

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية بالسعودية

فارس عمر بتاوي*

إشراف: د/ مهيتاب الرفاعي*

ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، حيث لوحظ اثر على الأجيال الحديثه ومتغيرات في القيم الاجتماعية والأصالة الاجتماعية التي كان عليها الجيل السابق، ومما كان لأهمية هذه الوسائل واستخدامها بشكل يومي من المجتمعات المحيطة، كان علينا اجراء البحوث لمعرفة ان كان لها تأثير فعال وهل التأثير بشكل إيجابي ام سلبي وماهية الطرق التي تساعدنا لمعرفة ذلك، واعتمدت الدراسة على طرح بعض الأسئلة في استبيان موحد وتم طرح الأسئلة التاليه : ما هي مدة استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟، ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع في السعودية؟، ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الثقافة والتقاليد في السعودية؟، ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على قيمك الشخصية؟، ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على علاقاتك مع الأصدقاء والعائلة؟، ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التفاعل الاجتماعي في المجتمع؟، ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع؟، هل تشعر بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على مستوى الالتزام بالقيم الإسلامية في المجتمع؟، هل تشعر بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على مستوى الانضباط والانضباط الذاتي في المجتمع؟، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وقد طبقت على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية وقد بلغت العينة (173) من المبحوثين من الجنسين، وقد تمثلت أهم نتائج الدراسة في: أن غالبية المبحوثين يستخدمون أكثر من 5 ساعات ليوم واحد وسائل التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتهم (42.2%)، وأن أغلبية الجمهور السعودي (عينة الدراسة) أفادوا بأن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي مُحايد على القيم الاجتماعية حيث بلغت نسبتهم (48%)، وتلاههم الجمهور السعودي (عينة الدراسة) الذين أوضحوا أن وسائل التواصل الاجتماعي تُحدث تأثير سلبي على القيم الاجتماعية بنسبة (34.7%)، بينما كانت نسبة الجمهور السعودي (عينة الدراسة) الذين قد أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تُحدث تأثير إيجابي (17.3%)، وأن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدة استخدام الجمهور السعودي (عينة الدراسة) لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على القيم الاجتماعية بالسعودية من وجهة نظرهم، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظر المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي).

* باحث ماجستير كلية الإعلام الرقمي - جامعة ميد أوغن - فرع الإمارات وتديرها مجموعة جامعة الجيمع الذكية.
** الأستاذ المساعد بكلية الإعلام والتسويق - جامعة ميد أوغن فرع الإمارات وتديرها مجموعة جامعة الجيمع الذكية.

The impact of social communication on social values is Saudi Arabia

Abstract:

This study aimed to know the impact of social media on social values, where the impact on modern generations and variables in social values and social originality that the previous generation had, and what was the importance of these means and their daily use by the surrounding communities, we had to conduct research to find out if It has an effective effect, is the effect positive or negative, and what are the methods that help us to know that? The study relied on asking some questions in a unified questionnaire, and the following questions were asked: How long do you use social media? What is the effect of social media on social relations in Saudi Arabia?, What is the effect of social media on culture and traditions in Saudi Arabia?, What is the effect of using social media on your personal values?, What is the effect of using social media on your relationships with friends and family?, What is the effect The use of social media on the level of social interaction in society? What is the effect of using social media on the level of openness and tolerance in society? Do you feel that the use of social media affects the level of commitment to Islamic values in society? Do you feel that the use of social media Does it affect the level of discipline and self-discipline in society? The researcher relied on the analytical descriptive approach, which was applied to a sample of social media users in the Kingdom of Saudi Arabia. The majority of the respondents use social media for more than 5 hours for one day, with a percentage of (42.2%), and that the majority of the Saudi public (study sample) reported that the impact of social media is neutral on social values, with a percentage of (48%), followed by the Saudi public (The study sample) who indicated that social media has a negative impact on social values by (34.7%), while the percentage of the Saudi public (study sample) who indicated that social media has a positive impact was (17.3%), and that there is a correlation Statistically significant between the duration of the Saudi public (study sample) using social media and its effects on social values in Saudi Arabia from their point of view, and there are no statistically significant differences in the effect of social media on societal values in Saudi Arabia from the point of view of the respondents according to their demographic characteristics (gender, age, educational level).

المقدمة:

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من المحدثات في آخر 10 سنين وذلك بعد سهولة الوصول لها وتعدد أنواع وسائل التواصل الاجتماعي، لذلك فإن توجه المستخدمين في المملكة العربية السعودية وإستخدامهم لهذه الوسائل فإنها قد بدأت بتأثيرها على المستخدمين في القيم وتغير العادات والأفكار بعد امتزاجها بعدة ثقافات خارجية .

و وجود عدة مقالات وبحوث عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي هو عامل مهم للتأكد من سلامة التوجه لذلك، وهل تسير القيم بالشكل الصحيح ام التأثير عليها بشكل سلبي ويغير من المعتقدات والمفاهيم التي كنا عليها، وأهمية ذلك تكمن لعدم الرغبة لخلق متغيرات في العادات والتقاليد الإسلامية أو خرق الثقافة والهوية العربية الأصيلة التي كانت تمشي على نهج ثابت وصحيح .

حيث ان المستودع الرقمي لجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية و مجلة البحوث العلمية لجامعة الأزهر و المجلة المصرية لبحوث الإعلام بجامعة القاهرة تضمنت العديد من الدراسات الميدانية في هذا المجال ستكون من ضمن أهم المراجع التي سوف يستند عليها في دراستنا لهذا الموضوع .

الدراسات السابقة:

هدفت دراسة (الصعدي، 2023) بعنوان دور الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة تدمير القيم المجتمعية لدى الشباب: دراسة ميدانية مطبقة على عينة من الناشطين والشباب المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي إلى حديد ماهية الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي، وصف طبيعة القيم المجتمعية المتوقعة لدى الشباب السعودي حال تعرضها للتدمير، رصد واقع دور الناشطين في مواجهة تدمير القيم المجتمعية لدى الشباب السعودي (4) تقدير عائد مواجهة الناشطين لتدمير القيم المجتمعية لدى الشباب السعودي، والكشف عن أهم متطلبات تفعيل دور الناشطين في مواجهة تدمير القيم لدى الشباب السعودي. المنهجية: أعتد منهج المسح الاجتماعي (عينة كرة الثلج) على (60) ناشطاً وناشطة و(200) متابع ومتابعة. توصل البحث إلى عدة نتائج؛ أهمها: أن ماهية الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المستوى المرتفع من وجهة نظر المبحوثين بمتوسط حسابي (م.ح) 37.05-36.79 وانحراف معياري (أ.م) 1.88-3.67، وأن طبيعة القيم المجتمعية المتوقعة لدى الشباب حال تعرضها للتدمير جاءت في المستوى المرتفع (م.ح) 36.74-37.38 وأ.م = 6.37-6.39، وأن واقع دور الناشطين في مواجهة تدمير القيم المجتمعية لدى الشباب جاءت في المستوى المتوسط، (م.ح) 23.26-24.80 وأ.م = 7.74-10.82، وأن تقدير عائد مواجهة الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي لتدمير القيم المجتمعية لدى الشباب السعودي جاءت في المستوى المرتفع (م.ح) 40.48-42.98 وأ.م = 3.36-6.69. وأبرز البحث أهم متطلبات تفعيل دور الناشطين في مواجهة تدمير

القيم لدى الشباب السعودي والتي تقع في المستوى المرتفع من حيث الحاجة إليها (م.ح = 46.05-46.85 وأ.م = 2.02-6.06).

اسفرت نتائج دراسة (براينكا، 2023) بعنوان Impact of Social Media Distraction on Student Evaluation of Teacher Effectiveness والتي عمدت على معرفة تأثير إلهاء وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقة بين مشاركة الطلاب وتقييمات الطلاب للمعلمين في التعليم الإداري، وقد كشفت نتيجة البحث التي طبقت على عدد 247 طالب وأشارت النتائج إلى أن إلهاء وسائل التواصل الاجتماعي يعدل العلاقة بين المشاركة المعرفية للطلاب وتقييمهم لأعضاء هيئة التدريس و أن تشتيت الانتباه على وسائل التواصل الاجتماعي يعطل مشاركة الطلاب داخل الفصل الدراسي، مما يؤدي إلى تقييمات خاطئة/متحيزة لأداء المعلمين، بالإضافة إلى ذلك، أثرت المشاركة المعرفية والعاطفية بشكل كبير على تقييمات الطلاب لكلية الإدارة .

وبهذه الدراسات يتبين لنا التأثير الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي والتي قد يُستفاد منها كما تبين لنا في بحث الكاتبة (العمرى، 2023) بعنوان تأثير الترويج الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اختيار الوجهة السياحية بعد جائحة كوفيد-19، والتي تم اخذ عينتها على المجتمع الجزائري , وهدفت الدراسة الى معرفة دور الترويج الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على السائح الجزائري واسفرت اهم النتائج على أهمية الترويج عبر مواقع التواصل لتأثيرها الكبير على معرفة نطاق وجهاته السياحية، وبهذا يتبين أهمية معرفة تأثير وسائل التواصل وتوجيهها إلى النطاق الإيجابي في ما نريد .

كما تناولت دراسة (شتاتحة، تهاامي، 2022) بعنوان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للأسرة الجزائرية: دراسة ميدانية على عينة من الأسر ببلدية الأغواط، موضوع التأثير الذي طال العلاقات الاجتماعية للأسرة الجزائرية بفعل انتشار استعمال شبكات التواصل الاجتماعي المتعددة، خاصة بعد أن أصبحت اليوم ضرورة حتمية من ضروريات العصر، فرضتها التغيرات العلمية والتكنولوجية، بحيث فتحت أمام الأفراد التفاعل مع مختلف الفئات من العالم وبناء علاقات اجتماعية افتراضية على حساب العلاقات الواقعية، والأسرة الجزائرية عموماً والأغواطية على وجه الخصوص ليست بمعزل عن هذا الغزو التكنولوجي الذي أحدث تغيرات عميقة داخلها، ليتم التطرق في هذه الدراسة إلى عينة قصدية متكونة من (184 أسرة) تم التواصل معهم باستعمال أداة الاستبيان لجمع البيانات الميدانية، كما اتبعنا المنهج الوصفي خلال حيثيات إجراء هذه الدراسة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج؛ أهمها: أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الأسرة الأغواطية أثر سلباً على شبكة العلاقات الاجتماعية للأسرة.

