

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات بين الأفراد في المجتمع السعودي

أ.د. حمد بن إبراهيم العمران

قسم إدارة المعلومات، كلية علوم الحاسب والمعلومات

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

د. أشرف عبد الوهاب أبو فراج

قسم الاجتماع، كلية الآداب

جامعة حلوان

أ.د. نجاح بنت قبلان القبلان

قسم المكتبات والمعلومات، كلية الآداب

جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن

المستخلص

تمثل هدف الدراسة في التعرف على تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في المجتمع السعودي، وذلك من خلال بحث خصائص مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، والعوامل المختلفة المؤثرة فيها، والآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على ذلك، وكذلك سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لهذه الشبكات. واعتمدت في تحقيق هذه الأهداف على دراسة ميدانية، وصفية تحليلية، من خلال منهج المسح الاجتماعي لعينة عمدية من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعات السعودية، ومن خلال المقارنة بين الطلاب وأعضاء هيئات التدريس في هذه الجامعات، وبين الفئات العمرية المختلفة، وعلى مستوى الجنس، والعديد من المتغيرات الأخرى التي تعكس طبيعة تأثير هذه الشبكات.

كما اعتمدت في جمع بياناتها الميدانية على استمارة الاستبيان؛ والتي تضمنت عدة محاور وفقاً لأهداف الدراسة وتساؤلاتها. وطبقت الدراسة الميدانية على عينة من المستخدمين لهذه الشبكات في عينة من الجامعات: شمال (جامعتي حائل والجوف)، وجنوب (جامعتي الباحة والملك خالد)، ووسط (جامعات: الملك سعود، والأميرة نورة بنت عبدالرحمن، والمجمعة، والإمام محمد بن سعود الإسلامية)، وشرق (جامعتي فيصل وحفر الباطن)، وغرب (جامعتي طيبة والطائف). وقد بلغ إجمالي ما تم تحليله إحصائياً من استبانات الدراسة 1387 مفردة.

• يتوجه فريق البحث (معهد الملك سلمان للدراسات والخدمات الاستشارية، جامعة المجمعة) بخالص الشكر والتقدير لمدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية على دعمها لهذا البحث؛ في إطار برنامج منح العلوم الإنسانية والاجتماعية، تحت عنوان "تأثير وسائط الاتصال الاجتماعي الإلكترونية على التواصل الاجتماعي بين الأفراد" (ع. س. 35 - 20).



وتوصلت الدراسة إلى أن ما يزيد قليلاً على نصف العينة يقع دخلها الشهري بين (5000 إلى أقل من 15000 ريال)، وأن أغلب مفردات العينة ينتمون لأسر متوسطة من حيث المستوى الاقتصادي، وتعيش أغلب مفردات العينة في أحياء سكنية متوسطة، وأن ما يزيد قليلاً على ربع العينة يعيشون في أحياء راقية. وأفادت النتائج بارتفاع نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وأن الإناث يستخدمن هذه الشبكات بدرجة أكبر من الذكور، ومنذ عدد أكبر من السنوات، وبعدد مرات دخول يومي أعلى، ومن خلال شبكات متعددة، وفي أوقات مختلفة من اليوم، وبدرجة متابعة أعلى للآخرين.

كما توصلت إلى أن شبكات التواصل تمثل أهم آليات التفاعل بين الأصدقاء والمعارف، ثم المحادثات الهاتفية. وغالبية العينة تفضل الدردشة ومشاركة الصور والتعليقات على مداخلات المستخدمين ومشاركة الفيديو. وتمثلت أهم دوافع استخدام هذه الشبكات في: البحث عن المعلومات، والحصول على إجابات لأسئلة محددة، والتواصل والتفاعل مع الأصدقاء، والبحث عن التسلية والترفيه، والهروب من ضغوط الحياة اليومية، والقراءة عن الأحداث والأخبار الجارية.

وحددت الدراسة الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل في: تسهيل التفاعل مع الأصدقاء داخل المجتمع، متابعة الأخبار وقت حدوثها، والتواصل مع الأصدقاء من خارج المجتمع، والتسلية والترفيه، والتعرف على ثقافات أخرى، ثم الحصول على المعلومات في التخصص الدراسي، واكتساب الثقافة والمعارف الحديثة. كما حددت الآثار السلبية لها في: هدر للوقت والجهد، والإدمان لاستخدام هذه الشبكات، وعدم الشعور بالمسؤولية لدى الشباب، وتأثر الشباب بالثقافة الأجنبية، والإغراق في التسلية والترفيه، وتقليل المساهمة في الحياة الاجتماعية، والاعتدال عن الأسرة والمجتمع، وضعف العلاقات الأسرية. وحددت سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل في: استخدام الشبكات في الأنشطة التعليمية، وفي نشر الوسطية والاعتدال، وفي تبادل الآراء والمعرفة والخبرات، وتوجيهها نحو تعزيز التقارب بين الثقافات، واستخدامها في نشر الوعي بين أفراد المجتمع.

الكلمات المفتاحية:

شبكات التواصل، الإعلام الاجتماعي، العلاقات الاجتماعية، المجتمع السعودي.

مشكلة البحث

أدت التطورات التقنية الحديثة إلى حدوث ثورة حقيقية في عالم الاتصال الإلكتروني والتواصل الاجتماعي بين الأفراد. وساعد على ذلك انتشار شبكة الإنترنت؛ والتي ربطت أجزاء هذا العالم بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات، وخاصة بعد ظهور المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، والتي غيرت من شكل ومضمون التواصل الاجتماعي بين المستخدمين لها (المنصور، 2012م).

وترتب على هذا التطور المتسارع لوسائل الاتصال إحداث تغيرات جوهرية في جميع مجالات الحياة، وبدأت تظهر آثار هذه التغيرات على مستوى الجماعات والأفراد ليس على المستوى المحلي فقط بل تعدى ذلك إلى المستوى العالمي. وقد ساهم في ذلك ما يعرف بشبكات الاتصال الاجتماعي الإلكترونية؛ والتي أصبحت تمثل وسيلة الاتصال المؤثرة في الأحداث اليومية في كافة المجتمعات، حيث أتاحت الفرصة للجميع لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم وما يرغبون في نقله متجاوزين في ذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة لا رقيب لها (<http://www.univ-biskra.dz>).

ويمكن تحديد مبررات الدراسة في أن شبكات الاتصال الاجتماعي أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال التواصل بين الأفراد والجماعات بل في نتائج وتأثير هذا الاتصال، إذ كان لهذا التواصل نتائج مؤثرة في المجال الإنساني والاجتماعي والاقتصادي والثقافي إلى درجة أصبحت أحد أهم عوامل التغير الاجتماعي محليا وعالميا؛ وذلك نتيجة لما تتيحه هذه الشبكات من إمكانات للتواصل الاجتماعي والسرعة في إيصال المعلومة والقدرة الفائقة على إحداث التأثير غير المحدود بالزمان والمكان. فقد أدى ظهور وانتشار تقنيات وشبكات الاتصال الحديثة إلى التحول من شبكات الاتصال الاجتماعي ذات الاتجاه الواحد والمحتوى المتجانس إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين وذات المضامين المتعددة. وفي هذا الإطار ظهرت مصطلحات حديثة للتعبير عن هذه الظواهر؛ ومنها تقنيات وشبكات الاتصال، والإعلام الإلكتروني، والثقافة الافتراضية (الحلوة، 2012م).

ومن ثم، يشكل هذا الفضاء الافتراضي أهم إنجازات ثورة المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم، فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية وانتشار التقنيات الحديثة المتمثلة في الهواتف الذكية (Smart Phone)، وتزايد تطبيقاتها ساهم في ظهور نوع جديد من التواصل الاجتماعي الذي يعتمد على شبكات الاتصال الإلكتروني والذي يتميز بالتفاعلية وبسرعة التأثير والانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور في أقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة. وقد انعكس تأثير تلك الشبكات الحديثة على كافة المجتمعات، ومنها المجتمع السعودي. فقد زاد من فاعلية



التواصل بين الشباب، وأصبح ميدانا كبيرا ومجالاً خصباً للتأثير في ثقافتهم. وقد جعلت هذه الشبكات والشبكات الخاصة بالتواصل الاجتماعي من الفرد أداة فاعلة في عملية التواصل الاجتماعي على المستويين المحلي والعالمي، وهو ما أدى إلى العديد من الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المجتمع المعاصر كمأ ونوعاً.

ومن ثم انطلقت مشكلة البحث من دراسة تأثير شبكات الاتصال الاجتماعي الإلكترونية على التواصل الاجتماعي بين الأفراد، ومدى استخدامها، والآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن هذا الاستخدام، وسبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لاستخدام هذه الشبكات. وتشكل دراسة موضوعات شبكات التواصل والعلاقات الاجتماعية والمجتمعات الافتراضية والشبكات الاجتماعية محور اهتمام العديد من التخصصات في العلوم الاجتماعية. وتعكس هذه الاهتمامات المتداخلة القوة الذاتية لهذه المفاهيم، ودور كل منها في فهم العديد من مظاهر ومكونات الحياة الاجتماعية. وبالتالي تتضح أهمية الدراسة من خلال طبيعة الموضوع الذي تناولناه؛ والذي يركز على تحليل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات والتفاعلات الاجتماعية في المجتمع السعودي، وخاصة العلاقات الأسرية والقريبة ومع الأصدقاء في الواقع وفي المجتمعات الافتراضية.

ومن ثم؛ تستمد هذه الدراسة أهميتها النظرية والعملية من خلال المؤشرات التالية:

- ما تشهده شبكات التواصل من التزايد الكبير في الإقبال على استخدامها، حتى وصل عدد مستخدمي فيسبوك بحلول 2017 في المنطقة العربية إلى 156 مليون مستخدم، وأن هناك 11.1 مليون مستخدم نشط لـ «تويتر» في المنطقة العربية في أوائل 2017. كما وصل مستخدمي «لينكد إن» في المنطقة العربية إلى 16.6 مليون مستخدم بحلول 2017 بزيادة 22% مقارنة بالعام 2016، كما بلغ عدد المستخدمين النشطين لانستغرام 7.1 ملايين في المنطقة العربية (تقرير الإعلام الاجتماعي 2017).
- تتضح الأهمية العملية في أن التركيز على فهم شبكات التواصل وما تحققه من إشباعات مختلفة لدى الشباب يساهم في تحقيق أفضل فهم لثقافة الشباب ومصادرها في العالم الافتراضي وطبيعة الفجوة الرقمية الناتجة عن عدم ملاحقة التطورات التكنولوجية والآليات الجديدة للتغير الاجتماعي والثقافي.

أهداف البحث

- 1- دراسة مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.
- 2- دراسة دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأفراد في المجتمع السعودي.
- 3- بحث مدى تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في المجتمع السعودي.
- 4- تحديد الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- 5- تحديد الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- 6- توضيح سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي.

تساؤلات البحث

- 1- ما الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.
- 3- ما آليات ومجالات التواصل الاجتماعي بين الأفراد في المجتمع السعودي؟
- 4- ما دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأفراد في المجتمع السعودي؟
- 5- ما مدى تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في المجتمع السعودي؟
- 6- ما الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 7- ما الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 8- ما أهم سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

منهجية البحث

وتتضمن منهجية البحث الخطوات العلمية والإجرائية المتبعة في تنفيذ البحث:

أ) طرق البحث

اعتمد البحث على مجموعة من الطرق المنهجية التي تكاملت معاً لتحقيق أهدافه وإجابة تساؤلاته؛ والتي تضمنت مجموعة من المقاييس الكمية ذات الصلة بالمتغيرات الرئيسية في البحث، وهي: مقياس مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومقياس آليات التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي، ومقياس العوامل المؤثرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومقياس الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، ومقياس سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية المترتبة على استخدام هذه الشبكات.

واعتمدت الدراسة على صياغة وتقنين هذه المقاييس من خلال مراعاة تنوع مستويات القياس بها بما يمكن من حساب العديد من الاختبارات الإحصائية المرتبطة بتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، وبما يساهم في إثراء النتائج والوصول إلى مجموعة من التوصيات



القابلة للتنفيذ واقعياً. كما اعتمدت الدراسة عدداً من الخطوات في تقنين هذه المقاييس، بدءاً من الصدق الظاهري حتى الوصول إلى الصدق الإحصائي، وبالاعتماد على معامل الثبات من خلال ألفا كرونباخ، ثم حساب تحليل التباين الأحادي واختبار (T) للكشف عن متوسط الفروق بين عينة الدراسة في طبيعة استجاباتهم على مقاييس الدراسة.

ب) نوع ومنهج البحث

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية التحليلية، لأنها تهتم بتحديد واقع ظاهرة استخدام شبكات التواصل وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية، ولأنها تستهدف تقرير خصائص هذه الظاهرة التي يغلب عليها صفة التحديد، ووصفها وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها. ومن خلال هذا النوع من الدراسات، يحاول البحث تتبع تطور الظاهرة حتى وصلت إلى شكلها الحالي ورصد تأثيراتها المختلفة والعوامل التي أدت إليها. وهي دراسة تحليلية انطلاقاً من علاقة الظاهرة المدروسة بالعديد من المتغيرات المؤثرة فيها أو المؤدية إليها. وسوف تعتمد الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، بما يشتمل عليه من خطوات علمية ومنهجية. فهذا المنهج يستجيب لطبيعة القضية المطروحة التي تحتاج إلى تطبيق خطة ميدانية، يتم وفقاً لها تحديد التساؤلات أو الفروض، وعلى أساس الاختبارات الإحصائية القادرة على الفصل بين مختلف الجوانب الإشكالية في القضية المدروسة.

ج) أداة جمع البيانات

في إطار تحديد مشكلة الدراسة وجوانبها المختلفة، وفي ضوء الأهداف العامة لها، فقد تم تحديد استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات الميدانية، وتم تقسيم هذه الاستمارة إلى عدة محاور فرعية وفقاً لأهداف الدراسة. حيث يركز المحور الأول على الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لمستخدمي شبكات التواصل، وركز كل محور من المحاور التالية على محاولة الإجابة على أحد تساؤلات الدراسة أو تحقيق أحد أهدافها.

د) ثبات وصدق أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة في حساب الثبات على معامل ارتباط ألفا كرونباخ، كما اعتمدت على نوعين من الصدق هما الصدق الظاهري وصدق الاتساق الداخلي. حيث تم تحكيم الاستمارة (الاستبانة) من خلال عدد من المحكمين في تخصصات علم الاجتماع والإعلام والإحصاء، بغرض تحديد مدى ملائمة عبارات كل مقياس للهدف الرئيسي المراد قياسه، وترتب على ذلك حذف بعض العبارات وتعديل صياغة عبارات أخرى في بعض مقاييس الدراسة. واعتمدت الدراسة في حساب صدق الاتساق الداخلي من خلال معامل الارتباط الخطي (بيرسون) بين كل عبارة وإجمالي المقياس.

جدول (1) معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لمقاييس الدراسة		
معامل الثبات	عدد العبارات	المقاييس
0.83	15	1- دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
0.88	7	1- العلاقات الأسرية
0.84	4	2- العلاقة بالأقارب
0.76	4	3- العلاقة بالأصدقاء
0.81	6	4- العلاقات الافتراضية
0.79	7	5- مستخدمي الشبكات
0.94	28	إجمالي المقياس
2- تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية		
0.83	13	3- الآثار الإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
0.90	14	4- الآثار السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
0.86	13	5- تعزيز الاستخدام الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي.

وتوضح بيانات جدول (1) ثبات مقاييس الدراسة بالاعتماد على معامل ارتباط ألفا كرونباخ. ومنها يتضح وجود درجة مرتفعة من الثبات لأغلب هذه المقاييس بدرجة تسمح بإجراء التحليل الإحصائي دون حذف أي من عباراتها. وفيما يتعلق بالمقياس الأول (دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي) بلغ معامل الثبات 83%، في حين بلغ هذا المعامل للمقياس الثاني (تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية) 94%، وللمقياس الثالث (الآثار الإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي) 83%، وللمقياس الرابع (قلق المستقبل وأثره على الصحة والمرضى لدى الشباب الجامعي) 82%، وللمقياس الخامس (علاقة قلق المستقبل بفوبيا المستقبل لدى الشباب الجامعي) 70%، وللمقياس السادس (العلاقة بين النوع وقلق المستقبل لدى الشباب الجامعي) 72%، وللمقياس الأخير (رؤية الشباب الجامعي في مواجهة قلق المستقبل) 80%. ومن ثم تعكس هذه البيانات توفر درجة مرتفعة من الثبات لمقاييس الدراسة، حيث تراوحت هذه القيم بين 82% في حالة المقياس الرابع إلى 70% في حالة المقياس الخامس. وقد انعكس ذلك عند حساب معامل الثبات على مستوى إجمالي المقياس والذي بلغ 92%. وهو ما يشير إلى درجة مرتفعة من الثبات لمقاييس الدراسة وإجمالي المقياس.



جدول (2) صدق الاتساق الداخلي والثبات (في حالة حذف العبارة) لمقاييس الدراسة (الدوافع، والآثار الإيجابية، والآثار السلبية، وبيل تعزيز الاستخدام الإيجابي)

الآثار السلبية			الآثار الإيجابية			دوافع الاستخدام		
الثبات	الصدق	العبارة	الثبات	الصدق	العبارة	الثبات	الصدق	العبارة
0.82	0.33	1	0.82	0.33	1	0.83	0.38	1
0.82	0.45	2	0.82	0.45	2	0.83	0.39	2
0.82	0.46	3	0.82	0.46	3	0.83	0.39	3
0.82	0.39	4	0.82	0.39	4	0.82	0.50	4
0.81	0.49	5	0.81	0.49	5	0.82	0.44	5
0.81	0.53	6	0.81	0.53	6	0.81	0.60	6
0.82	0.39	7	0.82	0.39	7	0.81	0.60	7
0.81	0.57	8	0.81	0.57	8	0.82	0.49	8
0.81	0.55	9	0.81	0.55	9	0.82	0.47	9
0.81	0.49	10	0.81	0.49	10	0.82	0.44	10
0.81	0.54	11	0.81	0.54	11	0.82	0.51	11
0.82	0.43	12	0.82	0.43	12	0.83	0.42	12
0.81	0.51	13	0.81	0.51	13	0.81	0.57	13
0.82	0.33	14	0.82	0.33		0.81	0.53	14
			0.82	0.45		0.82	0.50	15

جدول (3) صدق الاتساق الداخلي لمقاييس تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية

المستخدمين			العلاقة بالأصدقاء			العلاقة بالأقارب			العلاقات الأسرية		
الثبات	الصدق	العبارة	الثبات	الصدق	العبارة	الثبات	الصدق	العبارة	الثبات	الصدق	العبارة
0.76	0.51	1	0.68	0.61	1	0.79	0.67	1	0.86	0.64	1
0.74	0.61	2	0.69	0.59	2	0.76	0.72	2	0.86	0.64	2
0.76	0.51	3	0.68	0.60	3	0.80	0.63	3	0.87	0.61	3
0.77	0.44	4	0.76	0.45	4	0.80	0.64	4	0.86	0.65	4
0.76	0.50	5							0.85	0.70	5
0.77	0.45	6							0.86	0.68	6
0.75	0.58	7							0.85	0.70	7

هـ) وحدة الدراسة

تتمثل وحدة الدراسة في الفرد (الشباب الجامعي، وأعضاء هيئة التدريس المستخدمين لشبكات التواصل). ويتضمن تحديد وحدة الدراسة على هذا النحو الافتراض بأن الشباب الجامعي يطور ثقافته وأساليب تواصله وعلاقاته مع الآخرين من خلال استخدامه للتقنيات الحديثة، وأن هذه التقنيات تؤثر تأثيراً كبيراً على ثقافته وتوجهاته وقيمه. ويهدف التعمق في التحليل اعتمد البحث على تحديد أعضاء هيئة التدريس في عينة الدراسة بهدف المقارنة بين قطاعات مختلفة من المستخدمين لشبكات التواصل، ومن فئات عمرية وثقافية مختلفة.

و) مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعات السعودية، واعتمدت الدراسة على اختيار عينة عمدية من هذه الجامعات. حيث تم تقسيم المملكة إلى خمسة أقاليم أساسية (شمال، وجنوب، ووسط، وشرق، وغرب). وحاولت الدراسة مراعاة الفروق الثقافية والاجتماعية والاقتصادية بين مختلف مناطق المملكة عن طريق اختيار عينة من المستخدمين لهذه الشبكات في عينة من الجامعات.

ووفقاً لتقسيم أقاليم المملكة تحددت عينة الجامعات على النحو التالي: شمال (جامعتي حائل والجوف بإجمالي عينة 226 مفردة)، وجنوب (جامعتي الباحة والمملك خالد بإجمالي عينة 209 مفردة)، ووسط (جامعات: الملك سعود، والأميرة نورة بنت عبد الرحمن، والمجمعة، والإمام محمد بن سعود الإسلامية بإجمالي عينة 487 مفردة)، وشرق (جامعتي فيصل وحفر الباطن بإجمالي عينة 222 مفردة)، وغرب (جامعتي طيبة والطائف بإجمالي عينة 243 مفردة).

وقد بلغ إجمالي ما تم توزيعه من استبانات على هذه الجامعات 2000 استبانة تقريباً، وكانت نسبة العائد منها 1700 استبانة تقريباً؛ تم استبعاد 313 استبانة غير مكتملة منها عند إجراء التحليل الإحصائي، ومن ثم بلغ إجمالي ما تم تحليله إحصائياً من استبانات 1387 مفردة من الطلاب والطالبات وأعضاء هيئة التدريس في هذه الجامعات.

الدراسات السابقة

ركزت عدة دراسات على شبكات التواصل وتأثيرها على التواصل الاجتماعي بين الأفراد، ولكن بشكل غير مباشر في كثير من الأحيان، وذلك في إطار دراسة تأثير الإنترنت على الشباب وقيمهم وعلاقاتهم الاجتماعية، أو في إطار الدراسات المتعلقة بتقنيات الإعلام الإلكتروني وتأثيره على المجتمع. وأغلب هذه الدراسات أجريت في العديد من المجتمعات العربية دون التركيز بشكل مباشر على تأثير هذه الشبكات على التواصل الاجتماعي (محلياً وعالمياً) بين الأفراد في المجتمع السعودي. وتم تقسيم هذه الأدبيات إلى ثلاثة محاور وفقاً للمجتمعات التي نفذت فيها إلى: دراسات محلية؛ وإقليمية، وأجنبية على النحو التالي:



أ) الدراسات المحلية

كما هدفت دراسة العطوى (2014) إلى التعرف أثر شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر) على اتجاهات الفكر السياسي لدى الشباب السعودي. وتوصلت إلى عديد من النتائج أبرزها أن أكثر من (75.3%) من الشعب السعودي يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، ويستخدمونها في التواصل مع الأهل والأقارب؛ وأن الفيس بوك وتويتر أثروا على الفكر السياسي للشباب السعودي وتشكيل اتجاهاتهم السياسية نتيجة تعرفهم على حياة الشعوب الأخرى. وعلمت الدراسة بأهمية نشر ثقافة سياسية تزيد من درجة الوعي السياسي لدى الشباب السعودي بما يحفزهم على ممارسة حقوقهم السياسية والمشاركة المجتمعية المؤثرة والفعالة.

أما دراسة الصويان (2014) عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة الاجتماعية للشباب السعودي، والتي توصلت من خلال دراستها الميدانية إلى تعدد استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي؛ وارتفاع تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على ثقافة الشباب السعودي وتنوعت هذه التأثيرات ما بين تأثيرات إيجابية وتأثيرات سلبية ومن أبرز التأثيرات السلبية انفصال الشباب عن الواقع الفعلي إلى حد كبير مقابل ارتباطه بالواقع الافتراضي والتأثير على اللغة إضافة إلى الكذب وضياع الوقت.

وتوصلت دراسة البناء (2014) إلى أن موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" يؤثر في الجوانب الاجتماعية والثقافية للمجتمع البحريني. فغالبيتها العينة تحرص على إظهار هويتها الحقيقية، وأغلبها تقضي أقل من ساعة يومياً على "التويتر". وتنوعت أشكال تفاعلهم عبر "تويتر" بين إعادة إرسال تغريدات للآخرين والمشاركة في الحوار والتعبير عن آرائهم. وتمثلت أهم أسباب استخدام هذا المجتمع لدوافع نفعية فردية كمعرفة الأخبار وتطورات الأحداث، والحصول على المعلومات، بالإضافة إلى حرية التعبير عن الآراء والأفكار.

كما توصلت دراسة أبوصعيليك والزيون (2013) إلى أن أهم الآثار الإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي: تعميق العلاقات الاجتماعية القائمة مع الأصدقاء والمعارف، وتعزيز المعلومات والمعارف العامة، وإزالة الحواجز النفسية والاجتماعية بين الجنسين. في حين تمثلت أهم الآثار السلبية في الإدمان على تلك الشبكات، والتأخر الدراسي، وتعزيز التعصب العشائري أو الإقليمي.

وركزت دراسة معتوق (2013) على اتجاهات استخدام طلاب قسم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعية. وتم تطبيق الدراسة على مجتمع الدراسة (طلاب وطالبات قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى بمكة المكرمة) خلال العام الدراسي 1433 - 1434هـ، ولتحقيق

هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي مستعيناً بالاستبانة الإلكترونية، وكان من نتائج الدراسة: أن غالبية مجتمع الدراسة (94%) تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، وأن ثلثي العينة يستخدمون مواقع مختلفة من الشبكات الاجتماعية وبالأخص موقع YouTube، كما توصلت الدراسة إلى أن الهواتف الذكية جاءت في المرتبة الأولى كأحد أدوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أما عن أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فكانت التواصل مع الأصدقاء.

وتناولت دراسة الأحمري (2012) استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت، بهدف التعرف على مدى استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وأي هذه المواقع أكثر جذباً لهم. وأجريت الدراسة الميدانية من خلال منهج المسح الاجتماعي على عينة من طلبة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بلغ حجمها (345) طالباً. وأظهرت النتائج أن البريد الإلكتروني والفايس بوك أكثر استخداماً من قبل الشباب، وأن الغرض من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يتمثل في سهولة التواصل مع الأصدقاء وأنها طريقة سهلة للتواصل مع الآخرين. وأوصت الدراسة بنشر الوعي بين الطلاب نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تناولت دراسة السقاف (Al-Saggaf, 2011) تجربة الفتيات السعوديات في التعامل مع شبكة الفيسبوك. وذلك من خلال إجراء مقابلات شخصية مع (15) فتاة سعودية ممن يستخدمن الفيسبوك، ممن تتراوح أعمارهن بين (19-24) سنة، ويدرسن في جامعة خاصة بالمملكة. وتوصلت الدراسة إلى أن الفتيات السعوديات يستخدمن الفيسبوك بهدف الحفاظ على روابط الصداقة القائمة مع أقرانهن الجدد والقدامى، وللتعبير عن شعورهن تجاه مختلف القضايا المطروحة ومشاركة الآخرين أفكارهم من خلال تحديث محتوى سيرتهن الذاتية على الموقع، بالإضافة إلى الترفيه عن أنفسهن من خلال الإجابة على أسئلة المسابقات واختبار المعلومات. كما توصلت الدراسة إلى أنه وبالرغم من أن معلومات المشاركات في الدراسة متاحة للجميع من مستخدمي الفيسبوك، فإنهن قلقات جدا على خصوصيتهن، وحتى تتمكن المشاركات من الإدلاء بأرائهن حول الأحداث الجارية، فقد عمدن إلى المشاركة في بعض المجموعات الحوارية على الشبكة. كما توصلت الدراسة أيضا إلى انه وبالرغم من أن بعض المشاركات اعترفن بفضلهن الفيسبوك يجعلهن يشعرن بالثقة أكثر، وبأنهن أصبحن اجتماعيات أكثر، إلا أن البعض الآخر منهن أبدين تخوفهن من أن هذه الشبكة يمكن أن تؤثر على علاقتهن بأسرهن وعلى تحصيلهن الدراسي.



ب) الدراسات العربية

وتناولت دراسة جرار (2011م) المشاركة بموقع الفيسبوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقات الأسرية، على اعتبار أن طبيعة علاقة الشاب بأسرته من أهم المؤشرات على طبيعة تفاعله مع مجتمعه الحقيقي، ولكون الأسرة أحد أهم الركائز الأساسية لتوارث الذاتية الثقافية للشعوب واستمرارها. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وأسلوب المسح الاجتماعي من خلال الاستبيان في جمع البيانات. وأظهرت الدراسة أن نسبة الشباب الأردني المشترك في الفيسبوك تبلغ (74.4%) من مجمل الشباب الأردني، وأن نسبة الذكور المشتركين في الموقع (56%) وهي أكبر من نسبة مشاركة الإناث (44%)، وأن ما يقرب من ثلاثة أرباع المشتركين يقومون بتفقد الموقع يوميا (73.8%)، وأن أكثر من نصف الشباب المشترك في الموقع (57.4%) يعتقدون أن اشتراكهم قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، ورأى (45.6%) من المشتركين أن اشتراكهم في الموقع أثر على حياتهم إيجابيا، و(14.2%) لم يستطيعوا أن يحددوا فيما إذا كان اشتراكهم في الموقع أثر أو لم يؤثر على حياتهم.

وركزت دراسة الدماري (2010) على الطلاب والشبكات الاجتماعية مع التطبيق على عينة من طلبة كلية الفنون والإعلام بجامعة الفاتح في ليبيا لمستخدمين لفيس بوك. بهدف دراسة الإشباع التي يحققها الفيس بوك لمستخدميه. وتوصلت الدراسة إلى إن الفيس بوك يستخدم من معظم الطلبة، وأن السبب الرئيس لاستخدامه هو اكتساب معارف وتعمق أكثر بالعالم والتواصل مع أناس ذا اهتمام مشترك. كما اجمع كل الطلبة أن الاستخدام المفرط للفيس بوك يؤدي إلى الكسل والتراخي، إلا أنه يُوجد إشباع اجتماعي ويوثق التواصل بين الزملاء حتى في أوقات العطلات، ويشبعهم حاجاتهم المعرفية عن العالم مما يدعم عملية طرح الأفكار الجديدة النقاش في المناهج الدراسية والمحاضرات واكتشاف طرائق أفضل لمراجعة الدروس (الدماري، 2010).

وتناولت دراسة حسن (2009) أثر الوسائل الاتصالية الحديثة على طبيعة وحجم العلاقات والتفاعلات الاجتماعية والاتصالية داخل الأسرة المصرية والقبطية، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية متعددة المراحل حجمها (600) مفردة موزعة ما بين صغار السن والوالدين في قطر ومصر، في محاولة للوصول إلى رؤية محددة نحو ترشيد استخدام هذه الشبكات التقنية الحديثة. وتوصلت إلى أن هناك ارتباطاً سلبياً بين معدل استخدام المواقع الاجتماعية ومستوى التفاعل الاجتماعي بين الأفراد، وبين معدل الاستخدام وانخفاض مستوى التحصيل الدراسي لدى أفراد العينة، وأن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين زيادة معدل الاستخدام واتجاه المبحوثين نحو تكوين علاقات اجتماعية ثابتة ومستقرة وليست عابرة، وأنه كلما شعر الأفراد بالخصوصية باستخدام جهاز الكمبيوتر زاد انعزالهم عن الواقع وانخفض مستوى تفاعلهم الاجتماعي، بعكس أقرانهم

الذين يستخدمون الكمبيوتر في مكان لا يتمتع بالخصوصية ويستطيع المحيطون بالفرد الوصول إليه أو على الأقل مشاهدته، كما توصلت الدراسة إلى أن الفيسبوك واليوتيوب والميسيس احتلت مواقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لأفراد العينة الذين يعتبرون أن أصدقاءهم يعدون المرجع الأول في حالة حدوث مشكلة لهم.

كما تناولت دراسة خضر (2009) الآثار النفسية والاجتماعية المترتبة على استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك)، ودوافع هذا الاستخدام، وطبيعة العلاقات الاجتماعية والصداقات التي يكونها الشباب المصري وألوية تفضيلهم لها عند التعامل مع أصحابها، وحالتهم النفسية والاجتماعية من خلال استخدامهم لموقع الفيس بوك. وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الفيسبوك بدافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع الاستخدام لدى طلبة جامعة القاهرة والجامعة البريطانية، وأن مشاهدة ألبومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسونها على هذا الموقع، وأن التفاعل الاجتماعي عبر موقع الفيسبوك يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين وإبداء الرأي الحر. وتمثلت أهم الآثار السلبية التي تنعكس على سلوك الأفراد في: ضعف التفاعل الاجتماعي، والميل إلى العزلة الاجتماعية، وتضاؤل المشاركة في الأنشطة الاجتماعية في المجتمع، وتدني مستوى الصحة النفسية للأفراد وشعورهم بالوحدة والملل والاكتئاب والقلق (خضر، 2009).

