

مجلة بحوث الإعلام الرقمي



دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

العدد الثامن : يوليو - سبتمبر ٢٠٢٥

اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الالكترونية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية والعربية وانعكاساتها على فعالية الأداء الصحفي والمهني لديهم. **أ.د. مناور بيان الراجحي**

أثر توظيف الذكاء الاصطناعي في السرد القصصي الرقمي للمحتوي الوثائقي وعلاقته بتحسين تجربة المستهلك UX. **أ.م.د. فاطمة فايز قطب**

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية: دراسة مقارنة بين مصر والبحرين. **د. محمد ثروت عطية**

تعرض الجمهور المصري لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات الشعور بالأمان لديهم. **د. لمياء محمد عبدالعزيز**

أثر انعكاس شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من وجهة نظر جامعة عبدالحميد بن باديس- مستغانم «دراسة ميدانية». **د. فارس سليمان أبو شيخة**

الاتصالات التسويقية المتكاملة للمؤسسات المجتمعية عبر الفيسبوك وانعكاسها على إدارة سمعتها لدى متابعيها. **د. أميرة عبدالعال**

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد الثامن يوليو - سبتمبر 2025



مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

الهيئة الاستشارية

الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة الشارقة- الإمارات	أ.د أحمد رضوان
العميد السابق لكلية الإعلام- جامعة السويس	أ.د أمين سعيد
الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة مصر الدولية	أ.د حمدي حسن
عميد كلية الإعلام- الجامعة الحديثة	أ.د سامي الشريف
عميد المعهد الدولي العالي للإعلام- أكاديمية الشروق	أ.د سهير صالح
الأستاذ بكلية الإعلام جامعة عين شمس	أ.د السيد بهنسي
رئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام	أ.د عادل عبد الغفار
الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة	أ.د عادل فهمي
الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة قطر	أ.د عبد الرحمن الشامي
الأستاذ بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية السعودية	أ.د عبد الرحمن المطيري
الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعة التقنية- الأردن	أ.د عبد الرزاق الدليمي
عميد المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال	أ.د محمد رضا
عميد كلية الإعلام الجامعة البريطانية بمصر	أ.د محمد شومان
الأستاذ بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنيا	أ.د محمد سعد
الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة	أ.د منى الحديدي
الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة	أ.د هويدا مصطفى

مجلة بحوث الإعلام الرقمي
دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال . جامعة السويس

مدير التحرير

أ.م.د. حسين ربيع

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

أ.د. أشرف جلال

مساعدو رئيس التحرير

أ.د. حسن علي

العميد السابق لكلية الإعلام- جامعة السويس

سكرتير التحرير

د. رباب العجماوي

مصمموا الغلاف

د. رباب العجماوي

أ. جهاد عطية

أ.د. عبد الله الرفاعي

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق جامعة الإمام
محمد بن سعود الإسلامية- السعودية

أ.د. مناور الراجحي

الأستاذ بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة الكويت

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط

المراسلات: ترسل باسم رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال -

جامعة السويس - مدينة السلام (1)

تليفون: 0623523774

البريد الإلكتروني: dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

رقم الإيداع: 2023 /24417

الترقيم الدولي: ISSN. 2812-5762



م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN- P	ISSN- O	السنة	نقاط المجلة
19	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث الاعلام الرقمي	جامعة السويس، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال	2812- 5762		2025	7

الكلمة الافتتاحية:

يسعد أسرة تحرير مجلة "بحوث الإعلام الرقمي" أن تقدّم للقارئ الكريم هذا العدد الجديد من مجلّتنا العلمية المحكمة، وهو العدد الثامن، الصادر في (يوليو/سبتمبر 2025)، والذي يضم باقة من الدراسات والبحوث التي تتقاطع عند محور واحد: فهم التحولات العميقة التي يشهدها الإعلام والاتصال في العصر الرقمي، وتداعياتها على الممارسة المهنية، والجمهور، والمجتمع.

تتوزع موضوعات هذا العدد بين قضايا الصحافة، والإعلام الرقمي، والذكاء الاصطناعي، والتواصل الاجتماعي، والتسويق الإعلامي، بما يفتح آفاقاً واسعة للنقاش العلمي وتبادل الرؤى. فنجد بحثاً تناول اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية الأجنبية والعربية وانعكاس ذلك على الأداء المهني، وأخرى تسبر آفاق توظيف الذكاء الاصطناعي في السرد القصصي الرقمي للمحتوى الوثائقي، إضافة إلى دراسة مقارنة حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية في مصر والبحرين.

كما يعرض العدد بحثاً تمس علاقة الإعلام بالجمهور والمجتمع، مثل: تعرض المصريين لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على شعورهم بالأمان، وانعكاس شبكات التواصل على العلاقات الأسرية من منظور طلاب جامعة عبد الحميد بن باديس، إلى جانب دراسة تطبيقية عن الاتصالات التسويقية عبر فيسبوك وأثرها في سمعة المؤسسات المجتمعية.

ولا يغيب عن هذا العدد النقاش حول مستقبل الصحافة، إذ يطرح أحد البحوث قضية تراجع دور الصحافة الورقية في تمثيل الرأي العام وتحولها إلى أداة للعلاقات العامة، بينما يتناول آخر تأثير الفيديو جراف في المواقع الإخبارية على العمليات الإدراكية للمستخدم، ونجد كذلك دراسة باللغة الإنجليزية تبحث في أثر تطبيقات المقامرة الإلكترونية على المراهقين المصريين.

ويمتد اهتمام البحوث إلى استراتيجيات التسويق العكسي في الصفحات الحكومية عبر فيسبوك، وتعرض المراهقين الكويتيين للأفلام عبر المنصات الرقمية وعلاقته بالرقابة الأسرية، والاتجاهات نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الروابط الأسرية الأردنية، وكذلك اتجاهات العاملين بالفضائيات الأردنية نحو دور وسائل التواصل في تحقيق السبق الإعلامي.

ويُختتم العدد بعرض لكتاب أجنبي حديث بعنوان: طمس حدود الصحافة في الإعلام الرقمي، بما يعزز من ثراء محتوى العدد ويفتح المجال أمام القراء لمتابعة أحدث الإسهامات العالمية في مجال الإعلام الرقمي.

إن ما يجمع هذه البحوث هو أنها تعكس وعياً متنامياً بضرورة استيعاب التحولات الرقمية وتداعياتها على الإعلام والمجتمع، وتطرح رؤى علمية رصينة تسهم في تطوير الفكر الإعلامي والممارسة المهنية. نأمل أن يجد فيها الباحثون والمهتمون ما يغني معارفهم ويفتح أمامهم مسارات جديدة للبحث والتطبيق.

والله ولي التوفيق

أ.م.د. حسين ربيع

مدير تحرير المجلة

محتويات العدد:

كلمة العدد

- 1-42 اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية والعربية وانعكاساتها على فعالية الأداء الصحفي والمهني لديهم. **أ.د. مناور بيان الراجحي**
- 43-89 أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في السرد القصصي الرقمي للمحتوى الوثائقي وعلاقته بتحسين تجربة المستخدم UX. **أ.م.د. فاطمة فايز عبده قطب**
- 91-121 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية: دراسة مقارنة بين مصر والبحرين. **د.محمد ثروت محمد عطية**
- 123-215 تعرض الجمهور المصري لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات الشعور بالأمان لديهم. **د.لمياء محمد عبد العزيز**
- 217-237 أثر انعكاس شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من وجهة نظر طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم "دراسة ميدانية". **د. فارس سلمان أبو شيحة**
- 239-329 الاتصالات التسويقية المتكاملة للمؤسسات المجتمعية عبر الفيسبوك وانعكاسها على إدارة سمعتها لدي متابعيها: دراسة تطبيقية علي مؤسستي مجدي يعقوب للقلب ومؤسسة بهية لعلاج سرطان الثدي بالمجان. **د.أميرة عبد العال البسيوني**

- 331-400  تراجع دور الصحافة الورقية في تمثيل الرأي العام من التعبير عن نبض الشارع إلى أدوات العلاقات العامة: دراسة ميدانية في السياق الكويتي. **تامر سليم**
- 401-447  تأثير التعرض للفيديو جراف في المواقع الإخبارية على العمليات الإدراكية للمستخدم: دراسة شبه تجريبية. **د.عيدة كمال رشيد ابو زيدان**
- 449-478  **The Impact of Online Gambling Applications on Egyptian Teenagers: An Exploration through Uses and Gratifications Theory and the Dualistic Model of Passion.**
Dr-Faida Abd Eldaym
- 479-508  توظيف استراتيجيات التسويق العكسي في الصفحات الحكومية عبر موقع الفيسبوك وعلاقته بالمزاج العام للجمهور. **هند مرتضى صابر عبد المولى**
- 509-591  تعرض المراهقين الكويتيين للأفلام العربية والأجنبية على المنصات الرقمية وعلاقته بمستوى الرقابة الأسرية على المضمون المقدم بها. **عبد الله سرور جابر**
- 593-661  الاتجاهات نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الروابط الأسرية الأردنية: دراسة ميدانية على الجمهور الأردني. **أفين قاسم الكردي**
- 663-691  اتجاهات العاملين بالفضائيات الأردنية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق "السبق الإعلامي". **يوسف طالب الجراح**
- 693-706  عرض كتاب: طمس حدود الصحافة في الإعلام الرقمي. **ولاء محمد مبارك**

الاتجاهات نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الروابط
الأسرية الأردنية: دراسة ميدانية على الجمهور الأردني

**Attitudes Towards the Impact of Social Media on Family
Bonds in Jordanian Society:
A Field Study on the Jordanian Public**

أفين قاسم الكردي

ملخص:

سعت الدراسة إلى فهم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تماسك الروابط الأسرية في المجتمع الأردني، في ظل الانفتاح المتزايد على هذه المنصات وغياب الرقابة الكافية على مضمونها. وانطلقت الدراسة من تساؤل رئيسي حول اتجاهات الأسر الأردنية نحو تأثير هذه المواقع على العلاقات الأسرية وروابطها، مستندة إلى نظرية الغرس الثقافي، واستخدام المنهج المسح بالعينة التحليلي، وقد تم سحب عينة مكونة من 150 أسرة أردنية، وأظهرت النتائج أن أفراد الأسرة الأردنية يتعرضون بشكل معتدل إلى مرتفع للمحتوى المتعلق بالقضايا الأسرية، مع اعتماد كبير على منصات مثل فيسبوك في الفترات المسائية، ودوافع معرفية وإرشادية واضحة لهذا التفاعل، خاصة بين الأمهات والأبناء.

كما بينت النتائج أن هناك إدراكاً مرتفعاً لدى أفراد الأسرة لواقعية هذا المحتوى وتأثيره على فهمهم للواقع الأسري، مع تفضيل للمحتوى المرئي والتفاعلي الذي يعزز النقاش المجتمعي والتواصل الأسري. ورغم وجود بعض الفروقات بين الفئات، فإن الاتجاه العام نحو هذا النوع من المحتوى بدا موحداً، ما يعكس وعياً جماعياً بأهمية التفاعل الرقمي الأسري. وتوصي الدراسة بضرورة تعزيز استراتيجيات التوعية الموجهة لمختلف أفراد الأسرة، وتفعيل الأطر التقييمية والرقابية التي تسهم في الاستخدام الإيجابي والهادف لمنصات التواصل الاجتماعي في خدمة التماسك الأسري.

Abstract:

This study aims to understand the impact of social media on the cohesion of family ties within Jordanian society, amid increasing exposure to these platforms and the lack of sufficient content regulation. The research explores the general attitudes of Jordanian families toward the influence of social media on family relationships and bonds. It is grounded in the Cultivation Theory and employs the analytical survey method, with a sample of 150 Jordanian families. The findings reveal that family members are moderately to highly exposed to family-related content on social media, with a significant reliance on platforms such as Facebook during evening hours. The study also identifies strong cognitive and guidance-oriented motives for this engagement, particularly among mothers and children.

The results further indicate a high level of perceived realism regarding this content and its influence on users' understanding of family dynamics. There is a clear preference for visual and interactive content that fosters community dialogue and enhances family communication. Despite some differences between demographic groups, the overall trend toward this type of content appears unified, reflecting a collective awareness of the importance of digital family engagement. The study recommends strengthening awareness strategies targeting all family members and activating evaluative and regulatory frameworks that support the constructive and purposeful use of social media to promote family cohesion.

مقدمة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة فعالة في تشكيل الهوية الثقافية والفكرية والسياسية والاجتماعية للمجتمعات، نظراً لقدرتها التفاعلية وسرعة نقل المعلومات وتنوع الوسائط المستخدمة فيها، مما جعلها جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للأفراد، وقد باتت شريكاً مؤثراً في تشنّة الأفراد وتوعيتهم، إلا أنها سلاح ذو حدين، إذ يمكن أن تسهم في تعزيز القيم والروابط الأسرية أو تفكيكها، وتبديل الهويات الثقافية والوطنية بهويات وافدة. ومن هنا تبرز أهمية توجيه استخدامها بشكل واعٍ يتيح للشباب فرصاً لصناعة المحتوى والتعبير عن الذات بعيداً عن الرقابة التقليدية، بما يدعم استقرار الأسرة والمجتمع.