وقد تشارك دراسة (بلوطي، 2022) بوجود السلبيات عندما اجري بحث بعنوان أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، حيث كشف عن القيم الاجتماعية المتشكلة لدى الشباب الجامعي

من جراء استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي من أجل الوقوف على نسبة التغيير الحاصلة فيها و ربطها بما يعرفه المجتمع الجزائري من تغيير في التركيبة الاجتماعية و محاولة تفسيرها في ضوء الحديث عن وجود التأثير الايجابي أو السلبي على القيم الاجتماعية المتشكلة عبر المنصات، وأسفرت اهم النتائج عن أنه أكدت الدراسة على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تداول القيم الاجتماعية الايجابية من خلال التوجه نحو تعزيزها أكثر، فيما تم طرح القيم الاجتماعية السلبية من باب التنويه بوجودها و العمل على تغييرها و الحد من توسع دائرة انتشارها .

كما ركزت دراسة (لعموري، نحال، 2022) بعنوان تأثير وسائل التواصل الرقمية على القيم الاجتماعية لدى المراهق الجزائري: التيك توك انموذجا، على دوافع استخدام الشباب الجزائري فئة المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت-التيك توك- وإشباعهم عبر هذا الموقع، وكذا التعرف على عادات وكثافة الاستخدام وتأثيره على القيم الاجتماعية من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي وتصميم الاستبيان كأداة لجمع البيانات حول هذا الموضوع بالاعتماد على العينة القصدية بحجم (150 مفردة) من أصل المجتمع الأصلي، وبعد تطبيق تقنيات الملاحظة والمقابلة وكذا الاستبيان وتحليل النتائج تبين أن سلبيات التطبيق تغزو حياة المراهقين فمن التصفح الدائم إلى المشاركة اليومية وبكل ما هو مخالف لقيم المجتمع، إنتاج لغات جديد رموز وعبارات قد لا تفهمها الأسرة ويعتمدها المراهقين على شكل رمز سري في التواصل يجعل الموضوع خطير للغاية.

وكشفت دراسة (فتحي، 2021) بعنوان تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع؛ عن تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة البحث في عينة قوامها (400) مفردة من طلاب الجامعات المصرية بواقع (200 ذكور، و200 إناث) من جامعات (بنى سويف- النهضة- المنيا- دراية)، اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء، وتمثلت نتائج الدراسة فيما يلي: جاءت أهم أسباب تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك- Tik Tok المعروضة عبر الهواتف الذكية في الترتيب الأول من هذه الأسباب "للتسلي والترفيه"، ثم "التعرف على سلبيات الواقع الذي نعيش فيه"، يليها "الجراءة في طرح الموضوعات"، ثم "تنشر أنماط مجتمعية جديدة"، يليها "إتاحة الفرصة لتنوع الآراء والأفكار من خلال نشرها وعرضها"، ثم "تنقل واقع حقيقي غير مفتعل"، يليها "تسمح بمشاركة الجمهور وإبداء الرأي"، ثم "تقدم أشكال حياة شبابية معاصرة" يليها "تؤدي إلى كشف الانحرافات في المجتمع" وأخيرا "الإمام بخلفية الأحداث الجارية"، وأشارت النتائج إلى أهم القيم التي أبرزتها فيديوهات Tik Tok المعروضة على تطبيق الهواتف الذكية في الترتيب الأول من هذه القيم "الأخلاقية"، يليها "القيم الدينية"، ثم "القيم الثقافية"، يليها "القيم الاجتماعية" وأخيرا جاءت "قيم المواطنة"، لا توجد فرق دال إحصائيا بين

متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث ممن يتابعون فيديوهات التيك توك وتأثيرها على القيم الاجتماعية لديهم، يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الكليات النظرية ومتوسطات درجات الكليات العملية ممن يتابعون فيديوهات التيك توك وتأثيرها على القيم الاجتماعية لديهم، وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك وتأثيرها على إدراكهم للقيم الاجتماعية لديهم، توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك وبين إدراكهم للقيم الاجتماعية لديهم..

كما رصدت دراسة (كتاكت، 2021) بعنوان تعرض الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا وانعكاس ذلك على قيمهم (الاجتماعية - العلمية - الأخلاقية)؛ تأثير تعرض الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا على قيمهم (الاجتماعية - العلمية - الأخلاقية) وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة عشوائية من الشباب الجامعي المطلعين على وسائل التواصل الاجتماعي معتمدين فيها على معرفة المعلومات المتعلقة بجائحة كورونا. واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية بشقيه الوصفي والتحليلي وتمثلت عينة الدراسة في (600 مفردة) من الشباب الجامعي بجمهورية مصر العربية عن طريق الاستبيان الإلكتروني معتمدة على أسلوب عينة الثلج. وتوصلت الدراسة إلى أن من أهم دوافع اعتماد الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا هي "معرفة آراء الخبراء والمتخصصين حول آلية الوقاية والحماية من الفيروس وتداعياته ونسبة خطورته" حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي (2.43). وفيما يتعلق بموقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة تعرض الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا، جاء في مقدمة هذه العبارات "ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي على معرفة كافة تفاصيل أزمة كورونا وما يجب تحاشيه والابتعاد عنه" حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي (2.56)، فيما يختص بموقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة القيم الاجتماعية والأخلاقية والعلمية المتضمنة في معالجات وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا وتحرص على تقديمها وجاء في مقدمة هذه العبارات (التعاون، العلم ضروري لتقدم الأمم) حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي (2.54). أشارت الدراسة إلى أن من أهم مقترحات الباحثين لتفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز منظومة القيم (الاجتماعية - العلمية - الأخلاقية) هي تحفيز الشباب الجامعي للسعي والتعلم وتطوير الذات واكتساب كل جديد لكي يكونوا مستعدين في حالة الأزمات و الطوارئ بنسبة (87,67%).

وناقشت دراسة (الصومالي، باسودان، 2021) بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المجتمع السعودي: دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين السعوديين بمنطقة جازان للعام 2021م، الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المجتمع السعودي، وسعت الدراسة إلى

تحديد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل المجتمع السعودي، والكشف عن تأثيرها على القيم الدينية والأخلاقية والاجتماعية للمجتمع السعودي، والتعرف على التحديات التي تنجم عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع السعودي، تنتمي هذه الدراسة إلى مصفوفة الدراسات الوصفية استخدم الباحثان المنهج المسحي من خلال استخدام أداة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى أن منصة (الواتساب) ويليه (توتير) من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل عينة الدراسة بمنطقة جازان، وأوضحت الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات خلال اليوم من خلال مؤشر قيمة الوقت، كما أدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى زيادة، مشاركة عينة الدراسة في مناقشة القضايا الاجتماعية من خلال مؤشر القيمة المجتمعية، وأكد أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت على نشر اللغة العربية خارج الحدود من خلال مؤشر قيمة اللغة.

واستهدفت دراسة (عبد المولي، وآخرون، 2021) بعنوان استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية لديهم، التعرف على استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية لديهم، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها (300 مبحوث) من طلبة المدارس بالمرحلة الإعدادية مناصفة بين الذكور والإناث، في الفترة الزمنية من 1/11/2020 إلى 30/11/2020، بأداة صحيفة الاستبيان. النتائج: جاء مفهوم الهوية لدى المبحوثين جاءت كما يلي: في الترتيب الأول الهوية هي "الإنتماء والوطنية" بنسبة (77.33%)، بينما جاء في الترتيب الثاني "التاريخ والتراث" بنسبة (76.67%)، يليها في الترتيب الثالث "العادات والتقاليد" بنسبة (66.67%)، واللغة المفضلة لدى المبحوثين في الكتابة على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الترتيب الأول "الفرانكو أراب" بنسبة (61%)، وجاءت مخاطر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من وجهة نظر المبحوثين بالترتيب (تفتيت المجتمع وبث الفتن وانتشار العنف-التهاون بشأن العادات والتقاليد-ضعف اللغة ونسيانها بالتدريج)، وجاءت استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بالترتيب (التسلية والترفيه وممارسة الألعاب-لأبقى على تواصل مع الأصدقاء من بلدي ومن دول أخرى-التسوق ومعرفة الجديد في عالم الموضة-يوفر لي معلومات متنوعة)، وجاءت نوعية المضامين التي يفضلها المبحوثون في الترتيب الأول المضمون "الترفيهي"، بينما في الترتيب الثاني "المضمون الرياضي"، وفي الترتيب الثالث "المضمون الفني"، وفي الترتيب الرابع "المضمون الإخباري"، وجاءت مخاطر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من وجهة نظر المبحوثين بالترتيب (تفتيت المجتمع وبث الفتن وانتشار العنف-التهاون بشأن العادات والتقاليد-ضعف اللغة ونسيانها بالتدريج-انخفاض روح الانتماء والوطنية بسبب الاندماج مع الثقافة الغربية-نشر الإعلانات الجنسية والرذيلة المخلة بالقيم والتقاليد)، وجاءت

استجابات المبحوثين على الموافقة على عبارات مقياس الهوية الثقافية كما يلي: (أفخر بأنني مصري واعتز بتاريخ بلادي - أفخر بعلم بلادي-من الضروري التمسك بالوحدة الوطنية مهما كانت الخلافات - تأثر ملبسي ومأكلي وطريقة حديثي بسبب مواقع التواصل الاجتماعي - أفخر بتراث بلدي وعاداته (الأثار المصرية) - يسعدني استخدام الفرانكو أراب في الكتابة بمواقع التواصل الاجتماعي).

فالكاتبة (عطوي، 2020) أشارت في دراستها بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ القيم الاجتماعية بأن السلوك الإنساني يتأثر بالوسائل التكنولوجية الحديثه المختلفه، وان الإقبال المتزايد الشديد عليها يحدث تأثير على القيم الاجتماعية وعلى ذلك هدفت الدراسة إلى التطرق لكيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في غرس القيم الاجتماعية وتعزيز روح التضامن المجتمعي .

فما يؤكد ما ذكره بحث الدكتور (المبارك، 2020) عندما أجرى بحثاً بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعي لدى طلاب الجامعة " الفيس بوك أنموذجاً " حين تطرق بمدى تأثير وسائل التواصل على طلاب الجامعة، وأسفرت النتائج عن أن تحقيق أثرها على القيم الاجتماعية بمتوسط عام (2.60) وبدرجة تقديرية عالية، كما أن الآثار السلبية أيضاً كانت بمتوسط عام (2,43)، بينما حققت الآثار الإيجابية متوسط عام (2.58) .