وركزت دراسة حلي (2008) على تأثير الاتصال الإلكتروني عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية، من خلال دراسة ميدانية في المجتمع القطري، وطبقت على عينة عشوائية بلغت 471 مبحوثاً، واعتمدت على منهج المسح الاجتماعي من خلال استمارة الاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى وجود تفاوت واضح بين الذكور والإناث في استخدام هذه الشبكات عبر الإنترنت، وأن الإناث أكثر استخداماً لهذه الشبكات من الذكور فيما يتعلق بالعلاقات الأسرية والتواصل الاجتماعي مع أفراد الأسرة، في حين يستخدم الذكور هذه الشبكات في التواصل الاجتماعي مع الآخرين خارج نطاق الأسرة مع أصدقائهم ومعارفهم داخل وخارج المجتمع. وبلغت حدود التواصل الاجتماعي من خلال هذه الشبكات حدوداً تسمح بقبول تكوين علاقات عاطفية قوية لدى 28.8% من عينة الدراسة ممن لا يمانعون فكرة الزواج عبر الإنترنت.

كما تناولت دراسة المجالي (2007) استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي في المجتمع الأردني، من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مؤتة بلغ عددها (325) مبحوثاً. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن تأثير استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية يزداد في حالة استخدام الطلبة للإنترنت بمفردهم وكلما زاد عدد ساعات الاستخدام اليومي، وأن أكثر استخدامات الإنترنت تكون لغايات علمية وبحثية، وتتم في معظمها



داخل الحرم الجامعي. كما توصلت الدراسة إلى وجود اختلاف درجة تأثير استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية وفقاً لبعض المتغيرات النوعية، كالجنس، والعمر، ونوع الكلية، والمستوى الدراسي والدخل الشهري.

حاولت دراسة الكندري والقشعان (2001) بحث علاقة استخدام شبكة الإنترنت بالعزلة الاجتماعية لدى طلاب جامعة الكويت. فقد أجريت على عينة من (597) طالباً وطالبة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها أن (74.7%) تقريباً من عينة الدراسة المستخدمين للإنترنت قد تعلموها بمفردهم ودون مساعدة أحد، وأن (25%) من إجمالي العينة قد تعلموا استخدام الإنترنت من خلال الأصدقاء والأقران. وأشارت النتائج إلى ارتفاع متوسط عدد ساعات استخدام الإنترنت في الأيام العادية بالنسبة للذكور 3.26 ساعة، والإناث 2.98، بينما تجاوزت ذلك في أيام العطل والإجازات لتصل إلى 5.43 ساعة للذكور، و4.43 بالنسبة للإناث، مما أوجد سلوكاً سلبياً على الفرد في مجمل علاقاته الاجتماعية.

ج) الدراسات الأجنبية

ركزت أغلب الأدبيات الأجنبية حول شبكات التواصل الاجتماعي على التأثيرات الإيجابية لها على الثقافة والقيم والعلاقات الاجتماعية العابرة لحدود الزمان والمكان والمجتمعات والثقافات. فقد أوضحت دراسة أوجار (2015) أن التطورات التكنولوجية غيرت من طريقة التواصل مع الأصدقاء والعائلة وطرق تكوين الصداقات الجديدة، كما أشبعت الرغبة في الاستكشاف والتفاعل والاختلاط مع الآخرين. ولكن يمكن أن يؤدي الإفراط في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى التأثير سلباً على الأسرة والعلاقات الحميمة، ويقلل من العلاقات المباشرة، ويمكن أن يؤدي إلى سوء الظن وانعدام الثقة وانهيار العلاقات الاجتماعية (Augar, 2015).

ومن منظور نفسي؛ تناولت دراسة لاري (2011) أثر شبكات التواصل على الشباب في المناطق الحضرية، وكذلك السلبيات والإيجابيات المحتملة لاستخدام الفيسبوك. وتوصلت إلى أن الشباب الذين يستخدمون الفيسبوك لديهم ميول نرجسية وبعض الاضطرابات النفسية، وبعض السلوكيات المعادية للمجتمع، والهوس، والميول العدوانية. وأوضحت أن الإفراط اليومي في استخدام هذه الوسائل التقنية يؤدي إلى تأثير سلبي على المراهقين عن طريق جعلهم أكثر عرضة للقلق والاكتئاب والاضطرابات النفسية وأكثر عرضة للمشاكل الصحية في المستقبل. وفيما يتعلق بالإيجابيات المتعلقة باستخدام الفيسبوك، أظهر الشباب الذين يستخدمونه لفترات طويلة قدر أكبر من "التعاطف الظاهري" لأصدقائهم عبر الإنترنت، كما يمكن للشبكات الاجتماعية على

الإنترنت أن تساعد المراهقين الذين يعانون من الانطواء من التواصل اجتماعيا بأمان من خلال الشاشات المختلفة، بدءا من الهاتف الذكي إلى جهاز الكمبيوتر المحمول (Larry, 2011).

وانطلقت دراسة هامبتون (Hampton, 2011) من التساؤلات المثارة حول تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية (فيسبوك- تويتر- ماي سبيس) على حياة المستخدمين، وخاصة على عزوف الأفراد عن المشاركة في الحياة الاجتماعية، وتفكك العلاقات الاجتماعية؛ وكيفية استخدام هذه التقنية وارتباطها بعوامل الثقة بالآخرين والتسامح والدعم الاجتماعي والمشاركة السياسية. وتوصلت إلى أن الشبكات الاجتماعية تساعد المستخدمين على الانخراط في الحياة العامة وتقوية دعائم المشاركة السياسية والاجتماعية.

ولم تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة بروك (Bruke Moira, 2011). حول تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات والتفاعلات لدى الشباب الأمريكي، حيث أوضحت أنه رغم استخدام عدد كبير من الشباب لهذه الشبكات، فإنه يغلب على طبيعة العلاقات الناتجة عنها ذات طبيعة مؤقتة وليست وثيقة بدرجة مماثلة للعلاقات بين الأصدقاء في الواقع، كما أن مستخدمي هذه الشبكات يحظون باندماج اجتماعي أفضل وعلاقات أقوى من نظرائهم الذين لا يستخدمونها.

وهذا ما أكدته دراسة ميشيل (Mecheel, 2010) حول أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية في بريطانيا، حيث أظهرت أن أكثر من نصف الأشخاص الذين يستخدمون هذه الشبكات يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم، وأنها تسببت في تغيير أنماط حياتهم وعلاقاتهم الاجتماعية.

وتناولت دراسة مجلة الجمعية الأمريكية (2010) الحوارات العامة في المواقع الشبكات الاجتماعية وأغراضها، حيث أوضحت أن مواقع الشبكات الاجتماعية مثل ماي سبيس وفيس بوك تعتبر مواقع هامة للاتصال بين الأشخاص وخاصة الشباب، وتم إجراء الدراسة على 2293 من أعضاء ماي سبيس وفيس بوك في الولايات المتحدة. وتوصلت إلى أن معظم العينة ليس لهم حوارات هادفة، وأن معظمها تتجه إلى الاستمالة الاجتماعية، وأن هذه الشبكات تمكن الأصدقاء من التواصل فيما بينهم، ومعظمهم يناقش اهتمامات شخصية كالرياضة والموضة. (مجلة الجمعية الأمريكية، 2010).

وحاولت دراسة نيلامالار (Neelamalar, 2009) تقييم مدى استخدام الشباب الهندي لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على التفاعلات والسلوك الاجتماعي. وتوصلت إلى أن أغلب العينة (54%) يستخدمون واحدة أو أكثر من شبكات التواصل الاجتماعي، وأن 95% من هؤلاء



المستخدمين يقضون على هذه المواقع من ساعة إلى أقل من خمس ساعات يومياً، كما أن 42% من هؤلاء الشباب لهم أصدقاء على هذه الشبكات من داخل وخارج المجتمع الهندي.

كما تناولت دراسة والس (Walz, 2008) واقع استخدام الطلاب الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالانتماء لديهم. وتكونت عينة الدراسة من (141) طالباً من مستخدمي هذه المواقع في جامعة هارتفورد بالولايات المتحدة. وأوضحت ارتفاع مستوى استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك، ووجود علاقات إيجابية بين عدد الساعات التي يقضيها الطلاب يومياً في استخدام هذه المواقع وبين تعزيز شعورهم بالانتماء.

وأوضحت دراسة ستيفاني (2008) أن مواقع الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك وماي سبيس) هي الأكثر شعبية بين الشباب، وأنهم يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية للتواصل الاجتماعي مع الآخرين. وتستخدم الفئات العمرية الأعلى في عينة الدراسة لهذه المواقع بهدف التواصل مع الأصدقاء وأفراد العائلة، في حين يستخدم الشباب هذه المواقع بهدف الترفيه والتعرف على أصدقاء جدد من ثقافات ومجتمعات مختلفة.

كما توصلت دراسة ناي وإربنج (Nie, Erbing, 2000) إلى أن ارتفاع معدل استخدام الإنترنت على مستوى العالم قد أدى إلى ضعف التواصل والعلاقات الاجتماعية المباشرة مع الأقارب والأصدقاء. وفي مقابل ذلك زادت العلاقات الافتراضية على المستوى العالمي مع تجاوز حدود الزمان والمكان. ولذلك توقعت الدراسة حدوث موجه من العزلة الاجتماعية في الولايات المتحدة، وأن العالم من الممكن أن يتحول إلى عالم من دون وجود دور للعاطفة. حيث أصبح لدى الكثير من مستخدمي المواقع الاجتماعية أشخاص بدلاً لتكوين العلاقات الشخصية معهم، دون الحاجة للتفاعل معهم وجهاً لوجه، وهو ما أدى إلى ضعف التواصل الاجتماعي المباشر مع الأصدقاء والأقارب.

د) موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

ويتضح من خلال استعراض التراث البحثي المتاح حول تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية أن الاهتمام بهذه البحوث قد مر بعدة مراحل بدأت بمرحلة غلب عليها طابع الانتماء بهذه الشبكات مع التركيز على التمييز بين إيجابيات هذه الوسائل وسلبياتها. ووفقاً لتحليل بخيت (2015: 2) لم تفض هذه المرحلة الاستكشافية إلى إنجازات بحثية كبيرة كما لم توضح علاقة هذه الشبكات بالفرد والمجتمع. وفي المرحلة الثانية زاد الاهتمام بدراسة تأثير هذه الشبكات على العلاقات والروابط الاجتماعية، وتأثيراتها السلبية على القيم والسلوك والاعترا ب الاجتماعي والعزلة. غير أن هذه الدراسات لم تصل بعد إلى الدرجة الكافية التي تمكن من تطوير أطر نظرية ومنهجية مفسرة لتأثيراتها.

ويلاحظ أن أغلب هذه الدراسات ركزت على التحليل الكمي، من خلال منهج المسح الاجتماعي، وأدوات الاستبيان والمقابلة، واغلبها طبق على عينة من الشباب وطلاب الجامعات. والملاحظ أن أغلب الدراسات العربية ركزت، وما زالت، على بحث الآثار السلبية والإيجابية للشبكات الاجتماعية، رغم أن الدراسات الحديثة قد تخطت ذلك إلى محاولة الكشف عن كيفية توظيف واستثمار تلك الشبكات والتجمعات الافتراضية في العديد من المجالات والنظم المجتمعية (التعليمية والتجارية والطبية والاقتصادية والسياسية... الخ).

وانطلقت أغلب هذه النظريات من توجهات نظرية تعتمد على تحليل الفاعلين من مستخدمي هذه الشبكات، وأهدافهم من هذا الاستخدام، وما يترتب على ذلك من إيجابيات وسلبيات. وفي المقابل يلاحظ أن الدراسات الحديثة قد ركزت على دور البنية الاجتماعية في تفعيل استخدام هذه الشبكات، حيث تحول هذا الاستخدام إلى شكل مؤسسي يتم الاعتماد عليه في تحقيق الأهداف الفردية والمؤسسية. ومن ثم فإن التركيز في الدراسات الحديثة لم يعد منصباً على الفرد المستخدم لهذه الشبكات بقدر ما أصبح يركز على أساليب تفعيل هذا الاستخدام لتحقيق أهداف المؤسسة.

ومن ثم، اقتربت هذه الدراسة من العديد من الدراسات التي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي وإيجابياتها وسلبياتها وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية، ولكنها تختلف في العديد من الجوانب، أولها ما يتعلق بشمول الدراسة للعديد من المناطق الجغرافية في المملكة، وبالتالي راعت الفروق والاختلافات الثقافية داخل المجتمع السعودي. ورغم تناول الدراسة في بعض مباحثها للآثار الإيجابية والسلبية لهذه الشبكات، فإنها ركزت أيضاً على أساليب تفعيل الآثار الإيجابية والحد من الآثار السلبية لها في المجتمع، وكذلك ربط متغيرات الدراسة بالعديد من المؤشرات ذات الصلة مثل الجنس والدخل والتعليم والفئات العمرية ومستوى المسكن وطريقة المعيشة. وهذا من شأنه أن يثري التحليل والبحث في كشف النقاب عن جوانب الدراسة.

الإطار النظري

أولاً: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

تمثل شبكات الاتصال الاجتماعي ثورة من التواصل الإنساني الذي يعيشه العالم اليوم والذي يدخل البشرية مرحلة تاريخية غير مسبوقة لم تمثلها أية مرحلة سابقة من التاريخ البشري الاتصالي والإعلامي؛ حيث ساعدت التقنية على زيادة فاعلية تواصل أفراد المجتمعات والشعوب بعد ابتكار شبكات التواصل الاجتماعي؛ مما فتح الباب على مصراعيه لتبادل ونشر البيانات



والمعلومات بطريقة غير مكلفة وتلبي احتياجات الإنسانية الاتصالية جذت معها أغلبية أفراد المجتمع وأثرت عليهم وعلى سلوكهم وثقافتهم وحتى على عاداتهم وتقاليدهم المرسخة.

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها شبكات اتصال جديدة تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراض يجمعهم من خلال الإنترنت حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص بهم؛ ومن ثم يتم ربطهم من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات عن طريق خدمات التواصل المباشر (راضي، 2012).

وهي مواقع اجتماعية إلكترونية على الانترنت تتيح لمستخدميها إنشاء مدونات إلكترونية، وإجراء المحادثات، وإرسال الرسائل، ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو والملفات، ونشر ملفات، والكتابة حول موضوعات محددة من الممكن أن تدخل ضمن دائرة اهتمام مشتركين آخرين، وتمكنهم من التعليق عليها وإبداء آرائهم فيها.

كما أنها شبكات اجتماعية تفاعلية، تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت وفي أي مكان. وهي تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات. وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توصل العلاقة الاجتماعية فيما بينهم. وتقوم على إتاحة التواصل بين المستخدمين سواء أكانوا أصدقاء في الواقع أو في العالم الافتراضي (المنصور، 2012م، ص 25).

تتعدد وتنوع مفاهيم وأبعاد وأنشطة شبكات الاتصال الاجتماعي وسيتعامل معها هنا بمفهوم واسع يشمل جميع أشكال الشبكات الاتصال الاجتماعي الإلكترونية التي يمكن استخدامها عن طريق الإنترنت في قالب رقمي تفاعلي يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت واستخدام جهاز الكمبيوتر أو اللوحات الإلكترونية أو الهواتف الذكية كأدوات محورية لعملية الإنتاج والعرض (كوبيي، 2014).

ثانياً: أهمية شبكات الاتصال الاجتماعي

أدت وسائل الاتصال الحديثة وفي مقدمتها شبكات الاتصال الاجتماعي الإلكترونية إلى سرعة تدفق الأخبار والمعلومات بين الشعوب والأمم مما جسد فعلياً فكرة العولمة بتطوير العلاقات بين الأمم والمجتمعات على المستوى العلاقات والأفكار والمعلومات والاقتصاد وتبادل السلع والخدمات والتعليم وذلك يمثل فعلياً مفهوم العولمة التي تزول معها الحواجز والحدود ليمارس الناس والمجتمعات كثير من أنشطتهم بوسائلهم وأساليبهم الخاصة التي ليس للدولة أو المؤسسات والشركات أو الإعلام دور فيها.

وذلك يفيد في تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان وتوجيهها لبناء الإبداع وزيادة مجالات المعرفة لدى المجتمع وزيادة قدراتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغير وهذا له دور مهم في بث المعلومات واستيعاب السياق الاجتماعي والتكيف معه وتطويره.

ويعكس أهمية وسائل التواصل الاجتماعي دورها المؤثر في تبادل المعلومات والأفكار والآراء هو استيعابها لجميع أبعاد الإعلام الإلكتروني من خلال إمكانية التواصل باستخدام الصوت والصورة والحركة فهي عبارة عن مجموعة من الشبكات تنح مستخدميها إمكانات متعددة تتضمن التواصل فيما بينهم بأصوات أو صورة أو كلاهما وتسجيل الملاحظات والتعليقات حول أي موضوع (محمد، 2011: 5).

وتستطيع شبكات الاتصال الاجتماعي إذا وظفت بطريقة صحيحة أن تسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات وغيرها من القيم التي ينطلق منها أي مشروع ثقافي معرفي. وذلك يعطي فرصة كبيرة للبلدان العربية والنامية بصفة خاصة للتطوير والنمو بشكل أسرع لاستطاعتها على تحقيق التوازن الإعلامي مثلها مثل الدول المتقدمة حيث كان ينظر سابقاً إلى أن البلدان المتقدمة علمياً وتقنياً هي البلدان التي تملك إعلام قوي مما كان يقلل من فرصة الدول الأخرى الأقل تطوراً على بناء إعلام قوي قادر على أن يلعب دوراً في تنميتها وفي التوازن بينها وبين بلدان العالم. حيث تعد شبكات التواصل الاجتماعي إعلاماً بديلاً يولد من خلالها الأفكار والأساليب والطرائق للتنظيم والتعاون بين أفراد المجتمع والمجتمعات؛ ويمارس فيها النقد ومناقشة الموضوعات الحساسة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بحرية؛ مما جعل الأكثر تفضيلاً على شبكات الإعلام التقليدية المرئية والمسموعة والمقروءة.

إن الهدف من وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط تبادل الأفكار والآراء والاهتمامات المشتركة والظواهر المعاصرة ولكن البحث عن حلول وتقديم الاقتراحات للقضايا والمعضلات في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية مستفيدة من خصائصها بتجميع الأفراد ذوي الميول والاتجاهات المتقاربة وتواصلهم (مكتبي، 2011: 3). وترتب على ذلك:

- كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى وظهور إعلاميين جدد غير متخصصين في الإعلام لأنهم استطاعوا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتفوقوا بها على المحترفين من أهل الاختصاص.
- ظهور إعلاميين من الجمهور للجمهور.
- ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة.
- ظهور منابر جديدة للحوار حيث بوسع أي فرد أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويعلق بكل حرية وبسرعة فائقة.



- المشاركة في الأجندة بحيث نجح الإعلام الجديد في كثير من الأحيان على تسليط الضوء بكثافة على قضايا تهمة وجعل لها الأولوية بالنقاش والمعالجة رغم أنها كانت مسكوت عنها وسائل الإعلام التقليدي أو يتجنب مناقشتها.
- نشوء المجتمع الافتراضي والتي سخرت وسائل الإعلام الجديد بشبكات الاجتماعية لبناء مجتمعات ذات خصائص مهنية وثقافية وتربوية ذات قوة وترابط وفاعلية وإنجاز أكبر من المجتمع الواقعي الذي يعيش به الفرد رغم كل الاختلافات التي يمكن أن تكون من مكان ووقت وعمر ... مما نقل الإعلام إلى مرحلة التخصص لتفتت الجمهور إلى مجموعات صغيرة بدلاً من الجماهير العريضة في وسائل الإعلام التقليدية (العنزي، 2015).

ثالثاً: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

- تشارك وسائل التواصل الاجتماعية في خصائص رئيسية، ومن أبرزها:
- الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية (Profile Page): والتي من خلالها يمكن للمستخدم معرفة اسم الشخص ومعلوماته الشخصية من جنس وبلد وتاريخ ميلاد واهتمامات... وغيرها من المعلومات.
 - الأصدقاء / العلاقات (Friends) / Connections: وهم الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص ويُطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقاؤك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء.
 - إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.
 - ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق.
 - المجموعات: تتيح عدد من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام لأهداف محددة ويمسى معين؛ ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين.
 - الصفحات: بدأ بهذه الفكرة الفيس بوك، واستخدمتها تجارياً حيث يتم إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها

لفئة يحدونها من المستخدمين وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي (منصور، 2012: 22-24).

وحيث إن وسائل التواصل الاجتماعي شأنها شأن أي ظاهرة لها إيجابياتها وسلبياتها التي ترجع لطبيعة خصائص تلك الوسائل أو للطريقة التي استخدمت بها فإنه يمكن تحديدها بالعناصر التالية:

أ. إيجابيات شبكات التواصل

فالمنطق يقول إن وسائل التواصل الإلكترونية لم تحتل تلك المكانة التي هي عليه في الوقت الراهن إلا لوجود إيجابيات عديدة نجحت في توفيرها لمستخدميها لتحقيقها الاتصال والتفاعل الاجتماعي المتبادل الذي يحتاجه الفرد والجماعات. حيث تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بعدد من المزايا الإيجابية التي تتمثل أبرزها في العناصر التالية:

التفاعلية: لأنها تلغي سلبية الأعلام القديم وتتيح مجال المشاركة التفاعلية بين المستقبل والمرسل فالفرد فيها متلقى ومشارك في نفس الوقت، فتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية وليس أحادية الاتجاه. سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية نوعت أدواتها ولغة التواصل بها باستخدام الحروف والصوت والرموز والصور لتسهيل الاستخدام والتفاعل.

الكونية والعالمية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية أُلغيت معها جميع الحواجز الجغرافية والمكانية والحدود الدولية، وفتحت المجال لجميع أفراد العالم التواصل بكل بساطة وسهولة وكأنهم يعيشون في مكان واحد (أبوشنب، 1437).

اندماج الشبكات: في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص والصوت.

الانتباه والتركيز: نظراً لأن المتلقي يقوم بدور فاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز بعكس الدور السلبي للمتلقى في وسائل الإعلام القديمة.

التخزين والحفظ: يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها والاستفادة منها وإرساله مرة أخرى.

الحركة والمرونة: هي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد سواء كان مستقبلاً أم مرسل (الشميمري، 2010).



الاقتصادية والتوفير: في المال والجهد والوقت ففي ظل مجانية الاشتراك والتسجيل ألغى معها جانب الاحتكار على الطبقة القادرة مادياً وفتح المجال للجميع على امتلاك حيز من الشبكة للتواصل الاجتماعي مع من يرغبون.

التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا.

المشاركة والانتشار: لأنه تتيح لكل شخص أن يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين.

يتضح من المميزات الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي توفر العناصر التي تساعد على التفاعل الاجتماعي الإيجابي والذي يعد من أهم مظاهرها هو تقييم الذات والآخرين وإعادة التقييم والتقييم المستمر ؛ وأن كان ذلك يتوقف على شخصية الفرد ومكانته الاجتماعية والشبكة الاجتماعية التي يتصل معها وطبيعة الروابط والتفاعل الاجتماعية التي يمارسها وتهمهم (زهرا، 1984) حيث يعتمد التفاعل الإنساني على الاتصال بين الناس وتبادل الأفكار ومخاطبتهم لبعضهم البعض والتي يعبر عن البيئة الثقافية التي يعيشون فيها وينتمون إليها مما يساعد على تقارب اتجاهاتهم وأفكارهم أتجاه القضايا العامة المشتركة (كوبوسومي، 2001). ويرى الشرفاوي أن هناك مجموعة من العوامل التي يتحقق معها التفاعل الاجتماعي الإيجابي والتي منها:

- تأكيد قيمة الأهداف المشتركة بدلاً من الأهداف الفردية التي تهتم بالذات.
- الشعور بمسؤولية الفرد داخل الجماعة عن طريق التضامن مع الآخرين في أداء المهام المحققة لأهداف الجماعة.
- إحساس الفرد بجذب الجماعة المستمر له.
- تنسيق الأنشطة بين الأفراد وفعاليتها في تحقيق أهداف الجماعة.
- تأكيد كل فرد لولايته نحو الجماعة بالفعل والقول والتفكير والإحساس (الشرفاوي، 2000).

كما يلاحظ من مميزات وإيجابيات وسائل التواصل الإلكترونية أنها استطاعت التخلص من السلبيات السابقة التي كانت توجد في الإعلام التقليدي الذي تتمثل بالسيطرة التي كانت تدير نظام مدخلاته الدول الكبرى من الولايات المتحدة الأمريكية والدول الغربية مما يسيطر على عملية المخرجات حسب الطريقة التي أدير بها تحويل تلك المدخلات مما يزيد من سيطرة تلك الدول على العالم سياسياً واقتصادياً وثقافياً. كما أن وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية استطاعت أن تقلص من الاحتكار والعنصرية وعدم العدالة والإخلال بتحالف كثير من الشركات لصالح الإعلام والتواصل الحر الذي أعاد

تصميم المجتمعات ومراكز اتخاذ القرارات ومقاومة الظلم بحرية النشر والمطالبة. وان كان البعض يرى أن ثورة الاتصالات والمعلومات زادت من سيطرة الولايات المتحدة الأمريكية على العالم لاستخدامها تلك الشبكات بتصنيع الأزمات وتهيئة المسرح الدولي للخلاف والحروب بنفس الأسلوب الذي بررت فيه الصحافة في القرن التاسع عشر للحروب البريطانية والفرنسية (شمو، 2002: 99).

- 1- خفض تكلفة الاتصال وتحسين تأثيره: حيث لوسائل التواصل الاجتماعي دور في خفض تكلفة الاتصال بالإضافة إلى دورها في تحسين تأثير الاتصال باستخدام جميع وسائل الإعلام الإلكتروني التي تؤدي دوراً مهماً في تحقيق ميزة التفاعل اللاحق أو المباشر وتتيح التفاعلية للمستخدم إمكانية التفاعل المباشر مع مصممي الموقع وكذلك مجموعة الأعضاء وعرض آرائه بشكل مباشر عبر الموقع وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين حول الموضوعات التي يتناولها الموقع أو طرحها زوار ومستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية، كما يتيح التفاعلية وإمكانية السيطرة والتحكم بالمعلومات وإرسالها وتبادلها أو الحصول عليها عبر البريد الإلكتروني، وكذلك تفضيل الشخصي للمعلومات المرغوبة من موضوعات ومقالات إخبارية أو خدمات (جمعة، 2012: 10).
- 2- عرض الموضوعات والتعليقات كاملة دون حذف: تتيح وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية في ضوء استيعابها الفائق لعرض مضمون الموضوعات دون التقييد بالمساحة المخصصة للنشر كما هو في وسائل الإعلام التقليدية التي تقيّد بمساحة محددة لنشر مقاله في الصحافة الورقية مما يجبر الناشر على اختصار المقالات لتحقيق التوازن بين المساحات المخصصة للتحليل والإعلان. كما كان توفيق الناشر إلى مساحة مخصصة للتحليل مهمة ليست سهلة وتخضع لاحتياجات الجمهور في حين تسمح وسائل التواصل الإلكترونية بإنشاء وتصفح صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد يمكن من إيجاد نسيج إعلامي حقيق يستخدم أنماطاً مختلفة من المقاربات والمصادر والوسائل الإعلامية ترتبط فيما بينها جميعاً بشبكة من المراجع (جمعة، 2012: 2).
- 3- التواصل مع الأهل والأصدقاء: حيث تسهم وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية إلى تسهيل التواصل مع الأهل والأصدقاء في أي مكان بنفقات لا تتعدى الاشتراك بالإنترنت وبتكلفة لا تقارن بتكلفة المكالمات الهاتفية الباهظة (مكتبي، 2011: 4).
- 4- التقارب الثقافي والاجتماعي: لا شك أن وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية الاجتماعية قد قاربت بين الثقافات والمجتمعات وشرائح المجتمع والذي ينعكس على التطور الحضاري لاسيما في انتقال الحضارة من الدول المتقدمة للدول التي أقل منها تطور والنامية ويتطلع أفرادها لحياة ومستوى معيشة أفضل (كتوغة، 2012: 494).



- 5- المرونة: مرونة الاتصال التفاعلي والسهولة في تبادل المعلومات والبيانات والملفات فضلاً عن إمكانية معالجة المعلومات وتخزينها بأشكال وطرائق مختلفة تسمح بعرضها بأشكال وأنماط متعددة دون اختصارها أو الحذف منها كما قد يحدث في الإعلام التقليدي؛ والأمر الذي يتيح للمستخدم الوصول على كم كبير من مصادر المعلومات والمواقع ويعطي فرصة لاختيار الأفضل منها حسب المعايير المطلوبة من قبل المستخدم (جمعة، 2012:11).
- 6- ترسيخ مبادئ التفاهم والتجانس والتفاوض: هو ترسيخ مبادئ التفاهم والتجانس والتفاوض وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والبيانات باستخدام أساليب حوارية تركز على الإقناع والحجج والبراهين مما يقود إلى التلاحم وتعزيز الوحدة الوطنية والإنسانية بشكل عام والذي يؤمل أن يقود إلى حل كثير من المشاكل العالمية من عنصرية وتعصب للجنس أو الفكر أو الدين (الحازمي، 2014:5).
- 7- تكوين رأي عام واحد: تساعد وسائل التواصل الإلكترونية في تشكيل رأي عام موحد تجاه قضية أو موضوع ما مع عرض وجهات النظر المختلفة والأطراف المؤيدة والأطراف المعارضة والتعليق على كل منها بمساندة رأي ومعارضة آخر؛ الذي ينشر الديمقراطية التي تقوم على التشاور والمشاركة وتعدد الحلول المطروحة للمشكلات واختيار أفضلها (محمد، 2011:8).
- 8- تعدى الحواجز الجغرافية: وسائل التواصل الإلكتروني تتميز بإزالتها الحواجز الجغرافية لجميع مشتركها في العالم بعكس وسائل الاتصال التقليدية التي تتقيد بحدود جغرافية أماكن توزيعها؛ وحتى أن بعض الوسائل الإعلامية التقليدية تجاوزت محلها فإنها تفضل محدودة الاطلاع في العالم وهذا ما يجعل حتى وسائل الاتصال التقليدية تعمل على إيجاد نسخة إلكترونية لها على الإنترنت (جمعة، 2012:12).
- ويرى السديري أن إيجابيات وسائل التواصل الإلكترونية أضافت مميزات غير مسبوقه من الاتصال التفاعلي الاجتماعي بالإضافة إلى تسخير الإعلام الإلكتروني في التواصل مع الآخرين مما جعلها فعالة في نقل وتبادل المعلومات والأداء وجعلها كذلك فعالة في نشر الشائعات والتأثير السلبي على الأفراد والمجتمعات والشعوب.

ب. سلبيات شبكات التواصل

ومن أبرز سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي النقاط التالية:

1. إحداث شروخ وضعف في العلاقات الاجتماعية التقليدية: والتواصل المرئي المباشر حتى بين أفراد الأسرة الواحدة مما أدى إلى إحداث عزلة اجتماعية في حياة البشر (الصائغ، 1437).
2. الغزو الفكري والثقافي: وهو يحدث نتيجة العلاقات التي تتكون بين مستخدمي هذه الشبكات (عسيري، 2005:44).