وبناءً على مؤشر الثقة في وسائل الإعلام الذي أصدره معهد الإعلام الأردني، فقد توصلت إلى أن الجمهور الأردني يعتمد بالدرجة الأولى على شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) في أوقات الأزمات والطوارئ في الوصول للأخبار بنسبة 45.6% ثم القنوات التلفزيونية بنسبة 39.3%، بينما تراجعت مصداقية الناشطين الأردنيين على الشبكات الاجتماعية للمراتب الأخيرة، حيث جاء في الصدارة القنوات التلفزيونية الرسمية بنسبة 61.3%، تلاها القنوات التلفزيونية الخاصة بنسبة 59.9%، في حين جاء الثقة نحو الناشطون بتويتر بنسبة 37.2% والانستجرام بنسبة 41.4%، والفيس بوك بنسبة 43.6%. 1

وفي التقرير السنوي لهيئة تنظيم قطاع الاتصالات في الأردن لعام 2021، تم الإشارة إلى أن هناك أكثر من 7 ملايين مشترك فعال في الهواتف المتنقلة، حيث تعتبر خدمة الإنترنت عبر الهواتف المتنقلة الوسيلة الأكثر استخداماً للاتصال بالإنترنت، إذ تصل نسبتهما إلى حوالي 99% من عدد السكان. وفي عام 2022، بلغ عدد مستخدمي فيسبوك في الأردن أكثر من 7 ملايين مشترك، مما يشكل 68% من السكان، مع نسبة 55% من الذكور وحوالي ثلث المشتركين تتراوح أعمارهم بين 25 و34 عاماً. 2

وفي ضوء ما تم الإشارة إليه من أهمية الشبكات الاجتماعية، دفع ذلك الباحثة إلى دراسة هذه الظاهرة المتمثلة في تأثير الشبكات الاجتماعية على تعزيز الروابط الأسرية والتفاعل الأسري.

أولاً: مشكلة الدراسة:

في ظل غياب الرقابة الكافية على محتوى مواقع التواصل الاجتماعي في الأردن، شهد أفراد الأسرة انفتاحاً متزايداً على هذه المنصات، مما قد يؤدي إلى تعرضهم لمصادر معلومات غير متوافقة مع القيم والمعايير التي نشأ عليها المجتمع الأردني. هذا الانفتاح، إلى جانب الاستخدام المكثف لتلك المنصات، قد يساهم في إضعاف الروابط الأسرية ويؤثر على تماسك الأسرة. وبالنظر إلى ارتفاع معدلات الطلاق والتفكك الأسري وقلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، تتمحور مشكلة الدراسة حول التساؤل التالي: كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على تماسك الروابط الأسرية في الأردن؟

ثانياً: أهداف الدراسة:

1. التعرف على كثافة تفاعل الأسر الأردنية مع القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على دوافع استخدام الأسر الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي.
3. الكشف عن العلاقة بين استخدام المجتمع الأردني لمنصات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو "الروابط الأسرية".
4. التعرف على إدراك الأسر الأردنية لواقعية المضمون الخاص بهم على الشبكات الاجتماعية.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

- **الأهمية النظرية:** تسهم الدراسة في إثراء النقاش العلمي حول تأثير العوامل الرقمية، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، على العلاقات الأسرية. لذا حرصت الدراسة على توظيف نظرية الغرس الثقافي للتعرف على أنماط التعرض لهذه الشبكات وتفاعلهم معها مما يقود لتفسير أثرها المتزايد نتيجة تراكم التعرض المستمر في تشكيل تفاعلاته اليومية معها وبالتالي تقود للتعرف على مساهمة هذه المنصات في تغيير أنماط التفاعل بين الأفراد داخل الأسرة وتقديم بيانات علمية يمكن الاعتماد عليها لتفسير الظاهرة، لذا تعد الدراسة إضافة نوعية إلى المكتبة الأردنية والعربية، من خلال تقديم رؤية علمية معمقة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الروابط الأسرية في المجتمع الأردني تحديداً. وهذا يسهم في سد الفجوة العلمية في هذا المجال على مستوى البحث العربي.
- **الأهمية التطبيقية:** ارتفاع تفاعل المجتمع الأردني مع الشبكات الاجتماعية، حيث في إحصاءات عالمية تبين أن تطبيق فيسبوك يعد واحد من المواقع الشعبية لمواقع التواصل الاجتماعي في الأردن، حيث أن عدد المستخدمين للفيسبوك بالأردن يصل عددهم لحوالي 5.30 مليون مستخدم في بداية عام 2024، أما اليوتيوب فيستخدم بواقع 6.38 مليون مستخدم، والانسجرام بواقع 3.7 مليون مستخدم. 3 وبالتالي يمكن الاعتماد على نتائج الدراسة لتطوير استراتيجيات وسياسات توجيهية حول كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يخدم تعزيز العلاقات الأسرية، مما يساهم في وضع أطر استخدام أكثر أماناً ومسؤولية لهذه المنصات.

الدراسات السابقة:

ناقشت عدد من الدراسات السابقة كثافة تعرض الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث أثبتت دراسة (منال منصور، ياسر الناغي، 2024) أن غالبية

المبحوثين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بإفراط، وهو ما يرجع لانتشار استخدام الهواتف الذكية مع توفر شبكة الإنترنت بشكل شبه دائم، وأوضحت النتائج تعدد واختلاف مستويات الاستخدام المفرط لصفحات المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي، التي تتراوح في مستوياتها بين الإفراط والهوس والإدمان، وأكدت دراسة سماح محمدي (2020) 5 على ارتفاع كثافة تعرض الشباب والمراهقين لمواقع التواصل، حيث كانت أسباب ذلك التسلية وقضاء وقت الفراغ، التواصل مع الآخرين، ومتابعة آراء الآخرين حول القضايا المجتمعية.

اتجهت بعض الدراسات لمناقشة العلاقة بين الإعلام الجديد وتحديد مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية، حيث توصلت دراسة (Alabi A. Kabiru J) 6 إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتقوية الروابط الأسرية والتفاعل وجها لوجه، وكذلك توصلت دراسة (سمر عز الدين جلال، 2024) 7 إلى أن نسبة (59%) يروا أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على قوة العلاقات الأسرية في حين أن (41%) لا يروا ذلك، وتعد هذه النسبة مقاربة بين الطرفين حيث يشعر حوالى نصف عدد العينة بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على تفكك ترابط الأسرة، وفي ذات السياق، أوصت دراسة (بدر عدنان أحمد سعد محمد الخبيزي، 2024) 8 بأهمية برامج التدريب والتوعية المجتمعية من خلال وسائل الإعلام والمؤسسات التربوية المتعددة. وتصميم برامج لتأهيل وإعداد المقبلين على الزواج بما يمكنهم من الاستقرار الأسري مستقبلاً والقدرة على ما قد يواجههم من تحديات. ووضع معايير وضوابط لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وما ينشر من خلالها بما يحد من تأثيراتها السلبية على القيم المجتمعية.

كما أكدت دراسة (Kunwar Mahendra Pratap Singh, Madhu) 9 أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له تأثير كبير على العلاقات الأسرية مقترحة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤدي إلى آثار إيجابية

وسلبية على العلاقات الأسرية، كما توصلت دراسة علي أحمد عبود (2023) 10 إلى أن استخدام المراهق للإنترنت بشكل متواصل أثر في رغبته النفسية والشخصية في التواصل مع العائلة، حيث أن وجود الإنترنت الدائم بحياة المراهق ولد فراغا في العلاقات الأسرية وانعدام الحوار والمناقشة بين أفراد الأسرة الواحدة، وفي ذات السياق، ناقشت دراسة (رقية محمد أحمد هلال، 2023) 11 مهددات الأمن الأسري، وتوصلت إلى استخدام العديد من الأجهزة الذكية يوميا، وتنوعت المواقع التي يدمنها الزوجين، وتمثلت آثار هذا الإدمان في التفكك الأسري، وسوء التنشئة الاجتماعية للأبناء، والانحلال الأخلاقي، والخروج على ثقافة الدين الإسلامي والمجتمع، ووجود بعض الجرائم الأسرية، والاقتصادية؛ كالبطالة، وانخفاض مستوى الأداء في العمل، والتأخر على العمل أو فقدانه، وفقدان الكثير من الأموال، وعدم القدرة على تلبية الاحتياجات الأساسية للأسرة، والجسدية، كما توصلت دراسة عبد الله المهايمة وأمل الحسون (2021) 12 إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد أحد الأسباب التي تؤدي إلى الطلاق والانفصال بين الزوجين.

كما توصلت دراسة هبة عبدالله وسحر شفيق (2020) 13 إلى أن 41.2% من أفراد الأسرة يعرفون وسائل التواصل الاجتماعي بأنها تأثير سلبي وحافة مزدوجة تأثير، حيث كان تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات بين الوالدين والطفل 53.5% في بعض الأحيان يكون لها تأثير على الوالدين والطفل والعلاقات، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على علاقات الزوجين كان 63% منهم غالبا ما يكون له تأثير وتأثير اجتماعي وسائل الإعلام على العلاقات الأسرية 59.1% منها غالبا ما يكون لها تأثير هناك. كما توصلت دراسة إسراء سامي فهمي أحمد (2021) 14 أنه يوجد انعكاس كبير على علاقة المرأة بأسرتها، والتي تجمع بين الإيجاب والسلب، فمن الجزء الإيجابي أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جعل التواصل سهلا مع أفراد الأسرة المقيمين بعيدا عن بعضهم البعض بالتالي تقوية علاقاتهم، ومن الجزء السلبي هو أن حضورهم في التجمعات العائلية بدأ يقل بسبب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

كما توصلت دراسة لمياء محسن (2020)، 15 إلى أن الانشغال عن الأسرة وقضاء وقت طويل على مواقع التواصل الاجتماعي يعد من أبرز أسباب سوء العلاقة الزوجية على مستوى الأسرة المصرية، إلى جانب التأثيرات السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعية على الأسرة؛ من منطلق إهدارها للوقت، وتدهور العلاقات الأسرية، واتساع الفجوة بين الآباء والأبناء والعزلة والانطوائية لأفراد الأسرة، وما ينتج عنها من مشكلات عدة، مثل: الخيانة، وارتفاع معدلات الطلاق، كما توصلت دراسة (Fortuna Procentese, Flora Gatti, and Immacolata Di. 2019) Napoli) 16 إلى أن التأثير الفعلي لوسائل التواصل الاجتماعي على الأنظمة الأسرية ليس هو الأمر الوحيد المهم، بل تصورات الآباء حول ذلك ومدى شعورهم بالقدرة على إدارة استخدامهم واستخدام أطفالهم لوسائل التواصل الاجتماعي دون الإضرار بعلاقاتهم الأسرية، وناقشت دراسة آمنة حسين الكيلاني (2018)¹⁷ أن هناك مخاطر للإعلام الاجتماعي على دور الأسرة حيث أصبح شريكاً في عملية التنشئة الاجتماعية، وله تأثير في تفكيك الروابط الأسرية وتغيير أنماط العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة، حيث هناك تأثير واضح على منظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية التي توارثتها الأسرة العربية، فهناك إحلال لقيم وافدة بدل القيم الأصيلة، كما أن ثقافة العولمة وأدواتها الاتصالية تُشكل خطراً على بنية الأسرة العربية الاجتماعية والثقافية والفكرية والقيمية إن لم يتوافر إجراءات لحماية الهوية الوطنية، كما توصلت دراسة (محمد أحمد هاشم، 2018) 18 أن وسائل الإعلام الجديد سلاح ذو حدين له تأثيراته الإيجابية والسلبية على الأسرة العربية، فالاستخدام المتواصل لشبكة الإنترنت وخدماتها الاتصالية يهدد بشكل مباشر كيان العلاقات الأسرية الحقيقية وجها لوجه، ويحدث قطيعة بين الأفراد، مما يؤدي إلى زوال النسيج الاجتماعي التقليدي، وحلول نسيج اجتماعي افتراضي محله.

التعليق العام على الدراسات السابقة:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للجمهور، خصوصاً بين فئة الشباب والمراهقين، حيث ارتبطت كثافة الاستخدام بانتشار الهواتف الذكية وسهولة الوصول إلى الإنترنت، مما ساهم في الإفراط وحتى الإدمان في التعامل مع هذه الوسائل، وأن الدوافع وراء هذا الاستخدام المفرط تنوعت بين التسلية، والرغبة في التواصل، واهتمام الشباب بمتابعة القضايا المجتمعية.

بينت العديد من الدراسات وجود تأثير مباشر وملحوس لاستخدام وسائل التواصل على تماسك الأسرة واستقرارها، خاصة فيما يتعلق بالعلاقات الزوجية والتربية الأسرية، حيث تكررت الإشارة إلى مظاهر مثل الانفصال العاطفي، قلة التفاعل بين الزوجين، والانشغال عن الأبناء، إلى جانب مظاهر أكثر خطورة مثل الخيانة الإلكترونية، والاكتئاب، والانعزال، مما يعكس وجود تهديدات حقيقية للأمن الأسري والقيم المجتمعية.

أوصت بعض الدراسات بضرورة تعزيز التوعية الإعلامية والتربوية، ووضع ضوابط للاستخدام، والعمل على توجيه الأفراد نحو الاستخدام الواعي والمتزن لهذه الوسائل، بما يحمي الروابط الأسرية ويقلل من الآثار السلبية المحتملة.