دراسة (حنان الجهني، 2019) بعنوان Impact of social media on social value systems among university students in Saudi Arabia والتي تهدف هذه الدراسة إلى التحقيق في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على نظام القيم. (لا سيما المواطنة، واحترام الوقت، واحترام خصوصية الآخرين، والتواصل الأسري، وقيم الاتصال) بين طلاب كلية التربية بجامعة الأميرة نوره بنت عبدالرحمن، وقد أسفرت الدراسة عن التأثير الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي على الجنسية وقيم الاتصال، وتأثير سلبي معتدل على احترام الوقت، وتأثير ضعيف على احترام خصوصية الآخرين وعلى التواصل الأسري، ولم يكن هناك إحصائياً اختلافات كبيرة في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على نظام القيم بسبب (التخصص والوضع الاقتصادي للأسرة والوقت الذي يقضيه على وسائل التواصل الاجتماعي والاجتماعية المفضلة ووسائل الإعلام)، وتدعو نتائج الدراسة إلى الاستفادة من الآثار الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي وتوعية الطلاب بالسلبيات، ولا سيما احترام الوقت .

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها :

- 1- يوجد اجماع واضح على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام .
- 2- أجريت عدة دراسات على طلاب الجامعات، ويتم الاعتبار بأنها فئه متعلمة ولكن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي قد اثرت على نظام القيم بشكل إيجابي أو سلبي .

- 3- تأثير وسائل التواصل الاجتماعي قد يصل الى تشتيت الانتباه وقد يعطل مشاركات الطلاب داخل الفصل وهو من التأثير الذي يصنف كسلبى .
- 4- تأثير وسائل التواصل الاجتماعي قد احدث تغير في التركيبة الاجتماعية، وأيضاً تغير في السلوك الإنساني .
- 5- عند الإقرار بفعالية التأثير كان البعض قد استفاد من هذا التأثير لغرس القيم الاجتماعية وتثبيت المبادئ الإسلامية والتربوية .
- 6- استفاد البعض أيضاً في توجيه هذا التأثير للإستفادة بشكل مادي من ناحية الترويج السياحي وينطبق أيضاً على أي منتجات قد تريد بتسويقها عن طريق هذا الوسائل .
- 7- اتفق الجميع على أن التأثير السلبي على القيم المجتمعية قد ألقى بظلاله في بعض الدراسات ولكن بالإمكان اتخاذ إجراءات للحد منها وتعزيز وضع القيم الإيجابية المعاكسة لها .

ثانياً الإطار النظري للدراسة:

- 1- **نظرية التواصل:** تركز هذه النظرية على كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الاتصال بين الأفراد وتبادل المعلومات والأفكار، وقد ذكر الدكتور فهد البكر في مقاله بإحدى الصحف ان التواصل مابين الطرفين في معناه يرتكز على ثلاثة مبادئ هي: التبادل (Echange)، والتبليغ (Transfert)، والتأثير (Impact)، وقد أسهم اللغوي والناقد الأدبي الروسي (رومان ياكبسون 1982م) بأرائه البنيوية في التأسيس لنظرية لغوية مهمة عُرفت بـ (نظرية التواصل)، تقوم على أن كل حدث لغوي يتضمّن ستة عناصر، هي: الرسالة، والمرسل، المرسل إليه، وقناة الاتصال، والسنن أو الشيفرة)، والسياق، ولا بد في هذه العناصر أن تكون متماسكة، ومتعاضدة .
- تطبيق النظرية في الدراسة الحالية** تسعى الدراسة الحالية الى التأكد بأن وجود استخدام كبير لوسائل التواصل الاجتماعي ومدى فعاليتهم لذلك .
- 2- **نظرية الانحراف الاجتماعي:** تركز هذه النظرية على كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تغيير السلوك الاجتماعي والقيم، فعند قرأتنا لدراسة (برتون، 1938) فنقول الدراسة النظرية أن المجتمع يضغط على الأفراد لتحقيق أهداف مقبولة اجتماعياً (مثل الحلم الأمريكي)، على الرغم من احتمال افتقارهم لوسائل تحقيق هذي الأهداف. وهذا يؤدي إلى إجهاد قد يؤدي بالأفراد إلى ارتكاب جرائم كبيع المخدرات أو التورط في الدعارة، لتحقيق الأمان المالي .
- تطبيق النظرية في الدراسة الحالية** سوف نبحت بشكل موازي لهذه النظرية ما إذا كان تأثير سلبي من وسائل التواصل الاجتماعي على القيم وانحرف السلوك الاجتماعي للمجتمع السعودي، فسوف يتبين ذلك بعد عمل الاستبيان اللازم

3- **نظرية الثقافة:** تركز هذه النظرية على كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل وتغيير القيم والمعتقدات في المجتمع، فهل سوف تتغير القيم والمعتقدات .

تطبيق النظرية في الدراسة الحالية: هل ستتغير القيم لمستوى الثقافة للفرد ام انها لا شأن لها بذلك، وهل ينطبق التغير على اعمار افتراضية ام الكل سوف يكون عرضه للتغير السلبي دون النظر لمستواه الثقافي والتركيبة المعرفيه للشخص .

ثالثاً : مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في أهميتها حيث اتضح بعد قراءة عدة مقالات ودراسات في هذا المجال بأن وسائل التواصل الاجتماعي لها حيز في حياتنا اليومية وهي شيء نعتاد على متابعته بشكل يومي ودوري وايضاً نستسقي الأخبار والأحداث الجديده منه، وايضاً هي الوسيلة الحديثة للتواصل بيننا كبشر .

فإن وجود تأثير سلبي في بعض وسائل التواصل كاليوتيوب أو تويتر أو سناب شات أو الحديثه مثل تيك توك ..إلخ، ومتابعة بعض المؤثرين والذي يكون محتواه سلبي في بعض الأحيان على بعض القيم هي موضع ذات اهتمام في حال كنا نبحث عن بناء جيل حديث بنفس القيم الأصليه .

وأيضاً وسائل التواصل الاجتماعي قد تؤثر على القيم السعودية بعدة طرق. على الرغم من أن وسائل التواصل الاجتماعي تقدم فرصاً لتواصل أفضل وتبادل الأفكار والمعلومات، إلا أنها أيضاً قد تواجه بعض التحديات .

وأحد التأثيرات السلبية المحتملة هو زيادة الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات والتواصل الاجتماعي، مما قد يؤدي إلى تقليل الاتصال الحقيقي والمباشر بين الأفراد. قد يؤدي ذلك إلى ضعف العلاقات الاجتماعية والتأثير على القيم السعودية التقليدية المرتبطة بالتواصل الشخصي والعائلة .

وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يؤدي الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي إلى تفاقم بعض القضايا الاجتماعية مثل الابتزاز الإلكتروني والتنمر عبر الإنترنت. هذه الظواهر يمكن أن تتعارض مع القيم السعودية المتمثلة في الاحترام والتعاون والعدالة.

ومع ذلك، يمكن أيضاً أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي فرصة للتعبير عن القيم السعودية الإيجابية وتعزيزها. يمكن استخدام منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز قيم الاحترام والتسامح والتعاون والمسؤولية الاجتماعية .

وفي النهاية، يعتمد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على كيفية استخدامها وتفاعل الأفراد معها. ينبغي على الأفراد التوازن بين الاستفادة من فوائد وسائل التواصل الاجتماعي والحفاظ على القيم السعودية الهامة في حياتهم اليومية .

رابعاً : أهمية الدراسة

دراسة مشكلة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع السعودي ذات أهمية كبيرة للعديد من الأسباب:

1. **الحفاظ على القيم التقليدية:** تساعد دراسة هذه المشكلة في فهم التحديات التي يمكن أن تواجه القيم التقليدية في المجتمع السعودي نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. يمكن أن تساعد الدراسة على التعرف على الجوانب التي تحتاج إلى حماية وتعزيز للحفاظ على قيم المجتمع.
 2. **تأثير التغيرات الاجتماعية:** يعيش المجتمع السعودي تغيرات اجتماعية سريعة، ووسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً هاماً في هذه التغيرات. دراسة مشكلة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي تساعد في فهم كيفية تأثير هذه التغيرات على قيم المجتمع وتوجيه الجهود للحفاظ على القيم الهامة.
 3. **تعزيز الوعي والتثقيف:** دراسة مشكلة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الوعي والتثقيف بين الأفراد حول التحديات التي يواجهونها فيما يتعلق بقيمتهم وكيفية التعامل معها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. يمكن أن توفر هذه المعرفة أدوات واستراتيجيات لتعزيز قيم المجتمع والتعامل السليم مع وسائل التواصل الاجتماعي.
 4. **تطوير السياسات والإجراءات:** من خلال دراسة مشكلة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن تطوير سياسات وإجراءات مناسبة للتعامل مع هذا التحدي وحماية قيم المجتمع. يمكن للسلطات والمؤسسات المعنية أن تستفيد من النتائج والتوصيات لتطوير استراتيجيات للمحافظة على قيم المجتمع ودعمها.
 5. **التحسين المستمر:** تساهم دراسة مشكلة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين فهمنا لهذه القضية المعقدة وتوجيه البحوث والجهود المستقبلية. يمكن أن تساعد الدراسة في تحديد المناطق التي تحتاج إلى مزيد من التحقيق والتطوير في سياق قيم
- وتكمن أهمية تلك الدراسات والخروج بنتائجها ذات أهمية للأسره والمجتمعات التعليمية والمسئولة عن وضع القرارات وتؤثر في تغيير القواعد التي قد يستند عليها.

خامساً : أهداف الدراسة

دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع السعودي يمكن أن تتضمن عدة أهداف، وفيما يلي بعض الأمثلة على الأهداف التي يمكن أن تدرس في هذا السياق:

1. تحديد وتحليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية التقليدية في المجتمع السعودي.
2. دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية في المجتمع السعودي.

3. استكشاف تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التفاعلات الاجتماعية والعلاقات الشخصية في المجتمع السعودي.
4. تحليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية والتراثية في المجتمع السعودي.
5. دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التواصل العائلي والتفاعل بين الأجيال في المجتمع السعودي.
6. استكشاف تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والسلوك في المجتمع السعودي .

سادساً : تساؤلات الدراسة

السؤال الأهم في بحثنا هذا يتحدث عن مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية بالسعودية، وركزنا في توجيه هذا التأثير للجانب الإيجابي وتقليل التأثير السلبي، وبهذا نتطرق لبعض الاسئلة التي تكون مدخلاً لمعرفة تفصيل ذلك والاستنتاج به .