3. عرض المواد الإباحية: تعد الإباحية والدعارة من المخاطر العظيمة على المجتمعات والتي وجدت لها شبكات التواصل الاجتماعي سوق مناسب للانتشار من خلالها (القدهي، 2012: 4).
4. التشهير والفضيحة: ففي ظل استخدام الأسماء المستعارة قد يقوم بعض المستخدمين بالتشهير بأشخاص من أجل ابتزازهم أو فضحهم (داود، 2000: 45).
5. انتهاك الحقوق الخاص والعام: بسبب انتشار شبكات التواصل الاجتماعي وسهولة انتهاك خصوصية مستخدمي تلك الشبكات وانتحال الشخصيات الفردية الخاصة أو الاعتبارية للمواقع والشركات لاسيما المهم منها والمميز (القدهي، 2012: 5).
6. غياب المصدقية وكثرة الشائعات: والتي تنتج من عدم توثيق مصادر ومراجع المعلومات وبالتالي انتشار الأخبار الكاذبة خاصة في القضايا المهمة والحساسة والتي تنشر على أنها حقائق مؤكدة دون توثيق مصادرها وتكون في واقعها مجرد آراء ومقترحات أو خيال من كاتبها.
7. ضياع وهدر الوقت: مما يؤثر على مسيرة الفرد الحياتية وعلى إنجازاته وفاعليته مهما كان دوره في المجتمع لاسيما إذا كان الاستعمال غير منضبط مع وجود عدم جدية في تنظيم الوقت.
8. التركيز على الأخبار السلبية والسينة: والمشكلة في ذلك أن الأخبار غير السارة تؤثر على نفسية كثير من الناس وتنغيص عليهم يومهم أو تقليل فاعليتهم الحياتية في ذلك اليوم بدون أن يكون من وراء نشر الخبر فائدة أو مصلحة حقيقية؛ هذا إذا كان الخبر لا يشعل فتنة أو يسبب خلاف بين فريقين.
9. تدعيم النرجسية: كل شخص يحب نفسه بدرجات متفاوتة ولكن عندما يزيد حب النفس بدرجة كبيرة وتصبح جميع اهتماماته وأنشطة متمحورة حول نفسه حينها يصبح هذا مرضاً اسمه النرجسية، شبكات التواصل الاجتماعي تستدرج الشخص إلى الاعتزاز بآرائه وكتابات ومقترحاته شيئاً فشيئاً وتوصله إلى حد المرض (عالم التقنية، 1436).

هذا ويلخص عاطف أبرز سلبيات التقنيات الإعلامية المتطورة على الأفراد والمجتمعات:

- تأثير سلبي على الفكر خاصة بالنسبة للأجيال القادمة.
- تحد للحضارات والثقافات المتوارثة للشعوب وفرض ثقافات أخرى عليها.
- تغيير لا نماط سلوك المجتمعات العرقية والمحافظة على المدى المتوسط والطويل.
- مواجهة غير عادلة للمبادئ والقيم الاجتماعية والأخلاقية تخلخل من التماسك الاجتماعي (الرفع، 2011: 151).

يبين استعراض سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية السابقة أنها وسيلة أو تقنية محايدة تعتمد مدى إيجابيتها ومقدار الضرر الذي تجلبه على أسلوب تعامل الأفراد معها وطرائق استخدامه حسب مستوى أدراك الأفراد الثقافي والسلوكي في الاستخدام وفروقه الفردية في ذلك.



ونخرج مما سبق أن استخدام شبكات الاتصال الاجتماعي الإلكترونية بشكل مُعتدل وصحيح من حيث الوقت الذي يقضى في استخدامها أو القضايا التي تطرح للمناقشة ينبغي أن تكون هادفة وبناءة ومنطقية في تحكيم العقل والعاطفة في المناقشة وتبادل الآراء ومشاركة الأفكار والتعبير عنها بأسلوب راقى بعيد عن الابتذال ونقل الشائعات والفضائح للتعزيز من إيجابيات وسائل التواصل الاجتماعي وتحقيق التفاعل الإيجابي الذي ينعكس على تطوير المجتمع بجميع مناشطه.

رابعاً: شبكات التواصل الإلكتروني والإعلام الجديد

دفعت شبكات التواصل الإلكترونية الحديثة إلى إحداث صناعة إعلامية جديدة تواكب أنماط الأفراد في استهلاك المعلومات وإنتاجها ونشرها والتشارك في مضامينها؛ والذي أدى إلى تطور كبير إلى انقسام القطاع الإعلامي إلى مجالين تقليدي ويضم الصحف والمجلات والإذاعية والتلفزيون. وإعلام جديد يقوم على استخدام مصطلحات وأنماط جديدة للتواصل الإعلامي مثل الإعلام الرقمي والإعلام التفاعلي وإعلام المعلومات وإعلام الشبكات والإعلام الشبكي الحي.

وعليه حاول عديد من المهتمين إيجاد تعريف للإعلام الجديد ويورد صادق مجموعة من التعريفات للإعلام الجديد الواردة في القواميس المعنية حيث يذكر أن قاموس التكنولوجيا الرفيعة *High-Tech Dictionary* يعرف الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه " اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والشبكات المتعددة ". وبحسب قاموس ليستر *Lester*: "الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو ". وحسب موسوعة الويب المعروفة باسم ويبوديا *Webopedia* فإن مفهوم الإعلام الجديد يشير إلى: " عديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر. ويعرفه قاموس الكمبيوتر *Computing Dictionary* عبر مدخلين هما:

1/ "إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي Digital Convergence إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن أيضاً معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كومبيوتر.

2/ المفهوم يشير أيضاً إلى الطرائق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع " (صادق، 2011).

ويخص صادق مفهوم الإعلام الجديد بأنه بئاً تفاعلياً يختار فيه الناس احتياجاتهم ويشاركون هم في الوقت ذاته في الرأي وفي بناء إعلام شخصي لكل فرد على حدة. كما يمكن بموجب نظام الإعلام الجديد تقديم المعلومات لكل شخص كما يريد في الوقت الذي يريده؛ مما يزيد من فرصة ثقافة المجموعات الصغيرة للتعبير عن نفسها وسماع صوتها وتفاعلها مع الثقافات الأخرى. وهذا بخلاف الإعلام التقليدي الأحادي البث والتلقي الإيجاري (صادق، 2011: 22).

وعليه يمكن القول إن العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد في منافسة شديدة وضارية بين وسائل الإعلام التقليدي والإعلام الجديد. وأن هناك أرقام مؤكدة حول انحسار عدد المتابعين لوسائل الإعلام التقليدي وازدياد مستخدمي الإعلام الجديد في المجال الصحفي. هذا بجانب اضطراب بعض وسائل الإعلام التقليدي لإعادة تكوين نفسها وبنائها الذاتي لتندمج في الإعلام الجديد وتكون جزءاً منه (الشميمري، 2015). إلا أن الوسائل الإعلامية الجديدة القادمة بما تحمله من تقنيات وتطبيقات وخصائص جديدة أبرزها الإعلام حسب الطلب بدأت فهلا تأخذ مكانها وسط وسائل الاتصال الجماهيري وتحديث تغيرات جذرية في التفاعلية مع الأفراد (صادق، 2011: 23).

وفيما يتعلق بوسائل الإعلام الجديد وأدواته فهي في تزداد تنوعي ونمو مستمر مرتبطة بنمو التقنية المعلومات والاتصالات ونموها، ومن أنماط وسائلها المحطات التلفزيونية التفاعلية، والكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار، والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، وغيرها. بالإضافة إلى الهواتف الجوال التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبث التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الإنترنت، والموسيقى، ومقاطع الفيديو، والمتاجرة بالأسهم، والأحوال الجوية، وحركة الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية والشبكات المتعددة (الشميمري، 2015).

وعلى مستوى الإعلاميين فقد ظهر طبقة جديدة من الإعلاميين من غير المتخصصين أحيانا في الإعلام لأنهم أصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات الإعلام الجديد بما يتفوقون فيه على أهل الاختصاص الأصليين، وذلك مع ظهور منابر جديدة للحوار واستطاعة أي فرد أن يستقبل ويتفاعل ويعب ويستفسر ويعلق بسرعة فائقة على الحدث وبكل حرية. وذلك لظهور ما يسمى إعلام الجمهور للجمهور؛ وكذلك ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة. شاركت في وضع الأجندة وتسلط الضوء بكثافة على قضايا مسكوت عنها في الإعلام الرسمي التقليدي؛ مما جعل هذه القضايا المهمة محور النقاش والمعالجة لأنها تشكل هاجس مجتمعي (العنزي، 2014).



خامساً: أنماط العلاقات الاجتماعية

تعد العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الأفراد في مجتمع ما نتيجة احتكاكهم وتفاعلهم واجتماعهم وتبادل مشاعرهم من أهم ضرورات الحياة. وتختلف العلاقات الاجتماعية في شكلها بين علاقات مؤقتة أو طويلة أو محدودة؛ ويمكن تفسير وتوضيح تكوين أشكال العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في النقاط التالية:

○ علاقات اجتماعية وقتية: وهذه العلاقات لها وقت معين تبدأ وتنتهي مع الحدث الذي يحقق هذه العلاقة ومن أمثلتها التحية العابرة في الطريق أو العلاقة بين البائع والمشتري (العادلي، 1994: 264).

○ علاقات اجتماعية طويلة الأجل: هي نموذج التفاعل المتبادل الذي يستمر فترة معينة من الزمن يؤدي إلى ظهور مجموعة توقعات اجتماعية ثابتة، ويعد علاقة الدور المتبادل بين الزوج والزوجة من أمثلة هذا النوع.

○ علاقة اجتماعية محدودة: نموذج للتفاعل الاجتماعي بين شخصين أو أكثر ويمثل هذا النموذج البسيط وحدة من وحدات التحليل السوسولوجي وهو ينطوي على الاتصال الهادف والمعرفة المسبقة بسلوك الشخص الآخر (غيث، 1992: 437).

ويمكن تقسيم العلاقات الاجتماعية حسب التصنيفات السابقة إلى:

○ العلاقات الاجتماعية الجوارية: ويقصد بها إقامة السكان قرب بعضهم البعض وهؤلاء السكان غالباً ما يتعاشرون ويتزايدون ويتعاونون فيما بينهم. حيث يشترك الجيران مع بعضهم البعض الأفراح والأحزان لذلك اعتبرت علاقة الجوار علاقة اجتماعية قوية لاسيما عند الشعوب العربية وان كانت هذه العلاقة قد قلت قليلاً في الوقت الراهن بسبب تغير طبيعة الحياة وكثرة الالتزامات الاجتماعية سواء بالنسبة للرجل أو المرأة (القصير، 1999: 203).

○ العلاقات الاجتماعية الأسرية: ويقصد بها العلاقات التي تقوم بين أدوار الزوج والزوجة والأبناء ويقصد بها أيضاً طبيعة الاتصالات والتفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد ومن ذلك العلاقة التي تقع بين الزوج والزوجة وبين الأبناء أنفسهم. وتحتوي العلاقات الأسرية على ثلاث مجموعات من العلاقات تتمثل في التالي:

- العلاقات الاجتماعية بين الزوج والزوجة.
- العلاقات بين الأبناء والآباء.
- العلاقات الاجتماعية بين الأبناء أنفسهم.

وينشأ من هذا التقسيم مجموعة من التوقعات الاجتماعية الثنائية فالزوج يتوقع من زوجته أن تبادله العبء وتتعاون معه فيما يتعلق بشؤون أسرتها الصغيرة لتكوين حياة مستمرة دون نزاعات وكذلك الزوجة تتوقع من زوجها أن يخلص لها وأن يتحمل مسؤولياته في النفاق عليها وعلى أبنائها وفي حماية ورعاية الأسرة التي قاما بتأسيسها سوياً. ومثل ذلك البائع يتوقع من المشتري دفع قيمة ما اشتراه والمشتري يتوقع من البائع عدم غشه وعدم المبالغة بالثمن السلع التي اشتراها منه. وتزداد العلاقات ألفة ومودة كلما كانت تلك الأدوار واضحة وتمثل توقعات الطرف الآخر في حين ينشأ النزاع نتيجة عدم تحقيق تلك التوقعات.

ومن الواضح أن العلاقات الاجتماعية قد تأثرت بالتطورات الهائلة التي حدثت في المجتمعات نتيجة للتطورات المتتالية التي وصلت لها البشرية من الثورة الصناعية. ولكن اليوم تشهد البشرية ثورة جديدة هي ثورة المعلومات التي كانت نتائج أثارها أعمق وأكبر بكثير من الثورة الصناعية فالتقدم العلمي في مجال تقنيات المعلومات يشير إلى تغيرات جذرية في المجال المادي والمعنوي.

فالتقنية رغم أنها ذات طابع مادي إلا أن لها طابع اجتماعي؛ وهي تؤثر اليوم على المجتمع كما أثرت الصناعة والتي كانت ذات طابع مادي بحت على الأسرة حيث قضت الصناعة تدريجياً على نظام الأسرة الممتدة في الدول الغربية وانتقاله إلى نمط الأسرة الصغيرة النووية المستقبلية؛ ومنها أنتقل إلى كثير من المجتمعات في العالم النامي.

وعليه اختلفت علاقات الأسرة ببعضها بعد أن كانت علاقتها قوية تحكمها العائلة الكبيرة وعلاقات الجوار والانتماء إلى جماعة واحدة تتعاون لمساعدة بعضها البعض لتحقيق كلا منهم توقعات الآخر، إلى أسر حضرية تعيش شبه عزلة واقعية؛ مع استمرار وجود علاقات اجتماعية قوية افتراضية لان الإنسان كائن اجتماعي بطبعه يميل للتفاعل (الدوسري، 2013: 130).

وقد أثر ذلك على كيفية وحجم التوقعات الاجتماعية الذي أحدث تغيرات اجتماعية واقتصادية وسياسية مست الأسرة والقرباة والعلاقات والعادات والتقاليد والقيم والأخلاق والولاء. وذلك لان التقنية في حد ذاتها أداة لغايات اجتماعية عامة وملزمة وليس أدوات فقط؛ لذا فإن لها وظيفة اجتماعية يتخللها شبكة من العلاقات الاجتماعية تُعبر عن التفاعل الجمعي بين أفراد المجتمع وجماعته (سيد، 1996: 233).

سادساً: المجتمع الافتراضي والعلاقات الاجتماعية

أثر الإنترنت في تشكيل فضاء جديد يسمى بالفضاء الرمزي Cyber space الذي يعد إطاراً جديداً لعلاقات اجتماعية عابرة للقوميات والأماكن تشكل فيه علاقات تتجاوز الإطار الفيزيقي المكاني وتفاعل الوجه بالوجه وشكل مستخدموه وخاصة الذين يجمع بينهم اهتمامات مشتركة جماعات يطلق عليها الجماعات الافتراضية (Virtual Community). وهي شكل جديد من أشكال التفاعل الإنساني



تتكون من مجموعة من الأفراد الذين يستخدمون الحاسب الآلي للاتصال بينهم وهذا بالتأكيد يختلف عن الاتصال الواقعي الوجه بالوجه. وكذلك يختلف عن مفهوم الجماعة الاجتماعية التي تتكون من مجموعة من الأفراد الذين يجمع بينهم قيم مشتركة وشعور بالانتماء ويعيشون في بيئة جغرافية مكانية واحدة تحكمهم فيها قيم وأعراف يجتمعون عليها ويتفقون فيما بينهم على وسائل الردع وقواعد الضبط الاجتماعي التي تحكم ما يحدث بينهم من علاقات (زايد، 2002: 61).

1. خصائص التفاعلات الافتراضية

تتميز التفاعلات الافتراضية بانها لا ترتبط ببيئة أو هوية محددة لأنها تتم من خلال وسيط إلكتروني هو الإنترنت تكتسب منه مجموعة من الخصائص العامة تميز نمط التفاعلات من خلاله وتتمثل في العناصر التالية:

- الانقطاع: العلاقات المستمرة والانخراط في التجمعات الافتراضية على تشكيلاتها المختلفة يؤدي إلى قطيعة على المستوى الاجتماعي من أصدقاء وجيران سكن وحتى الأسرة التي نعيش فيها لأنها تستهلك وقت الفرد في علاقات تخرج به عن إطار العلاقات الفيزيقية لتنتقله إلى فضاء جديد رمزي؛ وتزيد النظرة المتشائمة عندما تزايد التفاعلات الافتراضية لتتجاوز تفاعلات الفرد الواقعية.
- تعدد المراكز وتبادلها: تتسم التفاعلات الاجتماعية على المستوى الافتراضي بتعددية المراكز وتبادلها بدون سيطرة لأنها بلا مركزية. فكل فرد يستطيع أن يكون مركز الجماعة في أحيان كثيرة. وكل فرد يستطيع كذلك أن يقود الحوار دون احتكارها لشخص واحد مهيمن أو يفرض سيطرة على الحوار، كما يمكن تبادل الأدوار في هذه التجمعات وارد لسماتها بالتفاعلات وتعدد المراكز في الوقت ذاته. فالجماعة الافتراضية ليس حكرًا على فرد مهيمن ولكن تخضع للتبادل حسب رغبة الداخل في الحوار.
- الإخفاء: العلاقات الاجتماعية الافتراضية معظمها تجمعات خفية مجهولة الهوية إلا ما قل منها؛ فالرد الذي ينخرط في هذه التفاعلات له الحق أن يخفي نفسه تحت مسميات مختلفة أو ينفصل عن هويته أو قد يدخل التفاعلات باسم أحد المشاهير؛ وأحياناً قد يدخل الذكور بأسماء الإناث وبالعكس. وعليه فالشخصية تختفي في ظل هذه التفاعلات وتباین في قوالب عديدة لا تمكن الداخل في هذه التفاعلات أن يعرف من الذي يتحدث وإلى من، وعنصر جهل الهوية يفرض تحدياً في دراسة هذه الجماعات التي تتعدد هويات أفرادها أو تزيف في صور متعددة (خضر، 2010).

- **التفكك:** ويقصد به تفكك العلاقات الفيزيائية بين الأفراد، وتشير إلى نوع جديد من أنواع العلاقات الاجتماعية على المستوى الافتراضي، كما تشير إلى الاتجاه نحو مزيد من التفاعلات الافتراضية وخاصة في ظل وسائل التواصل الاجتماعية الجديدة.
- **التمرد:** فتح الفضاء الافتراضي مجال جديد للتمرد والحركات الثورية والتحريرية لأن الفرد يستطيع أن يقول ما يريد خارج الضوابط التقليدية للمجموعات وخاصة المجموعات السلطوية؛ تقوم على الحرية وفتح المجال للاتفاقات الثورية أو المظاهرات المناهضة لبعض القضايا أو المطالبة ببعض الحقوق.
- **الفردية:** يُوجد وسائل التواصل الاجتماعي نزعه فردية تقود إلى الانعزال عن السياق الاجتماعي المحيط بالفرد المنخرط في التفاعلات الافتراضية حتى لو كانت جماعية لأنه يدخل بصفته فرد للعالم الرقمي تأخذه من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي مما يؤدي عند تجاوز الاستخدام والتفاعل إلى نوع من أنواع الاغتراب لانفصاله عن واقعه الحقيقي (الدوسري، 2013: 136).
- **التشتت:** تتعدد أنماط التفاعل وتنوع بحسب وسائل التواصل الاجتماعي في البيئة الافتراضية من محادثات ومجموعات بريدية ومدونات وصور ومقاطع مصوره... وغيرها من طرائق التفاعل مما يصعب معه استشراف مستقبل العلاقات الاجتماعية.
- **التفاوت العمري:** تتفاوت أعمار المتفاعلين في المجتمع الافتراضي من الطفولة للشيوخ؛ لذا فمع خاصية الإخفاء والتفكك فان التفاعل في هذه البيئة الرقمية لا ترتبط حسب الشريحة العمرية.
- **سرعة التأثير:** مع تعدد وسائل التواصل الاجتماعي في البيئة الافتراضية وتطوراتها السريعة غير المتوقعة أصبح من الصعب استشراف أو قراءة مستقبل المجتمعات نتيجة تفاعل الجميع على مستوى العالم وتعدد تفاعل الفئات العمرية المختلفة.

2. من الإعلام التقليدي إلى الإعلام التفاعلي

توجد منافسة شديدة وضاربة بين وسائل الإعلام التقليدي والإعلام الجديد نتيجة تزايد استخدام الإعلام الجديد مما جعل وسائل الإعلام التقليدي تعيد محاسبة نفسها واستراتيجياتها في تكوينها الذاتي وتعقد صداقة للتكامل والاندماج مع الإعلام الجديد لتصبح جزءا منه (بصفر، 2014). لاسيما أن وسائل الإعلام الجديد لصيقة بحياة جمهورها وتتيح لهم اصطحابها ومتابعتها في أي مكان وهذه الميزة التي لا توجد في الإعلام القديم قادت إلى ظهور



مجتمعات معرفية لديها القدرة الفائقة على التواصل التفاعلي الإلكتروني والمشاركة بناء ونشر واستثمار المعرفة في المجتمعات الافتراضية.

وقد مثلت ثورة الإعلام والاتصالات والمعلومات والمعرفة مرحلة لم تعيشها البشرية من قبل، ومرحلة من التطور التاريخي الإنساني نتج عنها تغيرات جذرية في أنماط من التواصل الإعلامي؛ وأنماط استهلاك المعلومات وإنتاجها ونشرها والتشارك في مضمونها مما أدى إلى انقسام الإعلام إلى مجالين الإعلام التقليدي الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون؛ والإعلام الجديد الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الإنترنت والهاتف النقال والذي يطلق عليه عديد من الأسماء منها الإعلام الرقمي والإعلام التفاعلي واعلم المعلومات وإعلام الشبكات المتعددة والإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال (أبو عيشة، 2010). ووقوع الفرد في جميع المجتمعات تحت تأثير الإعلام المختلط القديم والجديد غير من السلوك البشري واتجاهاته ومواقفه على مستوى العالم بغض النظر على فوائد وضار التغيير.

3. شبكات التواصل والتغير الاجتماعي

أصبح معروف وملموس لدى الجميع الأثر الذي قامت به ثورة المعلومات والاتصالات من تغيير في المشهد الإعلامي وطرائق تلقي المعلومات ووسائلها التي جعلت من الإنسان نجم يسبح في فضاء تحيط به المعلومات من كل اتجاه؛ لاسيما أن وسائل الاتصال الإلكترونية باستخدام الحاسبات والهواتف الذكية أصبحت جزء من حياة الإنسان أينما ذهب وفي أي مكان؛ ورهن إشارته في تقديم الأخبار والمعلومات التي يطلبها. ولم تُضيع المؤسسات وشركات الأعمال والتسويق الكبرى وحتى المنظمات السياسية والحكومات الفرصة في التوجه نحو استخدام تلك الوسائل الاتصالية الجديدة لتكون أكثر قرباً من الجمهور الذين يستخدمون تلك الشبكات الاتصالية ويعتمدون عليها كمصدر للمعلومات لتسويق منتجاتها وسياساتها ومشاريعها بهدف إقناعه بها لإدراكهم أن المشهد الإعلامي اخذ منحى آخر بدأت فيه وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً في تغيير التوجهات للفرد والجماعات (النصار، 2012: 28).

إن المؤثرات التي تحد من أن الوصول المحدود إلى التقنية الحديثة ما زال عقبة أمام المشاركة الأوسع في وسائل التواصل الاجتماعي حيث يوجد ما يسمي بالفاصل الرقمي والذي ينتج عن التوزيع غير المتكافئ للبنية التحتية، والمهارات، وحوافر استعمال وسائل الإعلام الجديدة. ويعكس هذا التفاوت الفواصل السياسية والاقتصادية العالمية التي ما زالت قائمة، ليس فقط فيما يتعلق بالثروة، ولكن أيضاً في التعليم والتميز العنصري وخاصة التمييز بين

الرجال والنساء. هذه الفرص غير المتساوية للمشاركة تؤدي إلى التقليل من فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي وتضعف من المقدرة على التنبؤ بتأثيرها على التغيير.

أما عن علاقات القوة في ملكية وسائل التواصل الإلكترونية الجديدة فإنه يعترضها تحديات قوية باعتبارها صناعة تعتمد على إدارة مركزية من جانب الشركات الكبرى مما يجعل يتيح للنخبة القوية السيطرة والتلاعب بالأخبار بالطرائق التي يمكن أن تعمل ضد مبدأ الحرية والمساواة، هذا إلى جانب أن إدارة شبكات التواصل الإلكترونية تعطي بوجه عام الأهداف التجارية أولوية على الأهداف الاجتماعية والإنسانية. يضاف إلى تلك المأخذ على وسائل التواصل الإلكترونية طغى تركيزها على المحتوى الترفيهي على إمكاناتها التعليمية؛ والحياة الشخصية للمشاهير وفضائحهم يساعد في تعزيز السلبية السياسية (Vartanova, 1437).

ويمكن أيضاً للخاصية العالمية القوية لوسائل الإعلام الجديدة أن تحد من قدرة الدول على تشييد إطار عمل تشريعي لوسائل الاتصال الرقمية الجماهيرية. وهذا الإضعاف للدول قد يكون شيئاً إيجابياً في حالة الحكومات الاستبدادية. ولكنه يمكن أيضاً أن يمنع الدول الديمقراطية من إنجاز تنظيم قانوني فعال للصالح العام. وفي الواقع، إن السيطرة الفعلية على الإنترنت تقع إلى حد كبير في أيدي وكالة خاصة، "شركة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة". والجهود المشتركة للحكومات، والمنظمات غير الحكومية، والناشطون الرقميون مطلوبة لتحقيق المساواة والشفافية العالمية في الوصول إلى الإنترنت.

وفي ضوء هذه التحديات يجب أن يكتسب المواطنون أنواعاً جديدة من معرفة وسائل الإعلام التي تسمح لهم باستخدام وسائل الاتصال الرقمية بالطرق التي تعزز الديمقراطية العالمية. ومن الضروري أن يكتسب الشباب بصفة خاصة خبرة البيئة الإعلامية، وأن يتعلموا كيفية استهلاك المحتوى الإعلامي، بالإضافة إلى كيفية إنتاجه وتوصيله إلى الجماهير.

وتحتاج فلسفة استخدام الإنترنت الجديدة إلى دمج التدريب الفني الأساسي من جانب التحليل النقدي الاجتماعي والسياسي من الجانب الآخر. وتحتاج إلى مشاركة العناصر المؤثرة في عملية التعلم، مثل: المدرسين، والمحاضرين، والوالدين، وصانعي السياسات الوطنية والعالمية، ومصادر الإعلام ذاتها. والهدف هو جعل المواطنين الشباب المستخدمين لوسائل الإعلام ناشطين سياسياً وعلى درجة عالية من الوعي. وهذا التعليم مهم بصفة خاصة في الدول التي توجد بها أنظمة إعلام ذات توجه تجاري، حيث يعتمد المحتوى بقوة على المنتجات الترفيهية المستوردة، وحيث الصحافة متحيزة سياسياً.



سابعاً: مخاطر شبكات الاتصال الاجتماعي

1- فقدان الأمان والخصوصية

تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين الفرصة لمعرفة خصوصيات الآخرين والاطلاع على أسرارهم وتحركاتهم وما يقومون به في حياتهم الخاصة وهو ما يسهل اختراق حياتهم والتدخل في شؤونهم. من خلال إمكانية الحصول على البيانات الشخصية وتفصيل حياتهم الدقيقة لحظة بلحظة عبر وسائل التواصل الاجتماعية بالإضافة إلى فقدان الأمان تماماً في كثير من التعاملات والتي من أهمها التحويلات الإلكترونية والتعاملات المالية عبر طريق بطاقات الائتمان (نوبي، 2003).

2- انتحال صفة الغير

يسهم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في انتحال صفة الغير من خلال الدخول على الشبكات بأسماء مستعارة وصور غير حقيقية بهدف تحقيق مكاسب مادية واجتماعية أو إثارة المشاكل أو لتلويث سمعة بعض الأفراد أو الاحتيال بين الناس أو حتى التجسس للتعرف على أحوال البلدان الأخرى من خلال مواطنهم. وأن كان يمكن معرفة مصدر الشائعات من خلال تقنيات استرجاع المعلومات وتحديد IP الذي يستخدمه ناشر الشائعات في الدخول على الموقع للقبض على الجاني ومحاسبته.

3- التلوث الثقافي وانهيار النظام الاجتماعي

قد تتعرض قيم وسلوكيات المستخدمين لثقافات مجتمعات أخرى أقل التزاماً وتحرراً في العادات والتقاليد أو لا تتناسب مع العقيدة الإسلامية؛ مما قد يسبب تلوثاً ثقافياً يؤدي إلى تفسخ اجتماعي وانهيار في النظام الاجتماعي (البدائية، 1999).

4- مشكلات الصحة وسوء التكيف الاجتماعي والنفسي

يؤدي الاستخدام المستمر لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية لفترات يومية طويلة إلى مخاطر صحية من ضعف النظر تدريجياً وألام جسدية قد تصيب اليدين والأكتاف نتيجة الجلوس لفترات طويلة لاستخدام الحاسب الآلي. بجانب فرض العزلة والانطواء على المستخدم مما يترتب عليه سوء توافقه النفسي والاجتماعي وفقد القدرة على التعامل مع الآخرين نتيجة عدم تواصله معهم. وضعف القدرة على مجابهة المشكلات والعجز عن التكيف مع نفسه بتنظيم إشباع دوافعه وفق ما يقره المجتمع والتوفيق بين الإمكانيات وتطلعات الآخرين في البيئة المحيطة بالفرد.

5- ضعف التواصل الاجتماعي المباشر

يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية لساعات طويلة يومياً إلى إدمان استخدامها مما يضعف التواصل المباشر مع الأهل والأصدقاء الواقعيين ويحد من التفاعل

المباشر معهم (نوبي، 2003: 11). كما انه يضعف العلاقات الاجتماعية التقليدية بالتركيز على التواصل الإلكتروني الافتراضي غير مكتمل الأركان. والذي يكاد يكون فارغ من المشاعر المعبر عنها بالحواس الإنسانية فيكون التواصل أشبه بالتواصل مع الروبوتات الآلية.

6- التطرف الفكري

قد يجد أصحاب الفكر المتطرف في وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية فرصة لبث سمومهم في المجتمع ونشر أفكارهم الهدامة وقناعاتهم المضللة المخالفة للمعايير والقيم الأخلاقية والاجتماعية وتقود للانحراف والسلوك غير السوي مما يترتب عليه تشويه لصورة الإسلام واستهداف الدين من أعدائه ومنحهم الفرصة لمحاربة والنيل من أبنائه والصاق تهمة الإرهاب بالإسلام والمسلمين وإطلاق الأحكام التي تصف المسلمين بأنهم إرهابيون (السديري، 2014: 27).

7- الإخلال بالنظام العام

قد تسهم وسائل التواصل الإلكتروني بزعة الأمن والاستقرار والطمأنينة عن طريق إفزاع الأفراد وإشاعة الفوضى وتقويض حالة الأمن والاستقرار وبث روح الكراهية بين مختلف طبقات المجتمع أو منع السلطات العامة من ممارسة صلاحياتها أو تعطيل تطبيق الدستور والقوانين مما يترتب عليه تشتت الجهود وانخفاض الروح المعنوية للمواطنين (العميري، 2004: 61).

8- الإباحية والدعارة

يستخدم كثير من شبكات الدعارة وسائل التواصل الإلكتروني لعرض صور وأفلام إباحية تحت مسمى خطوط الصداقة أو الحرية الشخصية وغيرها كثير من المسميات والطرائق التي تقتحم حسابات مستخدمين تلك شبكات التواصل والذي قد تؤدي التفكك الأسري بسبب إدمان مشاهدتها، أو كتساب سلوكيات محرمة والوقوع في الفحشاء وممارسة الرذيلة (مصطفى، 2006: 112).

9- نشر الشائعات

من أخطر ما تسببه وسائل التواصل الإلكتروني أنها بيئة خصبة لانتشار الشائعات وتضخيمها وإحداث بلابل في فترة زمنية وجيزة قد لا تستغرق ساعات. مما قد يقود للفوضى وشحن الأوضاع الاجتماعية والسياسية الداخلية والعالمية حسب الموضوع المتداول. والذي يهدد الأمن الاجتماعي والأمن بشكل عام مع عدم القدرة على السيطرة بفرض الرقابة على نشر الشائعات مما قد يقود إلى أفعال عدائية بين الأفراد والجماعات قد تتفاقم لحدوث حروب أهلية (السديري، 2014: 27).



ثامناً: استخدامات شبكات الاتصال الاجتماعي

لشبكات التواصل الإلكترونية استخدامات عديدة تختلف حسب أنماط تلك الشبكات والهدف من إنشائها ومدى الحاجة إلى استخدامها، والتي غالباً ما تقسم إلى:

- شبكات شخصية لشخصيات وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صدقات بينهم؛ مثل الفيس بوك.
- شبكات ثقافية؛ تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع؛ مثل *Library thing*
- شبكات مهنية؛ تهتم بجمع أصحاب المهن المتشابهة مثل لينكد إن *Linked in*.

