفراد عينة البحث التي عدد ساعاتها (أقل من ساعة واحدة - من ساعة لساعتين - من ساعتين إلى ثلاث ساعات - من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات) عند مستوى معنوية (0.001) - (0.05) - (0.01) - (0.01) علي الترتيب أي أنه كلما ارتفع عدد ساعات استخدام السعوديين عينة البحث ووسائل التواصل الاجتماعي كلما كان له تأثير علي ارتفاع عدد المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي قد يرجع إلي أن زيادة عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد يخلق المزيد من الاهتمامات والاحتياجات والتي تساهم في زيادة عدد المواقع والبرامج التي تشبع هذه الاحتياجات، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد عينة البحث من السعوديين في الوعي بالعلاقات بين الزوجين والعلاقات بين الآباء والأبناء والعلاقات الخارجية والعلاقات الأسرية ككل تبعاً لعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث كانت قيم (ف) المعبرة عن هذه الفروق هي (2.662، 2.308، 2.686، 2.953) على الترتيب وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 و 0.05 مما يعني أن مما يعني أن عدد الساعات المستخدمة للتواصل الاجتماعي يساهم في تحقيق التباين في الوعي بالعلاقات الأسرية ككل وباستخدام تحليل L.S.D لمعرفة اتجاه الفروق وأقل فرق معنوي وجدت الفروق لصالح أفراد عينة البحث التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لعدد أربع ساعات فأكثر مقارنة بأفراد عينة البحث التي عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (أقل من ساعة واحدة - من ساعة إلى ساعتين - من ساعتين لثلاث ساعات - من ثلاث ساعات لأربع ساعات) عند مستوى معنوية (0.001) و (0.01) و (0.05)،

السعوديين في كل من (الوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي - الوعي بعلاقة الأبناء بعضهم البعض) تبعاً لعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيم (ف) (1.145) - (1.119) وهي قيم غير دالة إحصائياً، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد عينة البحث من السعوديين في عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة تبعاً لعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث كانت قيمة (ف) المعبرة عن هذا الفرق (2.857) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 مما يعني أن عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد عينة البحث من السعوديين يساهم في تحقيق التباين في عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة وباستخدام تحليل L.S.D لمعرفة اتجاه الفروق وأقل فرق معنوي وجدت الفروق لصالح أفراد عينة البحث التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لعدد أربع ساعات فأكثر مقارنة بأفراد عينة البحث التي عدد ساعاتها (أقل من ساعة واحدة - من ساعة لساعتين - من ساعتين إلى ثلاث ساعات - من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات) عند مستوى معنوية (0.001) - (0.01) - (0.05) علي الترتيب أي أنه كلما ارتفع عدد ساعات استخدام السعوديين عينة البحث ووسائل التواصل الاجتماعي كلما كان له تأثير علي ارتفاع عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة قد يرجع إلي أن زيادة عدد ساعات التواصل الاجتماعي قد يدفع الفرد إلي المزيد من استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي، كذلك توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد عينة البحث من السعوديين في عدد المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي تبعاً لعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث كانت قيمة (ف) المعبرة عن هذا الفرق (2.612) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 مما يعني أن عدد الساعات المستخدمة للتواصل الاجتماعي يساهم في تحقيق التباين في عدد المواقع والبرامج المستخدمة في

جدول 19: تحليل التباين في اتجاه واحد لعدد شبكات التواصل الاجتماعي، ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، والعلاقات الأسرية تبعاً لعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

مصري		سعودي		البيان
قيمة (ف)	مستوى الدلالة	قيمة (ف)	مستوى الدلالة	
1.61	غير دالة	2.857	0.01	عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة
0.99	غير دالة	2.612	0.01	نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي
0.93	غير دالة	1.145	غير دالة	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
0.60	غير دالة	2.662	0.01	العلاقات بين الزوجين
0.21	غير دالة	2.308	0.05	العلاقات بين الآباء والأبناء
0.31	غير دالة	2.686	0.01	العلاقات الخارجية
1.57	غير دالة	1.119	غير دالة	علاقات الأبناء بعضهم البعض
0.14	غير دالة	2.953	0.01	العلاقات الأسرية