- ما هي مدة استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع في السعودية؟
- ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية في السعودية؟
- ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الثقافة والتقاليد في السعودية؟
- ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على قيمك الشخصية؟
- ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على علاقاتك مع الأصدقاء والعائلة؟
- ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التفاعل الاجتماعي في المجتمع؟
- ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع؟
- هل تشعر بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على مستوى الالتزام بالقيم الإسلامية في المجتمع؟
- هل تشعر بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على مستوى الانضباط والانضباط الذاتي في المجتمع؟

سابعاً : فروض الدراسة

ترمي دراسة الباحث في معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية وما إذا كان التأثير بشكل كبير وهل هو إيجابي ام سلبي؛ ففي هذا البحث نعمل على قياس هذا التأثير واختبار صحة ذلك على الفروض التالية :

❖ **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدة استخدام الجمهور السعودي (عينة الدراسة) لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على القيم الاجتماعية بالسعودية من وجهة نظرهم.

❖ **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للجمهور السعودي (نوع، السن، المستوى التعليمي) في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظرهم.

الإطار المنهجي للدراسة:

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها:

تصنف هذه الدراسة كدراسة وصفية ويمكن استخدام الدراسة الوصفية في معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم، من خلال جمع البيانات المتاحة حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الاجتماعية من خلال الملاحظة والاستبيانات والمقابلات، و بشكل عام فإن الدراسة الوصفية تساعد على فهم أفضل لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم، وتحديد المزايا والعيوب في استخدام هذه الوسائل، وتطوير استراتيجيات لتعزيز القيم الإيجابية في المجتمع .

واعتمدت الدراسة على منهج مسح الجمهور Survey الذي يهدف إلى التعرف على معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم من وجهة نظر الجمهور السعودي الذي يُستخدمون ويتابعون مواقع التواصل الاجتماعي.

تاسعاً: أدوات جمع بيانات الدراسة:

استمارة الاستبيان الإلكتروني (الاستبيان عبر الإنترنت): استخدم الـدراسة استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات من الجمهور السعودي المتابع للخطاب الإعلامي لمجلس التعاون لدول الخليج العربية المتواجد على الموقع الرسمي الإلكتروني الرسمي أو على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، باعتبار أن الاستبيان أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات مباشرة من العينة المختارة، وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر الباحثين واتجاهاتهم أو الدوافع والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.

عاشراً: مجتمع وعينة الدراسة:

وتمثل **مجتمع الدراسة** في الجمهور السعودي من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية.

أما عن **عينة الدراسة** فقد تم تمثيل عينة الدراسة في عينة عمدية مكونة (173 مفردة) من الجمهور السعودي الذين يستخدمون أو يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي، ومن رواد وسائل التواصل الاجتماعي، وقد تم اختيار هذه العينة بشكل عمدي، فهي عينة عمدية أي إن العينة قد تم اختيارها بناء على مواصفات معينة

حددها الدراسة (زرغيب، 2015، ص243)، وهناك مجموعة من المُبررات التي تم على أساسها اختيار عينة الدراسة الميدانية، هي كالتالي:

- ❖ أولاً: أنهم يستخدمون أو يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي.
 - ❖ ثانياً: أنهم من رواد وسائل التواصل الاجتماعي.
 - ❖ ثالثاً: أنهم من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، وبالتالي سيتعرف الباحث إذا كان اخلاص العوامل الديموغرافية له تأثير أم لا.
- وقد وزعت عينة الدراسة من حيث الخصائص الديموغرافية للمبحوثين على النحو المبين بالجدول التالي:

جدول رقم (1) يوضح توزيع العينة

		البيانات الشخصية	
النوع	النوع	ك	%
	ذكر	108	62.4
	انثي	65	37.6
	الإجمالي	173	100
السن	أقل من 18 عاماً	6	3.5
	من 19 عاماً إلى 30 عاماً	41	23.7
	من 31 عاماً إلى 40 عاماً	71	41
	من 41 عاماً إلى 60 عاماً	55	31.8
	الإجمالي	173	100
المستوى التعليمي	ثانوي وأقل	31	17.9
	دبلوم	25	14.5
	بكالوريوس	93	53.8
	ماجستير	22	12.7
	دكتوراه	2	1.2
	الإجمالي	173	100

تُوضح بيانات هذا الجدول الخصائص الديموغرافية للمبحوثين (عينة الدراسة)، حيث جاءت على النحو التالي:

- ❖ **من حيث النوع:** بلغت الذكور نسبة ضمن عينة الدراسة (62.4%)، بينما كانت نسبة الإناث (37.6%).
- ❖ **من حيث السن:** كانت غالبية المبحوثين بنسبة (41%) تقع في الفئة العمرية من 31 عاماً إلى 40 عاماً، تلتها نسبة المبحوثين في الفئة العمرية من 41 عاماً إلى 60 عاماً (31,8%)، ومن ثم ظهرت نسبة المبحوثين في الفئة العمرية من 19 عاماً إلى 30 عاماً (23.7%)، وأخيراً نجد أن نسبة المبحوثين في الفئة العمرية أقل من 18 عاماً (3.5%) من إجمالي عينة الدراسة.

❖ من حيث المُستوى التعليمي: كانت غالبية المبحوثين بنسبة (53.8%) من الحاصلين علي بكالوريوس، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي المستوى التعليمي الثانوي وأقل (17.9%)، في حين كانت نسبة المبحوثين الحاصلين على دبلوم (14.5%)، ومن ثم تمثلت نسبة المبحوثين الحاصلين على ماجستير (12.7%)، وأخيراً نجد نسبة الحاصلين على الدكتوراه (1.2%) من إجمالي عينة الدّراسة.

الحادي عشر: حدود الدراسة:

❖ الإطار الموضوعي للدراسة: التأثير على القيمة الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية.

❖ الإطار الوسائلي للدراسة: وسائل التّواصل الاجتماعي.

❖ الإطار المكاني للدراسة: المملكة العربية السعودية.

الثاني عشر: مفاهيم الدراسة:

❖ القيم: يعد مفهوم القيم من المفاهيم المتعددة المعاني ولعل مرجع ذلك التعدد هو تعدد المجالات التي يستخدم فيها هذا المفهوم، والقيمة لكل شيء ما يحمله في ذاته من منفعة أو وزناً أو ثمناً، كما أنها تمثل مصطلحاً تجريبياً يطلق على الموضوعات التي يعدها الشخص مهمة، فهي جزء من التنظيم الذي يسيطر على سلوكنا ويعكس حاجتنا واهتمامنا وأهدافنا إضافة إلى أنها تعكس النظام الاجتماعي والثقافي الذي نعيش فيه (آل عبود، الغامدي، 2012).

❖ المجتمع: عبارة عن مجموعة من الناس تعيش سوياً في شكل منظم وترتبط فيما بينها بعلاقات ثقافية واجتماعية يسعى كل واحد منهم لتحقيق المصالح والاحتياجات (الحسنية، 2006، ص18).

❖ القيم الاجتماعية: هي مجموعة من المعتقدات التي تتسم بقدر من الاستمرار النسبي، والتي تمثل موجهات للأشخاص نحو غايات أو وسائل لتحقيقها أو أنماط سلوكية يختارها ويفضلها هؤلاء الأشخاص بديلاً لغيرها (أحمد، 1983، ص20)

❖ وسائل التّواصل الاجتماعي: أنها خدمات تفاعلية توجد علي شبكة الإنترنت Web – Based Services وتُتيح لمستخدمي الشبكة إمكانية بناء صفحات أو ملفات شخصية Profiles عامة أو شبة عامة، وذلك من خلال نظام التشبيك الاجتماعي يُمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون مشاركتهم الاتصال، ورؤية قوائم هؤلاء الأشخاص أيضاً، الأمر الذي يؤدي بهم إلي تكوين شبكة متشعبة من العلاقات الاجتماعية (Walz, 2008).

الثالث عشر: المعالجة الإحصائية للبيانات:

(1) المقاييس الوصفية: وقد اشتملت على ما يلي:

- ❖ التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ❖ المتوسط الحسابي.
- ❖ الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- ❖ الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة.
- (2) الاختبارات الإحصائية: وقد تضمنت هذه الاختبارات ما يلي:
 - ❖ اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
 - ❖ كاسا (Chi square) اختبار استقلالية العبارة، ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية.
 - ❖ تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA.
- (3) معاملات الارتباط Correlation: وقد احتوت على ما يلي:
 - ❖ معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

وقد قام الباحث بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدِّراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدِّراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الرابع عشر: اختبار الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان:

1) صدق الاستمارة: اعتمدت الباحث على الصدق الظاهري لقياس مدى صدق أداة جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء) لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه وذلك من خلال الفحص المدقق لكل بند/ سؤال والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسه في إطار الموضوع الأساسي.

كما قامت الباحثة بعرض الاستمارة على عدد من المحكمين والمُتخصصين في مجال الإعلام⁽¹⁾، للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدِّراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بتعديل الاستمارة وصياغة

(1) المحكمون لاستمارة الاستبيان طبقاً للترتيب المهني ثم الأبجدي:

- ❖ د/ شيرين كدواني عميد كلية الإعلام والتسويق بجامعة الجميع الذكية .
- ❖ أ.د/ محمد عويس أستاذ الإعلام الرقمي بكلية الإعلام والتسويق جامعة الجميع الذكية،
- ❖ د/ دعاء راضي مدرس بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ❖ د/ شريهان الجندي مدرس جامعي ومحاضر أكاديمي، لديها خبرة تدريسية ومهنية في مجال الإعلام الرقمي.

الأسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم الأساتذة المحكمين، وتم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

(2) **ثبات الاستمارة:** وقد تم إجراء اختبار الثبات أيضاً من خلال إعادة تطبيق استمارة الاستبيان الخاصة بالجمهور على (18 مفردة) من المبحوثين أنفسهم بواقع (10.4%) من إجمالي حجم العينة وتم حساب الثبات باستخدام معامل ارتباط بيرسون) بين التطبيقين (القياسين الأول والثاني) حيث بلغت قيمته (0.875) وهي نسبة ثبات مرتفعة في أسئلة المقاييس.