ويمكن أيضاً تقسيم وسائل التواصل الإلكترونية حسب الخدمات والمميزات التي تقدمها وطريقة التواصل إلى التقسيمات التالية: شبكات اجتماعية تتيح التواصل الكتابي، وشبكات اجتماعية تتيح التواصل الصوتي، وشبكات اجتماعية تتيح التواصل المرئي (الصباتي، 2010: 104).

ويعطي تنوع التقسيم بُعد يشير إلى المميزات والقدرة الكبيرة لشبكات التواصل الإلكترونية لاستخدامها في بيئات اجتماعية وعملية مختلفة لتبادل المعلومات والتقليل من التكاليف وتقديم الخدمات، لذا بدأ يظهر استخدامات مختلفة غير الاستخدامات الاجتماعية لوسائل التواصل الإلكترونية؛ ومن تلك الاستخدامات الأنماط التالية:

1. الاستخدامات العلمية

تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بدور مهم في عملية تطوير التعليم وتعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له ومشاركة كل أطراف المعنية بمنظومة التعليم بداية من المدير والمعلم والطالب وأولياء الأمور؛ وعدم الاقتصار على تركيز العملية التعليمية على تقديم المقرر للطلاب. وهذا يزيد فرصة التواصل خارج النطاق المكاني لمؤسسات التعليم ويكسر حاجز الوقت؛ ويزيل كثير من الرسميات والروتين التعليمي، ويمكن من التواصل الفردي والجمعي مع المعلم ويوفر جو يراعى فيه الفروق والصفات الفردية كالطلاب الذين يعترضهم الخجل عند مواجهة الغير؛ بجانب كسب الطلاب لمهارات مختلفة التي تدعم العملية التعليمية وتحقق مكاسب اجتماعية واقتصادية مثل تخفض الإنفاق على القاعات الدراسية والمباني والأدوات والوسائل التعليمية، والتقليل من الكثافة المرورية في شوارع المدن، والحفاظ على البيئة بتقليص استخدام الورق والطباعة. ويمكن أيضاً أبرز مميزات استخدام وسائل التواصل الإلكترونية في النقاط التالية:

1- توفر خدمات تعليمية أفضل عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين والتعويد على المناقشة البناءة للموضوعات.

- 2- يساعد على تنشيط المهارات لدى المتعلمين بتوفير فرص للتعلم تزيد من قدرتهم وتحفزهم على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرائق مختلفة لأن التواصل والتفاعل يتم بين أشخاص مثقفين من بيئات مختلفة.
- 3- تعمق المشاركة والتواصل والتفاعل مع الآخرين، وتعلم أساليب التواصل الفعال، وجعل المتعلم إيجابياً له دور في الحوار والرأي.
- 4- تكفل للمتعلمين الحصول على وسيلة تعليمية قوية وفورية، تعزيز من الأساليب التربوية للتعلم والبيئة التعليمية بجعل المتعلم فيها محوراً لعملية التعلم.
- 5- تحقق قدراً من الترفيه الهادف والتسلية للمتعلمين المحدد مسبقاً من قبل المعلم. ويطرح عبد الرزاق استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في التعليم في:
 - متابعة المستجدات في التخصص: حيث يمكن للمدرس أن يكلف طلابه البحث عن المستجدات في مجال المادة العلمية التي يدرسها، وبهذا يحافظ على صلة الطلبة بالمعلومات الجديدة في التخصص.
 - مراجعة الكتب والأبحاث بشكل تعاوني: بتكليف الطلاب والمدرسين مرجعة الأبحاث معا من خلال إرسالها للطلبة في نفس التخصص المدرس كذلك، والتزود بتغذية الرجعة على الفيسبوك مثلاً أو تويتر أو غيرههم.
 - الألعاب التعليمية: يمكن الاستفادة منها في تحسين مهارات القراءة وخصوصاً اللغة الإنجليزية كلغة ثانية حيث ستزيد هذه الألعاب من مخزون المصطلحات باللغة الإنجليزية لدى الطلبة.
 - استطلاعات الرأي: يستخدمها المدرس بوصفها أداة تعليمية فاعلة لزيادة التواصل بين طلبة.
 - تعليم اللغة الإنجليزية: حيث يكون بإمكان الطلبة أن يتواصلوا مع آخرين ناطقين أصليين باللغة الإنجليزية من خلال مجموعات أو شبكات.
 - متابعة الأخبار الجديدة: من خلال متابعة المجموعات للأخبار الجديدة على المواقع العالمية مثل أخبار الطقس أو الكوارث الطبيعية أو الجديد في الطب وهي مفيدة لطلبة الطب والهندسة والعلوم.
 - مشاركة التحدي: حيث يمكن للمدرس مشاركة الطلبة الأنشطة والمواهب وإعداد مشاريع التخرج أو الترويج لمؤسساتهم التعليمية.

2. الاستخدامات الحكومية

اتجهت كثير من الدوائر الحكومية والمؤسسات للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الإلكترونية، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية ومسايرة للتقنية الحديثة



للحصول على رضا المواطنين، حيث أصبح التواصل عبر تلك والشبكات الإلكترونية أمر مفروغ منه من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة. وتتميز هذه الخدمات بقلّة تكلفتها؛ والتواصل المباشر مع المستفيد الأول؛ والحصول على التغذية الراجعة مباشرة؛ مما يساعد على تفادي الأخطاء والوصول بالخدمة المقدمة للإتقان والتميز. ويمكن الاستفادة من تلك الوسائل الإلكترونية كذلك في حجز المواعيد وتأكيداتها ونشر التعليمات والإجراءات والتواصل مع المسؤول مباشرة؛ وإبداء الملحوظات والمقترحات والتبليغ عن المخالفات (العنزي، 2014: 23).

3. الاستخدامات الإخبارية

تعد وسائل التواصل الإلكتروني مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأتمها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، وتتميزت باستقطاب الباحثين عن الأخبار، ومواقع الأخبار المتخصصة، وقنوات إخبارية كبيرة، في أحداث مختلفة. وكان لأصحابها التأثير كبير في نقل الأخبار للرأي العام كشاهدي عيان أو أصحاب رؤيا.

مما غير من دور الإعلاميين في العملية الإعلامية مع مشاركة المجتمع بأكمله بنشر الأخبار برواياتهم لخاصة وتقلص قدرة المحررين على وضع جدول الموضوعات فيما يتعلق بمحتوى الأخبار وكيفية معالجتها. حيث كان التسلسل الهرمي في الماضي من أعلى إلى أسفل يحكم العلاقة بين منتجي الأخبار والمشاهدين. وعلى العكس من ذلك الآن، تعمل وسائل التواصل الإعلامية الإلكترونية اليوم بمزيد من العلاقات الأفقية الذي أفقد الإعلام التقليدي احتكاره في إنتاج الأخبار (Vartanova, 1437).

4. الاستخدامات البحثية

الاستفادة من مواقع البحث المشهورة، وتوفير كمية كبيرة جداً من المعلومات العلمية والبحوث والدراسات المتخصصة من جميع مجالات المعرفة، إضافة إلى خدمة الدخول عن بعد إلى المكتبات الجامعية العالمية والاستفادة من إمكانياتها. والأهم من ذلك هو القدرة على التواصل مع الباحثين والعلماء والذين يوجد لمعظمهم صفحات وحسابات في تلك الوسائل الإلكترونية.

5. الاستخدامات في مجال الاقتصاد والتجارة

مع ازدياد مستخدمي وسائل التواصل الإلكترونية وشعبيتها زاد اهتمام الشركات التجارية في الاستفادة منها من خلال إجراء التطبيقات البنكية، والتسوق والشراء عبر الإنترنت، ومتابعة البضائع وعمليات التصدير والتوريد أيضاً. مما جعل تلك المؤسسات تتلقى ضخاً من رسائل الجمهور الإيجابية والسلبية على مدار الساعة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية مما اغرى المسوقين للتحويل نحو وسائل الإعلام الإلكترونية بوصفها وسيلة منخفضة التكلفة، ولها أثر كبير في عملية الترويج للمنتجات والخدمات. ويسهل تقييم وقياس نجاح الحملات الإعلانية وتحديد نقاط الضعف والقوة

فيها، كما يمكن توجيهه أو تحديد التوزيع الجغرافي للشرائح المقصودة بهذه الحملات، وغير ذلك من الأهداف والتي تبدو صعبة التحقيق عند استخدام الوسائل التقليدية.

ومع زيادة سرعة التصفح بالإنترنت أصبح من السهل الحصول على أي معلومة تخص منتجاً أو خدمة ما على هذه الشبكة؛ وكذلك أصبح بالإمكان اقتناء السلع والحصول عليها في زمن وجيز ليتمكن بذلك أي مسوق من الترويج لسلعته وبيعها متخطياً الحدود الإقليمية التي تزيد من رواج السلع أو الخدمة، مما فتح المجال أمام الجميع للتسويق لسلعهم أو خبراتهم دون التمييز بين الشركات الكبيرة ذات رأس المال الضخم وبين الفرد العادي أو الشركة الصغيرة محدودة الموارد. حيث يركز الجميع على زيادة المبيعات وإدارة تدفق النقد بهدف تجاوز فترة الركود (عيد، 2015).

6. الاستخدامات الدعوية

فتحت وسائل التواصل الإلكترونية باباً واسعاً للدعوة والتواصل مع مسلمين أو غير مسلمين على اختلاف لغاتهم وأجناسهم وبلدانهم، وأصبح كثير من الدعاة ينشأ صفحات خاصة به والتي تحسب ميزة إيجابية لتلك الوسائل لتحقيقها التواصل العالمي والخروج من الانغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول؛ وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية والفورية والتحديث المستمر، مع كسر حاجز الوقت والزمان، والسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف (أبوشنب، 2015).

7. توظيف وسائل التواصل في السياسة

تظهر دول العالم المتقدمة المؤثرة في صناعة القرارات الدولية اهتمام بتوظيف وسائل الاتصالات الإلكترونية لأهداف سياسية ودبلوماسية عامة؛ والتي تعرف بأنها جهود تهدف إلى الاتصال والتحاور مع الجماهير خارج إطار الدولة بهدف تقديم المعلومات أو التأثير وفي ظل المتغيرات التي يشهدها العالم والحاجة لبذل جهود أكبر لتقديم المعلومة وتغيير التوجهات لتلك التغيرات بدأ معها شيوع مفهوم لتسويق أفكار وأهداف تلك الدول حيال قضايا معينة بطرائق أكثر وضوحاً وشفافية من أساليب الدعاية والتضليل التي كانت تستخدم بالماضي خصوصاً في زمن الصراعات وفرض الهيمنة مثل ما كان في زمن الحروب العالمية، هذا السياق الجديد من قبل الأقطاب السياسية نحو الإعلام الجديد انطلق من قناعة تلك الأقطاب بأهمية هذا النوع من وسائل الاتصال والذي أصبح الأكثر ملاءمة لكثير من شعوب العالم لتلغقي المعلومات (النصار، 2012: 29).

وذلك مؤشراً على أننا دخلنا مرحلة جديدة تعددت فيها أدوات العمل السياسي وأساليب التأثير التي يستخدمها؛ وتشكل فيها وسائل الاتصال الإلكترونية سلاحاً مهماً تحاول أن تستفيد منه بشتى السبل؛ ليس فقط لكسب تأييد أكبر عدد من المتابعين بقدر ما يكون الهدف هو بناء شراكة استراتيجية حقيقية تخدم



مصالح الجميع على المدى البعيد، وجعل الإعلام السياسي أكثر ديمقراطية بمشاركة المجتمع في السياسات العالمية؛ وبناء فلك رقمي عام من التواصل والمداوات السياسية الديمقراطية.

من هنا تعد مواقع التواصل الإلكترونية منبراً إعلامياً لتبادل المعلومات والرأي والتعليقات حول الأحداث الهامة أو التي تهم فئة محددة على الأقل؛ لذا يرى فيه كثير من الناس العدل والمساواة والأنصاف بوصفه أعلام يقود السياسة والأنظمة السياسية المحلية والدولية. مما جعل هذه المواقع والتطبيقات الاجتماعية تزدهر بشكل مستمر وتحديث تغييرات كبيرة في المجتمعات.

وترى الصويان أن من أشهر أمثلة الإيجابية لدور شبكات التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية أيضاً هي الثورات العربية خاصة التونسية والمصرية منها؛ والتي أمد اثرها على ارتفاع نسبة مستخدمي الإنترنت في السعودية للاطلاع على الأخبار العربية بنسبة 100% والأخبار العالمية بنسبة 98% للتعبير عن رأيهم بحرية دون وسيط إعلامي رسمي، في حين كانت وسائل الإعلام التقليدية بطيئة في بث الأخبار ولم تستطع أن تثبت وجودها مع أحداث كانت تتسارع خلال دقائق؛ ومع ذلك استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي كسر حاجز الخوف والصمت والرقابة للتعبير عن الرأي (الصويان، 2014).

والحقيقة أن ليس كل شيء وردياً في العلاقة بين وسائل الإعلام الرقمية والديموقراطية السياسية. حيث قد تستخدم تلك الوسائل الإلكترونية إلى تشتت رأي جماهير المشاهدين وأحداث بلبله وإشاعات مغرضة لضيق الحقيقة وكسب مصالح شخصية، حيث توجد عديد من المجاميع الذين يختلفون في استخدامهم لتلك وسائل التواصل الإلكترونية. ويقسم الدكتور عمرو الشوبكي مستخدمي الفيس بوك على سبيل المثال إلى أربع أنماط حسب أهدافهم الفردية والجماعية إلى النحو التالي:

النمط الأول: المجموعات السياسية: وهي كمجموعة إبريل والتي ظهرت أعقاب إضراب إبريل 2008 والتي انضم إليها في أسابيع قليلة 70 ألف مصري وقد شهدت ساحات الحوار فيها مناقشات واسعة عكست آراء مختلفة تدل على تنمية الوعي بين الناس.

النمط الثاني: مجموعات الفيس بوك وهي تنتهي لما يمكن وصفه باحتياجات الموقف الاجتماعي مثل مجموعة رفض حكم (عبارة الموت) والتي ضمت حوالي 22 ألف شخص وهي بمثابة احتجاج على حكم العبارة.

النمط الثالث: وهي مجموعات أقل شعبية تسمى مجموعات الانتماءات السياسية والإيدولوجية ذلك بان معظم الشباب الذي يقبل على مجاميع الفيس بوك غير مسيس بالمعنى الحر في أو الأيديولوجي الضيق وإنما يتفاعل مع قضية معينة أو أزمة محددة ويعلن موقفه منها بشكل عابر للانتماءات السياسية والدينية والحزبية.

النمط الرابع: مجموعات مرتبط بأحداث اجتماعية وقانونية مثل التي أنشاؤها معارضة قانون المرور الجديد ولقت رواجاً واسعاً مثل مجموعات الكوارث والدعوات السياسية والحزبية.

فمواقع التواصل الإلكترونية أصبحت بديل مناسب للمشاركة السياسية للشباب والمجتمع والتي تعرف باسم "الديمقراطية الرقمية". والتي تعرف بانها اندماج تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في العمل السياسي كأدوات وطرائق عمل جديدة في ممارسة الديمقراطية وتجاوز حدود المكان والزمان والظروف المادية الأخرى؛ محاولة لتغيير الطرائق التقليدية في العمل السياسي حيث تسعى المؤسسات العامة أو السياسة لإيجاد طرائق جديدة لإدارة الشؤون الحكومية والإدارة العامة (عبدالصديق، 2011: 1).

8. التوعية الأمنية وتعزيز الوحدة الوطنية

من أبرز المخاطر الأمنية والاجتماعية لأي بلد في العالم هو انتشار الشائعات، ويمكن الاستفادة من وسائل التواصل الإلكترونية بالتوعية الأمنية ضد مخاطر الشائعات بمها كان نوعها ومصدرها. وتعزيز اطر التعاون بينه المجتمعات والأجهزة الأمنية للبلد عن أية شائعات وتحدد مصدرها. كما يمكن الاستفادة من وسائل التواصل الإلكترونية في تتبع مصادر الشائعات وتحديد مصدرها بدقة.

وتستخدم وسائل التواصل في التوعية الأمنية من مخاطر الإشاعات من خلال:

- متابعة ما يتم تداوله من أفكار سلبية في وسائل التواصل الإلكترونية والتدخل في الوقت المناسب لمواجهته.
- توعية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمخاطر الشائعات وأثارها السلبية من خلال رسائل التوعية والأفلام القصيرة.
- عقد ندوات ومحاضرات من قبل الجهات الأمنية يتم استضافة العلماء وأساتذة الجامعات والمختصين للتوعية والتثقيف بأساليب تجنب الإسهام بنشر الإشاعات وتضخيمها مما ينعكس سلباً على الاستقرار الأمني.
- استخدام وسائل التواصل في نشر الحقائق بين مستخدميها وتكذيب الإشاعات.
- سرعة الرد على أية شائعة تتداول خلال وسائل التواصل عبر وسائل الإعلام الأخرى.
- استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية وسيلة لنشر العقوبات والإجراءات القانونية والنظامية التي اتخذت من نشر وترويج الإشاعات.
- استغلال ما تتيحه وسائل التواصل من مساحة حرة لرد الشائعات بالحجج والبراهين.
- الاستفادة من مرونة الاتصال التفاعلي الذي تتسم به وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية في تزويد مستخدميها بمصادر المعلومات والمواقع المأمونة وتحذيرهم من المواقع المشبوهة (جمعة، 2012: 11).



ويري السديري أن الرقابة الفاعلة على شبكات التواصل من أهم وسائل الأمن لتحديد أطر التوعية الأمنية اللازمة لمواجهة الشائعات لأنه لا يمكن التوعية بالمخاطر إلا بعد معرفة مضمونها ومحتواها ونوعيتها وتحديد مرتكبيها لتقديم توعية أمنية متوازنة تركز على أسس علمية وأساليب وحجج إقناعية توضح زيف مزاعم الشائعات وأهدافهم وانتماءاتهم وتسعى إلى جلب رأي عام مناهض للإشاعات من خلال تعزيز الولاء والانتماء الوطني وترسيخ الحس الأمني اللازم للتمييز بين الأخبار الصادقة والشائعات التي تهدف لزعزعة الأمن والاستقرار (السديري، 2014: 54).

ومن أبرز المعوقات التي قد تحد من تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي في الناحية الأمنية:

- قلة الخبرات في مواجهة جرائم ونشر الشائعات في الفضاء الإلكتروني: حيث توصف الجرائم في هذه البيئة بأنها عشوائية أو غير مدروسة وقد يحتاج بعضها لدرجة عالية من التخصص والكفاءة في استخدام الحاسب الآلي والإنترنت بجانب الحلية والدهاء وسعة الأفق في تطويع التقنية. مما يتطلب اكتشاف الجريمة استخدام الدليل الرقمي كوسيلة إثبات قوية تحدد موقع مرتكب الجريمة (والدليل الرقمي هو دليل إلكتروني غير ملموس قابل للتحليل ويعطي دلالات تصل إلى حد اليقين وغلبة الظن لأسناد الجريمة الإلكترونية إلى شخص أو موقع معين (الرشودي، 2008: 251).
- اختراق الحدود والحوافز لنشر الإشاعات عبر وسائل التواصل الإلكترونية من بلد إلى آخر وتنتشر أدلتها في عدة بلدان وعلية يصعب تطبيق الجريمة وكذلك صعوبة التحري عنها (الجبني، 2005: 123).
- استخدام تقنيات متطورة من الحاسبات الآلية وشبكات الاتصال في ارتكاب الجرائم مما يكسبها تأثير أكبر من الجرائم التقليدية ويسهم في زيادة تأثيرها إذا ساعدت في ارتكابها.
- يمكن أن يشترك فيها مجموعة من العصابات الدولية كعصابات الإجرام المنظم أو الجماعات الإرهابية أو الجماعات المتطرفة ذات الاتجاهات العقائدية المتباينة والتوجهات الفكرية والسياسية والدينية المختلفة، حيث تسهم التقنية في زيادة معدلات التنسيق بين هذه الفئات، وتزيد من خطورتها نتيجة توجيه المنفذين من قبل المخططين من مسافات بعيدة وسهولة توجيه الأوامر والتعليمات مما يزيد من خطر إساءة استغلال شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات.
- سهولة تدمير المعلومات المؤدية إلى معرفة شخصية ناشر الشائعات ومروجها أو موقعه بمجرد علمه بصدور إذن بضبطه وتفتيشه ومن ثم صعوبة تقديم دليل إلكتروني أو رقمي

لتحقيق الإقناع اليقيني للمحكمة بإدانة المجرم الإلكتروني أو رقمي لتحقيق الإقناع اليقيني
للمحكمة بإدانة المجرم الإلكتروني الذي ينشر الشائعات.

- يمكن أن تدخل في أغلب أنواع الجرائم التقليدية إن لم يكن جميعها.
- بعض الجرائم الإلكترونية بصفة عامة وجرائم إساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات بصفة خاصة لا يشترط لها توافر خبرة عالية في استخدام الحاسب الآلي والإنترنت فكثير من المراهقين يتجولون عبر الإنترنت وينسخون برامج ويثون صور فاضحة وأفلام إباحية تخالف الدين أو الأخلاق.
- عدم وجود تعاون أمني أو اتفاق لتبادل المجرمين مع الدولة التي تم نشر الشائعات منها.
- استخدام ناشرين الإشاعات خاصة أماكن عامة كالمقاهي والفنادق والأماكن ذات الشبكة المفتوحة. مما يصعب التعرف على مروج الشائعات الحقيقي.
- اتخاذ الجناة لتدابير أمنية تمنع اكتشافهم أو الحصول على دليل على جرائمهم ككلمات المرور التي تمنع اختراق موقعهم أو التفتيش المتوقع للبحث عن أدلة هذا غير استخدام أسلوب الترميز والتشفير الذي يمنع من قراءة المعلومات والشائعات التي ينشرها ويروجها إلا لمن يحمل مفتاح حل الشفرة حجازي (2005: 48).

تاسعاً: شبكات التواصل وأمن المعلومات

كما زاد انتشار وسائل التواصل الإلكترونية زاد معها الخوف من انتهاك الخصوصية والانتقاد الذي تتعرض له هذه الوسائل الإعلامية الجديدة والتي تركز على سلبياتها أكثر من تفهم وإيجابياتها. ويذهب السديري إلى ضرورة أن تسعى الأجهزة الأمنية لتوعية أفراد المجتمع بالمخاطر المحيطة والمحدقة بهم من استخدام وسائل التواصل الإلكترونية، لتأخذ زمام القدرة والمبادرة على الإحاطة بالخطر الأمني والتعاون مع الأجهزة الأمنية لمواجهة؛ وخفض إثاره السلبية حتى لا يستغلوا من قبل منظمات إرهابية أو جرمية. هذا يُعرف التوعية الأمنية بأنها رفع مستويات فهم أفراد المجتمع لما يحيط بهم من مخاطر وتهديدات داخلية وخارجية لضمان الحصول على دعم أفراد المجتمع للجهود الأمنية بالتعاون الفعال مع الأجهزة الأمنية (السديري، 2014: 30). في حين يعرف بدوي الأمن من مخاطر وسائل التواصل الإلكترونية بأنها تبصير أفراد المجتمع بحقوقهم وواجباتهم ودورهم في التعاون مع الأجهزة الأمنية للوقاية من الجريمة قبل وقوعها ومكافحتها بعد وقوعها (بدوي، 2003: 9). وبصفه عامة تهدف التوعية الأمنية لتحقيق الأغراض التالية:

- تقليل المشكلات التي تتخلف عن الجرائم والحوادث في المجالات الاجتماعية والنفسية وما ينتج عنها من انحراف للضحايا وارههم.



- تقليل الخسائر البشرية والاقتصادية الناتجة عن الحوادث والجرائم والتي تتمثل في التكاليف المباشرة المتمثلة في علاج المصابين وتحمل نفقات إصلاح ما تلف من معدات ومساكن ومحال تجارية وغيرها بجانب التوقف عن العمل والإنتاج لوفاة أو إصابة من يقوم به.
- تضافر جهود أفراد المجتمع أمام مصادر التهديد كافة والوقوف منها موقف الدفاع من خلال سرعة الإبلاغ عن الجرائم والظواهر الإجرامية وعدم التخلف عن أداء الشهادة ضد المجرمين والإرهابيين.
- الإلمام بالأنظمة والتعليمات التي تكفل الحياة الآمنة ومقاومة الشائعات التي تقوض دعائم الأمن والاستقرار.
- سيادة حالة أمنية في ربوع المجتمع نتيجة ارتفاع مستوى التوعية الأمنية بقلة الحوادث والجرائم الناتجة عن الإهمال أو الجهل بزيادة التعاون مع الأجهزة التي تتولى مكافحة الجريمة (الحوشان، 2004: 42).
- وتتكون التوعية الأمنية من عدد من العناصر تشكل في مجملها منظومة التوعية الأمنية التي تفيد في تثقيف الفرد بالمخاطر الأمنية التي يمكن التعرض لها عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ويذكر السديري منها التالي:
- التوعية الذاتية: وهي عبارة عن مساعدة الإنسان على إدراك ما يدور حوله بنفسه وتقييم الواقع والمجتمع المحيط به. وذلك يتم بدافع شخصي من الفرد بتنمية إدراكه عن الأشخاص والأشياء والأحداث والمواقف التي يتعرض لها أو حول ما يتلقاه من معلومات وأفكار وراء باعتبارها منبهات أو مثيرات تتطلب منه استجابة ما في اتجاه ما تكوين وتنمية الحس الأمني لدى الأفراد. والذي يجعل الفرد يدرك الإشاعات ولا يسهم في نشرها وترويجها إدراكاً منه لمخاطر والأهداف الخبيثة التي تتضمنها لزعة الاستقرار وإشاعة الفوضى وتدمير مقومات التنمية.
- التوعية الجماعية: وهي تشكيل الاتجاه الاجتماعي لسلوك الفرد والجماعة بواسطة الخصائص الدينية والنفسية والبيئية والاجتماعية للمجتمع وتحتوي مشاعر واتجاهات وقيم وعادات تصب في تشكيل الإدراك الفردي والجمعي ويدخل فيها الأبعاد النفسية في بنية الوعي وتشكيله؛ فدور التوعية الجماعية صيانة النظم الاجتماعية ووقايتها من عوامل الانحراف بوصفها هدف رئيس لتحقيق الأمن ويسهم في تفعيل أساليب الوقاية (الحوشان، 2004: 53).
- وتخوفاً من الأثار المترتبة على التعامل مع وسائل التواصل الإلكترونية؛ أثار عدد من المهتمين الاستفسارات حول مخاطر تلك الوسائل التواصل على الاقتصاد والثقافة والقيم؛

وإسهامها في مضاعفة عزلة شرائح المجتمع والتفاعل المباشر والانخراط في الأنشطة التي تخفف كثير من الأعباء النفسية أكثر من فاعليتها على التواصل الذي يشغل مستخدميها. عليه قامت جامعة الملك سعود بتصميم محركات بحث أسمته "وراك وراك" هو أحد مبادرات مركز التميز لأمن المعلومات في مجال تطبيقات الإنترنت وهو عبارة عن محرك بحث على شبكة الإنترنت، يوفر للمستخدم خانة بحث متعددة الخيارات تمكنه بسهولة من البحث عن مختلف المعلومات عموماً، والمعلومات المتعلقة بأشخاص معينين خصوصاً، حيث يتميز هذا التطبيق بذكائه التحليلي الذي يمكنه من تتبع أساليب الشخص المطلوب وتحليل طرائق كتابته على الشبكة للربط بين أسماءه المستعارة المختلفة.

ويهدف البرنامج إلى توفير نتائج كثيرة في أشكال عدة لمختلف الأشخاص الذين ترغبون الحصول على معلومات تتعلق بهم أو بغيرهم، حيث يمكنهم رؤية صفحاتهم على الإنترنت ومشاهدة صورهم وتتبع نشاطاتهم المختلفة في مختلف مواقع الإنترنت وعلى رأسها مواقع الشبكات الاجتماعية، ومن ثم عرضها بشكل واضح وسلس ومرح للمستخدم، لتحقيق الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات المتمثلة في تطبيقات الإنترنت الاستفادة المثلى، وكذلك تحقيق أمن معلومات بكشف الشخصيات التي تستخدم تلك الوسائل الإلكترونية للإشاعات وزعزعة الأمن (<http://coeia.ksu.edu.sa/ar/node/105>).

نتائج الدراسة الميدانية

إجابة التساؤل الأول: ما خصائص مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

وتتمثل الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لمستخدمي شبكات التواصل فيما يلي:

جدول (4) توزيع العينة وفقاً لنوعية المبحوثين		
النسبة	العدد	الفئات
17.8	247	عضو هيئة تدريس
82.2	1140	طالب / طالبة
%100	1387	المجموع

وتعكس بيانات جدول (4) إلى توزيع العينة وفقاً لنوعية المبحوثين، ومن هذه البيانات يتضح أن الغالبية العظمى من العينة من الطلاب والطالبات، حيث بلغت هذه النسبة 82.2% في حين بلغت نسبة أعضاء هيئة التدريس في العينة 17.8%. وهاتان النسبتان يمكننا فريق البحث من توضيح الفروق الإحصائية بين العينتين (الطلبة وأعضاء هيئة التدريس) في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعوامل هذا الاستخدام والآثار الناتجة عنه.



جدول (5) توزيع العينة وفقاً لفئات العمر		
النسبة	العدد	الفئات
18.1	251	أقل من 20 عاماً
53.6	743	من 20 إلى أقل من 25 عاماً
11.2	156	من 25 إلى أقل من 30 عاماً
7.9	109	من 30 إلى أقل من 35 عاماً
9.2	128	من 35 عاماً فأكثر
%100	1387	المجموع

كما توضح بيانات جدول (5) إلى توزيع العينة وفقاً لفئات العمر، ومن هذه البيانات يتضح أن ما يزيد على نصف العينة تقع في الفئة العمرية (من 20 إلى أقل من 25 عاماً)، حيث بلغت هذه النسبة 53.6% من إجمالي العينة. كما بلغت نسبة العينة في فئة العمر الأقل من 20 عاماً 18.1%. ومن ثم بلغت نسبة العينة في فئة العمر الأقل من 25 عاماً 71.7% من جملة العينة أي ما يقل قليلاً على ثلاثة أرباع العينة. وهذه النسبة الأخيرة تشير في الغالب إلى نسبة الطلاب والطالبات في العينة. وتوزع ربع العينة بين العديد من الفئات العمرية التي ربما تعكس في معظمها التوزيع العمري لأعضاء هيئة التدريس في العينة. فقد بلغت نسبة العينة في فئة العمر (من 25 إلى أقل من 30 عاماً) 11.2% وفي فئة العمر (من 30 إلى أقل من 35 عاماً) 7.9% وفي فئة العمر (من 35 عاماً فأكثر) 9.2% من إجمالي العينة. ومن ثم تشير هذه البيانات إلى توزع العينة بين العديد من الفئات العمرية؛ سواء لدى الطلاب والطالبات من ناحية، أو لدى أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية من ناحية أخرى.

جدول (6) توزيع العينة وفقاً للجنس		
النسبة	العدد	الفئات
60.0	832	ذكور
40.0	555	إناث
%100	1387	المجموع

وتوضح بيانات جدول (6) إلى توزيع العينة وفقاً للجنس، ومن هذه البيانات يتضح أن نسبة الذكور في العينة 60.0% في مقابل 40.0% لعينة الإناث. وهو ما يحقق درجة مرتفعة من تمثيل كلا الجنسين في العينة بالدرجة التي تسمح بإجراء العديد من التحليلات الإحصائية التي تعكس الفروق بين الجنسين بما يحقق أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

جدول (7) توزيع العينة وفقاً للتخصص الدراسي		
النسبة	العدد	الفئات
62.9	872	علوم اجتماعية وإنسانية
21.3	296	علوم تطبيقية
15.8	219	علوم شرعية
%100	1387	المجموع

وتشير بيانات جدول (7) إلى توزيع العينة وفقاً للتخصص الدراسي، ومن هذه البيانات يتضح أن أغلب العينة ينتمون للتخصصات النظرية (العلوم الاجتماعية والإنسانية)، فقد بلغت هذه النسبة 62.9% من إجمالي العينة. وبلغت نسبة العينة في التخصصات التطبيقية والعملية 21.3% من العينة، وكانت أقل نسبة هي التي تنتمي إلى التخصصات الشرعية؛ والتي لم تتعد 15.8% من هذه العينة، وإن كانت التخصصات الشرعية تنتمي إلى التخصصات النظرية، وبالتالي تكون نسبة التخصصات النظرية 78.7% مقابل 21.3% للتخصصات التطبيقية والعملية. وتجدر الإشارة إلى وعى فريق الدراسة بضرورة تمثيل مختلف التخصصات في النظم التعليمية في المجتمع السعودي، وذلك في محاولة للاقترب بدرجة كبيرة من تحقيق شروط تعميم نتائج الدراسة.