جدول 20: تحليل L.S.D لعينة البحث من السعوديين لعدد شبكات التواصل الاجتماعي، ونوع المواقع والبرامج المستخدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والوعي بإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، والعلاقات الأسرية تبعاً لعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

البيان	عدد الساعات	عدد الساعات المقارن بها	الفروق بين المتوسطات	مستوى الدلالة
عدد شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة	أقل من ساعة واحدة	من أربع ساعات فأكثر	2.19-	0.001
	من ساعة إلى ساعتين	من أربع ساعات فأكثر	1.41-	0.01
	من ساعتين إلى ثلاث ساعات	من أربع ساعات فأكثر	1.37-	0.01
	من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات	من أربع ساعات فأكثر	1.29-	0.05
نوع المواقع والبرامج المستخدمة في التواصل الاجتماعي	أقل من ساعة واحدة	من أربع ساعات فأكثر	2.60-	0.001
	من ساعة إلى ساعتين	من أربع ساعات فأكثر	1.28-	0.05
	من ساعتين إلى ثلاث ساعات	من أربع ساعات فأكثر	1.67-	0.01
	أقل من ساعة واحدة	من أربع ساعات فأكثر	7.01-	0.01
العلاقات بين الزوجين	من ساعتين إلى ثلاث ساعات	من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات	5.38-	0.05
		من أربع ساعات فأكثر	7.69-	0.01
العلاقات بين الآباء والأبناء	أقل من ساعة واحدة	من أربع ساعات فأكثر	6.66-	0.01
	من ساعتين إلى ثلاث ساعات	من أربع ساعات فأكثر	6.84-	0.01
	من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات	من أربع ساعات فأكثر	5.29-	0.05
العلاقات الخارجية	من ساعة إلى ساعتين	من أربع ساعات فأكثر	5.61-	0.001
	من ساعتين إلى ثلاث ساعات	من أربع ساعات فأكثر	5.61-	0.01
العلاقات الأسرية	أقل من ساعة واحدة	من أربع ساعات فأكثر	20.33-	0.01
	من ساعة إلى ساعتين	من أربع ساعات فأكثر	16.06-	0.01
	من ساعتين إلى ثلاث ساعات	من أربع ساعات فأكثر	23.62-	0.001

أي أنه كلما ارتفع عدد ساعات استخدام وسائل

التوصيات

أولاً: توصيات خاصة بالأسرة:

- 1 - علي الوالدين إيجاد سبل أخرى أكثر فائدة للأسرة لقضاء أوقات الفراغ بديلاً عن شبكات التواصل الاجتماعي وعدم الاستسلام للبديل السهل.

التواصل الاجتماعي كلما كان له تأثير علي ارتفاع نسبة وعي عينة البحث من السعوديين بالعلاقات الأسرية وقد يرجع إلي أن زيادة عدد ساعات استخدام التواصل الاجتماعي تسهم في خلق مواضيع مشتركة بين أفراد الأسرة وبعضها كما أن انشغالهم بوسائل التواصل الاجتماعي قد يساعد في تقليل المشاحنات والاحتكاك بين أفراد الأسرة وبذلك تحقق الفرض السادس جزئياً.

ثالثاً: توصيات خاصة بوسائل الاعلام:

- ١ - حث وسائل الاعلام المختلفة وخاصة الاعلام المرئي لتأثيره الكبير في ظل الفضائيات المفتوحة على الاهتمام بعمل الندوات والبرامج التي تناقش الموضوعات الخاصة بالعلاقات الأسرية.
- 2- الاهتمام بعمل برامج تناقش مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على العلاقات الأسرية.