الإطار النظري: نظرية الغرس الثقافي:

يعتبر جورج جرينر، الباحث الأمريكي، مؤسس نظرية الغرس الثقافي التي ظهرت في أواخر الستينيات من القرن الماضي. تصنف هذه النظرية ضمن فئة نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الإعلام. وتوقع الباحثون أن التعرض المكثف للمحتوى الإعلامي يؤدي إلى زيادة الشعور بالخوف غير المبرر من العالم الخارجي، بالإضافة إلى تعزيز عدم الثقة في الآخرين، (19) وتتناول نظرية الغرس الثقافي تأثيرات التعرض المستمر والمطول لوسائل الإعلام، وبالأخص التلفزيون، بدلاً من التركيز على الآثار الفورية. حيث تركز على العواقب التراكمية طويلة الأمد لنظام من الرسائل الثابتة والمتكررة، والتي تعكس الاتجاه السائد في البيئة الرمزية. (20)

وتنطلق النظرية من فرض رئيسي مؤداه هو " يؤدي التعرض المتواصل لنماذج وصور ثقافية مستقرة ومتكررة إلى تشكيل إدراك الفرد للواقع الاجتماعي المحيط به بشكل تدريجي. وذلك نتيجة للتعرض التراكمي لوسائل الإعلام بشكل عام، وخصوصاً للتلفزيون"،⁽²¹⁾ حيث يكتسب هذا الواقع الرمزي نوعاً من الشرعية الاجتماعية، مما يؤثر على اتجاهات وآراء وسلوكيات الجمهور.⁽²²⁾ وكثيفاً مشاهدة يرتفع مستوى مشاهدة بعضهم للتلفزيون ليصلوا إلى مرحلة مدمني التلفزيون Tv Addicts ويعني ذلك أن هؤلاء الأفراد يشاهدون التلفزيون بكثافة وينظرون لسلوكهم باعتباره سلوكاً غير تطوعي Involuntary وإجبارياً، كما تفترض النظرية أن من هم قليلو مشاهدة للتلفزيون يتعرضون لمصادر معلومات متنوعة وكثيرة أخرى غير التلفزيون،⁽²³⁾ وهو الأمر الذي أدى لوجود العديد من البحوث التي تتبنى فكرة الغرس لاختبار تأثيرات وسائل الإعلام في المجالات المختلفة وعلاقتها بالثقافة.⁽²⁴⁾

قياس التأثير وفقاً لنظرية الغرس الثقافي مع التطبيق على الدراسة: (25)

- الطريقة الأولى: يهدف التحليل الثقافي لنظام الرسائل أو المحتوى الذي يبث عبر الوسائط الإعلامية على مدى فترة زمنية ممتدة إلى فهم كيفية تشكيل وبناء العالم الرمزي المقدم. يساعد هذا النوع من التحليل في التعرف على الأنماط الأكثر استقراراً وتكراراً، مثل الصور المستمرة والقيم المشتركة بين مختلف الرسائل الإعلامية.⁽²⁶⁾

- الطريقة الثانية: تحديد ما إذا كان هناك تأثير (غرس) فعلي على المشاهدين نتيجة التعرض لهذا العالم الرمزي في إدراكهم للواقع الاجتماعي، وهو التحليل الذي يتم بعد الانتهاء من الطريقة الأولى، لأنه بتحليل المواد الإعلامية ومعرفة العالم الرمزي للتلفزيون، يتسنى تحويل هذه النتائج إلى أسئلة توجه للمشاهدين، وبعض هذه الأسئلة شبه إسقاطي وبعضها يستخدم أسلوب الخطأ المتعمد، أو بعضها يقيس المعتقدات والآراء والتوجهات والسلوكيات حول الواقع.⁽²⁷⁾

وعن أسلوبَي قياس الغرس هما: (28)

الأول: مقاييس الدرجة الأولى First Order والتي يطلب فيها من المبحوثين إعطاء تقديرات كمية عن حدوث أشياء معينة في المجتمع.

الثاني: مقاييس الدرجة الثانية Second Order والتي يطلب فيها من المبحوثين إعطاء اعتقادات عامة عن العالم أو إحدى الظواهر المجتمعية، (29) ويكون لهذه المعتقدات نتائج مهمة على السلوك الاجتماعي، حيث الكشف عن اتجاهات الجمهور الأردني عن الواقع الأسري الأردني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بعد التعرف على كثافة متابعته لها عبر الشبكات الاجتماعية.

تساؤلات الدراسة الميدانية:

1- ما مستوى متابعة عينة الدراسة للقضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

2- ما دوافع متابعة عينة الدراسة للقضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

3- ما إدراك عينة الدراسة لواقعية محتوى مواقع التواصل الاجتماعي الخاص بالقضايا الأسرية؟

4- إلى أي حد تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي من معالجة قضية الروابط الأسرية؟

5- ما اتجاهات عينة الدراسة نحو الآليات التي مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من التأثير في تعليم الأسر التواصل الاسري الناجح؟

فروض الدراسة الميدانية:

الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لمحتوى القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك واقعية المضمون للقضايا الأسرية عبر المواقع.

الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين دوافع التعرض لمحتوى القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات عينة الدراسة نحو آليات تناول القضايا الأسرية عبر المواقع.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- **نوع الدراسة:** تعد الدراسة من البحوث الوصفية التحليلية والتي ترتبط بمفهوم شرح وتوضيح المواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة مجتمعية مجال الدراسة والاهتمام ذات المتغيرات المتشعبة، حيث وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها،³⁰ وهنا تهتم الدراسة بتفسير اتجاهات الجمهور الأردني نحو تناول الشبكات الاجتماعية للقضايا الأسرية وأثرها على تشكيل الروابط الأسرية.
- **منهج الدراسة:** استخدمت الباحثة منهج المسح Survey للجمهور والذي يمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيراتها ومن ثم التعرف على مستويات التأثير بين هذه المتغيرات،³¹ ويستهدف منهج المسح في الدراسة تسجيل وتحليل وتفسير القضايا الأسرية وأثرها على تشكيل توجهات الأسر الأردنية على الروابط الأسرية.
- **مجتمع وعينة الدراسة:** يعرف مجتمع البحث على أنه "المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي تستهدف الباحثة دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، وقد تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الأسر الأردنية من المجتمع الأردني المتفاعل مع الشبكات الاجتماعية، ونظرا لكبر حجم العينة تم سحب عينة من الأسر الأردنية من المجتمع الأردني بواقع 150 أسرة، وتمثلت خصائصها فيما يلي:

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة من الأسر الأردنية

الآباء	ك	%
الصفة في الأسرة	أب	50.0
	أم	50.0
	الإجمالي	100.0
العمر	أقل من 30 عاماً	25.0
	من 30 إلى أقل من 40	33.0
	40 فأكثر	42.0
	الإجمالي	100.0
عدد أفراد الأسرة:	3 أفراد	26.0
	4 أفراد	20.7
	5 أفراد	24.0
	6 أفراد	12.3
	7 أفراد	17.0
	الإجمالي	100.0
	أقل من 500 دينار	48.0

30.3	91	من 500 إلى أقل من 1000 دينار	متوسط دخل الأسرة
21.7	65	1000 - 1 فأكثر	
100.0	300	الإجمالي	
13.3	40	الشمال	مكان الإقامة
7.0	21	الجنوب	
79.7	239	الوسط	
100.0	300	الإجمالي	
47.3	71	ذكر	نوع الأبناء
52.7	79	أنثى	
100.0	150	الإجمالي	
9.3	14	أقل من 9 سنوات	عمر الأبناء
8.0	12	من 9 إلى أقل من 12 عاماً	
82.7	124	من 12 عاماً فأكثر	
100.0	150	الإجمالي	

تشير خصائص عينة الدراسة من الأسر الأردنية إلى توازن تمثيلي من حيث الصفة الأسرية، حيث تساوت نسبة الآباء والأمهات المشاركين بواقع 50% لكل منهما،

مما يمنح الدراسة شمولية في وجهات النظر داخل الأسرة، كما تظهر البيانات أن غالبية العينة من الفئة العمرية فوق 40 عاما بنسبة (42%)، وهي فئة تمتلك خبرة أوسع في الشؤون الأسرية والتربوية، بينما يشكل من هم دون الثلاثين ربع العينة فقط، أما من حيث عدد أفراد الأسرة، فإن النسب موزعة بشكل متقارب، مع ميل طفيف نحو الأسر ذات الثلاثة إلى خمسة أفراد، ما يعكس الطابع المتوسط لحجم الأسر الأردنية في العينة.

أما على الصعيد الاقتصادي والجغرافي، فإن نصف العينة تقريبا تنتمي إلى أسر يقل دخلها الشهري عن 500 دينار، مما يعكس تحديات اقتصادية قد تؤثر على أنماط استخدام الإعلام والتكنولوجيا داخل الأسرة، كما أن غالبية أفراد العينة يقيمون في المنطقة الوسطى من المملكة (79.7%)، وهو ما قد يعزى إلى التركز السكاني والخدمات في العاصمة عمان والمناطق المحيطة. وفيما يخص الأبناء، فإن الإناث مثلن النسبة الأكبر (52.7%)، وغالبية الأبناء تجاوزوا سن الثانية عشرة (82.7%)، وهي فئة عمرية يتوقع أن يكون لها تفاعل أكبر مع وسائل التواصل الاجتماعي، مما يفسر أهمية دراسة انعكاسات هذه الوسائل على العلاقات داخل الأسرة الأردنية.

أداة الدراسة الميدانية: (أداة الاستبيان): يعد الاستبيان من الأدوات الرئيسية في جمع البيانات من المبحوثين لتحقيق الهدف من الدراسة 32، وتم تصميم الاستبيان الخاص بالدراسة في ضوء تساؤلات البحث وأهدافه، والإطار النظري ليكون وافي قدر الإمكان، وبهدف معرفة مدى استخدام الشبكات الاجتماعية في تشكيل توجهات الأسر الأردنية نحو الروابط الأسرية.

اختبارات الصدق والثبات: تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختبار الثبات والصدق لها، 33 وذلك على النحو التالي:

صدق الأداة: ويقصد بها مدى مناسبة الاستبيان لجمع البيانات بهدف التأكد من مدى صدق وثبات الاداة، ويتم ذلك من خلال التأكد من الصدق الظاهري للأداة. وللتأكد من صدق الأداة الظاهري قامت الباحثة بعرض (الاستبيان) على عدد من ذوي

الاختصاص من الخبراء والأكاديميين في مجال الصحافة والإعلام والاجتماع للتحكيم.

34

ثبات الأداة: Reliability يعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم 35، حيث تم توزيع 20 استبيانات في المرحلة الأولى على 20 أسرة أردنية وبعد أسبوعين يتم توزيع نفس الاستبانة على نفس السمر لمعرفة ثبات أداة القياس، كما تم التحقق من ثبات الأداة من خلال معامل (كرو نباخ ألفا)، لقياس مدى الاتساق، والتناسق في إجابة المبحوث على كل الأسئلة الموجودة بالمقياس، وقد جاءت النتائج كما يلي:

جدول رقم (2) قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

المحور	معامل ألفا (معامل الثبات)
دوافع التعرض للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.812
إدراك واقعية محتوى مواقع التواصل الاجتماعي الخاص بالقضايا الأسرية	0.806
الاتجاهات نحو الآليات التي مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من التأثير في تعليم الأسر التواصل الاسري الناجح	0.798
صحيفة الاستبيان كاملة	0.801
الصدق الذاتي	89.4%

تشير قيم معاملات الثبات "ألفا كرونباخ" لمحاولات صحيفة الاستبيان إلى مستوى جيد من الاتساق الداخلي، حيث جاءت جميع القيم فوق 0.79، وهو ما يعكس درجة موثوقية مرتفعة في أدوات القياس المستخدمة، فقد بلغ معامل الثبات لمحاولات "دوافع التعرض" (0.812)، و"إدراك واقعية المحتوى" (0.806)، و"الاتجاهات نحو الآليات المؤثرة في التواصل الأسري" (0.798)، بينما سجلت الصحيفة ككل معامل ثبات قدره (0.801)، وهو مؤشر على تجانس بنود الاستبيان وقياسها الدقيق للمفاهيم المستهدفة، كما يعزز الصدق الذاتي المرتفع (89.4%) من صلاحية الأداة في قياس ما وضعت لقياسه، مما يدعم الاعتماد على نتائج الدراسة وثباتها في تطبيقات مشابهة مستقبلاً.

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة: قامت الباحثة بالاستعانة ببرامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل، وقد تنوعت الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة، ما بين المقاييس الوصفية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري والذي يعني تحديد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي، والوزن النسبي، ومعاملات الارتباط **Correlation** والمتمثل في معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: كثافة تعرض الأسر الأردنية للصفحات التي تناقش أوضاع الأسرة الأردنية بمواقع التواصل الاجتماعي:

تعرض عينة الدراسة للصفحات التي تناقش أوضاع الأسرة الأردنية بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (3) تعرض عينة الدراسة للصفحات التي تناقش أوضاع الأسرة الأردنية بمواقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		الأبن		الأم		الأب		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
34	15 3	36. 7	55	34	51	31. 3	47	دائما.
49. 3	22 2	49. 3	74	46. 7	70	52	78	أحيانا.
16. 7	75	14	21	19. 3	29	16. 7	25	نادرا.
100	45 0	100	15 0	100	15 0	100	15 0	الإجمالي
كا : 2.340 درجة الحرية : 4 مستوى المعنوية : 0.674 غير دال								

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن غالبية أفراد العينة بنسبة 49.3% يتعرضون أحياناً للصفحات التي تناقش أوضاع الأسرة الأردنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما بلغت نسبة من يتعرضون لها دائماً 34%، ومن يتعرضون لها نادراً 16.7%، مما يعكس اهتماماً متوسطاً إلى مرتفع بهذه الصفحات بين أفراد الأسرة، وقد توزعت النسب بشكل متقارب بين الآباء والأمهات والأبناء، مما يدل على وعي جماعي نسبي بالقضايا الأسرية المطروحة رقمياً، كما أظهرت نتائج اختبار كاي تربيع أن الفروق بين الفئات ليست دالة إحصائياً (قيمة معنوية 0.674)، مما يعني عدم وجود اختلافات جوهرية بين الآباء والأمهات والأبناء في مستوى تعرضهم لهذه الصفحات.