جدول (8) توزيع العينة وفقاً للحالة الزوجية		
النسبة	العدد	الفئات
73.6	1021	أعزب
25.4	352	متزوج /ة
1.0	14	مطلق /ة
%100	1387	المجموع

وتعكس بيانات جدول (8) إلى توزيع العينة وفقاً للحالة الزوجية، ومن هذه البيانات يتضح أن الغالبية من العينة لم يسبق لهم الزواج، فقد بلغت هذه النسبة ثلاث أرباع العينة تقريباً (73.6%)، كما بلغت نسبة العينة المتزوجين ربع العينة تقريباً (25.4%). ويمكن تفسير ذلك بأن هذه النسبة تتضمن أعضاء هيئة التدريس بالعينة إلى جانب نسبة قليلة من الطلاب، في حين يكون من المتوقع أن تتضمن النسبة الأولى (العزاب) أغلب طلاب وطالبات العينة.

جدول (9) توزيع العينة وفقاً لفئات الدخل الشهري للأسرة		
النسبة	العدد	الفئات
16.9	235	أقل من 5000
31.1	432	من 5000 إلى أقل من 10000
22.6	313	من 10000 إلى أقل من 15000
17.7	246	من 15000 إلى أقل من 20000
11.6	161	من 20000 فأكثر
%100	1387	المجموع

وتشير بيانات جدول (9) إلى توزيع العينة وفقاً للدخل الشهري للأسرة، ومن هذه البيانات يتضح أن ثلث عينة الدراسة تقريباً يقع دخلها الشهري بين (5000 إلى أقل من 10000) حيث بلغت هذه النسبة 31.1% من إجمالي العينة. في حين بلغت نسبة العينة في فئة الدخل (10000 إلى أقل من 15000) 22.6%. ومن ثم فإن ما يزيد قليلاً على نصف العينة يقع دخلها الشهري بين (5000 إلى أقل من 15000 ريال) وهو ما يدعم الافتراض بأن أغلب مفردات العينة ينتمون لأسر متوسطة من حيث المستوى الاجتماعي والاقتصادي. وبلغت نسبة العينة التي يزيد دخلها الشهري على 15000 ريال 29.3% من إجمالي العينة. وتتوزع هذه النسبة الأخيرة بين فئتين، أحدهما من يزيد دخلها الشهري على 20000 ريال والتي بلغت 11.6% من جملة العينة، والفئة الثانية من يقع دخلها الشهري بين (15000 إلى أقل من 20000) وبلغت نسبتها 17.7% من إجمالي العينة. ومن ثم يتضح من هذه البيانات توزيع مفردات العينة بين العديد من الشرائح والمستويات الاقتصادية بالدرجة التي تمكن من استخراج العديد من المؤشرات والنتائج الإحصائية التي تحقق أهداف الدراسة.

جدول (10) توزيع العينة وفقاً لمستوى الهي السكني		
النسبة	العدد	الفئات
29.6	411	راقي
64.4	893	متوسط
6.0	83	شعبي
%100	1387	المجموع

كما أشارت بيانات جدول (10) إلى توزيع العينة وفقاً لمستوى الهي السكني، ومن هذه البيانات يتضح أن أغلب مفردات العينة يعيشون في أحياء سكنية متوسطة من حيث المستوى الاجتماعي

والاقتصادي، فقد بلغت هذه النسبة 64.4% من إجمالي العينة. كما بلغت نسبة العينة التي تعيش في أحياء راقية 29.6% من العينة. وكانت أقل نسبة هي من تعيش في مناطق شعبية، والتي لم تتعد 6.0% من إجمالي العينة، وتتوافق هذه النسب مع توزيع العينة وفقاً للدخل الشهري للأسرة والذي ارتفعت فيه نسبة الأسر المتوسطة من حيث المستوى الاجتماعي والاقتصادي. وربما تعكس هذه البيانات طبيعة الخريطة الاجتماعية في المجتمع السعودي بصفة عامة، حيث من المتوقع غلبة الشرائح المختلفة للطبقة المتوسطة، في الوقت الذي يتوقع فيه أن تقع نسب شرائح الطبقة العليا بين ربع سكان المجتمع وثلاث هؤلاء السكان، في حين يتوقع أن تشكل شرائح الطبقات الدنيا أقل نسبة ربما لا تتعد 10% من سكان المجتمع.

النسبة	العدد	الفئات
90.8	1260	مع الأسرة
6.9	96	بمفردي
2.2	31	مع أصدقاء / زملاء
100%	1387	المجموع

وتوضح بيانات جدول (11) إلى توزيع العينة وفقاً لطريقة المعيشة، ومن هذه البيانات يتضح أن الغالبية العظمى من العينة تسكن مع الأسرة، حيث بلغت هذه النسبة 90.8% من إجمالي العينة، في حين بلغت من يسكنون بمفردهم من العينة 6.9% وكانت أقل نسبة من يعيشون مع أصدقاءهم والتي بلغت 2.2% من العينة. والنسبتان الأخيرتان تشيران إلى الطلاب المغتربين الذين يستكملون دراستهم الجامعية بعيداً عن المجتمعات المحلية التي نشأوا فيها.

النسبة	العدد	الفئات
32.8	455	فيلا
54.4	755	شقة
11.2	155	منزل شعبي
1.6	22	سكن جامعي
100%	1387	المجموع

كما توضح بيانات جدول (12) إلى توزيع العينة وفقاً لنمط المسكن، ومن هذه البيانات يتضح أن ما يزيد على نصف العينة تسكن في شقة، حيث بلغت هذه النسبة 54.4% من جملة العينة. كما أن ثلث العينة تقريباً (32.8%) تسكن في فيلا. ولم تتعد نسبة العينة التي تسكن في منزل شعبي 11.2% من العينة، في حين بلغت نسبة من يسكنون في سكن جامعي 1.6% وهم غالباً من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية.

إجابة التساؤل الثاني: ما مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

وقد حاولت الدراسة قياس مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من خلال المؤشرات الواردة في الجداول التالية:

جدول (13) عدد الساعات التي تقضيها (تقريباً) على شبكات التواصل						
الإجمالي		إناث		ذكور		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
7.5	104	2.5	14	10.8	90	أقل من ساعة
19.3	268	11.5	64	24.5	204	من ساعة إلى أقل من ساعتين
23.8	330	20.4	113	26.1	217	من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات
49.4	685	65.6	364	38.6	321	من ثلاث ساعات فأكثر
100%	1387	100%	555	100%	832	المجموع
$\chi^2 = 113.4^{**}$ (دالة عند مستوى 0.01)						

وتوضح بيانات جدول (13) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين عيني الذكور والإناث فيما يتعلق بعدد الساعات التي يقضيها أفراد كل عينة على شبكات التواصل الاجتماعي. فأغلب مفردات العينة تقضي ثلاث ساعات فأكثر يومياً على هذه الشبكات، حيث بلغت هذه النسبة 49,4 % من جملة العينة، وتوزعت هذه النسبة لدى الإناث بدرجة أعلى من الذكور، حيث بلغت 65,6% لدى الإناث في مقابل 38,6% لدى الذكور. كما أن ما يقل قليلاً عن ربع العينة تقضي على شبكات التواصل من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات يومياً، حيث بلغت هذه النسبة 23,8% من إجمالي العينة، وتوزعت هذه النسبة لدى الذكور (26,1%) بدرجة أكبر من الإناث (20,4%). كما أن أقل من خمس العينة تقضي على شبكات التواصل من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً، حيث بلغت هذه النسبة 19,3% من إجمالي العينة، والتي توزعت لدى الذكور بنسبة 24,5% ولدى الإناث بنسبة 11,5%. وكانت أقل نسبة من العينة هي التي تقضي على شبكات التواصل أقل من ساعة يومياً، حيث بلغت هذه النسبة 7,5% من إجمالي العينة، ونسبة 10,8% لدى الذكور في مقابل 2,5% فقط لدى الإناث.

ومن ثم تعكس هذه البيانات طول الفترة الزمنية التي تقضيها عينة الدراسة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتي زادت على ثلاث ساعات لنصف العينة تقريباً، وهذه النتيجة تعكس أهمية الدراسة الحالية لقياس الآثار المترتبة على ذلك، وأيضاً تركز ارتفاع درجة استخدام هذه الشبكات لدى عينة الإناث بمعدل الضعف تقريباً عن عينة الذكور. ويمكن تفسير ذلك بوجود وقت فراغ لدى الإناث بدرجة أعلى من الذكور بسبب ارتفاع نسبة التعطل لدى الإناث عن الذكور في المجتمع السعودي، وهو ما تؤكد من خلال رؤية المملكة (2030) والتي حددت أحد أهدافها في زيادة نسبة مشاركة المرأة السعودية في سوق العمل من 22% إلى 30%.

جدول (14) عدد سنوات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي						
الإجمالي		إناث		ذكور		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
9.4	131	5.9	33	11.8	98	أقل من سنة
31.4	436	25.4	141	35.5	295	من سنة إلى ثلاثة سنوات
59.2	820	68.6	381	52.8	439	أكثر من ثلاثة سنوات
100%	1387	100%	555	100%	832	المجموع
$\chi^2 = 36.9^{**}$ (دالة عند مستوى 0.01)						

وتتأكد النتيجة السابقة الخاصة بارتفاع نسبة استخدام العينة لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال بيانات جدول (14) والتي أوضحت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في عدد سنوات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة كا² (36,9) وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية (0,01) وهو ما يشير إلى التفاوت بين الفئات العمرية من الجنسين في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي. حيث يتضح أن غالبية أفراد العينة تتركز في فئة عدد سنوات الاستخدام الأكثر من ثلاث سنوات، حيث بلغت هذه النسبة (59,2%) من جملة العينة، وتوزعت هذه النسبة لدى الإناث بدرجة أعلى من الذكور حيث بلغت (68,6%) لدى الإناث في مقابل (52,8%) لدى الذكور. كما أن ما يقل قليلاً على ثلث العينة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لفترة من سنة إلى ثلاث سنوات، حيث بلغت هذه النسبة (31,4%) من إجمالي العينة، وتوزعت هذه النسبة لدى الإناث (25,4%) بدرجة أقل من الذكور (35,5%). وبلغت نسبة العينة التي تستخدم هذه الشبكات لفترة أقل من عام 9,4% من إجمالي العينة، والتي تركزت لدى الذكور (11,8%) بدرجة أعلى من الإناث (5,9%).



جدول (15) عدد مرات الدخول على شبكات التواصل في اليوم						
الإجمالي		إناث		ذكور		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
5.2	72	1.6	9	7.6	63	مرة واحدة
8.1	112	2.9	16	11.5	96	مرتين
16.0	222	10.6	59	19.6	163	ثلاث مرات
11.2	155	12.1	67	10.6	88	أربع مرات
59.7	826	72.8	404	50.7	422	خمس مرات فأكثر
%100	1387	%100	555	%100	832	المجموع
$\chi^2 = 98.2^{**}$ (دالة عند مستوى 0.01)						

وتعكس بيانات جدول (15) وجود فروق بين عيني الذكور والإناث في عدد مرات الدخول على شبكات التواصل الاجتماعي في اليوم، فقد بلغت كا² (98,2)، وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية (0,01) وهذا ما يشير إلى التفاوت بين الذكور والإناث في عدد مرات الدخول اليومي على هذه الشبكات. ويتضح أن غالبية أفراد العينة تدخل على هذه الشبكات خمس مرات فأكثر يومياً، حيث بلغت هذه النسبة (59,7%) من إجمالي العينة، وتوزعت هذه النسبة لدى الإناث (72,8%) بدرجة أعلى من الذكور (50,7%). وبلغت نسبة من يدخلون على شبكات التواصل ثلاث مرات يومياً 16,0% من جملة العينة؛ توزعت لدى الذكور (19,6%) بنسبة أعلى من الإناث (10,6). كما بلغت نسبة من يدخلون على هذه الشبكات أربع مرات في اليوم 11,2% من إجمالي العينة؛ والتي توزعت لدى الذكور بنسبة (10,6%) في مقابل (12,1%) لدى الإناث.

ولم تتعد نسبة من يقومون بالدخول على هذه الشبكات لمرتين يومياً 8,1% من جملة العينة؛ أغلبها من الذكور بنسبة (11,5%). وكانت أقل نسبة من العينة تلك التي تدخل على شبكات التواصل مرة واحدة يومياً، والتي بلغت (5,2%) من العينة، مع تركيزها بدرجة أكبر لدى الذكور أيضاً بنسبة (7,6%) في مقابل (1,6%) لدى الإناث. ومن ثم يتضح تركيز الغالبية من عينة الدراسة في الدخول لشبكات التواصل لعدد كبير من المرات يزيد على ثلاث يومياً، حيث بلغت هذه النسبة (79,8%) تقريباً من جملة العينة، مع ملاحظة تركيز الاستخدام لعدد مرات أعلى لدى الإناث بدرجة أكبر من الذكور. وهو ما يمكن تفسيره بتعدد شبكات الدخول على هذه الشبكات، مع توفر وقت فراغ أعلى لدى الإناث بدرجة أكبر من الذكور والذي ينعكس في زيادة عدد مرات الدخول على هذه الشبكات في اليوم.

جدول (16) الأوقات المفضلة للدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي						
الإجمالي		إناث		ذكور		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
5.5	76	2.3	13	7.6	63	صباحاً
17.1	237	12.4	69	20.2	168	مساءً
54.8	761	46.5	258	60.5	503	جميع الأوقات
22.6	313	38.8	215	11.7	98	حسب الظروف
%100	1387	%100	555	%100	832	المجموع
$\chi^2 = 147.4^{**}$ (دالة عند مستوى 0.01)						

وأشارت بيانات الجدول (16) إلى وجود فروق إحصائية بين عيني الذكور والإناث فيما يتعلق بالأوقات المفضلة للدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة χ^2 (147.4) وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية (0,01) وهو ما يشير إلى اختلاف الأوقات المفضلة للدخول إلى شبكات التواصل بين العينتين. فالنسبة الأعلى والتي تزيد على نصف العينة (54.8%) تقوم بالدخول على هذه الشبكات في جميع الأوقات، وتركزت هذه النسبة لدى الذكور (60.5%) بدرجة أكبر من الإناث (46.5%).

كما أن نسبة تقل قليلاً على ربع العينة (22,6%) تقوم بالدخول إلى هذه الشبكات حسب الظروف المتعلقة بالعمل ووقت الفراغ والهدف من الاستخدام؛ فعندما يتمثل هذا الهدف في تتبع الأخبار الجديدة باستمرار فإنه يكون من المتوقع أن يتم الدخول إلى هذه المواقع والشبكات في جميع الأوقات، وفي هذه الحالة يكون هذا الاستخدام موجهاً نحو تحقيق هدف محدد. وعندما لا يكون الهدف من الاستخدام موجهاً نحو تحقيق منفعة معينة كمشغل وقت الفراغ مثلاً، فإنه يكون من المتوقع أن يتم الدخول إلى هذه الشبكات كلما سمحت الفرصة وفقاً لتوفر وقت الفراغ لدى هؤلاء المستخدمين.

وفي كثير من الأحيان يحقق استخدام الشبكات الاجتماعية إشباعاً نفسياً ومعرفياً لدى المستخدمين، ويمكن في هذه الحالة أن يتحول هذا الاستخدام إلى نوع من الإدمان الذي يعبر عن الاستخدام لمجرد الاستخدام أو بهدف الهروب من واقع أو مشكلة محددة. ويتركز استخدام هذه الشبكات حسب الظروف لدى الإناث (38.8%) بدرجة تفوق ما يقابلها لدى الذكور (11.7%)، وهو ما يمكن تفسيره من خلال الفروق بين الذكور والإناث في المجتمع السعودي فيما يتعلق بطبيعة الأهداف التي يسعى كل منهما إلى تحقيقها من خلال استخدامهم لهذه الشبكات وكذلك مدى توفر الوقت المناسب له.



وأكدت بيانات الجدول أيضاً اتجاه بعض مفردات العينة نحو استخدام هذه الشبكات مساءً (17.1%) بدرجة أكبر من استخدامها صباحاً (5.5%). وتزيد نسبة الاستخدام الصباحي لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الذكور (20.2%) عن الإناث (12.4%)، كما تزيد أيضاً نسبة الاستخدام المسائي لدى الذكور (7.6%) عن الإناث (2.3%).

جدول (17) شبكات الدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي						
الإجمالي		إناث		ذكور		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
6.8	95	3.6	20	9.0	75	الحاسب الشخصي
8.9	123	4.7	26	11.7	97	الحاسب المحمول
81.8	1134	89.7	498	76.4	636	الهاتف الجوال
2.5	35	2.0	11	2.9	24	الآيباد
6.8	95	3.6	20	9.0	75	أخرى
%100	1387	%100	555	%100	832	المجموع
كا ² = 40.8** (دالة عند مستوى 0.01)						

ويتضح من بيانات جدول (17) وجود فروق إحصائية بين عيني الذكور والإناث فيما يتعلق بشبكات الدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت كا² (40,8) وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية (0,01)، وهو ما يشير إلى اختلاف هذه الشبكات بين العينتين. ورغم أن الغالبية من عينة الدراسة تقوم بالدخول إلى شبكات التواصل عن طريق الهاتف الجوال (81.8%)، فإن ذلك يتركز بين الإناث (89.7%) بدرجة أكبر من الذكور (76.4%). كما أن نسبة تقل كثيراً عن ذلك تستخدم الحاسب المحمول في الدخول إلى شبكات التواصل، حيث بلغت هذه النسبة (8,9%)؛ توزعت لدى الإناث (4,7%) بدرجة أقل منها لدى الذكور (11,7%). وتقترب من هذه النسبة الأخيرة نسبة من يقومون بالدخول إلى هذه الشبكات عن طريق الحاسب الشخصي، والتي بلغت (6,8%) مع تركيز في الاستخدام لدى عينة الذكور (9,0%) بدرجة أكبر من الإناث (3,6%). وتأتي النسبة الأقل وهي التي تستخدم الآيباد في الدخول إلى شبكات التواصل، حيث بلغت النسبة (2,5%) من إجمالي العينة، توزعت لدى الإناث بنسبة (2,0%) ولدى الذكور (2,9%).

ومن ثم تشير هذه البيانات إلى تركيز استخدام الإناث للهاتف كوسيلة للدخول إلى شبكات التواصل، في حين تزيد نسبة استخدام الكمبيوتر المحمول والشخصي للذكور عن الإناث. وهو ما يعكس طبيعة ونمط استخدام التقنيات الحديثة والاستفادة منها في الممارسات اليومية بين مفردات عينة الدراسة من الذكور والإناث؛ فاستخدام الهاتف أسرع وأيسر من استخدام الحاسب الشخصي في ظل التقنيات الحديثة المتوفرة في الـ Smart Phones، وبالتالي ترتفع معدلات الدخول والاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الإناث عن الذكور نظراً لتنوع أنماط التفضيل لاستخدام تقنيات المعلومات، وبالتالي يكون من المتوقع أن تكون لهذه التقنيات تأثير كبير على العلاقات الاجتماعية والممارسات الحياتية في المجتمع.

جدول (18) شبكات التواصل المستخدمة في التفاعل مع الآخرين							
الفئات	ذكور	إناث		الإجمالي		χ^2	
		ك	%	ك	%		
فيسبوك	151	18.1	2.7	166	12.0	75.4	**
تويتر	255	30.6	32.6	436	31.4	0.60	
واتس أب	521	62.6	64.7	880	63.4	0.61	
إنستجرام	240	28.8	35.1	435	31.4	6.12	*
سناب شات	338	40.6	62.5	685	49.4	63.9	**
أخرى	37	4.4	11.7	102	7.4	25.8	**

وتوضح بيانات جدول رقم (18) شبكات التواصل المستخدمة في التفاعل مع الآخرين. ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 في استخدام عيني الذكور والإناث لشبكات التواصل (فيسبوك وسناب شات) في التفاعل مع الآخرين، وعند مستوى معنوية 0.05 في استخدام إنستجرام. ويتضح أن النسبة الأعلى من العينة تستخدم واتس أب، فقد بلغت هذه النسبة 63.4% من جملة العينة، كما أفادت نصف العينة تقريباً (49.4%) باستخدام سناب شات في التفاعل مع الآخرين، فيما أكدت ثلث العينة تقريباً بأنها تستخدم تويتر (31.4%)، وبالنسبة نفسها تقريباً تستخدم العينة إنستجرام، وكانت أقل نسبة هي من تستخدم فيسبوك كأحد شبكات التفاعل مع الآخرين، حيث لم تتعد هذه النسبة 12.0% من جملة العينة. كما يتضح تركيز الذكور في العينة على استخدام فيسبوك أكثر من الإناث، فيما يزيد استخدام الإناث في كل من شبكات تويتر وواتس أب وإنستجرام وسناب شات. والتفاوت بين استخدام الشبكات بين فئتي الذكور والإناث قد يخضع لعاملين، أولهما طبيعة الوسيط نفسه من حيث مستوى المعلومات والتواصل الذي يقدمه، وثانئهما الفئة الأكثر



تواجداً فيه. وبالتالي الدراسة المستفيضة لطبيعة كل وسيط قد تقدم مستوى تفسيري أعمق لهذه الظاهرة.

جدول (19) نوعية المتابعين والأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي						
الإجمالي		إناث		ذكور		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
20.2	280	23.2	129	18.1	151	الأهل
58.1	806	51.5	286	62.5	520	الأصدقاء
21.7	301	25.2	140	19.4	161	لا أعرفهم
%100	1387	%100	555	%100	832	المجموع
$\chi^2 = 16.5^{**}$ (دالة عند مستوى 0.01)						

وتوضح بيانات جدول (19) وجود فروق إحصائية بين عيني الذكور والإناث فيما يتعلق بنوعية المتابعين على شبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة χ^2 (16.5) وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى 0.01. وأفادت البيانات بأن النسبة الأعلى من العينة تقوم بمتابعة أصدقائها على شبكات التواصل، فقد بلغت هذه النسبة 58.1% من جملة العينة، مع تركيزها لدى عينة الذكور بنسبة 62.5% ولدى عينة الإناث بنسبة 51.5%. وهي نسبة منطقية حيث تساعد هذه التطبيقات في توسيع دائرة الأصدقاء من خلال اقتراح أسماء بناء على علاقات مشتركة، وهو ما تتعامل معه الإناث بحرص شديد عكس الذكور. كما تقوم نسبة 21.7% من العينة بمتابعة آخرون لا يعرفونهم على شبكات التواصل، وبلغت هذه النسبة لدى عينة الإناث 25.2% ولدى عينة الذكور 19.4%. وهي النسبة التي يمكن تفسيرها بحرص الإناث على متابعة المشاهير في المجتمع على عكس الذكور. كما تقوم نسبة 20.2% من جملة العينة بمتابعة أهلهم وأقاربهم من خلال شبكات التواصل، وتركز ذلك لدى عينة الإناث (23.2%) بدرجة أكبر من عينة الذكور (18.1%). وهذه الأرقام والنسب تؤكد على ما أشير له في سياق البحث عن المجتمع الافتراضي، واستبدال العلاقات والتواصل المباشر بالعلاقات والتواصل الافتراضي. وإن كان ارتفاع التواصل عن بعد لدى فئة الإناث منطقي نظراً لجملة الظروف الاجتماعية التي قد تعوق المرأة عن التواصل المباشر في كثير من الأحيان.

جدول (20) أكثر الدول التي ينتهي لها المتابعين والأصدقاء على شبكات التواصل						
الفئات	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
من المملكة	542	65.1	397	71.5	939	67.7
دول مجلس التعاون	132	15.9	85	15.3	217	15.6
دول عربية أخرى	132	15.9	57	10.3	189	13.6
دول أجنبية	26	3.1	16	2.9	42	3.0
المجموع	832	%100	555	%100	1387	%100

كا² = 9.78* (دالة عند مستوى 0.05)

وفيما يتعلق بأكثر الدول التي ينتهي لها المتابعين والأصدقاء على شبكات التواصل، أشارت بيانات جدول (20) إلى أن المملكة العربية السعودية هي أكثر هذه الدول، حيث بلغت هذه النسبة 67.7% من جملة العينة، ونسبة 71.5% من عينة الإناث في مقابل 65.1% لعينة الذكور. وبنسبة تقل كثيراً جاءت دول مجلس التعاون باعتبارها من أكثر الدول التي يحرص مستخدمي شبكات التواصل بها على متابعة أصدقاء لهم داخل المملكة. فقد بلغت هذه النسبة 16.5% من جملة العينة، ونسبة 15.9% لعينة الذكور ومثلها تقريباً لعينة الإناث. وأفادت نسبة 13.6% من العينة بأن أغلب متابعيهم من الدول العربية الأخرى، وتركزت هذه النسبة لدى عينة الذكور (15.9%) بدرجة أكبر من الإناث (10.3%).

جدول (21) مدى توسع العلاقات والتفاعلات مع الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي							
الفئات	ذكور		إناث		الإجمالي		x ²
	ك	%	ك	%	ك	%	
عالي	162	19.5	79	14.2	241	17.4	*6.36
عربي	236	28.4	163	29.4	399	28.8	0.16
خليجي	220	26.4	134	24.1	354	25.5	0.93
سعودي	394	47.4	259	46.7	653	47.1	0.06
عائلي	171	20.6	162	29.2	333	24.0	**13.6

وتكشف بيانات جدول (21) مدى توسع العلاقات والتفاعلات مع الآخرين على شبكات التواصل، ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية فيمن يمتلكون علاقات



عالمية وعائلية من خلال شبكات التواصل. كما يتضح اختلاف حجم ومستويات هذه العلاقات والتفاعلات على شبكات التواصل الاجتماعي. وأفادت نسبة تقترب من نصف العينة (47.1%) بأن علاقاتهم محلية داخل المملكة، مع تقارب استجابات الذكور (47.4%) والإناث (46.7%) في هذا الشأن. وهي نسبة منطقية باعتبار أن التركيز الأكبر لنسبة العلاقات تكون داخل المملكة.

وتأتي العلاقات والتفاعلات مع أصدقاء ومعارف من الدول العربية بنسبة تزيد قليلاً على ربع العينة (28.8%)، مع تركيزها لدى عينة الإناث بنسبة 29.4% ولدى عينة الذكور بنسبة 28.4% وهي نسبة تعكس التقارب والعلاقات بين المجتمع العربي والذي يحرص أفرادها على توظيف شبكات التواصل بشكل إيجابي في فتح قنوات الاتصال. وجاءت العلاقات والتفاعلات على مستوى الدول الخارجية بنسبة ربع العينة تقريباً (25.5%) وبلغت هذه النسبة لدى الإناث 24.1% في مقابل 26.4% لدى الذكور. وكانت أقل نسبة خاصة بالتفاعل على المستوى العالمي والتي بلغت 17.4% من جملة العينة ونسبة 19.5% لدى الذكور في مقابل 14.25% لدى الإناث. وهذه النسبة يمكن تفسيرها بأن الذكور أكثر تكويناً للعلاقات والتفاعلات الخارجية إما لسفرهم المتكرر للخارج مما ترتب عليه معارف سابقة أو معرفة مسبقة بالثقافات والعادات التي تجعل التواصل أيسر بالنسبة للذكور على عكس الإناث.

إجابة التساؤل الثالث: ما آليات ومجالات التواصل الاجتماعي بين الأفراد

وقد حددت الدراسة أهم آليات ومجالات التواصل الاجتماعي بين الأفراد من خلال عدد من المؤشرات المتعلقة بأكثر وسائل التواصل المستخدمة في التفاعل مع الأصدقاء والمعارف، وأهم الخدمات المفضلة على هذه الشبكات، وأسس اختيار الأصدقاء على شبكات التواصل، ومجالات التواصل مع الآخرين من خلالها. وجاءت النتائج على النحو التالي:

جدول (22) وسائل التواصل التي تستخدم في التفاعل مع الأصدقاء والمعارف							
الفئات	ذكور		إناث		الإجمالي		x ²
	ك	%	ك	%	ك	%	
المحادثات الهاتفية	441	53.0	215	38.7	656	47.3	27.2**
الزيارات الشخصية	256	30.8	155	27.9	411	29.6	1.29
البريد الإلكتروني	197	23.7	31	5.6	228	16.4	79.3**
شبكات التواصل	384	46.2	395	71.2	779	56.2	84.6**

وتوضح بيانات جدول (22) وسائل التواصل التي تستخدم في التفاعل مع الأصدقاء والمعارف، ومن هذه البيانات يتضح أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل أهم آليات التفاعل بين الأصدقاء والمعارف، فقد بلغت هذه النسبة (56,2%) من إجمالي العينة؛ والتي توزعت لدى الإناث

(71,2%) بدرجة أعلى منها عند الذكور (46,2%). وقد بلغت قيمة χ^2 12.1% وكانت دالة عند مستوى معنوية 0.01 وهو ما يعكس قوة الفروق بين العينتين في استخدام هذه الشبكات في التفاعل بين الأصدقاء والمعارف.

وتأتي المحادثات الهاتفية باعتبارها أحد أهم آليات التفاعل مع الآخرين في الترتيب الثاني من اهتمامات العينة بنسبة تقل قليلاً على نصف العينة، والتي تركزت لدى الذكور (53.0%) بدرجة أعلى من الإناث (38.7%)، وأكدت بيانات χ^2 وجود هذه الفروق بين عيني الذكور والإناث، حيث بلغت دالة عند مستوى معنوية 0.01. ورغم اعتماد النسب الأعلى من العينة على الوسائل التقنية (شبكات التواصل والهواتف الذكية) في التفاعل مع الآخرين والأصدقاء والمعارف، فإنه ما زالت هناك نسبة تزيد قليلاً على ربع العينة تعتمد في هذا التفاعل على الزيارات الشخصية، فقد بلغت هذه النسبة (29.6%) دون وجود فروق إحصائية ذات دلالة معنوية بين الذكور (30.8%) والإناث (27.9%).

وأخيراً يأتي التواصل والتفاعل مع الآخرين من خلال البريد الإلكتروني في الترتيب الأخير من اهتمامات العينة في هذا المجال، حيث بلغت هذه النسبة (16.4%) من جملة العينة. ويمكن تفسير ذلك من خلال اتجاه أغلب أفراد المجتمع إلى التواصل عبر البريد الإلكتروني في المخاطبات الرسمية في أماكن العمل المختلفة. ويتأكد ذلك من خلال معرفة اتجاه الفروق بين عيني الذكور والإناث في هذا المجال، حيث يتركز استخدام هذه الوسيلة للتواصل والتفاعل لدى الذكور (23.7%) بدرجة تزيد كثيراً عما يقابلها لدى الإناث (5.6%)، كما تأكد ذلك من خلال قيمة χ^2 والتي بلغت 12.1% وكانت دالة عند مستوى معنوية 0.01.

وتعكس النسب السابقة حرص الإناث على التواصل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة أعلى من باقي وسائل التواصل، في حين يتفوق الذكور في نسبة التواصل من خلال الوسائل الأخرى، مما يؤكد على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي للإناث عنها عن الذكور، وهو مؤشر يحدد ما الفئة الأكثر تأثراً من شبكات التواصل الاجتماعي؟ وما قناة الاتصال الأسرع وصولاً لهذه الفئة أيضاً والتي يمكن توظيفها إيجابياً في المستقبل.

وتوضح بيانات جدول (23) أهم الخدمات المفضلة على شبكات التواصل الاجتماعي، ومن هذه البيانات يتضح أن غالبية العينة تفضل الدردشة، حيث بلغت هذه النسبة (64.8%) من إجمالي العينة، توزعت بنسب متقاربة جداً بين الذكور (64.8%) والإناث (64.7%). ولذلك لم تكن قيمة χ^2 دالة عند أي مستوى للمعنوية، وهذه النسبة منطقية وتعكس الاستخدام الفعلي والحقيقي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى غالبية المستخدمين. وجاءت مشاركة الصور في المرتبة الثانية بنسبة تقترب من ثلث العينة (29.5%) والتي توزعت بدرجات متقاربة بين الذكور (28.7%)



والإناث (30.6%) ولذلك بلغت قيمة كا² 0.58 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية، وتعد النسبة والترتيب منطقيان حيث تعد مشاركة الصور نوع من التواصل الاجتماعي ومشاركة اللحظات والمناسبات بين الأهل والاصدقاء.