المراجع

- أبو عامر. شيماء عبد النبي (2012): دور الانترنت في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى الشباب، رسالة ماجستير، قسم الإعلام التربوي (تخصص صحافة)، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، الغربية.
- أبو عرقوب، إبراهيم (1993): الاتصال الانساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، الطبعة الاولى، دار مجدلاوى للنشر والتوزيع، قسم علم الاجتماع، الجامعة الاردنية.
- الريس. نزار (2008): التعايش مع التكنولوجيا، مكتبة الطالبة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
- الشافعي. شيماء عاطف فتحي إبراهيم (2006): تأثير منطقة المعيشة وعلاقتها بالحاجات النفسية لربة الأسرة والعلاقات الداخلية في الأسرة، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مصر.
- الشهري. حنان بنت شعشوع (1434هـ): أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك وتويتر نموذجاً"، رسالة ماجستير، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، السعودية.
- الطوخي. إنجي سعيد عبد الحميد (2008): الرضا السكني وعلاقته بنمط العلاقات الأسرية بين طلاب جامعة المنوفية، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مصر.

- ٢ - ضرورة الاهتمام والتركيز علي وضع خطط لإدارة مورد الوقت داخل الأسرة حتي يتسني القيام بالعديد من الأنشطة التي تساعد علي توطيد العلاقات الأسرية.
 - ٣ - ضرورة اهتمام الوالدين (الرقابة الأبوية) بنوعية المعلومات التي يتداولها أبنائهم علي شبكات التواصل الاجتماعي.
 - ٤ - العمل علي تنمية مهارات الاتصال والحوار بين الوالدين وأبنائهم والأبناء بعضهم البعض.
- ثانياً: توصيات خاصة بمؤسسات المجتمع المدني:
- ١ - إقامة دورات وندوات وورش عمل لأفراد الأسرة لتدريبهم علي حسن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتوظيفها في الحصول علي الفوائد العلمية والثقافية والاجتماعية لها.
 - ٢ - نشر الوعي بأهمية الترابط الأسري والحرص علي حسن استخدام مورد الوقت وترشيد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
 - ٣ - ضرورة القيام برصد وتوصيف وتحليل ما ينشر علي شبكات التواصل الاجتماعي وإخضاعه للدراسات المتعمقة بهدف الكشف عن تأثيرها علي اتجاهات أفراد الأسرة وآرائهم في العديد من القضايا.
 - ٤ - الدعوة لإنشاء مجموعات هادفة علي شبكات التواصل الاجتماعي تتبنى قضايا اجتماعية وثقافية لتبادل المعرفة وتعم الفائدة.
 - ٥ - توعية الأسر في المستويات الاجتماعية- الاقتصادية المختلفة (الأسر ذوي المستوي الاقتصادي والاجتماعي المرتفع خاصة بالمجتمع المصري) بأهمية العلاقات والروابط الأسرية الناجحة ودور كل من الزوج والزوجة والأبناء في خلق الجو المستقر وذلك عن طريق وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة ومراكز التوجيه والاستشارات الأسرية والجهات المختصة بالمرأة والأسرة مثل مراكز الأمومة والطفولة والمجلس القومي للمرأة والنادي الاجتماعية والتثقيفية.

- خميس.أحمد حسن(2011): الإنترنت، المركز المصري لتبسيط العلوم، (إيزي توتر يالز)، الطبعة الأولى، دار القلم العربى، الإسكندرية.
- رمضان. رشيدة عبد الرؤوف (1989): الصحة النفسية للأبناء، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، القاهرة، مصر.
- صقر. منى محمد زكي(2014): فاعلية برنامج إرشادي لتنمية العلاقات الأسرية لدى عينة من ربات الأسر بشبين الكوم، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مصر.
- عبد الله. فاطمة عبد الرحمن (2004): مهددات الأسرة المعاصرة(وجهة نظر إسلامية في التكوين والعلائق والآثار التربوية)، مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، العدد التاسع(عدد خاص) 2004، السودان.
- عبد الواحد. مصطفى(ب. ت): الأسرة في الإسلام (عرض عام لنظام الأسرة في الكتاب والسنة)، ط1، مكتبة المتنبى، القاهرة، مصر.
- عزب. حسام الدين محمود (2001): إدمان الإنترنت وعلاقته ببعض أبعاد الصحة النفسية لدى طلاب المرحلة الثانوية ، المؤتمر العلمي السنوي للطفل والبيئة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مصر.
- عزب. سميرة عزب عليوة (2011): العلاقة بين نوع العمل المأجور لربات الأسر وكل من التوافق الزواجي والعلاقات الأسرية، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مصر.
- فضل الله. وائل مبارك خضر (2010): أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة.
- مجمع اللغة العربية(2001): المعجم الوجيز، طبعة خاصة بوزارة التربية والتعليم 2001 / 2002م، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية، القاهرة، مصر.
- العويضي. إلهام بنت فرح بن سع يد(2004): أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة، رسالة ماجستير، قسم السكن وإدارة المنزل، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية، جدة، السعودية.
- العويضي. فريج سعيد(2004): هندسة نظم الاتصالات، شركة الطباعة العربية، الرياض، السعودية.
- الفرم. خالد فيصل (2001): شبكة الانترنت وجمهورها في مدينة الرياض(دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع)، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية.
- المنصور. محمد (2012): تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
- حلواني. فاتن (2000): تأثير الإنترنت على النواحي الاجتماعية، المعرض السنوي الثاني للحاسب الآلي والاتصالات للسيدات، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، السعودية.
- خليل. حمزة السيد حمزة (2012): استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لأطلاق ثورة 25 يناير 2011 المصرية والأشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير، قسم الإعلام التربوي(تخصص صحافة)، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، الغربية.
- خميس.أحمد حسن(2010): تركيب وصيانة الشبكات، المركز المصري لتبسيط العلوم (إيزي توتر يالز)، الطبعة الأولى، دار القلم العربى، الإسكندرية.