عدد ساعات اليومية التي تتعرض من خلالها العينة للصفحات التي تناقش قضايا الأسرة الأردنية بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (4) عدد ساعات اليومية التي تتعرض من خلالها العينة للصفحات التي تناقش قضايا الأسرة الأردنية بمواقع التواصل الاجتماعي

	الأب		الأم		الأبن		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
من ساعة لأقل من ساعتين.	11	79.	11	74.	13	88	36	80.
	9	3	2	7	2		3	7
من ساعتين لأقل من	24	16	26	17.	5	3.3	55	12.
			3				2	

أربع ساعات.								
من أربع ساعات فأكثر.	7	4.7	12	8	13	8.7	32	7.1
الإجمالي	15	100	15	100	15	10	45	100
ي	0		0		0	0	0	
كا : 2 : 18.295 درجة الحرية : 4 مستوى المعنوية : 0.000 دال معامل التوافق : 0.198								

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الغالبية العظمى من أفراد العينة بنسبة 80.7% يتعرضون للصفحات التي تناقش قضايا الأسرة الأردنية بمواقع التواصل الاجتماعي لمدة تتراوح بين ساعة وأقل من ساعتين يوميا، مما يعكس نمط استخدام معتدل ومركز لهذه الصفحات، بينما سجلت نسبة من يتعرضون من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات 12.2%، وبلغت نسبة من يقضون أربع ساعات فأكثر 7.1%، وقد ظهر تفاوت ملحوظ بين فئات العينة، حيث كان الأبناء أكثر تعرضا في الفئة الأولى بنسبة 88% مقارنة بالأباء بنسبة 79.3% والأمهات بنسبة 74.7%، كما أظهرت نتائج اختبار كاي تربيع دلالة إحصائية عند مستوى (0.000)، ما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات في عدد ساعات التعرض، ويعزز ذلك معامل التوافق (0.198) الذي يعكس ارتباطا ضعيفا لكنه معتبر بين صفة الفرد في الأسرة وعدد ساعات تعرضه.

عدد أيام في الأسبوع التي تتعرض خلالها العينة للصفحات التي تناقش قضايا الأسرة الأردنية بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (5) عدد أيام في الأسبوع التي تتعرض خلالها العينة للصفحات التي تناقش قضايا الأسرة الأردنية بمواقع التواصل الاجتماعي

الأب		الأم		الأبن		الإجمالي		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
99	66	88	58.7	108	72	295	65.6	من يوم لأقل من ثلاث أيام.
30	20	25	16.7	5	3.3	60	13.3	من ثلاث لأقل من ست أيام
21	14	37	24.7	37	24.7	95	21.1	يوميًا.
150	100	150	100	150	100	450	100	الإجمالي
كا2 : 24.930 درجة الحرية: 4 مستوى المعنوية : 0.229 غير دال								

تشير نتائج الجدول إلى أن معظم أفراد العينة بنسبة 65.6% يتعرضون للصفحات التي تناقش قضايا الأسرة الأردنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من يوم إلى أقل من ثلاثة أيام في الأسبوع، وهو ما يعكس نمط متابعة غير منتظم نسبياً، كما يتعرض نسبة 21.1% من أفراد العينة لهذه الصفحات بشكل يومي، فيما تتراوح النسبة المتبقية بـ 13.3% ما بين ثلاث إلى أقل من ستة أيام. ويتضح أن الأبناء هم الفئة الأكثر تعرضاً في الفئة الأولى بنسبة 72%، بينما جاءت الأمهات في المرتبة الأولى

من حيث التعرض اليومي بنسبة 24.7%، متساويات مع الأبناء في هذه الفئة. وعلى الرغم من هذا التفاوت الظاهري بين الفئات، إلا أن اختبار كاي تربيع أظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (مستوى معنوية 0.229)، مما يعني أن الفروق في عدد أيام التعرض بين الآباء والأمهات والأبناء ليست جوهرية.

تتفق نتائج الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة منال منصور وياسر الناعي (2024) ودراسة سماح محمدي (2020) بشأن ارتفاع معدلات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت الدراسة الحالية أن نسبة كبيرة من أفراد الأسر الأردنية يتعرضون بدرجة "أحياناً" أو "دائماً" (بنسبة 83.3%) لمحتوى القضايا الأسرية، ويقضون من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً، مما يعكس نمطاً منتظماً ومعتدلاً في الاستخدام، غير أن الدراسة الحالية تبرز نوعاً من الانضباط والتركيز الوظيفي في الاستخدام (خاصة لدى الأبناء)، على عكس بعض الدراسات السابقة التي ركزت على الاستخدام الترفيهي أو الإدماني.

المنصات الرقمية التي تحرص عينة الدراسة على التعرض من خلالها لما يناقش حول القضايا الأسرية في مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (6) المنصات الرقمية التي تحرص عينة الدراسة على التعرض من خلالها لما يناقش حول القضايا الأسرية في مواقع التواصل الاجتماعي

	الأب		الأم		الأبن		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الفيس بوك.	123	43.8	120	44.0	121	48.6	364	45.3
الإنستغرام	55	19.6	76	27.8	62	24.9	193	24.0

12.1	97	14.1	35	8.4	23	13.9	39	يوتيوب.
7.3	59	5.2	13	6.2	17	10.3	29	تيك توك
6.6	53	4.4	11	7.0	19	8.2	23	منصة X
4.6	37	2.8	7	6.6	18	4.3	12	سناب شات
100.0	803	100.0	249	100.0	273	100.0	281	الإجمالي

تظهر نتائج الجدول أن منصة فيسبوك تأتي في مقدمة المنصات التي تحرص عينة الدراسة على استخدامها لمتابعة القضايا الأسرية، حيث استحوذت على النسبة الأكبر من التفضيل لدى جميع الفئات بـ 45.3%، مما يعكس مكانتها كمصدر رئيسي للمحتوى المجتمعي والأسري. ويليهما إنستغرام بنسبة 24%، خاصة بين الأمهات، ما يشير إلى انجذاب هذه الفئة للمحتوى البصري المرتبط بالأسرة والعلاقات، كما جاء يوتيوب ثالثاً بنسبة 12.1%، وهو ما يعكس أهمية المحتوى المرئي الطويل في تناول الموضوعات الأسرية بعمق.

في المقابل، احتلت تيك توك، منصة X، وسناب شات نسباً أقل (7.3%، 6.6%، 4.6% على التوالي)، مما قد يعزى إلى طبيعة هذه المنصات القائمة على المحتوى السريع والترفيهي، والذي قد لا يلقي نفس الاهتمام عند من يبحثون عن محتوى أسري جاد، ويعكس التوزيع العام تباين تفضيلات المنصات الرقمية بين أفراد الأسرة، لكنه يؤكد في الوقت ذاته أن فيسبوك لا يزال يحظى بثقة واهتمام واسع عند الحديث عن القضايا المجتمعية والأسرية.

الفترات المعتادة التي تتعرض من خلالها الأسرة الأردنية للقضايا الأسرية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (7) الفترات المعتادة التي تتعرض من خلالها الأسرة الأردنية للقضايا الأسرية على مواقع التواصل الاجتماعي

الأب		الأم		الأبن		الإجمالي		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
79	41.8	67	33.8	78	35.9	224	37.1	فترة المساء والسهرة (6 مساء إلى 1 مساء). مساء).
53	28.0	45	22.7	55	25.3	153	25.3	الفترة الصباحية (10 صباحا إلى 12 ظهرا). ظهرا).
28	14.8	44	22.2	41	18.9	113	18.7	فترة بعد الظهر (3 عصرا إلى 6 مساء). عصرا).
15	7.9	26	13.1	21	9.7	62	10.3	فترة الظهر (12 ظهرا إلى 3 عصرا). ظهرا).
14	7.4	16	8.1	22	10.1	52	8.6	فترة بعد منتصف الليل (1 صباحا إلى 3 صباحا) صباحا).
189	100.0	198	100.0	217	100.0	604	100.0	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى أن الفترة المسائية والسهرة (من 6 مساءً إلى 1 صباحاً) هي الوقت الأكثر شيوعاً لتعرض أفراد الأسرة الأردنية للقضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث استحوذت على النسبة الأكبر بـ 37.1%، مما يعكس أن أفراد الأسرة يميلون لاستخدام هذه المنصات بعد انتهاء أعمالهم والتزاماتهم اليومية، وتأتي الفترة الصباحية في المرتبة الثانية بنسبة 25.3%، وهي فترة قد تكون متاحة أكثر لربات البيوت أو الطلاب، كما سجلت فترة بعد الظهر بنسبة 18.7% وفترة الظهيرة بنسبة 10.3% والتي كانت أقل، وهو ما يعكس انشغال الأفراد خلال هذه الأوقات بأعمالهم أو دراستهم، أما فترة ما بعد منتصف الليل، ورغم انخفاض نسبتها 8.6%، إلا أن وجودها يشير إلى استمرار بعض أفراد الأسرة في تصفح مواقع التواصل حتى ساعات متأخرة، وهو ما قد يرتبط بأنماط الاستخدام المرتبطة بالإدمان أو بالعزلة الرقمية. ويظهر التوزيع تفاوتاً نسبياً بين فئات الأسرة، لكن التوجه العام يعكس اعتماداً على الفترات المسائية كوقت مفضل لمتابعة القضايا الأسرية.

المحور الثاني: دوافع تعرض الأسر الأردنية للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (8) دوافع التعرض للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
تساعدني في كيفية حل بعض المشكلات التي	273	60.7	151	33.6	26	5.8	2.55	603.	85.0

									قد تواجهني مع أفراد الأسرة
84.7	604.	2.54	5.8	26	34.2	154	60.0	270	تعالج هذه الصفحات قضايا تزيد معرفتي بحقوقى وحقوق أفراد أسرتى.
84.7	596.	2.54	5.3	24	34.9	157	59.8	269	تساعدني الانفتاح على الواقع المحيط بي وكيفية أداء واجباتي ومنح الآخرين حقوقهم
82.0	640.	2.46	8.0	36	37.6	169	54.4	245	تعلمني أسلوب التعامل الصحيح والأمثل مع أسرتى
78.3	684.	2.35	12.0	54	41.3	186	46.7	210	أشعر بالمتعة والألفة والتشويق لطريق عرض القضايا الأسرية
75.7	698.	2.27	14.4	65	44.0	198	41.6	187	لمجرد التعود على متابعة هذه

الصفحات المرتبطة بقضايا الأسرة									
للهرب من المشاكل اليومية مما يساعدني في التخلص من حالة القلق والتوتر	164	36.4	194	43.1	92	20.4	2.16	738.	72.0
أتابع هذه الصفحات لمجرد تمضية الوقت والتسلية	182	40.4	157	34.9	111	24.7	2.16	792.	72.0

تشير نتائج الجدول إلى تنوع دوافع تعرض أفراد العينة للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد جاءت معظمها بدرجات مرتفعة تعكس توجهها وظيفيا ومعرفيا لهذا النوع من المحتوى حيث حصلت دوافع مثل "تساعدني في كيفية حل بعض المشكلات التي قد تواجهني مع أفراد الأسرة" على وزن نسبي بلغ 85.0 درجة، تلتها دوافع "معرفة الحقوق" وعبارة "الانفتاح على الواقع وأداء الواجبات" وكلاهما بوزن نسبي 84.7 درجة، مما يعكس اهتماما كبيرا لدى الأفراد بالمحتوى الذي يسهم في تحسين مهاراتهم الأسرية ووعيهم بالحقوق والواجبات.

كما جاءت دوافع أخرى مثل "تعلمي أسلوب التعامل الصحيح مع أسرتي" بوزن نسبي 82.0% بدرجة مرتفعة، ما يدل على توجه تعليمي لدى المتابعين. أما الدوافع المرتبطة بالجانب العاطفي والترفيهي، مثل "المتعة والتشويق لطريقة العرض" و "التعود

على المتابعة" * فقد سجلت أوزانا نسبية 78.3% و 75.7% على التوالي، بدرجة متوسطة مرتفعة، مما يشير إلى جاذبية الشكل والأسلوب إلى جانب المضمون. في المقابل، جاءت الدوافع المرتبطة بالهروب من المشاكل وتمضية الوقت كأدنى الدوافع، بوزن نسبي 72.0% لكل منهما، بدرجة متوسطة، ما يعكس أن الطابع الهادف يفوق الطابع الترفيهي في دوافع المتابعة لدى العينة. ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة المقياس العام للدوافع جاءت مستوياته كما يلي:

جدول رقم (9) مستويات المقياس العام لدوافع التعرض للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل

	الأب		الأم		الأبن		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	13	8.7	5	3.3	12	8	30	6.7
متوسط	57	38	54	36	57	38	168	37.3
مرتفع	80	53.3	91	60.7	81	54	252	56
الإجمالي	150	100	150	100	150	100	450	100
كا : 4.788 درجة الحرية: 4 مستوى المعنوية : 0.310 غير دال								

تشير نتائج الجدول إلى أن أغلبية أفراد العينة بنسبة 56% يظهرون مستوى مرتفعاً من الدوافع للتعرض للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما يعكس اهتماماً واضحاً بهذا النوع من المحتوى، ويدل على وعي متزايد بأهمية هذه الصفحات في تلبية احتياجات معرفية وأسرية، كما أن نسبة من لديهم دوافع بمستوى متوسط بلغت 37.3%، وهي نسبة كبيرة أيضاً، في حين لم تتجاوز نسبة ذوي

الدوافع المنخفضة 6.7% فقط. ويلاحظ أن الأمهات سجلن النسبة الأعلى في المستوى المرتفع بـ 60.7%، ما قد يعزى إلى دورهن المحوري في إدارة الشؤون الأسرية. ومع ذلك، أظهر اختبار كاي تربيع أن الفروق بين الآباء والأمهات والأبناء في مستويات الدوافع ليست دالة إحصائية (قيمة معنوية 0.310)، مما يشير إلى تشابه نسبي بين الفئات في توجهاتهم نحو هذا النوع من المحتوى الأسري.