جدول (23) أهم الخدمات المفضلة على شبكات التواصل الاجتماعي							
x ²	الإجمالي		إناث		ذكور		الفئات
	%	ك	%	ك	%	ك	
12.1**	23.8	330	18.9	105	27.0	225	التعليقات
0.07	64.8	899	64.7	359	64.9	540	الدردشة
0.58	29.5	409	30.6	170	28.7	239	مشاركة الصور
0.02	9.2	128	9.4	52	9.1	76	مشاركة الروابط
1.38	16.9	235	15.5	86	17.9	149	مشاركة الفيديو
0.18	12.7	176	13.2	73	12.4	103	الألعاب
2.95	7.4	102	8.8	49	6.4	53	خدمات أخرى

وجاءت التعليقات على مداخلات المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الثالثة بنسبة تقل قليلاً على ربع العينة (23.8%)، وتوزعت هذه النسبة لدى الذكور (27.0%) بدرجة أعلى من الإناث (18.9%)، وأكدت قيمة كا² وجود هذه الفروق بين العينتين، حيث بلغت 12.1% وكانت قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01. أما مشاركة الفيديو فجاءت في المرتبة الرابعة من اهتمامات العينة بنسبة (16.9%)، توزعت بنسب متقاربة بين الذكور (17.9%) والإناث (15.5%)، ولذلك لم تكن قيمة كا² 15.8 دالة عند أي مستوى للمعنوية. وتعد هذه النسب مؤشراً على أن فئة مجتمعية قليلة لديها الوقت والدافعية للرد على المداخلات في النقاشات الاجتماعية، أما مشاركة الفيديو فقد لا يحرص عليها الكثير نظراً للمشكلات التقنية التي يواجهها في مشاركة الفيديو، أو حجم باقات الانترنت المشارك فيها.

أما الألعاب الإلكترونية على شبكات التواصل فجاءت في المرتبة الخامسة من اهتمامات العينة بنسبة (12.7%) من إجمالي العينة، توزعت بنسب متقاربة بين الإناث (13.2%) والذكور (12.4%)، ولم تكن قيمة كا² دالة عند أي مستوى معنوية. ولم تعد نسبة مشاركة الروابط على شبكات التواصل الاجتماعي (9.2%) من إجمالي العينة، وبنسب متقاربة لدى عيني الذكور (9.1%) والإناث (6.4%)، ومن ثم لم تكن قيمة كا² دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهي نسبة منطقية نظراً لطبيعة الفئات العمرية التي تمثلت في عينة الدراسة.

جدول (24) أسس اختيار الأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي							
الفئات	ذكور		إناث		الإجمالي		x^2
	%	ك	%	ك	%	ك	
المستوى المعرفي والثقافي	31.1	259	29.9	166	30.6	425	0.23
علاقات القرابة	46.4	386	32.1	178	40.7	564	**28.3
زملاء في الجامعة	28.6	238	27.6	153	28.2	391	0.18
الاهتمام المشترك	31.4	261	41.8	232	35.5	493	**15.8
من دولة غير دولتي	26.0	216	7.4	41	18.5	257	**76.1
لا يوجد أي معيار	18.0	150	31.5	175	23.4	325	**33.8

وتوضح بيانات الجدول (24) أسس اختيار الأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها يتضح أن علاقات الأقارب تأتي في المرتبة الأولى على هذه الشبكات، حيث أفادت بذلك ما يقل قليلاً على نصف العينة (47.7%)، وتوزعت هذه النسبة لدى الذكور (46.4%) بدرجة أعلى من الإناث (32.1%)، ولذلك كانت هناك فروق إحصائية بين العينتين في هذه العلاقات، فقد بلغت قيمة χ^2 28.3 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01 وهو ما يشير إلى زيادة درجة التفاوت بين الذكور والإناث في هذه العلاقات.

ويعد الاهتمام المشترك بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من أهم أسس اختيار الأصدقاء عليها، فقد أفادت بذلك نسبة تزيد قليلاً على ثلث العينة (35.5%) مع وجود تفاوت واضح بين الذكور والإناث، حيث بلغت قيمة χ^2 15.8 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01 وهو ما يشير إلى أن الاهتمام المشترك هو أساس اختيار الأصدقاء لدى الإناث (41.8%) بدرجة أعلى من الذكور (31.4%).

وجاء المستوى المعرفي والثقافي في المرتبة الثالثة بين أسس اختيار الأصدقاء على شبكات التواصل، حيث بلغت نسبته (30.6%) من إجمالي العينة، ودون فروق إحصائية ذات دلالة بين عيني الذكور (31.1%) والإناث (29.9%)، حيث لم تكن قيمة χ^2 دالة عند أي مستوى للمعنوية. كما أفادت نسبة (28.2%) بأن زملاء الجامعة يمثلون مصدراً هاماً لاختيار الأصدقاء على هذه الشبكات، ودون فروق إحصائية بين العينتين، حيث لم تكن قيمة χ^2 دالة عند أي مستوى للمعنوية، فقد توزعت هذه النسبة لدى الذكور والإناث بنسبتين متقاربتين، حيث بلغت (28.6%) و (27.6%) على التوالي.

وأشارت نسبة تقرب من ربع العينة بعدم وجود معيار محدد لاختيار الأصدقاء على شبكات التواصل (23.4%)، وتركزت هذه النسبة لدى عينة الإناث (31.5%) بدرجة أكبر من الذكور (18.0%).



وبلغت قيمة χ^2 33.8 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01 وهو ما يشير إلى قوة الفروق بين العينتين في هذا المعيار لاختيار الأصدقاء على شبكات التواصل. وفي الترتيب الأخير أفادت نسبة (18.5%) من جملة العينة بأن اختيار الأصدقاء من الدول الأخرى (وخاصة الأجنبية) يمثل أساساً لاختيار الأصدقاء على شبكات التواصل. وتركزت هذه النسبة لدى الذكور (26.0%) بدرجة أكبر من الإناث (7.4%) ولذلك بلغت قيمة χ^2 76.1 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01 وهو ما يشير إلى قوة الفروق بين الذكور والإناث في هذا الأساس.

كما توضح بيانات جدول (25) أهم مجالات التواصل مع الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي، ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عيني الذكور والإناث في أغلب هذه المجالات، وكانت هذه الفروق عند مستوى معنوية 0.01 في المجالات (الاجتماعية، العلمية، والرياضية والدينية) وعند مستوى معنوية للمجالات (الثقافية، والتعليمية، والترفيهية، والإعلامية). كما يتضح أن المجالات الاجتماعية تحتل المرتبة الأولى كأحد مجالات التواصل مع الآخرين حيث بلغت نسبتها (46.7%) من إجمالي العينة، حيث يعد المجال الاجتماعي هو الهدف الأساسي من هذه الشبكات، وتوزعت هذه النسبة لدى الإناث بدرجة أعلى منها لدى الذكور، حيث بلغت (55.3%) لدى الإناث في مقابل (41.5%) لدى الذكور.

جدول (25) أهم مجالات التواصل مع الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي							
χ^2	الإجمالي		إناث		ذكور		الفئات
	%	ك	%	ك	%	ك	
** 27.5	46.7	648	55.3	307	41.0	341	اجتماعية
* 6.45	33.9	470	37.8	210	31.3	260	ثقافية
** 27.4	30.6	425	22.7	126	35.9	299	علمية
* 4.33	30.4	421	27.2	151	32.5	270	تعليمية
* 133.1	44.1	611	62.9	349	31.5	262	ترفيهية
** 14.7	25.3	351	19.8	110	29.0	241	رياضية
* 8.32	22.7	315	18.7	104	25.4	211	إعلامية
** 36.4	32.7	454	23.4	130	38.9	324	دينية
0.14	23.2	322	22.7	126	23.6	196	إخبارية
0.39	4.6	64	5.0	28	4.3	36	أخرى

وجاءت المجالات الترفيهية في المرتبة الثانية بنسبة (44.1%) من إجمالي العينة، وبلغت هذه النسبة لدى الإناث 62.9% والتي تزيد بدرجة كبيرة عما يناظرها لدى الذكور (31.5%). أما المجالات الثقافية فجاءت في المرتبة الثالثة في عملية التواصل مع الآخرين حيث بلغت نسبتها (33.9%) من إجمالي العينة، وتوزعت هذه النسبة لدى الإناث بنسبة (37.8%) في مقابل (31.3%) لدى الذكور.

كما جاءت المجالات الدينية في المرتبة الرابعة في عمليات التواصل حيث بلغت نسبتها (32.7%) من إجمالي العينة، وتوزعت هذه النسبة لدى الإناث بنسبة 23.4% والتي تقل عما يناظرها لدى الذكور (38.9%). أما المجالات العلمية فتأتي في المرتبة الخامسة في عمليات التواصل حيث بلغت نسبتها (30.6%) من إجمالي العينة وتوزعت هذه النسبة لدى الذكور بدرجة أعلى منها لدى الإناث حيث بلغت (35.9%) لدى الذكور في مقابل (22.7%) لدى الإناث. كما جاءت المجالات التعليمية في المرحلة السادسة بنسبة (30.4%) من إجمالي العينة، وتوزعت هذه النسبة لدى الذكور (32.5%) بدرجة أعلى منها لدى الإناث (27.2%).

أما المجالات الرياضية فتأتي في المرتبة السابعة في التواصل مع الآخرين، حيث بلغت نسبتها (25.3%) من إجمالي العينة، وتوزعت هذه النسبة لدى الذكور بدرجة أعلى منها لدى الإناث حيث بلغت (29.2%) لدى الذكور في مقابل (19.8%) لدى الإناث. وتأتي المجالات الإخبارية في المرتبة الثامنة بنسبة (23.2%) من إجمالي العينة، وتوزعت هذه النسبة لدى الذكور بدرجة أعلى منها لدى الإناث، حيث بلغت (23.6%) لدى الذكور، وبلغت لدى الإناث (22.7%). أما المجالات الإعلامية فتأتي في المرتبة التاسعة بنسبة (22.7%) من إجمالي العينة، توزعت لدى الذكور بدرجة أعلى منها لدى الإناث حيث بلغت نسبتها لدى الذكور (25.4%) في مقابل (18.7%) لدى الإناث.

ويعد تنوع مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة مؤشراً إيجابياً، وكون الاستخدام الاجتماعي احتل المرتبة الأولى فقد أظهر منطوقية النتائج وصدق عينة الدراسة، أما التقارب في النسب بين بقية الاستخدامات، واختلافها في الترتيب، فالباحثين يرونها نسبية ومتغيرة وفق الاحتياجات المعلوماتية للمستخدمين والتي تتسم بالتغير المستمر، ولكن مع ثبات الاستخدام الفعلي والأساسي والذي مثل الاختيار الأول لغالبية عينة الدراسة والمتمثل في الاستخدام الاجتماعي.



إجابة التساؤل الرابع: ما دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

وقد حددت الدراسة أهم هذه الدوافع وفقاً للمؤشرات الواردة في جدول (26):

جدول (26) دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي									
الترتيب	S	\bar{x}	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	0.61	2.51	6.3	87	36.3	504	57.4	796	1. البحث عن المعلومات.
10	0.72	2.25	16.1	224	42.5	590	41.3	573	2. البحث عن معلومات يمكن الوثوق بها.
2	0.65	2.48	8.9	123	34.0	471	57.2	793	3. الحصول على إجابات محددة.
14	0.81	1.95	35.2	488	34.5	479	30.3	420	4. التعرف على آخرين من دول أخرى.
3	0.71	2.43	12.9	179	31.6	438	55.5	770	5. التواصل والتفاعل مع الأصدقاء.
13	0.78	2.05	27.8	386	39.5	548	32.7	453	6. التواصل مع الآخرين.
12	0.81	2.15	26.4	366	32.2	446	41.5	575	7. المشاركة في الدردشة على الإنترنت.
15	0.84	1.82	45.6	633	26.6	369	27.8	385	8. الارتباط بأحد الجماعات على الإنترنت.
7	0.75	2.33	16.7	232	33.7	468	49.5	687	9. شراء سلع ومنتجات من خلال الإنترنت.
4	0.73	2.40	14.3	198	31.2	433	54.5	756	10. البحث عن التسلية والترفيه.

جدول (26) دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي									
الترتيب	S	\bar{x}	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
9	0.72	2.29	15.9	221	39.1	542	45.0	624	11. البحث عن صفحات مثيرة للاهتمام.
6	0.64	2.33	9.4	131	48.2	668	42.4	588	12. القراءة عن الأحداث والأخبار الجارية.
8	0.75	2.30	17.4	241	35.7	495	46.9	651	13. التغلب على الشعور بالوحدة.
5	0.74	2.35	15.9	220	33.3	462	50.8	705	14. الهروب من ضغوط الحياة اليومية.
11	0.82	2.19	25.9	359	29.3	407	44.8	621	15. التغلب على الفراغ العاطفي والاجتماعي.
المتوسط العام = 2.26 (نعم)									

وتوضح بيانات جدول (26) دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ويتضح منها أن هدف البحث عن المعلومات يتصدر دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى وذلك بنسبة (57.4%) من مجموع المشاركين بالبحث؛ يلهمهم من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بدافع الحصول على إجابات لأسئلة محددة وذلك بنسبة (57.2%) ويحتل هذا الدافع المرتبة الثانية؛ في حين أن من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بدافع التواصل والتفاعل مع الأصدقاء كانت نسبتهم (55.5%) من نسبة المشاركين بالدراسة (المرتبة الثالثة)؛ أما المشاركين الذين يستخدمون هذه الشبكات بدافع البحث عن التسلية والترفيه فقد كانوا بالمرتبة الرابعة بنسبة نسبتهم (54.5%) من مجموع المشاركين بالدراسة الراهنة. وهذه النتيجة قد تكون مخالفة لتوقعات القائمين على الدراسة حيث كان يتوقع أن دافع التسلية والترفيه يتصدر دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وليس المرتبة الرابعة.

وإذا انتقلنا لدافع الهروب من ضغوط الحياة اليومية فنجد أنه يحتل المرتبة الخامسة بنسبة (54.5%) من مجموع المشاركين بالدراسة الراهنة. يلي ذلك دافع الهروب من ضغوط الحياة اليومية بنسبة (50.8%) من مجموع المشاركين بالدراسة الذين ذكروا أن ذلك السبب من دوافعهم



لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي. هذا ويأتي دافع القراءة عن الأحداث والأخبار الجارية بالترتيب السادس بنسبة (42.4%) من مجموع المشاركين بالدراسة الذين ذكروا أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لهذا السبب. يلهم من ذكروا أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بدافع شراء سلع ومنتجات من خلال الإنترنت وذلك بنسبة (49.5%) وأيضاً هذه النتيجة تأتي مخالفة للتوقعات حيث تمثل شبكات التواصل الاجتماعي اليوم سوق مفتوحة يميل كثير من الناس لاسيما الشباب من الشراء خلالها.

وإذا انتقلنا إلى عبارة التغلب على الشعور بالوحدة نجد أنه يمثل نسبة (46.9%) من المشاركين بالدراسة الذين أجابوا على هذه العبارة. في حين أن البحث عن صفحات مثيرة للاهتمام مثل نسبة (45.0%) من مجموع المشاركين بالدراسة. وعبارة البحث عن معلومات يمكن الوثوق بها بوصفها دافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أفادت نسبة (41.3%) من مجموع المشاركين بالدراسة أنهم يستخدمون شبكات الاجتماعية لهذا الدافع. في حين كان دافع التغلب على الفراغ العاطفي والاجتماعي سبباً لنسبة (44.8%) من مجموع المشاركين بالدراسة. وقامت نسبة (41.5%) من مجموع المشاركين بالدراسة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بدافع الدردشة على الإنترنت. كما ذكرت نسبة تمثل (32.7%) أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بدافع التواصل والتفاعل مع الآخرين. أما التعرف على أشخاص من دول أخرى فقد ذكرت نسبة تمثل (30.3%) من مجموع المشاركين بالدراسة أنها تقوم باستخدامها لهذا السبب. في حين الارتباط بأحد الجماعات على الإنترنت كان دافعاً لنسبة تمثل (27.8%) من مجموع المشاركين بالدراسة الراهنة.

ويظهر ترتيب دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة خلل في ترتيب الأولويات المعلوماتية، حيث تصدر البحث عن المعلومات، يليه الحصول على إجابات لأسئلة محددة. يعني عدم الوعي بمصادر البحث عن المعلومات الدقيقة وهي انعكاس للأمية المعلوماتية، ويعطي مؤشراً على إمكانية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في بث المعلومات الصحيحة وغير الصحيحة للجمهور. أما باقي الترتيب للدوافع وإن اختلفت في الأهمية إلا أنه يبدو منطقياً باعتبار أن هذه الدوافع نسبية وتتغير بتغير الأهداف الوقتية والحاجة المعلوماتية للمستفيد من الآخر.

وتوضح بيانات الجدول (27) نتائج اختبار الفروق الإحصائية (T) لمقياس دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة. ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة معنوية بين هذا المقياس وكل من المتغيرات التالية:

جدول (27) الفروق الإحصائية في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة (T test)						
المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	الدلالة	
المبحوث	هيئة تدريس	33.36	5.50	1.60	0.10	
	طالب	33.93	5.01			
الجنس	ذكور	34.13	5.310	*2.81	0.01	
	إناث	33.37	4.75			
الحالة الاجتماعية	أعزب	34.17	5.14	**4.49	0.00	
	متزوج	32.77	4.90			
أسلوب المعيشة	مع الأسرة	33.83	5.11	0.16	0.97	
	بمفردي	33.82	5.14			

- الجنس، حيث توجد فروق في استجابات عيني الذكور والإناث على عبارات المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 2.81 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، وكانت هذه الفروق لصالح عينة الذكور. وهو ما يشير إلى اختلاف دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية لدى الذكور عن الإناث، فمن المتوقع أن يستخدم الذكور هذه الشبكات في التعرف على الآخرين وتأسيس علاقات جديدة، في الوقت الذي يكون فيه من المتوقع أن تهتم الإناث بالتواصل مع أفراد الأسرة والزميلات في محيط التعليم والعمل.
 - الحالة الاجتماعية، حيث أوضحت البيانات وجود فروق في استجابات كل من المتزوجين والعزاب على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 4.49 وكانت دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح عينة من لم يسبق لهم الزواج. وهو ما يشير إلى اختلاف هذه الدوافع والأهداف بين المتزوجين وغير المتزوجين في المجتمع.
- ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس تعزى لمتغيرات: نوعية المبحوثين (1.60) وأسلوب المعيشة (0.01). حيث لم تكن قيم (T) دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهو ما يشير إلى تقارب استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس وبين من يعيشون بمفردهم أو مع أسرهم فيما يتعلق بالدوافع التي تدفعهم إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (28) الفروق الإحصائية في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الحي السكني (ANOVA)						
الدلالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	المتغيرات	
0.00	**6.20	159.1	4	636	بين المجموعات	فئات العمر
		25.7	1382	35487	داخل المجموعات	
			1386	36124	المجموع	
0.52	0.65	17.0	2	34	بين المجموعات	التخصص الدراسي
		26.1	1384	36090	داخل المجموعات	
			1386	36124	المجموع	
0.00	**4.42	114.2	4	457	بين المجموعات	الدخل الشهري
		25.8	1382	35667	داخل المجموعات	
			1386	36124	المجموع	
0.00	**12.0	307.9	2	616	بين المجموعات	مستوى المنطقة السكنية
		25.7	1384	35508	داخل المجموعات	
			1386	36124	المجموع	

وتشير بيانات الجدول (28) إلى نتائج تحليل التباين الأحادي لمقياس دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى المنطقة السكنية. ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين هذا المقياس وكل من المتغيرات التالية:

- فئات العمر، حيث أوضحت الدراسة وجود فروق في استجابات العينة في فئات العمر المختلفة فيما يتعلق بدوافع استخدام شبكات التواصل، فقد بلغت قيمة (F) 6.20 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (شيفيه) كانت هذه الفروق لصالح فئة العمر (25 – 30) عاماً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة العمرية تعد من أنشط الفئات في استخدام شبكات التواصل، ليس فقط في بناء علاقات مع الآخرين، ولكن أيضاً من خلال توظيف هذه الشبكات إيجابياً في مجال العمل وتحقيق العديد من الفوائد التي تزيد رصيدها من رأس المال الاجتماعي.

- الدخل الشهري، حيث توجد فروق بين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة فيما يتعلق بدوافع استخدامها لشبكات التواصل، فقد بلغت قيمة (F) 4.42 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل (15 – 20) ألف ريال شهرياً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة من العينة مرتفعة الدخل بما يمكنها من توفير الأجهزة الذكية والإمكانات التقنية بما يمكنها من توظيف الشبكات الاجتماعية في تحقيق العديد من الفوائد والإيجابيات من استخدامها.

- مستوى المنطقة السكنية، حيث توجد فروق في استجابات العينة والتي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى فيما يتعلق بدوافع استخدامها لشبكات التواصل، فقد بلغت فقد بلغت قيمة (F) 12.0 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح من يعيشون في أحياء راقية. ويمكن تفسير ذلك بأن من يعيشون في هذه الأحياء الراقية أكثر قدرة على توظيف ما يملكونه من رأس مال اقتصادي مرتفع في الحصول على أنواع أخرى من رأس المال مثل رأس المال الثقافي والاجتماعي، ويتعلق الأول بزيادة الرصيد الاجتماعي والثقافي لأفراد الأسرة، فيما يتعلق الثاني بزيادة رصيد العلاقات الاجتماعية بما ينعكس في زيادة ما تتمتع به هذه الفئة من ثقة ومكانة اجتماعية (عبد الوهاب، 1999).

ولم تكن ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة (الاجتماعية والإنسانية، والتطبيقية، والشعرية) فيما يتعلق بدوافع استخدام شبكات التواصل، فقد بلغت قيمة (F) 0.65 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهو ما يشير إلى عمق تأثير هذه الشبكات وتنوع دوافع استخدامها بين العديد من فئات وشرائح المجتمع؛ مهما كان تخصصها الدراسي.

إجابة التساؤل الخامس: ما تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية؟

وقد تناولت الدراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على كل من: العلاقات الأسرية، والعلاقة بالأقارب، والعلاقات الافتراضية، وعلى الفرد المستخدم لشبكات التواصل، وذلك وفقاً للمؤشرات الواردة في جداول (29 – 45).



جدول (29) تأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية

الترتيب	S	\bar{x}	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	0.75	2.22	19.3	267	39.2	544	41.5	576	1. قلة الحوار مع أفراد الأسرة.
2	0.76	2.06	26.0	360	42.5	590	31.5	437	2. ضعف التفاعل مع أفراد الأسرة.
6	0.82	1.91	38.8	538	31.8	441	29.4	408	3. تدفع إلى وجود الخلافات الأسرية.
3	0.76	2.04	27.0	374	42.4	588	30.6	425	4. إهمال القيام بالواجبات الأسرية.
4	0.80	1.96	33.5	464	36.6	508	29.9	415	5. وجود علاقات بديلة عن العلاقات الأسرية.
7	0.80	1.88	38.9	539	34.5	478	26.7	370	6. الهروب من معالجة المشكلات الأسرية.
5	0.81	1.94	36.3	503	33.5	464	30.3	420	7. تحدث فجوة بيني وبين أفراد أسرتي.
المتوسط العام = 2.00 (نعم)									

وتكشف بيانات جدول (29) تأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية، وحسب إفادة المشاركين بالدراسة يتبين أن نسبة (41.5%) من المشاركين بالدراسة يعتقدون أن قلة الحوار مع أفراد الأسرة من أبرز الآثار التي تحدثها شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية. يليهم من يرى بنسبة (31.5%) مجموع المشاركين بالدراسة أن ضعف التفاعل مع أفراد الأسرة من آثار شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية. يتبعهم نسبة (30.6%) من مجموع المشاركين الذين أفادوا بأن إهمال القيام بالواجبات الأسرية من أبرز تأثيرات التواصل على العلاقات الأسرية. يتبعهم نسبة (30.3%) من المشاركين بالدراسة الذين يرون أن أحدث فجوة بينهم وبين أفراد أسرتهم من الآثار التي أحدثتها وساطة التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية. وذكرت نسبة (29.9%) من المشاركين بالدراسة أن من تأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية هو وجود علاقات بديلة عن العلاقات الأسرية. وترى نسبة (29.4%) من المشاركين بالدراسة أن من آثار

شبكات التواصل الاجتماعي هو أحداث الخلافات الأسرية. وأخيراً ذكرت نسبة (26.7%) من المشاركين بالدراسة بأن الهروب من معالجة المشكلات الأسرية من الأثار البارزة التي تحدثها شبكات التواصل الاجتماعي على الأسرة. وتجدر الإشارة إلى أن المتوسط الحسابي لتأثير وساطة التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية يتمركز عن مستوى (2.00) وهو ضعف التفاعل مع أفراد الأسرة.

جدول (30) الفروق الإحصائية في تأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة (T test)						
الدلالة	T	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات	
0.03	*2.15	4.05	14.51	247	هيئة تدريس	المبحوث
		4.19	13.89	1140	طالب	
0.00	**10.28	3.87	14.91	832	ذكور	الجنس
		4.24	12.65	555	إناث	
0.55	0.61	4.24	14.04	1021	أعزب	الحالة الاجتماعية
		4.02	13.88	352	متزوج	
0.03	*2.99	4.18	13.91	1260	مع الأسرة	أسلوب المعيشة
		3.98	15.18	96	بمفرد	

كما توضح بيانات جدول (30) نتائج اختبار الفروق الإحصائية (T) لمقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة. ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة معنوية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس وكل من المتغيرات التالية:

- نوعية المبحوثين، حيث توجد فروق في استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 2.15 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، وكانت هذه الفروق لصالح عينة هيئة التدريس، وهو ما يمكن تفسيره بأن أعضاء هيئة التدريس أكثر وعياً بضرورة الحفاظ على العلاقات الأسرية من الطلاب بحكم الفروق العمرية وطبيعة الخبرات الحياتية المتراكمة.

- الجنس، حيث توجد فروق في استجابات كل من الذكور والإناث على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 10.28 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح الذكور. وهو ما يمكن تفسيره من خلال اهتمام الإناث بالعلاقات الأسرية بدرجة أكبر من الذكور باعتبارها أكثر المتضررين من التفكك الأسري وتبعياته، ربما بحكم وجود وقت فراغ أكبر لديهم.

- أسلوب المعيشة، حيث أوضحت البيانات وجود فروق في استجابات كل من من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم على عبارات هذه المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 2.99 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، وكانت هذه الفروق لصالح عينة من يعيشون مع أسرهم. ويمكن تفسير ذلك بأن من يعيشون بمفردهم ينشغلون بعلاقاتهم مع زملائهم وأصدقائهم بدرجة أكبر من اهتمامهم بالعلاقات الأسرية.

ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية، حيث لم تكن قيمة (T) دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهو ما يشير إلى تقارب استجابات كل من العزاب والمتزوجين فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية.

جدول (31) الفروق الإحصائية في تأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الحي السكني (ANOVA)

الدلالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	المتغيرات
0.00	**8.03	136.9	4	547	بين المجموعات
		17.1	1382	23569	داخل المجموعات
			1386	24116	المجموع
0.13	2.08	36.1	2	72	بين المجموعات
		17.4	1384	24044	داخل المجموعات
			1386	24116	المجموع
0.00	**7.61	130.0	4	520	بين المجموعات
		17.1	1382	23596	داخل المجموعات
			1386	24116	المجموع
0.06	2.76	47.8	2	96	بين المجموعات
		17.4	1384	24020	داخل المجموعات
			1386	24116	المجموع

وأفادت بيانات جدول (31) بنتائج تحليل التباين الأحادي (*ANOVA*) لمقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الحي السكني. ومنها يتضح ما يلي:

- توجد فروق إحصائية في استجابات العينة من الفئات العمرية المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية، فقد بلغت قيمة (*F*) 8.03 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (*LSD*) كانت هذه الفروق لصالح العينة في الفئة العمرية (25 – 30)، وهو ما يمكن تفسيره بأن عينة هذه الفئة أكثر وعياً بأهمية الحفاظ على العلاقات الأسرية مقارنة بالفئات العمرية الأقل.
- كشفت الدراسة عن وجود فروق بين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية، فقد بلغت قيمة (*F*) 7.61 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (*شيفيه*) كانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل الأقل من خمسة آلاف ريال شهرياً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة تعد أكثر حرصاً على العلاقات الأسرية من العينة في فئات الدخل الأعلى، لأنها تنتهي لفئة رأس المال الاقتصادي المنخفض والذي لا يمكنها من توظيفه واستثماره في الحصول على أنواع أخرى من رأس المال، وهذه الفئة قد لا تمتلك الإمكانيات المالية اللازمة للحصول على الأجهزة الذكية التي تمكنها من استخدام شبكات التواصل، وكذلك قد لا تمتلك مهارات التواصل مع آخرين من ثقافات مختلفة. كما أن أصحاب الدخل الأعلى قد يتزايد معها ارتباطاتهم الاقتصادية لزيادة مدخولهم للحفاظ على مستوى اقتصادي محدد.
- أشارت الدراسة إلى عدم وجود فروق في استجابات العينة من التخصصات العلمية المختلفة (الاجتماعية والإنسانية، والتطبيقية، والشرعية) فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية، فقد بلغت قيمة (*F*) 2.08 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهو ما يشير إلى اهتمام مفردات العينة باستخدام شبكات التواصل في العلاقات الأسرية بصرف النظر عن التخصص العلمي الذي تنتهي إليه.
- بينت الدراسة عدم وجود فروق في استجابات العينة التي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية، فقد بلغت قيمة (*F*) 2.76 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. ويمكن تفسير ذلك بأن استخدام شبكات التواصل تؤثر في العلاقات الأسرية للعينة سواء



كانت تعيش في مناطق سكنية راقية أو شعبية أو متوسطة المستوى، ولكن الاختلاف يكمن فقط في درجة الوعي والقدرة على استخدامها في تحقيق أهداف فردية ومجتمعية.

جدول (32) تأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأقارب									
الترتيب	S	\bar{x}	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	0.79	2.04	29.3	406	37.0	513	33.7	468	1. ضعف علاقتي بالأقارب
3	0.82	1.98	34.8	483	32.8	455	32.4	449	2. ضعف مشاركة المناسبات العائلية
2	0.80	2.03	30.1	418	36.6	507	33.3	462	3. وجود علاقات بديلة عن الأقارب
4	0.82	1.97	34.8	482	33.1	459	32.2	446	4. ضعف الشعور بالانتماء للأقارب
المتوسط العام = 2.01 (نعم)									

ومن تحليل جدول (32) المخصص للكشف عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة بالأقارب يتضح أن نسبة (33.7%) من المشاركين بالدراسة يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي أدت إلى ضعف علاقاتهم الاجتماعية بالأقارب، أما من يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على ضعف مشاركتهم في المناسبات الاجتماعية فنسبتهم (32.4%) من مجموع المشاركين بالدراسة، كما ذكرت نسبة تقدر (33.3%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي أوجدت لهم علاقات بديلة عن علاقات الأقارب، في حين ذكرت نسبة تقدر (32.2%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي أدت إلى ضعف شعورهم بالألفة والانتماء للأقارب.

وجميع التأثيرات السابقة باختلاف ترتيبها يمكن تفسيرها بأن اتساع دائرة التواصل الاجتماعي للفرد وأقاربه كل من جهته جعلت التواصل مع الأقارب ومنهم يقل تدريجياً في زحام التواصل الاجتماعي عبر هذه الشبكات.

جدول (33) الفروق الإحصائية في تأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأقارب وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة (T test)						
المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	الدلالة	
المبحوث	هيئة تدريس	247	8.43	2.71	0.07	
	طالب	1140	7.94			
الجنس	ذكور	832	8.51	**8.58	0.00	
	إناث	555	7.30			
الحالة الاجتماعية	أعزب	1021	8.01	0.23	0.82	
	متزوج	352	8.05			
أسلوب المعيشة	مع الأسرة	1260	7.96	**3.41	0.00	
	بمفردي	96	8.91			

وتعكس بيانات جدول (33) نتائج اختبار الفروق الإحصائية (T) لمقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقات بالأقارب وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة. ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة معنوية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس وبتغير الجنس، حيث توجد فروق في استجابات كل من الذكور والإناث على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 8.58 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح الذكور. وهو ما يشير إلى اختلاف اهتمامات كل من الذكور والإناث في العينة فيما يتعلق بعلاقات الأقارب ومدى تأثرها باستخدام التقنيات الحديثة وشبكات التواصل الاجتماعي.