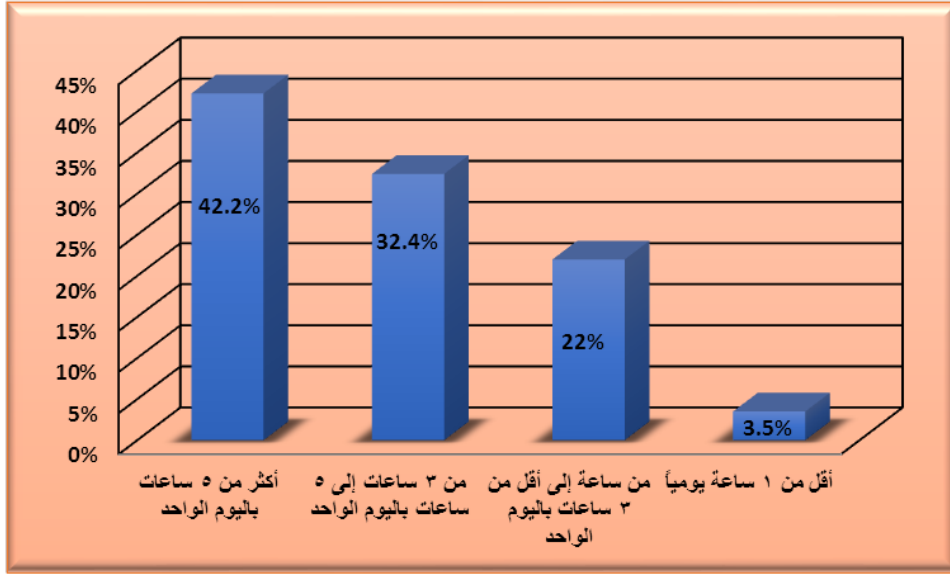
الخامس عشر: النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية:

جدول رقم (2) يوضح مدة استخدام الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

لوسائل التواصل الاجتماعي باليوم الواحد

مدة الاستخدام	ك	%
أكثر من 5 ساعات باليوم الواحد	73	42.2
من 3 ساعات إلى 5 ساعات باليوم الواحد	56	32.4
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات باليوم الواحد	38	22
أقل من 1 ساعة يومياً	6	3.5
الإجمالي	173	100

تُشير بيانات هذا الجدول إلى أن غالبية المبحوثين يستخدمون أكثر من 5 ساعات ليوم واحد ووسائل التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتهم (42.2%)، بينما كانت نسبة من يستخدمونها من 3 ساعات إلى 5 ساعات في اليوم (32.4%)، على حين يستخدمها ما نسبته (22%) من المبحوثين من ساعة إلى أقل من 3 ساعات في اليوم، وأخيراً نجد أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون هذه الوسائل أقل من ساعة في اليوم (3.5%)، وإن دلت هذه النتائج فقد دلت على وجود معدلات استخدام مرتفعة للمبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي. ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت السبب في إتاحة الفرصة للتعبير عن جميع الآراء والأفكار بحرية كاملة، بالإضافة إلى تقبل العديد من الأفكار التي تقع بين الرأي والرأي المعارض وعرض الأفكار الغريبة والغير اعتيادية حتى يتعرف عليها الأفراد، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أتاحت للعديد من أصحاب المواهب للظهور بالإضافة إلى إمكانية عرض مواهبهم وجذب انتباه الآخرين لهم، بالإضافة إلى انتشار عمليات التسويق الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي مما ساهمت في تحقيق العديد من المبيعات. ويُعد الشكل التالي ما هو الإلا توضيحاً للنتائج:



شكل رقم (1) يوضح مدة استخدام الجمهور السعودي (عينة الدراسة) لوسائل التواصل الاجتماعي باليوم الواحد

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج دراسة (الصومالي، باسودان، 2021) والتي قد أشارت نتائجها إلى أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات خلال اليوم من خلال مؤشر قيمة الوقت.

جدول رقم (3) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع في السعودية من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	%	ك	مدى التأثير
55.5	1.18	2.22	45.1	78	أثرت إيجاباً
			3.5	6	محايد
			35.8	62	لا أعلم
			15.6	27	أثرت سلباً
			100	173	الإجمالي

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين قد أفادوا بأن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على قيم المجتمع السعودي حيث بلغت نسبتهم (45.1%)، بينما كانت نسبة من أوضحوا أنهم لا يعلمون مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع في السعودية (35.8%)، في حين تمثلت نسبة من أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي على قيم المجتمع في السعودية (15.6%)، وأخيراً نجد أن عدد المبحوثين الذين قد أكدوا على أن وسائل

التواصل الاجتماعي لها تأثير مُحايد على قيم المجتمع في السعودية (6 مبحوثين) أي بنسبة (3.5%). وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2,22)، وانحراف معياري (1,18)، ووزن نسبي (55.5). ويُعد الشكل التَّالي ما هو نموذج توضيحي لهذه النتائج:



شكل رقم (2) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع في السعودية

من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

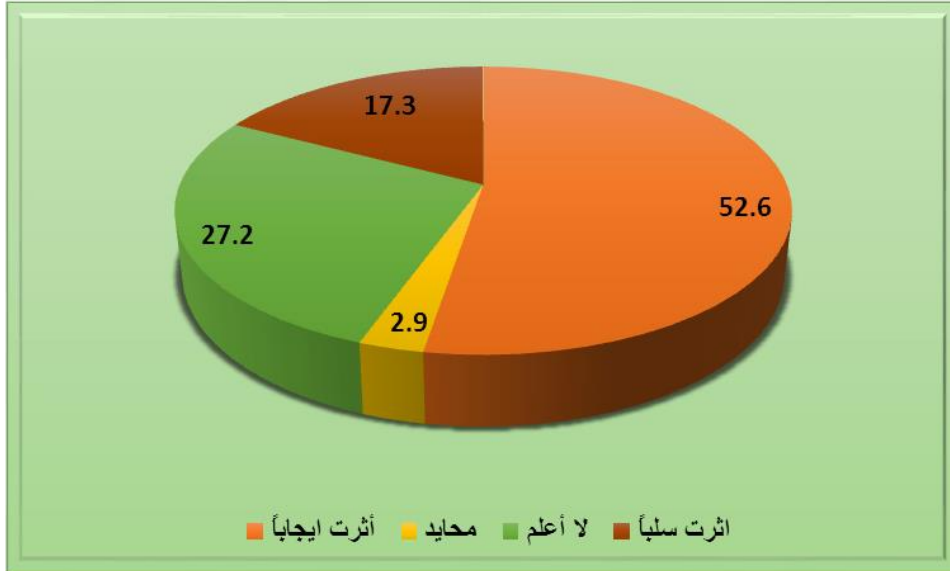
جدول رقم (4) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	%	ك	مدى التأثير
52.3	1.221	2.09	52.6	91	أثرت إيجاباً
			2.9	5	محايد
			27.2	47	لا أعلم
			17.3	30	أثرت سلباً
			100	173	الإجمالي

تفيد بيانات هذا الجدول بأن أغلبية المبحوثين قد أفادوا بأن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على العلاقات الاجتماعية حيث بلغت نسبتهم (52.6%)، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تُساهم في جمع شمل الأسرة، حيث يُمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع أفراد الأسرة البعيدين عن بعضهم البعض مما يُقوي العلاقات الأسرية بينهم، وتشكيل مصدر لأفكار وأنشطة عائلية تُعزز التواصل بين أفراد الأسرة وتقوي علاقاتهم

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية بالسعودية

ببعضهم البعض، وكذلك تُساعد مُشاركة اللحظات العائلية الجميلة والذكريات السعيدة، فضلاً عن إمكانية مُشاركة مواقع الأماكن التي تُهمّ أفراد الأسرة جميعهم؛ كأماكن التنزّه، أو المطاعم، أو غيرها، بينما كانت نسبة من أوضحوا أنهم لا يعلمون مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية (27.2%)، في حين تمثّلت نسبة من أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي على العلاقات الاجتماعية (17.3%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في حدوث الخلافات والمشكلات العائلية والزوجية بشكلٍ خاص في بعض الأحيان؛ نتيجةً لما يحدث من مُقارنات بين الحياة الأسرية لأحد أفراد الأسرة وما يراه عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى مشاعر الاستياء والإحباط، وأخيراً نجد أن عدد المبحوثين الذين قد أكدوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير مُحايد على العلاقات الاجتماعية (5 مبحوثين) أي بنسبة (2.9%). وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.09)، وانحراف معياري (1,221)، ووزن نسبي (52.3). ويُعد الشكل التّالي ما هو نموذج توضيحي لهذه النتائج:



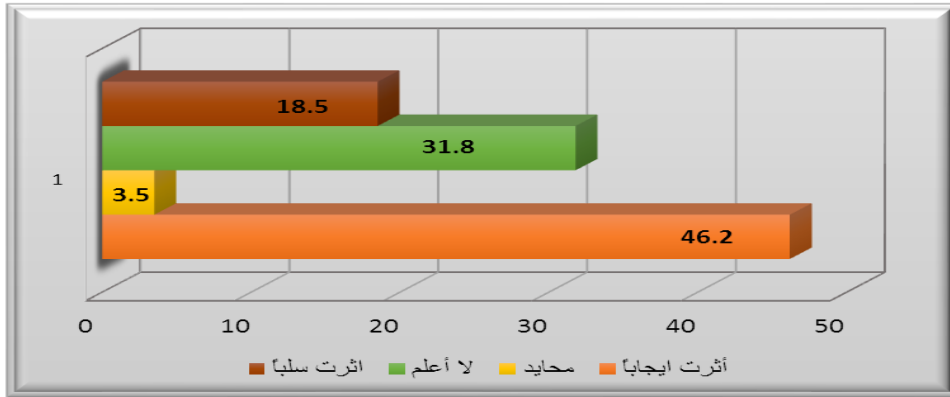
شكل رقم (3) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية

من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

جدول رقم (5) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الثقافة والتقاليد في السعودية من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

الانحراف المعياري	المتوسط	%	ك	مدى التأثير
1.216	2.23	46.2	80	أثرت ايجاباً
		3.5	6	محايد
		31.8	55	لا أعلم
		18.5	32	اثر سلباً
		100	173	الإجمالي

يوضح لنا هذا الجدول أن أغلبية الباحثين قد أفادوا بأن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على الثقافة والتقاليد في السعودية حيث بلغت نسبتهم (46.2%)، بينما كانت نسبة من أوضحوا أنهم لا يعلمون مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الثقافة والتقاليد في السعودية (31.8%)، في حين تمثلت نسبة من أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي على الثقافة والتقاليد في السعودية (18.5%)، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية في الفترة الأخيرة باتت تسيطر على أوقات وأفكار الشباب، فأصبحوا يقضون أغلب أوقاتهم وراء شاشات الكمبيوتر الأمر الذي ساهم في تقليص العادات والتقاليد المتمثلة بالعلاقات الاجتماعية وصلة الأرحام لدى بعض الشباب خصوصاً وان هذه المواقع أصبحت شغلهم الشاغل. ، وأخيراً نجد أن عدد الباحثين الذين قد أكدوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير محايد على الثقافة والتقاليد في السعودية (6) (مبشرين) أي بنسبة (3.5%). وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.23)، وانحراف معياري (1.216)، ووزن نسبي (52.3). ويُعد الشكل التالي ما هو نموذج توضيحي لهذه النتائج:



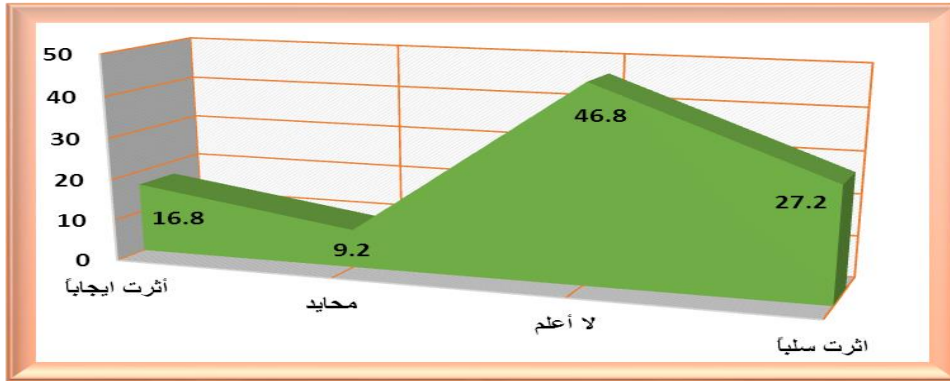
شكل رقم (4) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الثقافة والتقاليد في السعودية من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج دراسة (بلوطي، 2022) والتي أكدت نتائجها على أكدت الدراسة على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تداول القيم الاجتماعية الايجابية من خلال التوجه نحو تعزيزها أكثر، فيما تم طرح القيم الاجتماعية السلبية من باب التنويه بوجودها و العمل على تغييرها و الحد من توسع دائرة انتشارها.

جدول رقم (6) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الشخصية من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	%	ك	مدى التأثير
71	1.008	2.84	16.8	29	أثرت ايجاباً
			9.2	16	محايد
			46.8	81	لا أعلم
			27.2	47	اثر سلباً
			100	173	الإجمالي

تُبين بيانات هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين قد أوضحوا أنهم لا يعلمون مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الشخصية حيث بلغت نسبتهم (46.2%)، بينما كانت نسبة من أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي على القيم الشخصية (27.2%)، في حين تمثلت نسبة من أفادوا بأن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على القيم الشخصية (16.8%)، وأخيراً نجد أن عدد المبحوثين الذين قد أكدوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير محايد على القيم الشخصية (16 مبحوث) أي بنسبة (9.2%). وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.84)، وانحراف معياري (1.008)، ووزن نسبي (71). ويُعد الشكل التالي ما هو نموذج توضيحي لهذه النتائج:

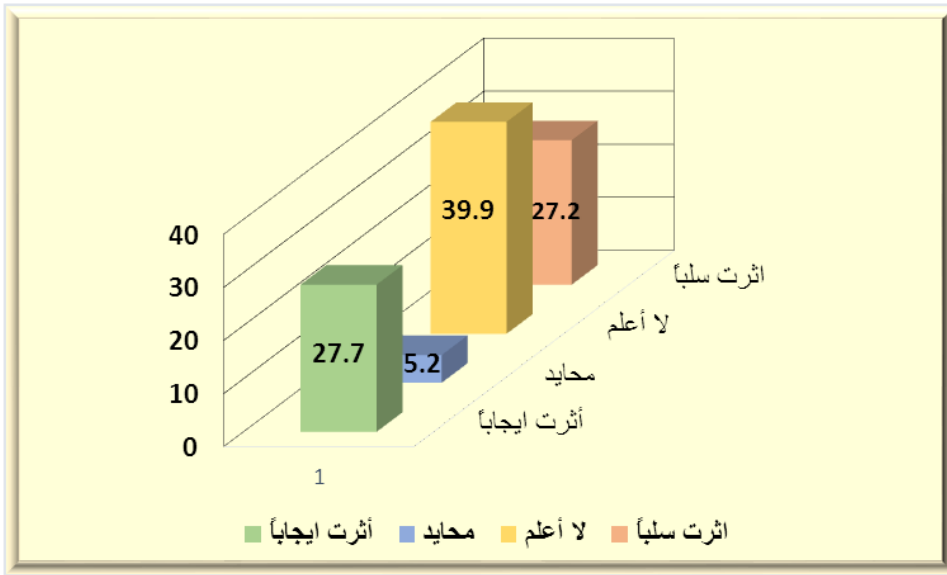


شكل رقم (5) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الشخصية من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

جدول رقم (7) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على علاقاتك مع الأصدقاء والعائلة من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	%	ك	مدى التأثير
66.5	1.153	2.66	27.7	48	أثرت ايجاباً
			5.2	9	محايد
			39.9	69	لا أعلم
			27.2	47	اثر سلباً
			100	173	الإجمالي

تُشير بيانات هذا الجدسيورول أن أغلبية المبحوثين قد أوضحوا أنهم لا يعلمون مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على علاقاتك مع الأصدقاء والعائلة حيث بلغت نسبتهم (39.9%)، بينما كانت نسبة من أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي على علاقاتك مع الأصدقاء والعائلة (27.7%)، في حين تمثلت نسبة من أفادوا بأن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على علاقاتك مع الأصدقاء والعائلة (27.2%)، وأخيراً نجد أن عدد المبحوثين الذين قد أكدوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير محايد على علاقاتك مع الأصدقاء والعائلة (9 مبحوثين) أي بنسبة (5.2%). وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.66)، وانحراف معياري (1.153)، ووزن نسبي (66.5). ويُعد الشكل التالي ما هو نموذج توضيحي لهذه النتائج:



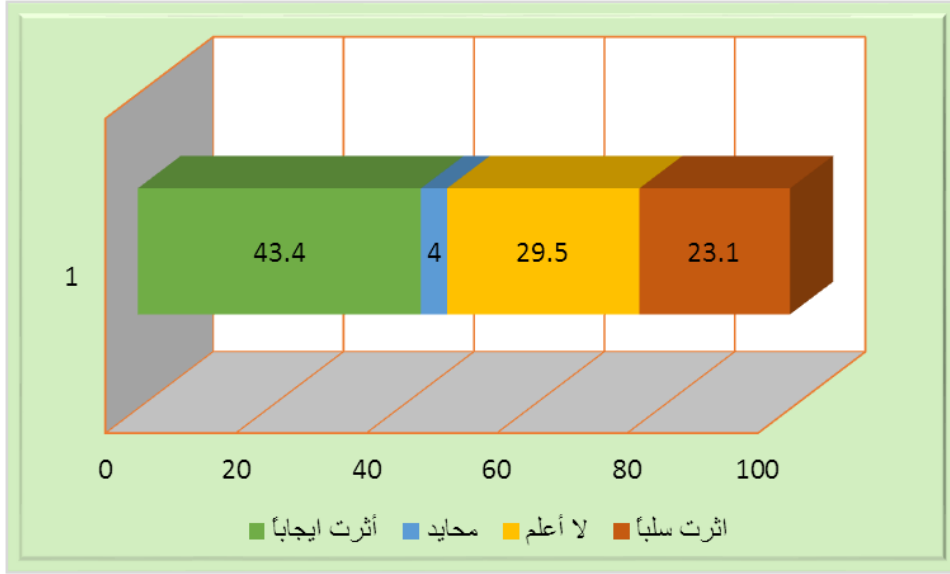
شكل رقم (6) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على علاقاتك مع الأصدقاء والعائلة من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

وقد اختلفت نتائج هذا الجدول مع نتائج دراسة (شتاتحة، تهامي، 2022) والتي قد بينت نتائجها أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الأسرة الأوغاوية أثر سلباً على شبكة العلاقات الاجتماعية للأسرة.

جدول رقم (8) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التفاعل الاجتماعي في المجتمع من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	%	ك	مدى التأثير
58	1.248	2.32	43.4	75	أثرت ايجاباً
			4	7	محايد
			29.5	51	لا أعلم
			23.1	40	اثر سلباً
			100	173	الإجمالي

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين قد أفادوا بأن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على مستوى التفاعل الاجتماعي في المجتمع حيث بلغت نسبتهم (43.4%)، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تشكل مصدر أفكار وأنشطة اجتماعية تُعزز التواصل بين أفراد المجتمع وتقوي علاقاتهم ببعضهم البعض، وكذلك تُساعد مشاركة اللحظات العائلية الجميلة والذكريات السعيدة، فضلاً عن إمكانية مشاركة مواقع الأماكن التي تُهمّ أفراد المجتمع جميعهم؛ كأماكن التترّه، أو المطاعم، أو غيرها، بينما كانت نسبة من أوضحوا أنهم لا يعلمون مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التفاعل الاجتماعي في المجتمع (29.5%)، في حين تمثلت نسبة من أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي على مستوى التفاعل الاجتماعي في المجتمع (23.1%)، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في حدوث الخلافات والمشكلات العائلية والزوجية بشكل خاص في بعض الأحيان؛ نتيجة لما يحدث من مقارنات بين الحياة الأسرية لأحد أفراد الأسرة وما يراه عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى مشاعر الاستياء والإحباط، وأخيراً نجد أن عدد المبحوثين الذين قد أكدوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير محايد على مستوى التفاعل الاجتماعي في المجتمع (7 مبحوثين) أي بنسبة (4%). وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.32)، وانحراف معياري (1.248)، ووزن نسبي (58). ويُعد الشكل التالي ما هو نموذج توضيحي لهذه النتائج:



شكل رقم (7) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التفاعل الاجتماعي في المجتمع من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

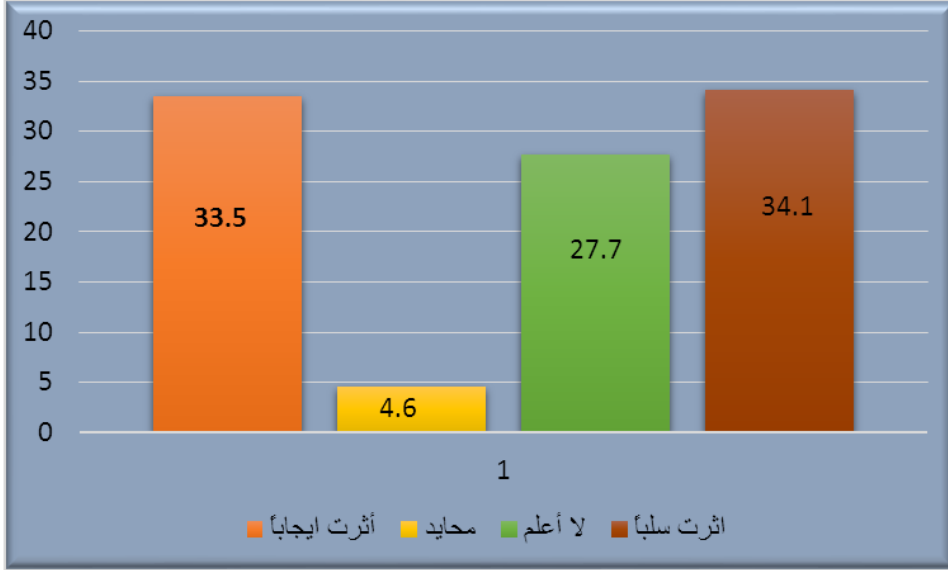
جدول رقم (9) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	%	ك	مدى التأثير
65.5	1.263	2.62	33.5	58	أثرت إيجاباً
			4.6	8	محايد
			27.7	48	لا أعلم
			34.1	59	اثر سلباً
			100	173	الإجمالي