تؤكد الدراسة الحالية على أن دوافع متابعة الصفحات الأسرية تتمحور حول الجوانب التعليمية والتوعوية، مثل "حل المشكلات" و"معرفة الحقوق"، مما ينسجم مع ما جاء في دراسة Kabiru J. Alabi A. (2024) التي أثبتت أن وسائل التواصل تسهم في تقوية الروابط الأسرية والتفاعل الإيجابي كما تدعمها نتائج دراسة إسراء سامي فهمي (2021) التي أشارت إلى أن مواقع التواصل تعزز التواصل بين أفراد الأسرة الممتدة، خاصة في حالات البعد الجغرافي.

ويفسر الجدول التالي تفصيلاً أوزان العبارات بالنسبة للعينات الثلاث عينة الدراسة من حيث دوافع تعرضهم للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي جاءت قيمتها كما يلي:

جدول رقم (10) أوزان العبارات بالنسبة للعينات الثلاث عينة الدراسة من حيث دوافع تعرضهم للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الأب			الأم			الأبن			العبارة
المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	
2.45	0.608	81.7	2.66	0.529	88.7	2.52	0.653	84.0	تعالج هذه الصفحات قضايا تزيد معرفتي بحقوق وحقوق أفراد أسرتي.
2.37	0.661	79.0	2.55	0.597	85.0	2.47	0.652	82.3	تعلمني أسلوب التعامل الصحيح والأمثل مع أسرتي
2.51	0.632	83.7	2.60	0.579	86.7	2.53	0.576	84.3	تساعدني الانفتاح على الواقع المحيط بي وكيفية أداء واجباتي ومنح الآخرين حقوقهم
2.44	0.618	81.3	2.60	0.543	86.7	2.61	0.633	87.0	تساعدني في كيفية حل بعض المشكلات

التي قد تواجهني مع أفراد الأسرة									
أشعر بالمتعة والألفة والتشويق لطريق عرض القضايا الأسرية	2.30	0.642	76.7	2.45	0.661	81.7	2.29	0.738	76.3
للهرب من المشاكل اليومية مما يساعدني في التخلص من حالة القلق والتوتر	2.12	0.732	70.7	2.26	0.746	75.3	2.10	2.16	70.0
لمجرد التعود على متابعة هذه الصفحات المرتبطة بقضايا الأسرة	2.29	0.619	76.3	2.29	0.729	76.3	2.23	0.743	74.3
أتابع هذه الصفحات لمجرد تضييع الوقت والتسلية	2.21	0.726	73.7	2.11	0.787	70.3	2.16	0.860	72.0

يظهر الجدول السابق أوزان العبارات من حيث دوافع تعرض العينة للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقد تبين أن أعلى دافع لدى الأمهات يتمثل في زيادة المعرفة بالحقوق الأسرية، حيث جاء الوزن النسبي 88.7 درجة، يليه دافع حل المشكلات والانفتاح على الواقع بوزن نسبي 86.7 درجة لكل منهما، مما يعكس إدراكاً عالياً لدى الأمهات للدور التثقيفي لهذه الصفحات، كما حازت عبارة "تعلمني أسلوب التعامل الصحيح والأمثل مع أسرتي" على وزن نسبي 85.0

درجة، مما يدل على اهتمامهم بتعزيز مهارات التواصل والتفاعل داخل الأسرة، في حين كانت أقل الدوافع لديهم مرتبطة بالترفيه والوقت مثل "تمضية الوقت" و"الهروب من المشاكل" بنسبة 70.3 درجة و75.3 درجة على التوالي.

أما لدى الأبناء، فقد سجل دافع "حل المشكلات" أعلى وزن نسبي بلغ 87.0 درجة، يليه "الانفتاح على الواقع" بوزن نسبي 84.3 درجة، ودافع "معرفة الحقوق" بوزن نسبي 84 درجة، وهو ما يشير إلى نظرة الأبناء الإيجابية للصفحات الأسرية كمصدر للإرشاد والدعم، لا مجرد ترفيه، كما حقق دافع "التعامل الأمثل مع الأسرة" وزن نسبي 82.3 درجة، وهي مرتفعة كذلك، بينما تراجعت الأوزان النسبية للدوافع المرتبطة بالعودة أو التسلية إلى 74.3 درجة و72.0 درجة، مما يعكس توجهاً وظيفياً أكثر منه ترفيهياً في تفاعلهم مع المحتوى الأسري.

وفيما يخص الآباء، جاءت أعلى الأوزان في دافع "الانفتاح على الواقع" بوزن نسبي 83.7 درجة، يليه كل من دوافع "معرفة الحقوق" و"حل المشكلات" بوزن نسبي 81.7 درجة و81.3 درجة على التوالي، وهو ما يشير إلى توجه معرفي يعكس سعي الآباء لفهم السياق الأسري والاجتماعي بشكل أفضل، أما أقل الدوافع لديهم فكانت مرتبطة بالهروب من المشاكل بوزن نسبي 70.7 درجة، ودافع تمضية الوقت بوزن نسبي 73.7 درجة، وهو ما يدل على استخدام أقل عشوائية وأكثر توجهاً نحو أهداف محددة.

وبوجه عام، تظهر الأوزان النسبية عبر الفئات الثلاث أن دوافع التعرض تتركز حول الجوانب التعليمية والإرشادية، لا سيما ما يتعلق بفهم الحقوق، حل المشكلات، وتحسين التفاعل الأسري، في حين تراجعت دوافع التسلية أو العودة، مما يدل على إدراك متزايد لأهمية المحتوى الأسري على مواقع التواصل كوسيلة لبناء الوعي الأسري وتعزيز القيم داخل الأسرة الأردنية.

على الرغم من أن الدراسة الحالية تركز على الأثر الإيجابي لدوافع التعرض، فإنها لا تنفي النتائج التي توصلت إليها دراسات مثل رقية هلال (2023) ولمياء محسن

(2020) وأمنة الكيلاني (2018) ، التي أظهرت أن الاستخدام المفرط أو العشوائي يؤدي إلى تفكك أسري وخلل في منظومة القيم. غير أن الدراسة الحالية أظهرت أن الدوافع الترفيهية والهروبية مثل تضييع الوقت أو الهروب من التوتر جاءت في المرتبة الأخيرة، وهو ما يعكس تحولاً في وعي الأسرة الأردنية نحو الاستخدام الوظيفي والمنضبط للمحتوى الأسري.

المحور الثالث: اتجاهات عينة الدراسة من الأسر الأردنية نحو تناول الصفحات للقضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

أولاً: إدراك عينة الدراسة من الأسر الأردنية لواقعية مضمون الصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (11) إدراك عينة الدراسة من الأسر الأردنية لواقعية مضمون الصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	موافق		محايد		غير موافق		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
تعكس مواقع التواصل الاجتماعي مشكلات الأسرة الأردنية كما هي بالواقع الفعلي	228	50.7	161	35.8	61	13.6	0.711	79.0
تبرز مواقع التواصل الاجتماعي اهتمام الأسر بحقوق الأبناء كما هو في الواقع	185	41.1	206	45.8	59	13.1	0.682	76.0

77.0	0.696	2.31	13.6	61	42.2	190	44.2	199	توضح مواقع التواصل الاجتماعي الحقوق الممنوحة لأفراد الأسرة وواجباتهم كما هو في الواقع
82.3	0.647	2.47	8.4	38	36.4	164	55.1	248	تعلمت بعض أساليب التعامل الصحيحة مع أفراد الأسرة بعد التعرض للمنشورات مواقع التواصل الاجتماعي عن واقع الأسرة الناجحة
81.3	0.695	2.44	11.8	53	32.7	147	55.6	250	تعلمت بعض حقوق أفراد الأسرة التي لم أكن أعلمها من قبل
81.0	0.703	2.43	12.4	56	32.4	146	55.1	248	علمتني منشورات مواقع التواصل الاجتماعي كيف احرص على احترام وتقدير حقوق الأسرة
75.0	0.752	2.25	18.9	85	37.6	169	43.6	196	اتخيل نفسي أعيش مع النماذج الأسرية الأردنية التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي هرباً من الواقع الذي أعيشه

85.7	0.594	2.57	5.3	24	32.7	147	62.0	279	اتعاطف مع الأفراد التي كافحت لأجل استقرار ونجاح وتقدم الأسرة
81.7	0.663	2.45	9.6	43	35.6	160	54.9	247	أشعر بأني قريب من الأسر الأردنية المكافحة لأنها تشبهني

تعكس نتائج الجدول السابق أوزان العبارات المتعلقة بإدراك عينة الدراسة من الأسر الأردنية لواقعية مضمون الصفحات الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتكشف عن توجهها إيجابيا عاما، حيث أظهرت معظم العبارات مستويات إدراك مرتفعة، فقد جاءت أعلى درجة وزن نسبي في عبارة "أتعاطف مع الأفراد التي كافحت لأجل استقرار ونجاح وتقدم الأسرة" بدرجة 85.7، مما يدل على تفاعل وجداني قوي مع النماذج الإيجابية المقدمة، كما جاءت عبارات مثل "تعلمت بعض أساليب التعامل الصحيحة مع أفراد الأسرة" وعبارة "أشعر بأني قريب من الأسر الأردنية المكافحة لأنها تشبهني" بدرجات 82.3 و 81.7 على التوالي، مما يشير إلى إدراك فعلي لواقعية المحتوى وتأثيره على التعلم العاطفي والسلوكي.

وكذلك أظهرت العبارات المتعلقة باكتساب المعرفة، مثل "تعلمت بعض حقوق أفراد الأسرة التي لم أكن أعلمها من قبل" وعبارة "علمتني منشورات مواقع التواصل كيف أحرص على احترام وتقدير حقوق الأسرة" وزن نسبي بدرجات 81.3 و 81.0، مما يعكس دور هذه الصفحات في تعزيز الوعي بالحقوق والواجبات الأسرية، أما عبارة "تعكس مواقع التواصل مشكلات الأسرة كما هي في الواقع" فقد سجلت وزن نسبي بدرجة 79.0، مما يدل على ثقة جيدة بمصداقية المحتوى المنشور.

وفي المقابل، جاءت العبارات التي تعكس تصورا أقل لواقعية المحتوى بدرجات أقل مثل "أبرزت اهتمام الأسر بحقوق الأبناء كما هو في الواقع" بدرجة 76.0، وعبارة

"أعيش مع النماذج الأسرية التي قدمتها المواقع هرباً من الواقع" بدرجة 75.0، مما قد يشير إلى وجود فجوة بين ما يعرض على المنصات وما يعيشه البعض من واقع، لكنه في الوقت نفسه يدل على استخدام هذه النماذج كمصدر إلهام وتعويض عاطفي. وبصورة عامة، تشير الأوزان النسبية إلى إدراك مرتفع نسبياً لواقعية الصفحات الأسرية وتأثيرها الإيجابي في رفع الوعي، وتنمية القيم والتعاطف، وتوفير نماذج عملية تساعد الأفراد في مواجهة مشكلاتهم داخل الأسرة. ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة المقياس العام لإدراك واقعية المضمون جاءت مستوياته كما يلي:

جدول رقم (12) مستويات المقياس العام لإدراك عينة الدراسة من الأسر الأردنية لواقعية مضمون الصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

	الأب		الأم		الأبن		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	10	6.7	8	5.3	16	10.7	34	7.6
متوسط	74	49.3	62	41.3	47	31.3	183	40.7
مرتفع	66	44	80	53.3	87	58	233	51.8
الإجمالي	150	100	150	100	150	100	450	100
كا : 2 : 12.003 درجة الحرية: 4 مستوى المعنوية : 0.017 دال معامل التوافق: 0.161								

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة من الأسر الأردنية يتمتعون بمستوى مرتفع من إدراك واقعية مضمون الصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت النسبة الإجمالية في هذا المستوى 51.8%،

وهو ما يعكس ثقة كبيرة في مصداقية هذه الصفحات وقدرتها على تمثيل الواقع الأسري بصورة مقنعة، كما جاءت نسبة الإدراك المتوسط عند 40.7%، وهي نسبة معتبرة تعزز من الاتجاه العام نحو التقبل الجزئي أو الحذر في الحكم على واقعية المحتوى، أما نسبة الإدراك المنخفض فكانت الأدنى عند 7.6% فقط، ما يدل على محدودية الشك في مضمون هذه الصفحات.

ويلاحظ تباين واضح بين الفئات، حيث سجل الأبناء أعلى نسبة في المستوى المرتفع (58%) مقارنة بالآباء (44%) والأمهات (53.3%)، مما يشير إلى أن الأبناء هم الأكثر تقبلاً واندماجاً مع ما يعرض من محتوى أسري كما أظهر اختبار كاي تربيع دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.017، ما يؤكد على وجود فروق حقيقية بين الفئات في مستوى الإدراك، ويعزز هذا معامل التوافق الذي بلغ 0.161، مما يعني وجود ارتباط ضعيف إلى متوسط بين الفئة الاجتماعية ومستوى إدراكهم لواقعية المضمون، بما يعكس تأثير الخلفية الاجتماعية أو العمرية في تفسير المحتوى الأسري عبر هذه المنصات.

أظهرت الدراسة الحالية ارتفاعاً في إدراك واقعية المحتوى لدى أكثر من نصف العينة، وهو ما يعكس ثقة كبيرة في الصفحات الأسرية كمصادر معلوماتية وسلوكية، ويتفق هذا مع دراسة Madhu Tyagi وKunwar Mahendra Pratap Singh (2023) التي أوضحت أن لمواقع التواصل تأثيراً كبيراً على العلاقات الأسرية، ويمكن أن تحمل بعداً إيجابياً إذا ما تم استخدامها بشكل رشيد. إلا أن الدراسة الحالية تفوقت في تأكيد دور النماذج الإيجابية والقصص الأسرية الملهمة في تعزيز التفاعل العاطفي والتعلم السلوكي، خاصة عند الأمهات والأبناء، وهو ما لم تفصله العديد من الدراسات السابقة بهذا الوضوح.