كما أشارت الدراسة إلى وجود فروق إحصائية في استجابات عيني الدراسة ممن يعيشون بمفردهم أو مع أسرهم على عبارات هذا المقياس. فقد بلغت قيمة (T) 3.41 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح من يعيشون بمفردهم. وهو ما يمكن تفسيره بأن هذه الفئة التي تعيش بمفردها تنشغل في عملها أو دراستها أو في التواصل مع آخرين على شبكات التواصل بدرجة أكبر من الاهتمام بالعلاقات الأسرية والقريبة.

ولم توجد فروق إحصائية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس؛ تعزى لمتغيرات: نوعية المبحوث (طلاب وأعضاء هيئة تدريس) والحالة الاجتماعية (متزوجين وعزاب). حيث لم



تكن قيم (T) دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهو ما يشير إلى تقارب استجابات هذه الفئات فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات القرابية.

جدول (34) الفروق الإحصائية في تأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأقارب وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الحي السكني (ANOVA)						
المتغيرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة	
فئات العمر	بين المجموعات	4	50.0	**7.43	0.00	
	داخل المجموعات	1382	6.8			
	المجموع	1386				
التخصص الدراسي	بين المجموعات	2	7.3	1.06	0.35	
	داخل المجموعات	1384	6.9			
	المجموع	1386				
الدخل الشهري	بين المجموعات	4	48.3	**7.09	0.00	
	داخل المجموعات	1382	6.8			
	المجموع	1386				
مستوى المنطقة السكنية	بين المجموعات	2	8.4	1.21	0.30	
	داخل المجموعات	1384	6.9			
	المجموع	1386				

وأشارت بيانات جدول (34) إلى نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأقارب وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى المنطقة السكنية. ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين هذا المقياس وكل من المتغيرات التالية:

- فئات العمر، حيث أفادت الدراسة بوجود فروق في استجابات العينة في فئات العمر المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأقارب، فقد بلغت قيمة (F) 7.43 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح فئتي العمر (25 - 30) والأعلى من (35) عاماً. ويمكن تفسير ذلك بأن هاتين الفئتين أكثر خبرة واهتماماً بضرورة تدعيم الصلات والعلاقات القرابية بدرجة أكبر من الفئات العمرية الأقل، ولذا يكون من المتوقع أن تختلف استجاباتهم على عبارات هذا المقياس.

- الدخل الشهري، حيث توجد فروق بين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة فيما يتعلق تأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأقارب، فقد بلغت قيمة (F) 4.42 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل الأقل من (5000) ريال شهرياً. وهو ما يمكن تفسيره بأن هذه الفئة منخفضة الدخل قد لا تمتلك الإمكانيات المادية اللازمة لاقتناء أحدث الأجهزة الذكية التي تمكنها من التواصل والتفاعل مع آخرين من ثقافات ودول مختلفة، وغالباً تكون هذه الفئات أكثر ترابطاً مع العلاقات المحلية وخاصة العلاقات الأسرية والقرابية.

- توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق إحصائية في استجابات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة (الاجتماعية والإنسانية، والتطبيقية، والشرعية) فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأقارب، فقد بلغت قيمة (F) 1.06 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهو ما يشير إلى أن التخصص الدراسي لم يكن عاملاً أساسياً في اختلاف استجابات الباحثين على عبارات هذا المقياس.

- وكذلك لم تكن هناك فروق في استجابات العينة والتي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى فيما يتعلق تأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأقارب، فقد بلغت قيمة (F) 1.21 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى معنوية. ويمكن تفسير ذلك بأن شبكات التواصل يمكن أن تؤثر على العلاقات القربية والأسرية لمستخدميها بصرف النظر عن طبيعة ومستوى المنطقة السكنية التي يعيشون فيها.

جدول (35) تأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأصدقاء

العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		S	x̄
	ك	%	ك	%	ك	%		
1. ضعف علاقتي بأصدقائي في الواقع	419	30.2	442	31.9	526	37.9	0.82	1.92
2. وجود صداقة افتراضية بديلة	457	32.9	413	29.8	517	37.3	0.84	1.96
3. فقدان التواصل مع الأصدقاء	502	36.2	455	32.8	430	31.0	0.82	2.05
4. وجود طرق التعامل بين الأصدقاء	475	34.2	660	47.6	252	18.2	0.71	2.16
المتوسط العام = 2.02 (نعم)								

ومن معطيات جدول (35) يتضح تأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأصدقاء حسب إفادة المشاركين بالدراسة، ويتضح أن أبرز هذه التأثيرات هو فقدان التواصل مع الأصدقاء القدماء بنسبة تمثل (36.2%) من مجموع المشاركين بالدراسة الذين أشاروا إلى هذا التأثير، يلي تلك النسبة نسبة تمثل (34.2%) من يعتقدون ظهور طرق خاصة في التعامل بين الأصدقاء، كما ذكرت نسبة تقدر (32.95) من مجموع المشارين بالدراسة أن علاقتهم مع الأصدقاء تأثرت لأنهم وجدوا صداقة افتراضية بديلة عن الواقعية، وأخيراً أفادت نسبة تمثل (30.2%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي أدت إلى ضعف على علاقتهم بأصدقاء الواقع. ومما سبق يستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي لها علاقة أكيدة بالتأثير على العلاقة بالأصدقاء وذلك بمتوسط حسابي عام قدره (2.02) من مجموع المشاركين بالدراسة الذين أجابوا بنعم على العبارات التي تتعلق بتأثير وساطة التواصل على العلاقة بالأصدقاء. وهنا تجدر الإشارة إلى أن مفهوم الصداقة في البيئة الافتراضية التي تظهر فيها شبكات التواصل تختلف مفاهيمها، ومعاييرها، ومؤشراتها عن الصداقة في الواقع الفعلي.

جدول (36) الفروق الإحصائية في تأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأصدقاء وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة (T test)						
المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	الدلالة	
المبحوث	هيئة تدريس	247	8.35	2.47	1.82	0.07
	طالب	1140	8.04	2.42		
الجنس	ذكور	832	8.65	2.34	**10.95	0.00
	إناث	555	7.25	2.33		
الحالة الاجتماعية	أعزب	1021	8.17	2.44	*2.00	0.05
	متزوج	352	7.87	2.41		
أسلوب المعيشة	مع الأسرة	1260	8.02	2.44	**3.68	0.00
	بمفردي	96	8.92	2.29		

كما تعكس بيانات جدول (36) نتائج اختبار الفروق الإحصائية (T) لمقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقات مع الأصدقاء وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة. ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة معنوية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس وكل من المتغيرات التالية:

- الجنس، حيث توجد فروق في استجابات كل من الذكور والإناث على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 10.95 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح الذكور. وهو ما يمكن تفسيره من خلال اهتمام الذكور بالعلاقات بين الأصدقاء بدرجة أكبر من الإناث بحكم ثقافة المجتمع التي تعتمد على الثقافة الذكورية شأنها في ذلك شأن العديد من الدول والمجتمعات والثقافات العربية (بورديو، 2009: 45).
- الحالة الاجتماعية، حيث أوضحت البيانات وجود فروق في استجابات كل من المتزوجين والعزاب على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 2.00 وكانت دالة عند مستوى معنوية 0.05، وكانت هذه الفروق لصالح عينة من لم يسبق لهم الزواج. وهو ما يشير إلى اختلاف العلاقات بين الأصدقاء فيما بين المتزوجين وغير المتزوجين.
- أسلوب المعيشة، فقد كشفت الدراسة وجود فروق في استجابات كل من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم على عبارات هذا المقياس، حيث بلغت قيمة (T) 3.68 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح عينة من يعيشون بمفردهم. ويمكن تفسير ذلك بأن من يعيشون بمفردهم أكثر حرصاً على علاقاتهم مع أصدقائهم بدرجة أكبر من هؤلاء الذين يعيشون مع أسرهم.

جدول (37) الفروق الإحصائية في تأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأصدقاء وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الهي السكني (ANOVA)

الدلالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	المتغيرات
0.00	**5.25	30.8	4	123	بين المجموعات
		5.9	1382	8095	داخل المجموعات
			1386	8218	المجموع
0.04	*3.25	19.2	2	38	بين المجموعات
		5.9	1384	8180	داخل المجموعات
			1386	8218	المجموع
0.00	**11.18	64.4	4	258	بين المجموعات
		5.8	1382	7961	داخل المجموعات
			1386	8218	المجموع
0.04	*3.20	18.9	2	38	بين المجموعات
		5.9	1384	8180	داخل المجموعات
			1386	8218	المجموع

- وتوضح بيانات جدول (37) إلى نتائج تحليل التباين الأحادي (*ANOVA*) لمقياس دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى المنطقة السكنية. ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين هذا المقياس وكل من المتغيرات التالية:
- فئات العمر، حيث أشارت الدراسة إلى وجود فروق في استجابات العينة في فئات العمر المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأصدقاء، فقد بلغت قيمة (*F*) 5.25 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (شيفيه) كانت هذه الفروق لصالح فئتي العمر (25 – 30) والأعلى من (35) عاماً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئات العمرية أكثر حرصاً وتقديراً للعلاقة بالأصدقاء ربما بدرجة أكبر من الفئات العمرية الأقل؛ التي تبحث غالباً عن بناء علاقات وروابط مع أصدقاء من خارج المجتمع ومن ثقافات متباينة.
 - التخصص الدراسي، حيث توصلت الدراسة إلى وجود فروق بين فئات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات بالأصدقاء، فقد بلغت قيمة (*F*) 3.25 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (شيفيه) كانت هذه الفروق لصالح تخصص العلوم الشرعية. وهو ما يمكن تفسيره بأن هؤلاء الذين يستخدمون هذه الشبكات من تخصص العلوم الشرعية يكونوا أكثر رفضاً لتأثيراتها السلبية على العلاقات الأسرية والقريبة، وربما أكثر رفضاً لوجود علاقات مع آخرين من ثقافات مختلفة تختلف عن ثقافة المجتمع السعودي.
 - الدخل الشهري، حيث أفادت الدراسة بوجود فروق بين فئات العينة من مستويات الدخل المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأصدقاء، فقد بلغت قيمة (*F*) 11.18 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (*LSD*) كانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل الأقل من خمسة آلاف ريال شهرياً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة من العينة منخفضة الدخل قد لا تمتلك من الإمكانيات والمهارات الثقافية والمعرفية ما يمكنها من بناء علاقات مع اصدقاء من ثقافات ودول مختلفة، وبالتالي فهي تركز على بناء صداقات وعلاقات داخل المجتمع المحلي، ومن ثم يكون من المتوقع أن تختلف استجاباتهم على عبارات هذا المقياس.
 - مستوى المنطقة السكنية، حيث توجد فروق في استجابات العينة والتي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأصدقاء، فقد بلغت قيمة (*F*) 3.20 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (*LSD*) كانت هذه الفروق لصالح من يعيشون في أحياء شعبية. ويمكن تفسير ذلك بأن من يعيشون في هذه الأحياء الشعبية أكثر اهتماماً ببناء علاقات صداقة داخل المجتمع المحلي الذي يعيشون فيه، على

أساس أن ذلك يمثل أولى مراحل تكوين رأس المال الاجتماعي لديهم من خلال اندماجهم في مجتمعات افتراضية تجمع بين اهتماماتهم المشتركة (عبد الوهاب، 2016).

جدول (38) تأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية									
الترتيب	S	\bar{x}	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
6	0.78	1.91	35.0	486	38.4	533	26.5	368	1. علاقاتي الافتراضية أقوى من الواقعية.
4	0.79	2.03	29.9	415	37.3	518	32.7	454	2. علاقاتي الافتراضية تنسم الجراً.
3	0.77	2.08	25.7	357	40.8	566	33.5	464	3. تحولت صداقاتي الافتراضية إلى صداقة حقيقية.
5	0.78	1.94	33.7	467	38.4	532	28.0	388	4. زادت ثقتي في أصدقائي الافتراضيين
2	0.77	2.18	22.2	308	37.8	524	40.0	555	5. تضعف القدرة على التواصل المباشر
1	0.74	2.26	17.9	248	38.2	530	43.9	609	6. أفرزت لغة جديدة خاصة بالتواصل
المتوسط العام = 2.07 (نعم)									

وتكشف بيانات جدول (38) معلومات عن اتجاهات المشاركين بالدراسة الراهنة عن تأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية، وتبين أن إفراز لغة جديدة خاصة بالتواصل بين مستخدميها من أول المعطيات التي أثرت على مستخدميها وساطة التواصل الاجتماعي كما أفادت نسبة (43.9%) من مجموع المشاركين بالدراسة الراهنة، يليهم من حيث الترتيب نسبة (40.0%) من مجموع المشاركين بالدراسة الذين يرون أن ضعف القدرة على التواصل المباشر من الآثار التي أفرزتها شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الافتراضية، في حين يعتقد نسبة (32.7%) أن علاقتهم الافتراضية في شبكات التواصل الاجتماعي لم تؤثر على صراحتهم وجراتهم؛ وترى نسبة (28.0%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي زادت من ثقهم بأصدقائهم الافتراضيين أكثر من أصدقاء الواقع، وأخيراً ذكرت نسبة

تمثل (26.5%) وتأتي بالمرتبة السادسة من مجموع المشاركين الذين ذكروا أن علاقاتهم الافتراضية أقوى من علاقتهم الواقعية. هذا ويتضح بشكل عام أن تأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية يتركز المتوسط الحسابي العام لها عند (2.07).

جدول (39) الفروق الإحصائية في تأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة (T test)						
المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	الدلالة	
المبحوث	هيئة تدريس	247	12.47	3.27	0.38	0.70
	طالب	1140	12.39	3.26		
الجنس	ذكور	832	12.96	3.00	**7.94	0.00
	إناث	555	11.57	3.46		
الحالة الاجتماعية	أعزب	1021	12.50	3.32	*2.17	0.03
	متزوج	352	12.08	3.07		
أسلوب المعيشة	مع الأسرة	1260	12.33	3.27	*2.49	0.01
	بمفردي	96	13.19	3.25		

وأشارت بيانات جدول (39) نتائج اختبار (T) لمقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة. ومن هذه البيانات تتضح المؤشرات التالية:

- توجد فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من الذكور والإناث على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 7.94 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح الذكور. وهو ما يمكن تفسيره بأن الذكور أكثر بحثاً عن العلاقات الافتراضية على شبكات التواصل من الإناث، وذلك بحكم الثقافة السعودية التي يمكن أن تسمح للذكور بتكوين صداقات مع آخرين من دول وثقافات مختلفة في الوقت التي لا تسمح فيه للإناث بالقيام بذلك.

- أوضحت الدراسة وجود فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من المتزوجين والعزاب على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 2.17 وكانت دالة عند مستوى معنوية 0.05، وكانت هذه الفروق لصالح عينة من لم يسبق لهم الزواج. وهو ما يشير إلى اختلاف

العلاقات الافتراضية فيما بين المتزوجين وغير المتزوجين في المجتمع، حيث لا تسمح توفر وقت الفراغ للمتزوجين بتكوين علاقات افتراضية بنفس الدرجة المتاحة أمام غير المتزوجين.

- كشفت الدراسة وجود فروق في استجابات كل من من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم على عبارات هذه المقياس، حيث بلغت قيمة (T) 2.49 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، وكانت هذه الفروق لصالح عينة من يعيشون مع أسرهم. ويمكن تفسير ذلك بأن من يعيشون بمفردهم أكثر حرصاً على تكوين علاقات افتراضية مع آخرين من ثقافات ودول مختلفة بدرجة أكبر مما هو متاح أمام من يعيشون مع أسرهم.

- لم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على عبارات هذا المقياس، حيث لم تكن قيمة (T) دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهو ما يشير إلى تقارب استجابات كل من العينتين فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الافتراضية مع آخرين من ثقافات ودول مختلفة.

جدول (40) الفروق الإحصائية في تأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الحي السكني (ANOVA)						
الدلالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	المتغيرات	
0.01	*3.29	34.8	4	139	بين المجموعات	فئات العمر
		10.6	1382	14584	داخل المجموعات	
			1386	14723	المجموع	
0.01	*5.25	55.5	2	111	بين المجموعات	التخصص الدراسي
		10.6	1384	14612	داخل المجموعات	
			1386	14723	المجموع	
0.00	**8.84	91.8	4	367	بين المجموعات	الدخل الشهري
		10.4	1382	14356	داخل المجموعات	
			1386	14723	المجموع	
0.09	2.38	25.2	2	50	بين المجموعات	مستوى المنطقة السكنية
		10.6	1384	14673	داخل المجموعات	
			1386	14723	المجموع	

وتوضح بيانات جدول (40) نتائج تحليل التباين الأحادي (*ANOVA*) لمقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الحي السكني. ومنها تتضح المؤشرات التالية:

- هناك فروق إحصائية في استجابات العينة من الفئات العمرية المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية، فقد بلغت قيمة (*F*) 3.29 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (*LSD*) كانت هذه الفروق لصالح العينة في الفئة العمرية (25 - 30)، وهو ما يمكن تفسيره بأن عينة هذه الفئة أكثر وعياً بطبيعة العلاقات الافتراضية على شبكات التواصل وما يترتب عليها من إيجابيات وسلبيات مقارنة بالفئات العمرية الأقل.

- توجد فروق بين فئات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية، فقد بلغت قيمة (*F*) 3.29 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (شيفيه) كانت هذه الفروق لصالح تخصص العلوم الشرعية. وهو ما يمكن تفسيره بأن أصحاب هذا التخصص ربما يكونوا أكثر رفضاً للعلاقات الافتراضية باعتبارها أحد الجوانب السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل.

- هناك فروق بين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية، فقد بلغت قيمة (*F*) 8.84 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (شيفيه) كانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل الأقل من خمسة آلاف ريال شهرياً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة ذات الدخل المنخفض لا تعتمد بالعلاقات الافتراضية مع آخرين من ثقافات ودول مختلفة بقدر اهتمامها باستخدام هذه الشبكات في التفاعل الاجتماعي وبناء العلاقات في المجتمع المحلي إلى جانب الاستفادة منها في دعم العلاقات الأسرية والقربانية.

- أكدت الدراسة عدم وجود فروق في استجابات العينة التي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية، فقد بلغت قيمة (*F*) 2.38 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. ويمكن تفسير ذلك بأن استخدام شبكات التواصل يتضمن بناء وتكوين علاقات افتراضية مع آخرين سواء داخل المجتمع أو خارجه، ولذا يكون من المتوقع عدم اختلاف من يعيشون في أحياء شعبية عن هؤلاء الذين يعيشون في أحياء راقية.

جدول (41) تأثير شبكات التواصل على الفرد المستخدم لشبكات التواصل									
الترتيب	S	\bar{x}	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
2	0.73	2.33	15.6	217	35.9	498	48.4	672	1. تؤدي إلى التشتت الذهن والتركيز
5	0.72	2.25	16.7	231	41.5	576	41.8	580	2. تضعف قدرة التعبير الواقعي.
3	0.70	2.29	14.2	197	43.0	597	42.8	593	3. زيادة حدة اختلاف الأفكار
1	0.69	2.34	12.8	178	40.8	566	46.4	643	4. تخترق خصوصية الأفراد
6	0.75	2.22	19.6	272	38.4	532	42.0	583	5. تضعف المعرفة والتحصيل
4	0.71	2.27	15.2	211	42.5	589	42.3	587	6. أصبح لافتراضي بديلاً الواقعي.
7	0.76	2.10	24.4	338	41.7	578	34.0	471	7. تضعف الشخصية الواقعية
المتوسط العام = 2.55 (نعم)									

وتوضح بيانات جدول (41) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الفرد المستخدم لها، ويتبين أن اختراق الخصوصية من تأتي في مقدمة تلك الآثار بنسبة تقدر (46.4%) من مجموع المشاركين بالدراسة الراهنة، يليها نسبة تمثل (48.4%) من مجموع المشاركين بالدراسة ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على تشتتهم الذهني وأضعفت تركيزهم، في حين يأتي زيادة حدة اختلاف الأفكار والآراء في المرتبة الثالثة من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مجموع المشاركين بالدراسة بنسبة تقدر (42.8%)، يليهم بالمرتبة من يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت بديل للفرد بديلاً من التواصل الواقعي وذلك بنسبة تمثل (42.4%) من مجموع المشاركين بالدراسة، أما المرتبة الخامسة فتمثلت بنسبة (41.8%) من مجموع المشاركين بالدراسة الذين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي أثرت في ضعفهم في القدرة على التعبير في الواقع، يلي تلك النسبة نسبة تمثل (42.0%) من مجموع المشاركين بالدراسة الذين يعتقدون وساط



التواصل الاجتماعي تؤثر على ضعف المعرفة والتحصيل الدراسي وذلك التأثير يأتي متأخراً في المرتبة السادسة، أما المرتبة السابعة والأخيرة من تأثير شبكات الوسائل الاجتماعي على الأفراد فكانت تؤكد ضعف الشخصية الواقعية بنسبة (34.0%) من مجموع المشاركين بالدراسة الراهنة. وتجدر الإشارة أن المتوسط الحسابي العام الذي يتركز على إجابات المشاركين الذين أجابوا بنعم على بنود تأثير شبكات التواصل على الفرد المستخدم لشبكات التواصل في الجدول السابق كان قدرها (2.55).

جدول (42) الفروق الإحصائية في تأثير شبكات التواصل على الفرد المستخدم لشبكات التواصل						
الدلالة	T	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات	
0.66	0.45	3.43	15.70	247	هيئة تدريس	المبحوث
		3.35	15.81	1140	طالب	
0.00	**4.99	3.19	16.09	832	ذكور	الجنس
		3.56	15.34	555	إناث	
0.88	0.16	3.39	15.79	1021	أعزب	الحالة الاجتماعية
		3.30	15.82	352	متزوج	
0.63	0.48	3.39	15.78	1260	مع الأسرة	أسلوب المعيشة
		3.10	15.95	96	بمفردي	

كما أشارت بيانات جدول (42) نتائج اختبار (T) لمقياس تأثير شبكات التواصل على الفرد المستخدم لهذه الشبكات وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة. ومن هذه البيانات تتضح المؤشرات التالية:

- توجد فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من الذكور والإناث على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 4.99 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح الذكور. وهو ما يمكن تفسيره بأن الأفراد المستخدمين لهذه الشبكات من الذكور من المتوقع أن يكونوا أكثر استخداماً لشبكات التواصل من الإناث، وذلك بحكم تنوع الاهتمامات ومجالات الاستخدام على هذه الشبكات من الإناث.

- عدم وجود فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 0.45 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى

للمعنوية. وهو ما يشير إلى أن شبكات التواصل تؤثر على الأفراد المستخدمين لها دون التفرقة بين كونهم طلاباً أو هيئة تدريس.

- لم تكن هناك فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من المتزوجين والعزاب على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 0.16 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهو ما يشير إلى تأثير شبكات التواصل لا يختلف بين المتزوجين والعزاب، وخاصة ما يتعلق بالتأثيرات الفردية المتعلقة بذوات وشخصيات هؤلاء المستخدمين.

- لا توجد فروق في استجابات كل من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم على عبارات هذه المقياس، حيث بلغت قيمة (T) 0.48 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. ويمكن تفسير ذلك بأن استخدام شبكات التواصل يعتمد بالدرجة الأولى على الفردية والخصوصية لدى المستخدمين لها، ولذلك يكون من المتوقع أن تؤثر على هؤلاء المستخدمين بصرف النظر عن كونهم يعيشون مع أسرهم بمفردهم.

جدول (43) الفروق الإحصائية في تأثير شبكات التواصل على الفرد المستخدم وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الحي السكني (ANOVA)						
المتغيرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة	
فئات العمر	بين المجموعات	4	27.1	*2.41	0.05	
	داخل المجموعات	1382	11.3			
	المجموع	1386	15667			
التخصص الدراسي	بين المجموعات	2	27.2	*2.41	0.05	
	داخل المجموعات	1384	11.3			
	المجموع	1386	15667			
الدخل الشهري	بين المجموعات	4	63.2	**5.67	0.00	
	داخل المجموعات	1382	11.2			
	المجموع	1386	15667			
مستوى المنطقة السكنية	بين المجموعات	2	9.8	0.87	0.42	
	داخل المجموعات	1384	11.3			
	المجموع	1386	15667			

وتشير بيانات الجدول (43) إلى نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمقياس تأثير شبكات التواصل على الفرد المستخدم لشبكات التواصل وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى المنطقة السكنية. ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين هذا المقياس وكل من المتغيرات التالية:



- فئات العمر، حيث كشفت الدراسة وجود فروق في استجابات العينة في فئات العمر المختلفة فيما يتعلق، فقد بلغت قيمة (F) 2.41 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (شيفيه) كانت هذه الفروق لصالح فئة العمر (25 – 30) عاماً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة العمرية تهدف من استخدامها لشبكات التواصل إلى تحقيق أهداف ذاتية ومجتمعية بدرجة أكبر مما تهدف إليه الفئات العمرية الأقل التي ربما تركز بالدرجة الأولى إلى تكوين صداقات وبناء علاقات مع آخرين.

- التخصص الدراسي، حيث توجد فروق بين استجابات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة فيما يتعلق بالتأثيرات الفردية لشبكات التواصل، فقد بلغت قيمة (F) 2.41 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (شيفيه) كانت هذه الفروق لصالح تخصص العلوم الشرعية. وهو ما يمكن تفسيره بأن من ينتمون إلى هذا التخصص أكثر حرصاً على تجنب الآثار السلبية الناتجة عن استخدام هذه الشبكات.

- الدخل الشهري، حيث توجد فروق بين استجابات العينة في مستويات الدخل المختلفة فيما يتعلق بالتأثيرات الفردية لشبكات التواصل، فقد بلغت قيمة (F) 5.67 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح فئتي الدخل (15000 – 20000) والأقل من خمسة آلاف ريال شهرياً. ويمكن تفسير ذلك بأن شبكات التواصل تؤثر على مستخدميها بصرف النظر عن مستوى دخلها الشهري.

جدول (44) الفروق في تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية (إجمالي المقياس) وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة (T test)

المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	الدلالة
المبحوث	هيئة تدريس	59.47	13.16	1.51	0.13
	طالب	58.07	13.15		
الجنس	ذكور	61.12	12.43	**10.07	0.00
	إناث	54.11	13.12		
الحالة الاجتماعية	أعزب	58.50	13.57	1.05	0.32
	متزوج	57.69	11.97		
أسلوب المعيشة	مع الأسرة	57.99	13.21	**2.97	0.00
	بمفرد	62.14	12.67		

وأفادت بيانات جدول (44) نتائج اختبار (T) لمقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية (إجمالي المقياس) وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة. ومن هذه البيانات تضح ما يلي:

- هناك فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من الذكور والإناث على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 10.07 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح عينة الذكور. وهو ما يمكن تفسيره بأن الذكور أكثر اهتماماً بتكوين علاقات اجتماعية على الشبكات الاجتماعية بدرجة أكبر من الإناث، وذلك بحكم الخصوصية الثقافية للمجتمع السعودي الذي يفرض على الإناث قيوداً ثقافية في التعامل مع الآخرين بدرجة أكبر مما هو مفروض على الذكور.

- توصلت الدراسة إلى وجود فروق في استجابات عيني من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم على عبارات هذا المقياس، حيث بلغت قيمة (T) 2.97 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح عينة من يعيشون بمفردهم. وهو ما يمكن تفسير ذلك بأن من يعيشون بمفردهم أكثر حرية في تكوين علاقات اجتماعية مع آخرين من ثقافات ودول مختلفة بدرجة أكبر مما هو متاح أمام من يعيشون مع أسرهم.

- ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 1.51 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهو ما يشير إلى تقارب استجابات كل من العينتين فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.

- أوضحت الدراسة عدم وجود فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من المتزوجين والعزاب على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 1.05 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. ومن ثم تشير هذه البيانات إلى تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية دون التمييز بين المتزوجين وغير المتزوجين في العينة.

جدول (45) الفروق في تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية (إجمالي المقياس) وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الهي السكيني (ANOVA)

المتغيرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة
فئات العمر	بين المجموعات	4	1131.5	6.64**	0.00
	داخل المجموعات	1382	170.5		
	المجموع	1386	240110		

0.03	*3.63	626.3	2	1253	بين المجموعات	التخصص الدراسي
		172.6	1384	238857	داخل المجموعات	
			1386	240110	المجموع	
0.00	**11.28	1897.3	4	7589	بين المجموعات	الدخل الشهري
		168.2	1382	232521	داخل المجموعات	
			1386	240110	المجموع	
0.05	*2.64	456.0	2	912	بين المجموعات	مستوى المنطقة السكنية
		172.8	1384	239198	داخل المجموعات	
			1386	240110	المجموع	

- أشارت النتائج إلى وجود فروق إحصائية في استجابات العينة من الفئات العمرية المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية، فقد بلغت قيمة (F) 6.64 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح العينة في الفئة العمرية (25 - 30)، وهو ما يمكن تفسيره بأن عينة هذه الفئة أكثر وعياً بضرورة الحفاظ على العلاقات الاجتماعية مقارنة بالفئات العمرية الأقل.

- أفادت الدراسة بوجود فروق في استجابات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية، فقد بلغت قيمة (F) 3.63 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (شيفيه) كانت هذه الفروق لصالح تخصص العلوم الشرعية. وهو ما يمكن تفسيره بأن هذا التخصص أكثر حرصاً على كشف الآثار السلبية الناتجة عن استخدام هذه الشبكات.

- توصلت الدراسة إلى وجود فروق بين استجابات العينة في مستويات الدخل المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية، فقد بلغت قيمة (F) 11.28 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل الأقل من خمسة آلاف ريال شهرياً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة من العينة تهدف من استخدامها لشبكات التواصل إلى تدعيم علاقاتها الاجتماعية على المستوى المحلي، وفي الوقت نفسه فإنها تتطلع غالباً إلى توسيع دائرة علاقاتها الخارجية.

- كشفت النتائج عن وجود فروق في استجابات العينة التي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية، فقد بلغت قيمة (F) 2.64 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه

الفروق لصالح من يعيشون في أحياء شعبية. ويمكن تفسير ذلك بأن من يعيشون في هذه الأحياء أكثر حرصاً على زيادة أرصدهم المعرفية والثقافية من خلال استخدامهم لهذه الشبكات.

إجابة التساؤل السادس: ما الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل؟

وحددت الدراسة مجموعة من الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وجاءت النتائج وفقاً للمؤشرات الواردة في جدول (46) ومنها يتضح تركيز العينة بدرجة كبيرة على وجود هذه التأثيرات الإيجابية في الواقع السعودي، فقد بلغ المتوسط العام لاستجابات العينة على عبارات هذا المقياس 2.66 وهو ما يتركز في استجابة (نعم).

جدول (46) الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي									
الترتيب	S	\bar{x}	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	0.46	2.78	2.0	28	18.0	250	80.0	1109	1. التواصل في المجتمع
3	0.48	2.73	1.7	23	23.9	332	74.4	1032	2. التواصل خارج المجتمع
2	0.51	2.74	3.3	46	19.3	267	77.4	1074	3. متابعة الأخبار الحديثة
11	0.59	2.61	5.6	77	28.2	391	66.3	919	4. متابعة الشخصيات المشهورة
6	0.55	2.67	4.1	57	24.7	343	71.2	987	5. الحصول على المعلومات
9	0.57	2.64	4.8	66	26.4	366	68.9	955	6. تسهيل إجراءات البحوث
13	0.64	2.54	8.2	114	29.6	411	62.1	862	7. توفر فرص أعلى في التعليم
7	0.54	2.67	3.3	46	26.8	372	69.9	969	8. اكتساب المعارف الحديثة
5	0.53	2.67	3.2	45	26.0	361	70.7	981	9. معرفة الثقافات الأخرى
4	0.53	2.69	3.5	48	24.5	340	72.0	999	10. البحث عن التسلية
8	0.57	2.65	5.1	71	24.7	343	70.2	973	11. اختصار الوقت والجهد
12	0.60	2.56	5.8	81	32.0	444	62.1	862	12. التعبير عن الذات بحرية
10	0.58	2.64	5.0	70	26.0	361	68.9	956	13. التواصل بتكلفة أقل
المتوسط العام = 2.66 (نعم)									

وللتعرف على إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، توضح بيانات الجدول أن التواصل مع الأصدقاء داخل المجتمع من أول هذه الإيجابيات وذلك بنسبة (80.0%) من مجموع العينة، يليها نسبة



(77.4%) يعتقدون أن متابعة الأخبار من أهم إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، وبالمرتبة الثالثة حددت (74.4%) من العينة أن التواصل مع الأصدقاء خارج المجتمع من إيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، رابعاً ترى نسبة تمثل (72.0%) من مجموع المشاركين أن التسلية والترفيه من إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، خامساً أفادت نسبة تقدر (70.7%) من المشاركين بالدراسة أن التعرف على ثقافات أخرى من إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، سادساً الحصول على المعلومات في التخصص ترى نسبة تمثل (71.2%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن ذلك من إيجابيات استخدامهم لشبكات التواصل.