- Child Interactions". Journal –Of-Social Behavior and Personality. **39(7)**. Taiwan.
- Hakvoort. Esther M.; Bos. Henny M. W.; Van Balen. Frank; Hermanns. Jo. M. A. (2010): "Family Relationships and the Psychosocial Adjustment of School Aged Children in Intact Families". Journal –Of-Genetic Psychology. (Apr-Jun 2010) Vol. (171). No. (2).
- Kraut. R.. Lundmark. V.. Patterson. M.. Kiesler. S.. Mukopadhyay. T.. & Scherlis. W. (1998): "Internet Paradox: A Social Technology The Reduces Social Involvement and Psychological Well– Being?". American Psychologist **53(9)**. P 39.
- Stanley. A. M. (2000): "Most Parents find Internet family – friendly. study finds: Computer time cuts into TV viewing" . Journals Sentinel (2000) **43(12)**. P 35.
- محمد. نزيه محمد (2010): Face book (تعلم واحتراف استخدام فيس بوك)، المركز المصري لتبسيط العلوم، (إيزي توتر بالز)، الطبعة الأولى، دار القلم العربى، الأسكندرية.
- Bier, M.C. (1997): "Assessing the Effect of Unrestricted Home Internet Access on the Underserved Community: A case Study Four East Central Florida Families". PH. D Thesis Florida Institute of Technology PP 49 – 351.
- Borom. E. (2000): "Study Offers Early Look at how Internet is changing daily life". stanford institute for the quantitative study of society. PP 1 – 7.
- Chao. Mei-Ru (2011): "Family Interaction Relationship Types and Differences in Parent-

The Positive and Negative of Social Networks and Its Relation with Family Relationships: A Comparative Study

Noha Abd-ElSatar Abd-ElMohsen¹, Noha Fathy Tawfeek Abdalhleem²

¹Department of home management and institutions, Faculty of home economics, Menofia University

²Department of Family and Childhood Science, Faculty of Arts , Al -Rass , Al Qassim University, K.S.A

ABSTRACT

The present research mainly aims at investigating the relationship between the awareness of the positive and negative aspects of social networks on the Egyptians and the Saudis and family relationships as a comparative study. The study was conducted on accidental intentional basis including (200) members from different socio-economic levels--all married and have children. The study results revealed that there are differences statistically significant between the Egyptians and the Saudis in the awareness of the positive and negative effects of social networks at significant level (0.01). There are also differences statistically significant between the Egyptians and the Saudis in favour of the study sample from the Saudis in the family relationships as a whole at significant level (0.001). There is a positive correlation between the awareness of the positive and negative aspects of social networks and family relationships at significant levels (0.01) and (0.001). The two researchers recommended the necessity of parents' giving due care (parental supervision) of the type of information their children deal with on the social networks and developing the skills of communication and dialogue between parents and children and among the children.