ويفسر الجدول التالي تفصيليا أوزان العبارات بالنسبة للعينات الثلاث عينة الدراسة من حيث إدراك واقعية المضمون نتيجة تعرضهم للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي جاءت قيمتها كما يلي:

جدول رقم (14) أوزان العبارات للعينات الثلاث عينة الدراسة من حيث إدراك واقعية المضمون نتيجة تعرضهم للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الأب			الأم			الأبن			العبارة
المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	
2.35	0.675	78.3	2.39	0.673	79.7	2.38	0.783	79.3	تعكس مواقع التواصل الاجتماعي مشكلات الأسرة الأردنية كما هي بالواقع الفعلي
2.31	0.645	77.0	2.28	0.715	76.0	2.25	0.687	75.0	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي اهتمام الأسر بحقوق

									الأبناء كما هو في الواقع
76.3	0.698	2.29	77.7	0.711	2.33	76.7	0.683	2.30	توضح مواقع التواصل الاجتماعي الحقوق الممنوحة لأفراد الأسرة وواجباتهم كما هو في الواقع
84.0	0.621	2.52	82.7	0.673	2.48	80.0	0.645	2.40	تعلمت بعض أساليب التعامل الصحيحة مع أفراد الأسرة بعد التعرض للمنشورات مواقع التواصل الاجتماعي عن واقع

الأسرة الناجحة									
تعلمت بعض حقوق أفراد الأسرة التي لم أكن أعلمها من قبل	2.39	0.644	79.7	2.47	0.711	82.3	2.45	0.728	81.7
علمتني منشورات مواقع التواصل الاجتماعي كيف احرص على احترام وتقدير حقوق الأسرة	2.32	0.679	77.3	2.50	0.673	83.3	2.46	0.748	82.0
اتخيل نفسي أعيش مع النماذج الأسرية الأردنية التي	2.23	0.689	74.3	2.20	0.803	73.3	2.31	0.759	77.0

									قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي هربا من الواقع الذي أعيشه
87.7	0.562	2.63	89.3	0.559	2.68	79.7	0.623	2.39	اتعاطف مع الأفراد التي كافحت لأجل استقرار ونجاح وتقدم الأسرة
84.0	0.632	2.52	83.3	0.693	2.50	78.0	0.654	2.34	أشعر بأني قريب من الأسر الأردنية المكافحة لأنها تشبهني

يوضح الجدول السابق أوزان العبارات الخاصة بإدراك الواقعية تفاوتاً نسبياً في تقدير العينة الثلاثية لمحتوى الصفحات الأسرية على مواقع التواصل الاجتماعي، مع ميل واضح نحو الإدراك الإيجابي من قبل الأبناء والأمهات مقارنة بالآباء حيث سجلت أعلى درجات الوزن النسبي في عبارة "أتعاطف مع الأفراد التي كافحت لأجل استقرار

ونجاح وتقدم الأسرة" بلغ 89.3 درجة لدى الأمهات وقيمته 87.7 درجة لدى الأبناء، مقابل وزن نسبي 79.7 درجة لدى الآباء، وهو ما يشير إلى أن الجانب العاطفي والتعاطف مع النماذج الإيجابية يحظى بقبول مرتفع خاصة لدى الفئتين الأولى والثانية. أما العبارة المتعلقة باكتساب أساليب التعامل الصحيحة مع أفراد الأسرة فقد سجلت كذلك درجات مرتفعة قيمتها 84.0 لدى الأبناء، و82.7 لدى الأمهات، و80.0 لدى الآباء، مما يدل على أن التعرض لهذه الصفحات يساهم في تطوير المهارات الأسرية لدى كافة الفئات، لكن بفعالية أعلى نسبياً عند الأبناء، وفي السياق ذاته، جاءت عبارة "تعلمت بعض حقوق أفراد الأسرة التي لم أكن أعلمها من قبل" بدرجات 82.3 لدى الأمهات، و81.7 لدى الأبناء، و79.7 لدى الآباء، مما يعزز دور المحتوى الرقمي في رفع وعي الأفراد بالحقوق الأسرية.

ومن ناحية أخرى، برز تفاوت محدود في العبارات ذات البعد الواقعي المباشر، مثل "تعكس مواقع التواصل الاجتماعي مشكلات الأسرة كما هي بالواقع الفعلي" حيث تراوحت الأوزان ما بين 78.3 و79.7 درجة مما يشير إلى أن العينة ترى أن هناك قدراً مقبولاً من الصدق في تمثيل الواقع الأسري على هذه المنصات، وبالمثل، جاءت عبارة "توضح الحقوق الممنوحة لأفراد الأسرة وواجباتهم كما هو في الواقع" بأوزان تراوحت بين 76.3 و77.7.

وفي المقابل، كانت أدنى الدرجات مرتبطة بعبارة "أتخيل نفسي أعيش مع النماذج الأسرية التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي هرباً من الواقع"، حيث لم تتجاوز 77.0 درجة لدى الأبناء، و73.3 درجة لدى الأمهات، مما قد يعكس مستوى وعي أو تحفظ تجاه المبالغة في تمثيل الواقع الافتراضي كبديل عن الحياة الواقعية، كما جاءت عبارات مثل "تبرز اهتمام الأسر بحقوق الأبناء كما هو في الواقع" بأوزان أقل نسبياً، تراوحت ما بين 75.0 و77.0 درجة، مما قد يشير إلى فجوة متصورة بين الخطاب الرقمي والواقع المعاش.

بشكل عام، تعكس هذه النتائج إدراكاً مرتفعاً لواقعية وتأثير الصفحات الأسرية لدى الأمهات والأبناء بشكل أكبر من الآباء، كما تشير إلى أن الجوانب التعليمية والعاطفية في المحتوى تحظى بأعلى مستويات الثقة والتفاعل.

ثانياً: اتجاهات عينة الدراسة من الأسر الأردنية نحو الآليات التي مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من التأثير في تعليم الأسر التواصل الاسري الناجح:

جدول رقم (15) اتجاهات عينة الدراسة من الأسر الأردنية نحو الآليات التي مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من التأثير في تعليم الأسر التواصل الاسري الناجح

العبارة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
تقدم موارد تعليمية متنوعة، مثل المقالات والدروس التفاعلية، التي تركز على استراتيجيات تحسين التواصل الأسري	258	57.3	164	36.4	28	6.2	2.51	0.612	83.7
تستخدم محتوى مرئي وجذاب، مثل الفيديوهات التعليمية	247	54.9	176	39.1	27	6.0	2.49	0.609	83.0

									والإنفوغرافيك، لجعل تعلم مهارات التواصل الأسري أكثر تفاعلاً وفعالية
83.0	0.605	2.49	5.8	26	39.8	179	54.4	245	تقدم نصائح وتوصيات مستمرة حول كيفية تعزيز التواصل الأسري، مما يحافظ على اهتمام الأسر ويشجعهم على تطبيق الاستراتيجيات الجديدة
82.7	0.608	2.48	6.0	27	40.4	182	53.6	241	تقدم معلومات متكاملة وشاملة حول تقنيات التواصل الأسري
82.7	0.637	2.48	7.8	35	36.4	164	55.8	251	توفر منصات لمشاركة تجارب حية وقصص ملهمة من أسر

									أخرى، مما يساعد على تبادل المعرفة وتعزيز التجارب الشخصية في التواصل الأسري
82.7	0.634	2.48	7.6	34	36.9	166	55.6	250	تشجع النقاشات المجتمعية حول قضايا التواصل الأسري، مما يساهم في تبادل الأفكار وتطوير مهارات التواصل بين الأسر
82.3	0.615	2.47	6.4	29	40.2	181	53.3	240	تسهل الوصول إلى خبراء ومختصين في العلاقات الأسرية، مما يوفر للأسر نصائح وتوجيهات مهنية لتحسين التواصل.
81.7	0.653	2.45	8.9	40	37.6	169	53.6	241	تحفز التفاعل والمشاركة من

									خلال مسابقات وفعاليات تتعلق بالتواصل الأسري، مما يعزز من تطبيق المهارات وتطويرها بشكل ممتع
81.3	0.652	2.44	8.9	40	38.7	174	52.4	236	تنظم جلسات تفاعلية وندوات عبر الإنترنت، مما يتيح للأسر فرصة التعلم المباشر والتفاعل مع الخبراء في مجال التواصل الأسري
78.7	0.7	2.36	12.9	58	37.8	170	49.3	222	توفر أدوات لتقييم وتحليل فعالية استراتيجيات التواصل الأسري، مما يساعد الأسر على تتبع تقدمهم وتحسين مهاراتهم

تشير أوزان العبارات الخاصة باتجاهات عينة الدراسة من الأسر الأردنية نحو الآليات التي مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من التأثير في تعليم التواصل الأسري الناجح كما وردت بالجدول إلى تقييم إيجابي عام، حيث جاءت جميع العبارات بأوزان نسبية مرتفعة تعكس إدراكا واضحا لإمكانات هذه المنصات في دعم العلاقات الأسرية، حيث حصلت العبارة التي تشير إلى أن هذه المواقع "تقدم موارد تعليمية متنوعة" على أعلى وزن نسبي وهو 83.7 درجة، مما يعكس تقديرا عاليا لدورها في توفير محتوى تثقيفي متنوع ومفيد، كما جاءت عبارتا استخدام "المحتوى المرئي الجذاب" و"تقديم نصائح مستمرة" بوزن نسبي قيمته 83.0 درجة لكل منهما، بما يدل على أهمية الأسلوب البصري والدعم التوجيهي المستمر في تعزيز فاعلية المحتوى.

وتوالت العبارات الأخرى بأوزان متقاربة، مثل "تقديم معلومات متكاملة" و"مشاركة القصص الملهمة" و"تشجيع النقاشات المجتمعية" وكلها حصلت على وزن نسبي 82.7 درجة، وهو ما يشير إلى تفاعل إيجابي من قبل العينة مع النماذج الواقعية والحوارات الأسرية عبر المنصات.

أما عبارة "تسهيل الوصول إلى الخبراء" فبلغ وزنها النسبي 82.3 درجة، تليها "تحفيز التفاعل من خلال فعاليات ومسابقات" بوزن 81.7 درجة، مما يشير إلى أن الأنشطة التفاعلية تظل مؤثرة ولكن بدرجة أقل قليلاً من المحتوى المعرفي. وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارتا "تنظيم جلسات تفاعلية" و"توفير أدوات تقييم الاستراتيجيات"، حيث حصلتا على وزن نسبي قيمته 81.3 درجة و78.7 درجة على التوالي، ما قد يعكس أن بعض الآليات التقنية أو الرسمية أقل حضوراً في وعي الأسر مقارنة بالوسائل التعليمية المباشرة والتفاعلية.

بشكل عام، توضح هذه النتائج أن عينة الدراسة ترى في مواقع التواصل الاجتماعي أدوات فاعلة في دعم التواصل الأسري، خاصة من خلال المحتوى المتنوع،

التفاعل المجتمعي، والنصائح المستمرة، مع إدراك جيد لقدرتها على إحداث فرق ملموس في السلوك الأسري اليومي.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة المقياس العام لاتجاهات عينة الدراسة نحو آليات التواصل جاءت مستوياته كما يلي:

جدول رقم (16) مستويات المقياس العام لاتجاهات عينة الدراسة من الأسر الأردنية نحو الآليات التي مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من التأثير في تعليم الأسر التواصل الاسري الناجح

الأب		الأم		الأبن		الإجمالي		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
11	7.3	3	2	6	4	20	4.4	سلبى
60	40	58	38.7	48	32	166	36.9	محايد
79	52.7	89	59.3	96	64	264	58.7	ايجابي
150	100	150	100	150	100	450	100	الإجمالي
كا2 : 8.053 درجة الحرية: 4 مستوى المعنوية : 0.090 غير دال								

تشير نتائج مستويات المقياس العام لاتجاهات عينة الدراسة من الأسر الأردنية نحو الآليات التي مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من التأثير في تعليم التواصل الأسري الناجح إلى أن الاتجاه العام إيجابي، حيث أظهر نسبة 58.7% من العينة مواقف إيجابية تجاه هذه الآليات، مقابل نسبة 36.9% محايدين، ونسبة 4.4% فقط أبدوا مواقف سلبية، ويلاحظ أن الأبناء كانوا الأكثر إيجابية بنسبة 64%، تليهم الأمهات

بنسبة 59.3%، ثم الآباء بنسبة 52.7%، مما يعكس تفاوتاً طفيفاً بين الفئات الثلاث لصالح الجيل الأصغر.

كما أن مستوى الدلالة الإحصائية غير دال (0.090)، مما يعني أن الفروق بين الآباء والأمهات والأبناء في اتجاهاتهم ليست ذات دلالة إحصائية، وبالتالي يمكن القول إن الاتجاه العام للأسرة الأردنية نحو الدور التعليمي لمواقع التواصل في تحسين مهارات التواصل الأسري يتسم بالإيجابية بدرجة متقاربة بين فئات العينة، مع ميل واضح إلى الاعتراف بدورها الفعال في هذا المجال.