تُفيد بيانات هذا الجدول بأن أغلبية المبحوثين قد أفادوا بأن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع حيث بلغت نسبتهم (34.1%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي جعلت العالم قرية صغيرة وساعدت على نقل العديد من العادات والتقاليد الغربية إلى مجتمعاتنا العربية؛ مما أدى إلى ظهور بعض العادات والتقاليد الغير مستحبة في مجتمعاتنا العربية نتيجة التقليد الأعمى لكل ما تُقدمه هذه الوسائل، بينما كانت نسبة من أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع (34.1%)، في حين تمثلت نسبة من أوضحوا أنهم لا يعلمون

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية بالسعودية

مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع (27.7%)، وأخيراً نجد أن عدد المبحوثين الذين قد أكدوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير محايد على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع (8 مبحوثين) أي بنسبة (4.6%). وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.62)، وانحراف معياري (1.263)، ووزن نسبي (65.5). ويُعد الشكل التالي ما هو نموذج توضيحي لهذه النتائج:



شكل رقم (8) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

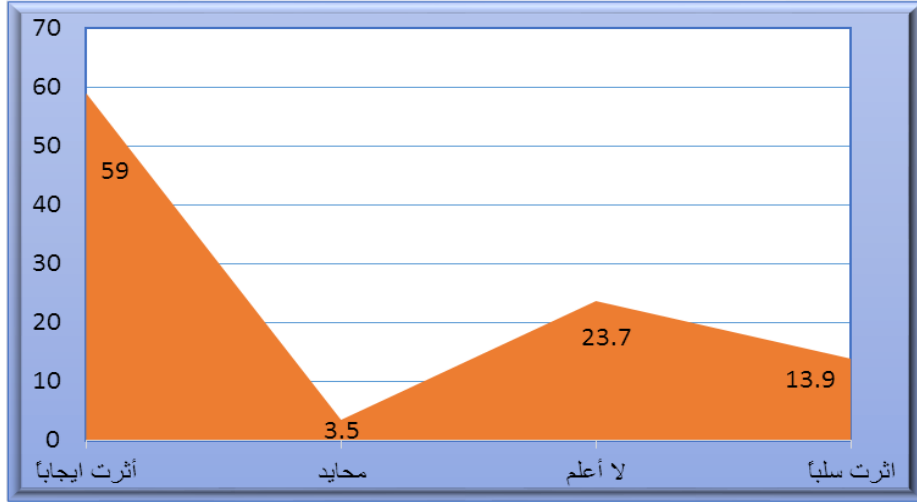
جدول رقم (10) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الالتزام بالقيم الإسلامية في المجتمع من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	%	ك	مدى التأثير
48	1.176	1.92	59	102	أثرت ايجاباً
			3.5	6	محايد
			23.7	41	لا أعلم
			13.9	24	اثر سلباً
			100	173	الإجمالي

يوضح لنا هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين قد أفادوا بأن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع حيث بلغت نسبتهم (59%)، بينما كانت نسبة من أوضحوا أنهم لا يعلمون مدى تأثير وسائل

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية بالسعودية

التواصل الاجتماعي على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع (23.7%)، في حين تمثلت نسبة من أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع (13.9%)، وأخيراً نجد أن عدد المبحوثين الذين قد أكدوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير محايد على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع (6 مبحوثين) أي بنسبة (3.5%). وذلك بمُتوسط حسابي بلغ (1.92)، وانحراف معياري (1.176)، ووزن نسبي (48). ويُعد الشكل التّالي ما هو نموذج توضيحي لهذه النتائج:



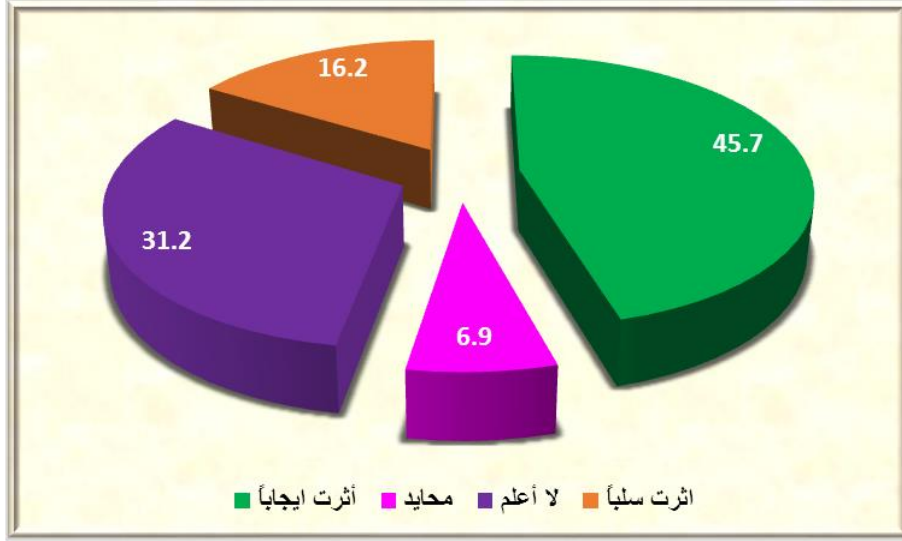
شكل رقم (9) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الالتزام بالقيم الإسلامية في المجتمع من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)
جدول رقم (11) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الانضباط والانضباط الذاتي في المجتمع من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	%	ك	مدى التأثير
54.5	1.18	2.18	45.7	79	أثرت إيجاباً
			6.9	12	محايد
			31.2	54	لا أعلم
			16.2	28	أثرت سلباً
			100	173	الإجمالي

تُبين بيانات هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين قد أفادوا بأن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على مستوى الانضباط والانضباط الذاتي حيث بلغت نسبتهم (45.7%)، بينما كانت نسبة من أوضحوا أنهم لا يعلمون مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الانضباط والانضباط الذاتي (31.2%)، في حين

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية بالسعودية

تمثلت نسبة من أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي على مستوى الانضباط والانضباط الذاتي (16.2%)، وأخيراً نجد أن عدد المبحوثين الذين قد أكدوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير محايد على مستوى الانضباط والانضباط الذاتي (9 مبحوثين) أي بنسبة (6.9%). وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.18)، وانحراف معياري (1.18)، ووزن نسبي (54.5). ويُعد الشكل التالي ما هو نموذج توضيحي لهذه النتائج:



شكل رقم (10) يوضح مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الانضباط والانضباط الذاتي في المجتمع من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

جدول رقم (12) يوضح مجمل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية من وجهة نظر الجمهور السعودي (عينة الدراسة)

المقياس العام حول تأثير وسائل التواصل علي القيم الاجتماعية	ك	%
سلبي	60	34.7
محايد	83	48
ايجابي	30	17.3
الإجمالي	173	100

تُبين بيانات هذا الجدول لنا أن أغلبية الجمهور السعودي (عينة الدِّراسَةِ) أفادوا بأن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي محايد على القيم الاجتماعية حيث بلغت نسبتهم (48%)، وتلاههم الجمهور السعودي (عينة الدِّراسَةِ) الذين أوضحوا أن وسائل التواصل الاجتماعي تُحدث تأثير سلبي على القيم الاجتماعية بنسبة (34.7%)، بينما

كانت نسبة الجمهور السعودي (عينة الدّراسة) الذين قد أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تُحدث تأثير إيجابي (17.3%).

وقد أكدت واتفقت نتائج هذا الجدول مع نتائج الجداول من رقم (3 - 11) والذين استعرضوا التأثيرات المُختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية بالمتجمع السعودي من وجهة نظر الباحثين، والذي قد أفادت نتائجهم بأن الوزن النسبي للتأثيرات يتراوح بين (71، 52.3).

وقد اختلفت نتائج هذا الجدول مع نتائج دراسة (عطوي ، 2020) والتي قد أفادت نتائجها بأن الإقبال المتزايد الشديد عليها يحدث تأثير على القيم الاجتماعية وعلى ذلك هدفت الدراسة إلى التطرق لكيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في غرس القيم الاجتماعية وتعزيز روح التضامن المجتمعي.

السادس عشر: اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدة استخدام الجمهور السعودي (عينة الدراسة) لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على القيم الاجتماعية بالسعودية من وجهة نظرهم.

جدول رقم (13) يوضح معنوية بيرسون للارتباط بين مدة استخدام الجمهور السعودي (عينة الدراسة) لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على القيم الاجتماعية بالسعودية من وجهة نظرهم

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	مدة الاستخدام
دال	0.000	**0.305	الاتجاهات نحو الدور
173			إجمالي العينة (ن)

لاختبار معنوية العلاقة بين مدة استخدام الجمهور السعودي (عينة الدراسة) لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على القيم الاجتماعية بالسعودية من وجهة نظرهم، وبالنظر إلي أن كلا المتغيرين جري قياسه على المُستوي الفكري Interval، فقد تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

تُبين لنا بيانات هذا الجدول أن قيمة مُعامل ارتباط بيرسون بين مدة استخدام الجمهور السعودي (عينة الدراسة) لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على القيم الاجتماعية بالسعودية من وجهة نظرهم قد بلغت (0.305)، وهي قيم دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.01، ونجد هنا أن العلاقة طردية، مما يعني أن الباحثين الأكثر استخدامًا لوسائل التواصل الاجتماعي أوضحوا أن وسائل التواصل الاجتماعي تُحدث تأثيرًا كبيرًا على القيم الاجتماعية بالسعودية، والعكس بالعكس، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وبناء على ما سبق يكون اختبار الفرض الأول القائل "بمعنوية العلاقة بين مدة استخدام الجمهور السعودي (عينة الدراسة) لوسائل التواصل الاجتماعي

وتأثيراتها على القيم الاجتماعية بالسعودية من وجهة نظرهم" قد انتهى إلي ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للجمهور السعودي (نوع، السن، المستوى التعليمي) في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظرهم.