ويفسر الجدول التالي تفصيلاً أوزان العبارات بالنسبة للعينات الثلاث عينة الدراسة من حيث اتجاهاتهم نحو الآليات التي مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من التأثير في تعليم الأسر التواصل الأسري الناجح والتي جاءت قيمتها كما يلي:

جدول رقم (17) أوزان العبارات بالنسبة للعينات الثلاث عينة الدراسة من حيث اتجاهاتهم نحو الآليات التي مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من التأثير في تعليم الأسر التواصل الأسري الناجح

الأب			الأم			الأبن			العبارة
المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	
2.41	0.637	80.3	2.50	0.610	83.3	2.51	0.576	83.7	تقدم معلومات متكاملة وشاملة حول تقنيات التواصل الأسري

تستخدم محتوى مرئي وجذاب، مثل الفيديوهات التعليمية والإنفوغرافيك، لجعل تعلم مهارات التواصل الأسري أكثر تفاعلاً وفعالية	2.35	0.646	78.3	2.59	0.519	86.3	2.52	0.632	84.0
تنظم جلسات تفاعلية وندوات عبر الإنترنت، مما يتيح للأسر فرصة التعلم المباشر والتفاعل مع الخبراء في مجال التواصل الأسري	2.30	0.632	76.7	2.51	0.610	83.7	2.49	0.693	83.0

83.7	0.693	2.51	84.3	0.599	2.53	80.0	0.613	2.40	توفر منصات لمشاركة تجارب حية وقصص ملهمة من أسر أخرى، مما يساعد على تبادل المعرفة وتعزيز التجارب الشخصية في التواصل الأسري
83.3	0.576	2.50	84.0	0.653	2.52	79.7	0.611	2.39	تسهل الوصول إلى خبراء ومختصين في العلاقات الأسرية، مما يوفر للأسر نصائح وتوجيهات

مهنية لتحسين التواصل.									
تشجع النقاشات المجتمعية حول قضايا التواصل الأسري، مما يساهم في تبادل الأفكار وتطوير مهارات التواصل بين الأسر	2.35	0.655	78.3	2.56	0.585	85.3	2.53	0.642	84.3
تقدم موارد تعليمية متنوعة، مثل المقالات والدروس التفاعلية، التي تركز على استراتيجيات	2.39	6.44	79.7	2.51	0.610	83.7	2.63	0.562	87.7

تحسين التواصل الأسري									
توفر أدوات لتقييم وتحليل فعالية استراتيجيات التواصل الأسري، مما يساعد الأسر على تتبع تقدمهم وتحسين مهاراتهم	2.33	0.690	77.7	2.49	0.588	83.0	2.27	0.793	75.7
تقدم نصائح وتوصيات مستمرة حول كيفية تعزيز التواصل الأسري، مما يحافظ على اهتمام الأسر ويشجعهم	2.31	0.655	77.0	2.58	0.547	86.0	2.57	0.572	85.7

على تطبيق الاستراتيجيات الجديدة									
تحفز التفاعل والمشاركة من خلال مسابقات وفعاليات تتعلق بالتواصل الأسري، مما يعزز من تطبيق المهارات وتطويرها بشكل ممتع	2.39	0.654	79.7	2.51	0.588	83.7	2.44	0.709	81.3

تكشف أوزان العبارات حسب الوزن النسبي عن تفاوت نسبي في إدراك الآباء والأمهات والأبناء للآليات التي تستخدمها مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز مهارات التواصل الأسري، حيث تصدر عبارة "تقدم موارد تعليمية متنوعة" جميع العبارات من حيث الوزن النسبي لدى الأبناء (87.7 درجة)، مما يدل على تقديرهم العالي لهذا النوع من المحتوى التعليمي، ويأتي دعم الأمهات لهذه العبارة بوزن نسبي مرتفع (83.7 درجة)، بينما جاء تقييم الآباء عند مستوى (79.7 درجة)، وهو ما يشير إلى إدراك متوسط مقارنة ببقية الفئات.

من جهة أخرى، حققت عبارة "تستخدم محتوى مرئي وجذاب" أوزاناً مرتفعة نسبياً، خصوصاً عند الأمهات (86.3 درجة) والأبناء (84.0 درجة)، مما يؤكد على تفضيلهم لوسائل التعليم البصرية والتفاعلية التي تقدمها منصات التواصل، كما لاقت عبارات مثل "تشجيع النقاشات المجتمعية" و"مشاركة القصص الحية" قبولاً واضحاً، حيث تجاوز الوزن النسبي لها في جميع الفئات 83 درجة، وهو مؤشر على أهمية البعد التفاعلي والمجتمعي في تحسين التواصل الأسري.

أما العبارة الأقل وزناً لدى الأبناء فكانت "توفير أدوات تقييم الأداء الأسري" بوزن نسبي 75.7 درجة، ما يشير إلى ضعف نسبي في اهتمامهم بالمتابعة المنهجية للتقدم في مهارات التواصل. في المقابل، سجلت هذه العبارة وزناً أعلى لدى الأمهات (83.0 درجة)، مما قد يعكس حرصاً أكبر على التطوير الذاتي والتقييم المنتظم داخل الأسرة من جهة الأمهات.

كما يلاحظ أن عبارة "تقديم نصائح وتوصيات مستمرة" كانت من بين الأعلى تقييماً لدى الأمهات (86.0 درجة) والأبناء (85.7 درجة)، مما يعكس تأثير النصح المستمر في تعزيز التواصل الإيجابي داخل الأسرة، بينما جاءت عند الآباء بوزن نسبي أقل (77.0 درجة).

بصورة عامة، يتضح من خلال تحليل الأوزان أن الأمهات والأبناء أكثر تفاعلاً وتقديراً لآليات مواقع التواصل التي تعتمد على التوجيه المستمر، المحتوى المرئي، والتفاعل المجتمعي، في حين يظهر الآباء بدرجات أقل نسبياً في معظم البنود، مما قد يشير إلى فجوة بين الأجيال في مدى الاستفادة من هذه المنصات في بناء العلاقات الأسرية الناجحة.

نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لمحتوى القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك واقعية المضمون للقضايا الأسرية عبر المواقع. جدول رقم (18) قيمة معامل ارتباط بيرسون بين كثافة التعرض لمحتوى القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك واقعية المضمون للقضايا الأسرية عبر المواقع.

كثافة التعرض لمحتوى القضايا الأسرية	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدالة
إدراك واقعية المضمون للقضايا الأسرية عبر المواقع	0.392**	0.000	دال

يكشف الجدول السابق عن قيمة معامل ارتباط بيرسون البالغة 0.392 عند مستوى معنوية 0.000 مما يدل على وجود علاقة ارتباطية متوسطة موجبة دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الأفراد لمحتوى القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين إدراكهم لواقعية هذا المضمون، وهذا يعني أنه كلما ازداد تكرار وتنوع تعرض الأفراد للمحتوى الأسري عبر المنصات الرقمية، ارتفع مستوى إدراكهم بأن هذا المحتوى يعكس واقع الأسرة الأردنية بشكل حقيقي. ويمكن تفسير ذلك بأن التكرار في التعرض يعزز التفاعل والفهم، ويجعل الأفراد أكثر قدرة على مقارنة ما يشاهدونه في هذه الصفحات بواقعهم اليومي، مما يعزز إحساسهم بالمصداقية والواقعية في الطرح الإعلامي المتعلق بالقضايا الأسرية.

الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين دوافع التعرض لمحتوى القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات عينة الدراسة نحو آليات تناول القضايا الأسرية عبر المواقع.

جدول رقم (19) قيمة معامل ارتباط بيرسون بين كثافة التعرض لمحتوى القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك واقعية المضمون للقضايا الأسرية عبر المواقع.

دوافع التعرض لمحتوى القضايا الأسرية	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدالة
اتجاهات عينة الدراسة نحو آليات تناول القضايا الأسرية عبر المواقع	0.374**	0.000	دال

يكشف الجدول السابق عن قيمة معامل ارتباط بيرسون البالغة 0.374 عند مستوى معنوية 0.000 مما يدل على وجود علاقة متوسطة موجبة دالة إحصائياً بين دوافع تعرض أفراد عينة الدراسة لمحتوى القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين اتجاهاتهم نحو الآليات التي تستخدمها هذه المواقع في تناول تلك القضايا، ويعني ذلك أنه كلما زادت دوافع الأفراد للتعرض لهذا المحتوى - سواء بدافع الفائدة أو التسلية أو البحث عن حلول - زادت لديهم الاتجاهات الإيجابية نحو آليات تقديم المحتوى، مثل استخدام الفيديوهات، المقالات، والتفاعل المجتمعي. ويفسر هذا الترابط بأن الأفراد الذين يمتلكون دوافع قوية للتعرض يكونون أكثر انخراطاً وتقديراً للطرق المستخدمة في تقديم المحتوى، ويظهرون ميلاً أكبر للاعتقاد بفاعلية هذه الآليات في تعزيز التواصل الأسري.

أبرز النتائج ومناقشتها:

أن أفراد الأسر الأردنية يتعرضون بشكل معتدل إلى مرتفع لمحتوى القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتعرض نحو نصف العينة (49.3%) أحيانا و34% دائما لهذا النوع من الصفحات، دون وجود فروق جوهريّة بين الآباء والأمهات والأبناء، ويقضون في الغالب من ساعة إلى أقل من ساعتين يوميا (80.7%)، وهو تعرض يعد مركزا، خاصة بين الأبناء، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب صفة الفرد في الأسرة. كما يتوزع التعرض أسبوعيا غالبا ما بين يوم إلى أقل من ثلاثة أيام (65.6%)، ويظهر أن المتابعة اليومية محدودة نسبيا (21.1%)، دون فروق دالة بين الفئات.

ومن حيث المنصات، يظل فيسبوك المنصة الأبرز لمتابعة القضايا الأسرية بنسبة 45.3%، يليه إنستغرام ويوتيوب، بينما تحظى منصات مثل تيك توك وسناب شات بنسب أقل، ما يعكس تفضيل المنصات التي توفر محتوى جاد وتفاعلي. أما من حيث أوقات الاستخدام، فتعد الفترة المسائية (6 مساءً - 1 صباحاً) الوقت الأكثر شيوعا بنسبة 37.1%، تليها الفترة الصباحية، وهو ما يدل على أن أفراد الأسرة يفضلون متابعة هذا المحتوى في أوقات الفراغ بعد انتهاء الأنشطة اليومية.

وتعكس النتائج نمط استخدام معتدل ومنتظم نسبيا للقضايا الأسرية عبر مواقع التواصل، مع اعتماد كبير على المنصات التقليدية مثل فيسبوك وتفضيل الفترات المسائية للتصفح، ما يشير إلى وعي رقمي أسري متنامٍ بالقضايا المجتمعية، دون وجود فروقات كبيرة بين أفراد الأسرة في مستوى هذا الاهتمام.

تتركز دوافع تعرض الأسر الأردنية للصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في الأهداف المعرفية والإرشادية، حيث حصلت عبارات مثل "حل المشكلات الأسرية" و"معرفة الحقوق" و"الانفتاح على الواقع" على أوزان نسبية مرتفعة تجاوزت 84 درجة، ما يعكس وعيا واضحا لدى أفراد العينة بقيمة

هذا المحتوى في تحسين العلاقات داخل الأسرة. في المقابل، كانت الدوافع الترفيهية مثل "تمضية الوقت" أو "الهروب من التوتر" هي الأقل، بأوزان تراوحت بين 70 إلى 72 درجة، مما يشير إلى أن التفاعل مع هذا النوع من الصفحات ليس عشوائياً بل موجه نحو غايات تربوية وتفاعلية.

أما من حيث الفروقات بين الفئات، فقد أظهرت الأمهات أعلى مستوى من الدوافع المعرفية، خاصة في بند "زيادة المعرفة بالحقوق" (88.7 درجة)، تليها دوافع مرتبطة بحل المشكلات والتفاعل الإيجابي مع الأسرة، مما يعكس دورهن المحوري في الشؤون التربوية. في المقابل، جاءت دوافع الأبناء مرتفعة في "حل المشكلات" (87.0 درجة) و"الانفتاح على الواقع" (84.3 درجة)، ما يدل على وعيهم بأهمية المحتوى الأسري في مرحلة التكوين الاجتماعي. أما الآباء، فتركزت دوافعهم حول "الانفتاح على الواقع" و"معرفة الحقوق" بأوزان تجاوزت 81 درجة، مع انخفاض في الدوافع المرتبطة بالهروب أو التسلية.

ورغم هذه الفروقات في الترتيب النسبي للدوافع بين الفئات، فإن نتائج اختبار كاي تربيع لم تظهر فروقاً دالة إحصائية (المعنوية = 0.310)، مما يدل على أن توجه العام نحو هذا النوع من المحتوى موحد نسبياً داخل الأسرة الأردنية، وهو ما يعكس وعياً جماعياً مشتركاً بأهمية المحتوى الرقمي الأسري في تعزيز الثقافة والمهارات الأسرية.

إن إدراك الأسر الأردنية لواقعية مضمون الصفحات التي تناقش القضايا الأسرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاء مرتفعاً بوجه عام، حيث بلغت نسبة من لديهم إدراك مرتفع 51.8%، مقابل 40.7% لإدراك متوسط، و7.6% فقط لإدراك منخفض. ويظهر ذلك ثقة واضحة في محتوى هذه الصفحات، خاصة من حيث قدرتها على تمثيل الواقع الأسري وتعزيز المهارات والقيم.

وقد تميز الأبناء بأعلى نسبة إدراك مرتفع (58%)، يليهم الأمهات (53.3%)، ثم الآباء (44%)، وهو ما يعكس تأثير الأبناء والأمهات بشكل أكبر بالمحتوى الرقمي.

كما أظهرت النتائج دلالة إحصائية (0.017) تشير إلى وجود فروق حقيقية بين الفئات، يعززها معامل التوافق البالغ 0.161، ما يدل على ارتباط ضعيف إلى متوسط بين الفئة الاجتماعية ومستوى الإدراك.

ومن حيث مضمون العبارات، احتلت الجوانب العاطفية والتعاطفية الصدارة، خاصة عبارة "أتعاطف مع الأفراد التي كافحت..." التي سجلت 89.3 درجة لدى الأمهات و87.7 لدى الأبناء مقابل 79.7 لدى الآباء، ما يدل على تفاعل وجداني أعلى لدى النساء والشباب. كما جاءت عبارات مثل "تعلمت أساليب التعامل" و"تعلمت بعض الحقوق" بأوزان مرتفعة لدى الأبناء والأمهات (فوق 82 درجة)، ما يؤكد دور الصفحات في التثقيف الأسري. وفي المقابل، جاءت الأوزان أقل في العبارات المرتبطة بتصوير الواقع مباشرة مثل "تعكس مشكلات الأسرة كما هي بالواقع" و"تبرز اهتمام الأسر بحقوق الأبناء"، والتي تراوحت بين 75 و79 درجة، مما يشير إلى وجود بعض التحفظات بشأن دقة التمثيل الواقعي. وكانت العبارة الأدنى في الوزن النسبي هي "أتحيل نفسي أعيش مع النماذج..."، مما يظهر وعياً بالفصل بين الواقع الرقمي والواقع المعيشي.

تؤكد النتائج على أن الصفحات الأسرية على مواقع التواصل تؤثر بفعالية في إدراك المستخدمين للواقع الأسري، خاصة لدى الأمهات والأبناء، من خلال تعزيز القيم، وتقديم نماذج ملهمة، وتنمية المهارات التربوية، مع وجود تفاوت محدود في التقدير الواقعي للمحتوى بين الفئات المختلفة.

تتسم اتجاهات الأسر الأردنية نحو الآليات التي مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من التأثير في تعليم التواصل الأسري بالإيجابية الواضحة، حيث أبدى 58.7% من أفراد العينة مواقف إيجابية، مقابل 36.9% محايدتين، و4.4% فقط سلبيات. وتظهر النتائج أن الأبناء هم الأكثر إيجابية (64%)، تليهم الأمهات (59.3%)، ثم الآباء (52.7%)، مما يعكس تفاعلاً أقوى من الجيل الأصغر والأمهات.

مع محتوى هذه المنصات، رغم أن الفروق الإحصائية بين الفئات لم تكن دالة (0.090)، مما يشير إلى تقارب الاتجاهات العامة.

ومن خلال تحليل الأوزان النسبية للعبارات، يمكن ملاحظة أن المحتوى التعليمي البسيط والمتنوع هو الأكثر جذبا، خاصة لدى الأبناء الذين منحوا أعلى وزن نسبي لعبارة "تقدم موارد تعليمية متنوعة" (87.7 درجة)، تليها "المحتوى المرئي الجذاب" و"النصائح المستمرة" بدرجات تجاوزت 84، مما يعكس ميلا نحو المحتوى التفاعلي والبصري. وفي المقابل، أظهر الآباء تقييما أقل لهذه الآليات (أوزان تراوحت بين 76.7 و80.3)، ما يعكس نوعا من التحفظ أو انخفاض التفاعل مقارنة ببقية الفئات.

كما أظهرت النتائج أن الأمهات تميزن بتقدير عال للمحتوى التوجيهي والتقييمي، مثل عبارة "توفير أدوات تقييم الأداء الأسري" (83.0 درجة)، وهو ما يعكس اهتماما منتظما بالتطوير الأسري القائم على المتابعة والتقييم. في المقابل، جاءت هذه العبارة كالأقل وزنا لدى الأبناء (75.7 درجة)، ما يدل على انخفاض وعيهم أو اهتمامهم بالمتابعة المنهجية مقارنة بالجانب التعليمي المباشر.

ومن ناحية أخرى، كانت عبارات مثل "تشجيع النقاشات المجتمعية" و"مشاركة القصص الحية" من أكثر العناصر تفضيلاً بين الفئات الثلاث، بأوزان تجاوزت 83 درجة، مما يدل على أهمية التفاعل المجتمعي كوسيلة لتعزيز التواصل داخل الأسرة.

يتضح أن الأسرة الأردنية تنظر إلى مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها أداة فعالة في تعليم وتطوير التواصل الأسري، خاصة من خلال المحتوى المرئي، القصصي، والتفاعلي، مع وجود تفاوتات بين الفئات؛ حيث يظهر الأبناء والأمهات أكثر تفاعلا، بينما يتعامل الآباء مع هذه الآليات بدرجة أقل. وتبرز هذه النتائج الحاجة إلى تعزيز استراتيجيات توعوية موجهة لكافة فئات الأسرة، مع التركيز على الجوانب التشاركية والتقييمية لرفع فعالية استخدام هذه المنصات في خدمة العلاقات الأسرية.

التوصيات في ضوء نتائج الدراسة:

1. يوصى بدعم إنتاج ونشر مواد تثقيفية مرئية قصيرة مخصصة للأسرة، تقدم بأسلوب جذاب وتفاعلي، تراعي الفروق العمرية والثقافية بما أن المحتوى التعليمي البصري والنصائح المستمرة حظيت بتقييم عال لدى الأبناء والأمهات.
2. توصى المؤسسات الإعلامية والتربوية بإطلاق حملات توعوية رقمية تبرز أهمية مشاركة الآباء في المحتوى الأسري، مع التركيز على دورهم في التوجيه والتفاعل الأسري نظرا لانخفاض تفاعل الآباء مقارنة ببقية الفئات.
3. يوصى بتطوير أدوات تفاعلية عبر التطبيقات والمنصات، تمكن الأسرة من تقييم مستوى التواصل الأسري دوريا، ومتابعة التغيرات والتحسين نظرا لأن الأمهات أظهرن اهتماما بأدوات تقييم الأداء الأسري.
4. يوصى بإطلاق مبادرات مجتمعية إلكترونية تعتمد على الحوارات المفتوحة والقصص الأسرية الملهمة لتعزيز الوعي التربوي الجماعي وذلك لما أظهرته النتائج من تأثير إيجابي لعبارات مثل "مشاركة القصص الحية" و"تشجيع النقاشات".
5. يوصى بمراعاة ذلك في جداول النشر على المنصات الرقمية، لضمان الوصول إلى الجمهور المستهدف بأعلى فعالية وتأثير بما أن الفترة المسائية كانت الوقت الأكثر استخداما للمحتوى الأسري.

المقترحات البحثية:

1. إجراء دراسة ميدانية تركز على الفروق بين الجنسين في استخدام وتقييم المحتوى الأسري الرقمي بهدف فهم الأسباب النفسية والاجتماعية وراء انخفاض تفاعل الآباء مقارنة بالأمهات.

2. تنفيذ دراسة تجريبية تقيس أثر تطبيق أدوات تقييم الأداء الأسري الرقمية في تعزيز وعي الأفراد بسلوكياتهم وتحسين العلاقات داخل الأسرة.
3. يقترح بحث كيف تؤثر القصص الملهمة والمحتوى التفاعلي على تغيير الاتجاهات أو تعديل السلوكيات في الأسرة، خاصة في مجالات حل المشكلات وتنمية مهارات التعاطف.
4. إعداد دراسة سوسيولوجية عن العلاقة بين الإدراك الواقعي للمحتوى الرقمي والانخراط في الحوارات الأسرية وتهدف لفهم العلاقة بين إدراك المحتوى كواقعي ومصداقي، ومدى انخراط أفراد الأسرة في مناقشات فعلية حول ما يتم متابعته عبر مواقع التواصل.
5. يقترح إجراء دراسة طويلة لرصد تحولات الاستخدام الرقمي داخل الأسر العربية، خصوصاً لدى الأبناء، من أهداف ترفيهية إلى أهداف تعليمية وتفاعلية مرتبطة بالعلاقات الأسرية.

مراجع الدراسة

1 مؤشر الثقة بوسائل الإعلام الأردنية (2022). معهد الإعلام الأردني. ص ص 4-5 .
متاح على الرابط الإلكتروني:

file:///C:/Users/ldsc/Downloads/_%eb_0.pdf

2 https://staging.jordan.gov.jo/wps/portal/Home/MediaCenter/OtherNews/NewsDetails_ar/news14

3 <https://rageh.net/%D8%AA%D9%82%D8%B1%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%A7%D8%B9/>

4 منال منصور، ياسر الناعي (2024). التأثيرات النفسية لمتلازمة فومو وعلاقتها بالاستخدام المفرط لصفحات المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية الاستخدام التعويضي للإنترنت. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد 71. العدد 3.

5 سماح محمد محمدي (2020)، اندماج الشباب والمراهقين في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره علي إدراكهم للواقع : دراسة حالة علي قضية البناء وراجح في إطار نظرية الغرس الثقافي ، مجلة البحوث الإعلامية ،جامعة الأزهر ، القاهرة ، العدد الرابع والخمسون ،الجزء الثالث، يوليو

6 Kabiru J. Alabi A (2024). The Impact of Social Media on Family Relationships (A Study of Jahi, Abuja). **British Journal of Mass Communication and Media Research**. 4(1). PP 52-73.

7 سمر عز الدين جلال (2024). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب: دراسة ميدانية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال. جامعة الأهرام الكندية. كلية الإعلام. 23

8 بدر عدنان أحمد سعد محمد الخبيزي. (2024). التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة في المجتمع الكويتي وتصور مقترح للحد منها. مجلة قطاع الدراسات الإنسانية. العدد 33. يونيو 2024.

9 Kunwar Mahendra Pratap Singh, Madhu Tyagi (2023). The Impact of Social Media Sites on Family Relations: An Empirical Study. **International Journal of Humanities & Social Science: Insights & Transformations**. 8 (1)..

10 عبود، علي أحمد. (2023). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية - دراسة ميدانية على عينة من المراهقين في محافظة عجلون - الأردن. **مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية**, ع 4(3)، ص 774-758

11 رقية محمد أحمد هلال (2023). مهددات الأمن الأسري الناجمة عن الإدمان الإلكتروني للزوجين: دراسة ميدانية على الأزواج والزوجات مدمني الأجهزة الذكية في مدينة دكرنس. **مجلة كلية الآداب. جامعة الفيوم. كلية الآداب. المجلد 15. العدد 2. يوليو**.

12 المهيرة، عبدالله والحسون، أمل. (2021). القدرة التنبؤية لدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الصلابة النفسية في الطلاق العاطفي لدى عينة من المتزوجات في الجامعة الأردنية. **المجلة الأردنية في العلوم التربوية**, ع 17(3)، ص 375-391.

13 محسن، لمياء (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري: دراسة ميدانية. **مجلة البحوث الإعلامية**, ع 55(7)، ص 3028-2984

14 إسراء سامي فهمي أحمد (2021)، استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية: دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 58، الجزء 4 (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام) ص 1941 - 1990.

15 محسن، لمياء (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري: دراسة ميدانية. **مجلة البحوث الإعلامية**, ع 55(7)، ص 3028-2984

16 Fortuna Procentese, Flora Gatti, and Immacolata Di Napoli (2019). Families and Social Media Use: The Role of Parents' Perceptions about Social Media Impact on Family Systems in the Relationship

between Family Collective Efficacy and Open Communication. **Int J Environ Res Public Health**. 16(24).

17 لكيلاني, آمنة حسين.(2018). الإعلام الاجتماعي وأثره على الأسرة العربية من منظور اجتماعي وثقافي. المؤتمر الدولي المحكم حول التفكك الأسري الأسباب والحلول، طرابلس، لبنان، ع 59(4)، ص 141-156.

18 محمد أحمد هاشم الشريف (2018). المعالجة البحثية لتأثير وسائل الإعلام الجديد على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة العربية: دراسة من منظور تحليلي نقدي. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. العدد 49.

(19) Patrick E. Jamieson (2014). Daniel Romer Violence in Popular U.S. Prime Time TV Dramas and the Cultivation of Fear: A Time Series Analysis. **Media and Communication** . vol 2 . no 2.. Pp 31–32.

(20) Joseph R. Dominick (2009). **The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age**. (New York: McGraw–Hill,). P 438.

(21) MyrienEulahKezia G. Banaag, Kathleen P. Rayos, Miriam Grace Aquino Malabanan, Elna R. Lopez, (2014). The Influence of Media on Young People's Attitudes towards their Love and Beliefs on Romantic and Realistic Relationships. **International Journal of Academic Research in Psychology**. Vol. 1, No. 2, July, p 9.

(22) فرج الكامل (2001). بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإجرائها، وتحليلها. ط1 (القاهرة: دار النشر للجامعات)، ص 64.

(23) محمود حسن إسماعيل (1998). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. (القاهرة: مكتبة الدار العالمية). ص 267.

- (24) Pamela K. Morris. Katharine Nichols (2013). Conceptualizing Beauty: A Content Analysis of U.S. and French Women's Fashion Magazine Advertisements. **Online Journal of Communication and Media Technologies**. Vol 3. January . P p 51-52.
- (25) Franklin T. Wilson (2014). Howard Henderson. The Criminological Cultivation of African American Municipal Police Officers: Sambo or Sellout. **Race and Justice**. Vol. 4. No (1).. P 47.
- (26) بسيوني حمادة (1996). وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات. (القاهرة: مكتبة العبيكان). ص 29.
- (27) Emilio Hernandez B.A, (2012). Using Cultivation Theory to Analyze College Student Attitudes about the Dating Process Following Exposure to Romantic Films, **M.A**, Faculty of Texas Tech University, , PP 5-6.
- (28) حسن عماد مكاوي. ليلي حسين السيد (2003). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط4. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. 2003). ص ص 307-310.
- (29) W. James. Potter (1991). Examining Cultivation from Psychological Perspective, Component Sub processes. **Communication Research**. Vol 18. No 1. Pp 77-102.
- 30 راضي محمد سامي (2012) منهجية البحث العلمي في المجال الإداري، الاسكندرية، دار التعليم الجامعي، ص 112
- 31 محمد عبد الحميد (1997). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. (القاهرة: عالم الكتب)، ص ص 158-159.

32 مروة فاضل عباس (2022)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمرشح السياسي لدى النخبة الأكاديمية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، الجامعة العراقية، ص9.

33 عاطف عدلي العبد (2002). تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. (القاهرة: دار الفكر العربي).

34 النجار وآخرون، أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ص141

35 العساف، صالح حمد، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة عبيكان، الرياض، ص421