جدول رقم (14) يوضح معنوية الفروق في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظرهم بحسب الخصائص الديموغرافية لهم (النوع، الجنسية، المستوى التعليمي)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
0.777 غير دال	171	ت=0.080	0.69911	1.8148	108	ذكر	النوع
			0.71219	1.8462	65	انثي	
0.161 غير دال	3 169	ف=1.736	0.5164	2.3333	6	اقل من 18	السن
			0.75466	1.9268	41	من 19 عامًا إلى 30 عامًا	
			0.70952	1.8028	71	من 31 عامًا إلى 40 عامًا	
			0.65134	1.7273	55	من 41 عامًا إلى 60 عامًا	
0.500 غير دال	4 168	ف=0.843	0.61696	1.7742	31	ثانوي وأقل	المستوى التعليمي
			0.6455	1.8	25	دبلوم	
			0.73642	1.8495	93	بكالوريوس	
			0.75018	1.9091	22	ماجستير	
			0	1	2	دكتوراه	

لاختبار الفروق بين تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظر الباحثين بحسب الخصائص الديموغرافية لهم، وبالنظر إلي أن مُتغير تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظر الباحثين تم قياسه علي المُستوي الفترتي Interval، فقد تم استخدام الاختبار (ت) الإحصائي لقياس الفروق في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظر الباحثين بحسب (النوع)، كما تم استخدام الاختبار (ف) الإحصائي لقياس الفروق في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية بحسب (السن، المستوى التعليمي).

وقد كشفت بيانات هذا الجدول عن عدم وجود معنوية الفروق بين الباحثين في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظر الباحثين بحسب مُتغيرات (النوع، السن، المُستوى التعليمي)، وذلك علي النحو التالي:

- ❖ بلغت قيمة (ت) للفروق بين المبحوثين في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظر المبحوثين بحسب مُتغير النوع (0.080)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجة حرية 171.
- ❖ بلغت قيمة (ف) للفروق بين المبحوثين في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظر المبحوثين بحسب مُتغير السن (1.736)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجتي حرية = (3) بين المجموعات & (169) داخل المجموعات.
- ❖ بلغت قيمة (ف) للفروق بين المبحوثين في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظر المبحوثين بحسب مُتغير المُستوى التعليمي (1.555)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجتي حرية = (4) بين المجموعات & (168) داخل المجموعات.

ومما سبق يتضح لنا أن اختبار صحة الفرض الثاني من فروض الدِّراسة القائل "بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظر المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي)"، قد انتهى إلى عدم ثبوت صحة هذا الفرض كليًا.

السابع عشر: خاتمة الدراسة

أ) النتائج:

- 1) أن غالبية المبحوثين يستخدمون أكثر من 5 ساعات ليوم واحد وسائل التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتهم (42.2%)، بينما كانت نسبة من يستخدمونها من 3 ساعات إلى 5 ساعات في اليوم (32.4%)، على حين يستخدمها ما نسبته (22%) من المبحوثين من ساعة إلى أقل من 3 ساعات في اليوم، وأخيرًا نجد أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون هذه الوسائل أقل من ساعه في اليوم (3.5%).
- 2) أنه فيما يتعلق بإجابات المبحوثين على المقياس الرباعي المكون من (10 عبارات) والذي يقيس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية بالمجتمع السعودي، فقد جاءت عبارة "أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم الشخصية" في المُقدمة بوزن نسبي (71)، ومن ثم نجد عبارة "أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على علاقاتك مع الأصدقاء والعائلة" بوزن نسبي (66.5)، يليها عبارة "أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع" بوزن نسبي (65.5)، وفي الترتيب الذي تليه نجد عبارة "أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على مستوى التفاعل الاجتماعي في المجتمع" بوزن نسبي (58)، ومن ثم نجد الوزن

النسبي (55.5) لعبارة "أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على قيم المجتمع في السعودية"، يليها عبارة "أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على مستوى الانضباط والانضباط الذاتي" بوزن نسبي (54.5)، والترتيب الذي يليه نجد كلاً من عبارة "أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على العلاقات الاجتماعية" وعبارة "أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على الثقافة والتقاليد في السعودية" بوزن نسبي (52.3) واحد لكلاً منهما، وأخيراً نجد عبارة "أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على مستوى الالتزام بالقيم الإسلامية في المجتمع" بوزن نسبي (48).

(3) أن أغلبية الجمهور السعودي (عينة الدِّراسة) أفادوا بأن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي مُحايد على القيم الاجتماعية حيث بلغت نسبتهم (48%)، وتلاههم الجمهور السعودي (عينة الدِّراسة) الذين أوضحوا أن وسائل التواصل الاجتماعي تُحدث تأثير سلبي على القيم الاجتماعية بنسبة (34.7%)، بينما كانت نسبة الجمهور السعودي (عينة الدِّراسة) الذين قد أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تُحدث تأثير إيجابي (17.3%).

(4) أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدة استخدام الجمهور السعودي (عينة الدراسة) لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على القيم الاجتماعية بالسعودية من وجهة نظرهم.

(5) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظر الباحثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي).

ب) التوصيات والمقترحات:

- (1) يوصى الباحث بمحاولة الغوص في الحديث عن التأثير الافتراضي المرهون بالتواجد أمام الشاشة الحاسوب أو الهاتف والمرتبطة بتدفق الإنترنت كمنطلق لإبحاث التأثير في وسائل الإعلام الجديد وتطبيقاتها المختلفة.
- (2) ضرورة استغلال الوقت فيما يفيد لأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات يومياً يُعد كثيراً للغاية.
- (3) لا بد لأولياء الأمور من متابعة الأبناء عند استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي لأن بعضاً من هذه المواقع غير ملتزمة أخلاقياً.
- (4) ضرورة الحماية من نمط الثقافة الغربية لأن في وسائل التواصل الاجتماعي تزداد هذه الأنماط مما يؤثر على ثقافتنا العربية والإسلامية.
- (5) ضرورة توعية الشباب من خلال الأسرة والمؤسسات التربوية المختلفة وصفحات التوعية عبر وسائل الإعلام الرقمي بالأثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي نتيجة الإفراط في استخدامها

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع العربية:

- (1) آل عبود، عبد الله بن سعيد بن محمد؛ الغامدي، سعيد بن محمد (2012) قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي، مجلة البحوث الأمنية، 21 (52)، ص 257 – 276.
- (2) البكر، فهد (2021) نظرية التواصل، جريدة الرياض، مُتاح على: <https://www.alriyadh.com/1916939>, accessed on 19/8/2023.
- (3) بلوطي، ربحانة (2022) أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري: دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي،
- (4) بلوطي، ربحانة (2022) أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري: دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه، قسم علم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.
- (5) تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في السعودية لعام 2023، مُتاح على: <https://rageh.net/>, accessed on 19/8/2023.
- (6) الحسنية، سعيد على (2006) دور القيم الاجتماعية في الوقاية من الجريمة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- (7) زغيب، شيماء ذو الفقار (2015) مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- (8) السبيعي، ظافر شبيب فراج (2018) دور اليوتيوب في تشكيل منظومة القيم الاجتماعية للشباب السعودي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- (9) شتاتحة، أم الخير؛ تهامي، محمد (2022) أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للأسرة الجزائرية: دراسة ميدانية على عينة من الأسر ببلدية الأغواط، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، 6(2)، ص 842 – 855.
- (10) الشبتي، إيناس محمد إبراهيم (2018) أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب: دراسة ميدانية على طالبات جامعة القصيم، مجلة البحوث التجارية، 40(4)، ص 103 – 150.
- (11) الصعيدي، فايز بن مبيريك بن حماد (2023) دور الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة تدمير القيم المجتمعية لدى الشباب: دراسة ميدانية مطبقة على عينة من الناشطين والشباب المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، 31(31)، ص 45 – 89.
- (12) الصومالي، علي بن محمد؛ باسودان، عمرو صالح (2021) مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المجتمع السعودي: دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين السعوديين بمنطقة جازان للعام 2021م، مجلة علوم الاتصال، 6(8)، ص 175 – 212.
- (13) عبد المولى، نهى أحمد، وآخرون (2021) استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية لديهم، مجلة دراسات الطفولة، 24(92)، ص 117 – 127.

- 14) عطوي، نادية (2020) دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ القيم الاجتماعية - دراسة سوسيو ثقافية، *مجلة روى للدراسات المعرفية والحضارية*، 6(1)، ص183 - 202.
- 15) العمري، صفية (2023) تأثير الترويج الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اختيار الوجهة السياحية بعد جائحة كوفيد-19 (دراسة عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر)، *مجلة المنهل الاقتصادي*، 6(1)، ص1231 - 1250.
- 16) فتحي، مها محمد (2021) تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 20(3)، ص373 - 443.
- 17) كتاكت، هالة بسيوني (2021) تعرض الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا وانعكاس ذلك على قيمهم (الاجتماعية - العلمية - الأخلاقية)، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، 22(2)، ص237 - 368.
- 18) لعموري، أسماء؛ نحال، سناء (2022) تأثير وسائط التواصل الرقمية على القيم الاجتماعية لدى المراهق الجزائري: التيك توك انموذجا، *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، 9(2).
- 19) المبارك، حسن الفاتح الحسين محمد (2020) مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة "الفيس بوك أنموذجا"، *المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية*، 4(16)، ص23 - 66.
- 20) مؤيد، هيثم جوده (2016) إيمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، 6(6)، ص233 - 355.
- 21) الهاجري، سمير محمد؛ حمدنة، أديب ذياب سلامة (2019) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الأمني لدى معلمي المرحلة الثانوية في دولة الكويت، *رسالة ماجستير*، كلية العلوم التربوية، جامعة آل البيت، الأردن.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1) Aljehani, Hanan A. (2019) Impact of social media on social value systems among university Students in Saudi Arabia, *International Journal of Education and Practice*, 7(3), pp. 216 – 229.
- 2) Merton, Robert K. (1938) Social Structure and Anomie, *American Sociological Review*, 3(5), pp. 672 – 682.
- 3) Nema, Priyanka; et.al (2023) Impact of social media distraction on student evaluation of teacher effectiveness, *International Journal of Educational Management*, 37(2).
- 4) Walz, Laura O. (2008) The relationship between college students' use of social networking sites and their sense of belonging, *PHD*, Department of Communication, Faculty of Arts, University of Harford, USA.