كما أفادت نسبة (69.9%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن اكتساب الثقافة والمعارف الحديثة من إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، ثامناً تعتقد نسبة تمثل (70.2%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي اختصار كثير من الوقت والجهد، تاسعاً ذكرت نسبة تقدر (68.9%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن تسهيل إجراءات البحوث والدراسات من إيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، عاشراً أفادت نسبة تقدر (69.9%) من مجموع المشاركين أن التواصل مع الآخرين بتكلفة أقل من الفوائد الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي التي تدفعهم لاستخدامها،

أما المرتبة الحادية عشر من جدول إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي فقد كانت تمثل نسبة (66.35) من مجموع المشاركين الذين يرون أن التواصل مع الشخصيات المشهورة من إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، والمرتبة قبل الأخيرة وهي الثانية عشر فنسبتها (62.1%) من إجابات المشاركين بالدراسة الراهنة وكانت تشير إلى أن التعبير عن الذات بحرية ودون خجل من إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، وأخيراً أفادت نسبة تمثل (62.1%) من مجموع المشاركين أن توفير فرص استيعاب أعلى في التعليم من إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي. وهذا مع العلم أن المتوسط الحسابي العام يتركز عند (2.66) فيما يتعلق بإجابات المشاركين بالدراسة الراهنة على رأيهم بالإيجابيات التي تضيفها شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدميها.

ويعد ترتيب الإيجابيات لعينة الدراسة منطقياً، وذلك باعتبار أن الثلاث مراتب الأولى احتلتها إيجابيات تتناسب وطبيعة الشبكات الاجتماعية، أما الثلاث مراتب الأخيرة أيضاً تمثل أقل الإيجابيات التي يمكن أن يهتم بها الفرد أو يعتبرها من الأهمية في الشبكات الاجتماعية.

وأشارت بيانات جدول (47) إلى نتائج اختبار الفروق الإحصائية (T) لمقياس الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة. ومنها يتضح وجود فروق ذات دلالة معنوية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس تعزى لكل من المتغيرات التالية:

جدول (47) الفروق الإحصائية في الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة (T test)						
المتغيرات	T	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	الدلالة
المبحوث	1.09	247	34.31	4.38	0.28	
		1140	34.64	4.04		
الجنس	**4.67	832	34.17	4.19	0.00	
		555	35.20	3.88		
الحالة الاجتماعية	0.59	1021	34.57	4.11	0.55	
		352	34.72	4.04		
أسلوب المعيشة	*2.78	1260	34.69	4.03	0.01	
		96	33.49	4.84		

- الجنس، حيث توجد فروق في استجابات كل من الذكور والإناث على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 4.67 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح الإناث. ويمكن تفسير ذلك بأن شبكات التواصل لها تأثيرات إيجابية متعددة على مستخدميها، وأن هذه التأثيرات تختلف لدى الذكور على الإناث، وربما يعود ذلك إلى اختلاف مجالات الاهتمام لدى كل من العنيتين على هذه الشبكات. حيث يمكن أن تشبع الرغبة في الترفيه وقضاء وقت الفراغ لدى الإناث، كما يمكن أن يتم الاعتماد عليها في تكوين علاقات وصدقات مع آخرين من ثقافات مختلفة لدى الذكور.

- أسلوب المعيشة، حيث كشفت الدراسة عن وجود فروق في استجابات عيني من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 2.78 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، وكانت هذه الفروق لصالح عينة من يعيشون مع أسرهم. ويمكن تفسير ذلك بأن من يعيشون بمفردهم يستخدمون هذه الشبكات لأهداف ربما تختلف بدرجة ما عن من يعيشون مع أسرهم، حيث تختلف الأهداف والرؤى والتصورات لطبيعة الاستفادة منها في الممارسات الحياتية اليومية، ومن ثم تختلف هذه التأثيرات الإيجابية وفقاً لطبيعة أسلوب المعيشة لدى عينة الدراسة.



جدول (48) الفروق الإحصائية في الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الحي السكني (ANOVA)						
المتغيرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة	
فئات العمر	بين المجموعات	4	36.2	*2.16	0.05	
	داخل المجموعات	1382	16.8			
	المجموع	1386	23319			
التخصص الدراسي	بين المجموعات	2	132.8	**7.97	0.00	
	داخل المجموعات	1384	16.7			
	المجموع	1386	23319			
الدخل الشهري	بين المجموعات	4	48.3	*2.89	0.02	
	داخل المجموعات	1382	16.7			
	المجموع	1386	23319			
مستوى المنطقة السكنية	بين المجموعات	2	23.1	1.38	0.25	
	داخل المجموعات	1384	16.8			
	المجموع	1386	23319			

وتكشف بيانات جدول (48) نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمقياس الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الحي السكني؛ والتي توضح المؤشرات التالية:

- أوضحت الدراسة وجود فروق في استجابات العينة في فئات العمر المختلفة فيما يتعلق بالآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل، فقد بلغت قيمة (F) 2.16 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (شيفيه) كانت هذه الفروق لصالح فئتي العمر (20 - 25) والأكبر من (35) عاماً. ويمكن تفسير ذلك بأن الفئة العمرية الأولى أكثر استخداماً لشبكات التواصل وبالتالي أكثر خبرة في الاستفادة من الآثار الإيجابية لهذه الشبكات. كما أن الفئة الثانية تعد أكثر عقلانية في استخدام هذه الشبكات وبالتالي تعد أكثر قدرة على تمييز الآثار المترتبة على استخدام هذه الشبكات سواء كانت إيجابية أم سلبية.
- أشارت الدراسة إلى وجود فروق في استجابات العينة من التخصصات العلمية المختلفة (الاجتماعية والإنسانية، والتطبيقية، والشرعية) فيما يتعلق بالآثار الإيجابية المترتبة على

استخدام شبكات التواصل، فقد بلغت قيمة (F) 7.97 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح تخصص العلوم الاجتماعية والإنسانية. ويمكن تفسير ذلك بأن أصحاب هذا التخصص يستخدمون الشبكات الاجتماعية في العديد من مجالات الاهتمام، وهو ما قد لا يتوفر لدى أصحاب التخصصات العلمية التطبيقية الذين قد لا يكون لديهم الوقت الكافي بحكم تخصصهم لاستخدام هذه الشبكات في غير مجالات عملهم.

- أكدت الدراسة وجود فروق بين فئات العينة من مستويات الدخل المختلفة فيما يتعلق بالآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل، فقد بلغت قيمة (F) 2.89 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل (5 - 10) آلاف ريال شهرياً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة من العينة متوسطة الدخل بالدرجة التي تمكنها من البحث دائماً عن الاستفادة من التأثيرات الإيجابية لهذه الشبكات ومحاولة تجنب قدر الإمكان التأثيرات السلبية المترتبة على استخدامها.

إجابة التساؤل السابع: ما الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

وقد ركزت عينة الدراسة على مجموعة من الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وفقاً للمؤشرات الواردة في جدول (49) ومنها يتضح تركيز العينة بدرجة كبيرة على واقع هذه التأثيرات السلبية على الفرد والمجتمع، فقد بلغ المتوسط العام لاستجابات العينة على عبارات هذا المقياس 2.41 وهو ما يتركز في استجابة (نعم).

جدول (49) الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	S	\bar{x}	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	0.59	2.60	5.6	78	28.6	396	65.8	913	1. هدر الوقت والجهد
8	0.71	2.37	13.3	185	36.6	508	50.0	694	2. انتهاك الخصوصية
13	0.76	2.26	19.5	271	34.7	481	45.8	635	3. زعزعة أمن الأسرة
11	0.75	2.28	18.0	249	36.3	503	45.8	635	4. ضعف العلاقات الأسرية
5	0.64	2.50	8.1	112	34.0	471	58.0	804	5. الإغراق في الترفيه
14	0.78	2.20	22.8	316	34.8	483	42.4	588	6. إفساد الذوق العام



جدول (49) الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	S	\bar{x}	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
12	0.77	2.27	19.9	276	33.3	462	46.8	649	7. الإساءة للقيم والعادات والتقاليد
9	0.69	2.35	12.5	173	40.4	560	47.2	654	8. التأثير سلباً على التحصيل الدراسي
3	0.65	2.53	8.6	119	29.7	412	61.7	856	9. عدم الشعور بالمسؤولية
7	0.69	2.43	11.8	164	32.9	457	55.2	766	10. ترويج ما يتنافى مع الدين والأخلاق
2	0.63	2.56	7.5	104	28.8	399	63.7	884	11. الإدمان على لاستخدام الشبكات
6	0.64	2.48	7.8	108	36.6	507	55.7	772	12. ضعف لمساهمة في المجتمع
4	0.65	2.51	8.8	122	31.2	433	60.0	832	13. تأثير الشباب بالثقافة الأجنبية
10	0.74	2.33	15.9	221	34.8	483	49.2	683	14. الاغتراب عن الأسرة والمجتمع
المتوسط العام = 2.41 (نعم)									

ويتضح من بيانات هذا الجدول أن نسبة (65.8%) من مجموع المشاركين يعتقدون أن هدر الوقت هو أبرز النتائج السلبية لاستخدام تلك الشبكات الاجتماعية، ويأتي في المرتبة الثانية من الآثار السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإدمان لاستخدام هذه الشبكات بنسبة تمثل (63.7%) من مجموع المشاركين بالدراسة، أما المرتبة الثالثة فتتعلق عدم الشعور بالمسؤولية لدى الشباب وذلك بنسبة (61.7%) من مجموع المشاركين بالدراسة، في حين أن تأثير الشباب بالثقافة الأجنبية يأتي بالمرتبة الرابعة بنسبة تمثل (61.7%) من مجموع المشاركين بالدراسة.

وفي المرتبة السادسة من قائمة ترتيب الآثار السلبية التي تحدثها شبكات التواصل الاجتماعي يأتي الإغراق في التسلية والترفيه وذلك بنسبة (58.0%)، هذا وترى نسبة تمثل (55.7%) من مجموع المشاركين أن تقليل من المساهمة في الحياة الاجتماعية من الآثار السلبية التي تحدثها شبكات التواصل الاجتماعي ويأتي هذا السبب في المرتبة السادسة من قائمة السلبيات التي تحدثها شبكات التواصل الاجتماعي كما يراها المشاركون بالدراسة الراهنة، وفي المرتبة السابعة تروج ما يتنافى مع الدين والأخلاق وذلك بنسبة (55.2%) من مجموع المشاركين بالدراسة، ثم انتهاك الخصوصية الفردية بنسبة (50.0%) من مجموع المشاركين بالدراسة وذلك في المرتبة الثامنة، والمرتبة التاسعة تتمثل في التأثير سلباً على التحصيل الدراسي بنسبة (47.2%) من مجموع المشاركين بالدراسة ممن يرون أن هذا اثر من الآثار السلبية لشبكات الوسائل الاجتماعي.

ويتمثل في الأثر السلبي المتمثل بالاغتراب عن الأسرة والمجتمع بنسبة (49.2%) من مجموع المشاركين بالدراسة، في حين أن ضعف العلاقات الأسرية يأتي في المرتبة الحادية عشر بنسبة (45.8%) من مجموع المشاركين بالدراسة، وفي المرتبة الثانية عشر أشار مجموع المشاركين بالدراسة إلى أثر الإساءة للقيم والعادات والتقاليد وذلك بنسبة (46.8%)، وفي المرتبة الثالثة عشر تم الإشارة إلى زعزعة الأمن والاستقرار الأسري بنسبة (45.8%) من مجموع المشاركين بالدراسة بوصفه من الآثار السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وأخيراً وبالمرتبة الرابعة عشر من ترتيب الآثار السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي يأتي إفساد الثقافة والذوق العام بنسبة (42.4%) من مجموع المشاركين بالدراسة الراهنة. وبتحويل مجهر التحليل للمتوسط الحسابي العام يتضح أنه يتركز عند (2.41) في إجابات المشاركين بالدراسة الذين أجابوا بنعم على وجود آثار سلبية لوسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (50) الفروق الإحصائية في الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة (T test)

المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	الدلالة
المبحوث	هيئة تدريس	34.57	6.53	*2.38	0.02
	طالب	33.48	6.38		
الجنس	ذكور	35.15	5.82	**10.92	0.00
	إناث	31.46	6.65		
الحالة الاجتماعية	أعزب	33.56	6.44	1.11	0.27
	متزوج	33.99	6.32		



جدول (50) الفروق الإحصائية في الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة (T test)						
المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	الدلالة	
أسلوب المعيشة	مع الأسرة	33.60	6.49	1.44	0.15	
	بمفردي	34.58	5.73			

وأفادت بيانات جدول (50) بنتائج اختبار (T) لمقياس الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة. ومن هذه البيانات تتضح المؤشرات التالية:

- توجد فروق في استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 2.38 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، وكانت هذه الفروق لصالح عينة أعضاء هيئة التدريس، وهو ما يمكن تفسيره بأن أعضاء هيئة التدريس أكثر وعياً بحكم خبرتهم في استخدام شبكات التواصل بالآثار السلبية المترتبة على استخدامها.

- هناك فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من الذكور والإناث على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 10.92 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، وكانت هذه الفروق لصالح عينة الذكور. وهو ما يمكن تفسيره بأن الذكور أكثر اعتماداً على هذه الشبكات في تحقيق أهداف فردية ومجتمعية بدرجة أكبر من الإناث.

- أوضحت النتائج عدم وجود فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من المتزوجين والعزاب على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 1.11 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. ومن ثم تشير هذه البيانات إلى أن الآثار السلبية لشبكات التواصل تتعلق بكل من المتزوجين والعزاب دون تمييز بينهما.

- لا توجد فروق في استجابات كل من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم على عبارات هذه المقياس، حيث بلغت قيمة (T) 1.44 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. ويمكن تفسير ذلك بأن الآثار السلبية لاستخدام شبكات التواصل تتعلق بأغلب المستخدمين لها ومن كافة الفئات والشرائح الاجتماعية مهما كان مستوى المنطقة السكنية أو الحي الذي يعيشون فيه.

جدول (51) الفروق الإحصائية في الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الحي السكني (ANOVA)						
المتغيرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة	
فئات العمر	بين المجموعات	4	345.9	**8.58	0.00	
	داخل المجموعات	1382	40.3			
	المجموع	1386				
التخصص الدراسي	بين المجموعات	2	145.5	*3.54	0.03	
	داخل المجموعات	1384	41.1			
	المجموع	1386				
الدخل الشهري	بين المجموعات	4	323.5	**8.01	0.00	
	داخل المجموعات	1382	40.4			
	المجموع	1386				
مستوى المنطقة السكنية	بين المجموعات	2	1.3	0.03	0.97	
	داخل المجموعات	1384	41.3			
	المجموع	1386				

وكشفت بيانات جدول (51) عن نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمقياس دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى المنطقة السكنية. ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين هذا المقياس وكل من المتغيرات التالية:

- فئات العمر، حيث أوضحت الدراسة وجود فروق في استجابات العينة في فئات العمر المختلفة فيما يتعلق بالآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة (F) 8.58 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (شيفيه) كانت هذه الفروق لصالح فئتي العمر (25 – 30) والأعلى من (35) عاماً. ويمكن تفسير ذلك بأن هاتين الفئتين غالباً لديهن أسر وأبناء يستخدمون هذه الشبكات، وبالتالي فهم أكثر معاناة من الآثار السلبية لها.

- التخصص الدراسي، حيث كشفت الدراسة وجود فروق في استجابات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة فيما يتعلق بالآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة (F) 3.54 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح تخصص العلوم الشرعية. ويمكن تفسير ذلك بأن من



ينتمون إلى هذا التخصص أكثر خبرة بطبيعة الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بحكم دراساتهم الدينية ذات الصلة بترسيخ القيم الدينية في المجتمع، وهو أكثر بحثاً عن الجوانب السلبية التي تهدد هذه القيم المجتمعية، ولما كانت هذه الشبكات الاجتماعية تؤثر سلباً على العلاقات الأسرية، فإنه يكون من المتوقع أن تكون هذه الفئة أكثر بحثاً عن معالجة التأثيرات السلبية لهذه الشبكات من خلال تقديم حلول دينية ومن خلال الدعوة إلى ترسيخ القيم الإسلامية الأصيلة.

- الدخل الشهري، حيث توصلت الدراسة إلى وجود فروق بين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة فيما يتعلق بالآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة (F) 8.01 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل (15 – 20) ألف ريال شهرياً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة من العينة مرتفعة الدخل لا تنظر إلى الآثار السلبية لهذه الشبكات بقدر ما تبحث عن كيفية تعظيم استفادتها من الجوانب الإيجابية لها، ويساعدها توفر إمكاناتها المادية في تعظيم هذه الاستفادة.

- ولم تكن هناك فروق في استجابات العينة التي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى فيما يتعلق بالآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة (F) 0.03 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. ويمكن تفسير ذلك بأن الآثار السلبية لاستخدام شبكات التواصل تتعلق بمستخدميها دون تفرقة بين فئة وأخرى بصرف النظر عن طبيعة المنطقة التي تعيش فيها.

إجابة التساؤل الثامن: ما سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي؟

وحددت الدراسة سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للمؤشرات الواردة في جدول (52).

جدول (52) سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل									
الترتيب	S	\bar{x}	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	0.49	2.76	2.6	36	19.0	263	78.4	1088	1. استخدامها في الأنشطة التعليمية
9	0.52	2.65	2.1	29	31.3	434	66.6	924	2. نشر الوسطية
2	0.53	2.73	4.2	58	19.1	265	76.7	1064	3. تبادل الآراء والخبرات

جدول (52) سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل									
الترتيب	S	\bar{x}	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
7	0.53	2.66	2.9	40	27.8	385	69.4	962	4. تعزيز التقارب بين الثقافات
4	0.53	2.69	3.2	45	24.3	337	72.5	1005	5. نشر الوعي في المجتمع
6	0.55	2.67	4.1	57	25.1	348	70.8	982	6. نشر المعلومات والأخبار الحديثة
11	0.59	2.63	6.0	83	25.0	347	69.0	957	7. معاقبة الاستخدام غير القانوني
8	0.58	2.66	5.6	78	22.7	315	71.7	994	8. الحد من المواقع الإباحية عليها
12	0.60	2.63	6.1	85	25.2	349	68.7	953	9. ندوات للتوعية بالاستخدام الإيجابي
10	0.58	2.64	5.4	75	25.0	347	69.6	965	10. منح الشباب الفرصة للتداول والكلام
5	0.55	2.68	4.3	59	23.1	321	72.6	1007	11. استثمار وقت الفراغ في أنشطة هادفة
3	0.55	2.71	4.9	68	19.0	264	76.1	1055	12. التوعية بأهمية التأسيس الإسلامي للأبناء
المتوسط العام = 2.66 (نعم)									

ومن بيانات هذا الجدول يتضح أنه لتعزيز سبل الاستخدام الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي، فإنه يجب أن تستخدم في الأنشطة التعليمية وذلك بنسبة (78.4%) من مجموع العينة، كما ذكرت نسبة (66.6%) أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوساطية والاعتدال سيزيد من إيجابية استخدام تلك الشبكات، وترى نسبة (76.7%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تبادل الآراء والمعرفة والخبرات يعزز من

الجوانب الإيجابية لاستخدامها، أما من يعتقدون أن توجه شبكات التواصل الاجتماعي نحو تعزيز التقارب بين الثقافات فنسبتهم (69.4%) من مجموع المشاركين بالدراسة الحالية، في حين أن نسبة تمثل (72.5%) من مجموع المشاركين بالدراسة يرون أن استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بين أفراد المجتمع يعطي قيمة إيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وأفادت نسبة تمثل (70.8%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات والأخبار الحديثة يجعل لها قيمة إيجابية لاستخدامها.

وترى كذلك نسبة تمثل (69.0%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن معاقبة من يسيء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل غير قانوني سيجعل استخدام تلك الشبكات أكثر إيجابية، أما من يعتقدون أن الحد من المواقع الإباحية في شبكات التواصل الاجتماعي سيعزز من استخدامها الإيجابي فنسبتهم تمثل (71.7%) من مجموع المشاركين بالدراسة، في حين يعتقد نسبة تمثل (68.7%) من مجموع المشاركين بالدراسة أن إقامة ندوات للتوعية بالاستخدام الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي سيعزز من الجوانب الإيجابية لاستخدامها.

ويرى غيرهم أن منح الإعلاميين الحرية لمخاطبة الشباب سوف يعزز من الجوانب الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة تمثل (59.6%) من مجموع المشاركين بالدراسة الحالية، أما من يعتقدون أن تعزيز شبكات التواصل الاجتماعي يأتي من منح الشباب الفرصة للتداول والكلام فنسبتهم كانت (69.6%) من مجموع المشاركين بالدراسة الحالية، وترى نسبة تمثل (72.6%) مجموع المشاركين بالدراسة أن استثمار وقت الفراغ في أنشطة هادفة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي يزيد من إيجابية استخدامها، وأخيراً ترى مجموعة من المشاركين أن التوعية بأهمية التأسيس الإسلامي للأبناء سوف يقلل من الجوانب السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ويعزز من استخدامها الإيجابي وذلك بنسبة تمثل (76.1%) من مجموع العينة.

وبترتيب القائمة السابقة يتضح أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الأنشطة التعليمية يأتي في مقدمة الأساليب التي يعتقد أفراد العينة أن تفعيلها يزيد من القيمة الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي؛ في حين أن منح الإعلاميين الحرية لمخاطبة الشباب يأتي في المرتبة الثالثة عشر والأخيرة من الوسائل التي يعتقد عينة الدراسة أنه سوف يعزز من قيمة شبكات التواصل الاجتماعي الإيجابية. هذا وتجدر الإشارة أن المتوسط الحسابي العام للذين أجابوا بنعم على الوسائل التي ذكرت لتعزيز استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تركز عن (2.66).

جدول (53) الفروق الإحصائية في سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي لشبكات التواصل وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة (T test)						
المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	الدلالة	
المبحوث	هيئة تدريس	34.55	5.04	0.33	0.75	
	طالب	34.65	4.22			
الجنس	ذكور	34.43	4.27	*2.11	0.04	
	إناث	34.94	4.51			
الحالة الاجتماعية	أعزب	34.56	4.37	1.19	0.23	
	متزوج	34.88	4.37			
أسلوب المعيشة	مع الأسرة	34.70	4.32	1.52	0.13	
	بمفرد	34.00	4.94			

وتعكس بيانات جدول (53) نتائج اختبار الفروق الإحصائية (T) لمقياس سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات: نوعية المبحوثين، والجنس، والحالة الزوجية، وأسلوب المعيشة. ومن هذه البيانات يتضح وجود فروق ذات دلالة معنوية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس ومتغير الجنس، حيث توجد فروق في استجابات كل من الذكور والإناث على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 2.11 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، وكانت هذه الفروق لصالح الإناث. وهو ما يشير إلى اختلاف استجابات كل من الذكور والإناث في العينة فيما يتعلق بسبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي.

ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على عبارات هذا المقياس، حيث لم تكن قيمة (T) دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهو ما يشير إلى تقارب استجابات كل من العينة فيما يتعلق باقتراحاتهم لأهم سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي.

وكذلك أوضحت الدراسة عدم وجود فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من المتزوجين والعزاب على عبارات هذا المقياس، فقد بلغت قيمة (T) 1.19 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. وهو ما يشير إلى درجة اتفاق مرتفعة بين المتزوجين والعزاب فيما يتعلق بإفادتهم حول سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي.

وكشفت الدراسة أيضاً عدم وجود فروق في استجابات من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم على عبارات هذه المقياس، حيث بلغت قيمة (T) 1.52 ولم تكن هذه القيمة دالة عند أي مستوى للمعنوية. ويمكن تفسير ذلك بأن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يمثل ثقافة عامة في المجتمع السعودي، وبالتالي فإن الإيجابيات والسلبيات المترتبة على هذا الاستخدام تتعلق بأغلب أفراد المجتمع من كافة القطاعات والفئات والشرائح الاجتماعية، ومن ثم فإنه يكون من المتوقع أن تتفق اقتراحاتهم بشكل كبير حول سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي بصرف النظر عن كونهم يعيشون مع أسرهم بمفردهم.

جدول (54) الفروق الإحصائية في سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي لشبكات التواصل وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل، ومستوى الحي السكني (ANOVA)						
المتغيرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة	
فئات العمر	بين المجموعات	4	61.5	3.24*	0.01	
	داخل المجموعات	1382	19.0			
	المجموع	1386	26502			
التخصص الدراسي	بين المجموعات	2	38.9	2.04	0.13	
	داخل المجموعات	1384	19.1			
	المجموع	1386	26502			
الدخل الشهري	بين المجموعات	4	75.1	3.96**	0.00	
	داخل المجموعات	1382	19.0			
	المجموع	1386	26502			
مستوى المنطقة السكنية	بين المجموعات	2	59.2	3.11*	0.05	
	داخل المجموعات	1384	19.1			
	المجموع	1386	26502			

وأفادت بيانات جدول (54) بنتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمقياس سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات: فئات العمر، والتخصص، والدخل،

ومستوى المنطقة السكنية. ومنها يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات العينة لعبارات هذا المقياس تعزى لكل من المتغيرات التالية:

- فئات العمر، حيث كشفت النتائج عن وجود فروق في استجابات العينة في فئات العمر المختلفة فيما يتعلق بسبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة (F) 3.24 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح فئة العمر (20 – 25) وكذلك فئة العمر الأكبر من (35 عاماً). ويمكن تفسير ذلك بأن الفئة الأولى تعد أكثر تفاعلاً على شبكات التواصل بدرجة تمكنها من اكتشاف أهم الطرق التي يمكن من خلالها تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لها، كما أن الفئة الثانية والتي تتجسد غالباً في شرائح العاملين والمتزوجين وبالتالي يتراكم لديهم من الخبرة ما يمكنهم من القدرة على الاستفادة من هذه الشبكات بطريقة إيجابية.

- الدخل الشهري، حيث أوضحت الدراسة وجود فروق بين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة فيما يتعلق بسبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة (F) 3.96 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح فئة الدخل (5 – 10) آلاف ريال شهرياً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة من العينة منخفضة الدخل ربما تكون أكثر معاناة من الآثار السلبية لشبكات التواصل، وبالتالي يكون من المتوقع أن تختلف استجاباتها فيما يتعلق بسبل تعزيز الاستخدام الإيجابي لهذه الشبكات.

- مستوى المنطقة السكنية، حيث أفادت النتائج بوجود فروق في استجابات العينة في المناطق والأحياء السكنية المتباينة من حيث المستوى فيما يتعلق بسبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة (F) 3.11 وكانت هذه القيمة دالة عند مستوى معنوية 0.05، ووفقاً لمقياس (LSD) كانت هذه الفروق لصالح من يعيشون في أحياء متوسطة المستوى. ويمكن تفسير ذلك بأن من يعيشون في هذه الأحياء أكثر تأثراً بالآثار السلبية لشبكات التواصل، وبالتالي هم أكثر قدرة على تقديم اقتراحات لتعزيز الاستخدام الإيجابي واقتراح الحلول لمعالجة الآثار السلبية لها.



الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: خصائص مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

حددت الدراسة أهم الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الدراسة الميدانية لعينتين من الطلاب والطالبات (82.2%) وأعضاء هيئة التدريس (17.8%). وبلغ إجمالي حجم العينة 1387 مفردة، موزعة على عينة من الجامعات السعودية من مختلف مناطق المملكة. وبلغت نسبة الذكور في العينة 60.0% في مقابل 40.0% لعينة الإناث. واتضح أن ما يزيد على نصف العينة تقع في الفئة العمرية (من 20 إلى أقل من 25 عاماً)، حيث بلغت هذه النسبة 53.6% من إجمالي العينة. كما بلغت نسبة العينة في فئة العمر الأقل من 20 عاماً 18.1%. ومن ثم بلغت نسبة العينة في فئة العمر الأقل من 25 عاماً 71.7% من جملة العينة. وأغلب العينة ينتمون للتخصصات النظرية (العلوم الاجتماعية والإنسانية)، والتي بلغت 62.9% في مقابل 21.3% للتخصصات التطبيقية والعملية ونسبة 15.8% للتخصصات الشرعية. وثلاثة أرباع العينة تقريباً (73.6%) لم يسبق لها الزواج في حين بلغت نسبة المتزوجين ربع العينة تقريباً (25.4%).

وأوضحت الدراسة أن ثلث العينة تقريباً (31.1%) يقع دخلها الشهري بين (5000 إلى أقل من 10000)، وأن ما يزيد قليلاً على نصف العينة (53.7%) يقع دخلها الشهري بين (5000 إلى أقل من 15000 ريال)، وهو ما يدعم الافتراض بأن أغلب مفردات العينة ينتمون لأسر متوسطة من حيث المستوى الاقتصادي. وبلغت نسبة العينة التي يزيد دخلها الشهري على 15000 ريال (29.3%)، في حين بلغت نسبة العينة التي يزيد دخلها الشهري على (20000 ريال) (11.6%) من إجمالي العينة. ويتأكد ذلك من خلال مستوى الأحياء السكنية التي تعيش فيها العينة، فأغلب مفردات العينة (64.4%) يعيشون في أحياء سكنية متوسطة من حيث المستوى الاجتماعي والاقتصادي، كما بلغت نسبة من يعيشون في أحياء راقية (29.6%). والغالبية العظمى من العينة تسكن مع الأسرة (90.8%) في مقابل (6.9%) منها تعيش بمفردها بحكم الدراسة أو طبيعة العمل غالباً. كما أن ما يزيد على نصف العينة (54.4%) تسكن في شقة، وثلث العينة تقريباً (32.8%) تسكن في فيلا.

ثانياً: مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

أفادت نتائج الدراسة بارتفاع نسبة استخدام العينة لشبكات التواصل الاجتماعي، وأن الإناث يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة أكبر من الذكور، فالإناث يستخدمن هذه الشبكات لعدد ساعات أكبر من الذكور، ومنذ عدد أكبر من السنوات، وبعدد مرات دخول يومي أعلى، ومن خلال شبكات

متعددة، وفي أوقات مختلفة من اليوم، وبدرجة متابعة للأخريين أعلى في مجالات مختلفة. فنصف العينة تقريباً (49.4%) تقضي ثلاث ساعات فأكثر يومياً في استخدام هذه الشبكات؛ وتركز ذلك لدى الإناث بدرجة أعلى. كما أن ما يقل قليلاً عن ربع العينة (22.8%) تقضي على هذه الشبكات من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات يومياً، والتي تركزت لدى الذكور بدرجة أكبر.

وأوضحت الدراسة وجود فروق بين الذكور والإناث في عدد سنوات استخدام شبكات التواصل، وفي عدد مرات الدخول على هذه الشبكات، والشبكات المستخدمة، والأوقات المفضلة للدخول إليها. وتركزت غالبية العينة في فئة عدد سنوات الاستخدام الأكثر من ثلاث سنوات، كما أن ثلث العينة تقريباً تستخدم هذه الشبكات لفترة من سنة إلى ثلاث سنوات، وغالبية أفراد العينة (59.7%) تدخل على هذه الشبكات خمس مرات فأكثر يومياً، مع تركزها لدى الإناث (72.8%) بدرجة أكبر من الذكور (50.7%)، في حين تركز استخدام الذكور في فئتي الدخول على هذه الشبكات ثلاث وأربع مرات في اليوم.

وأشارت نتائج الدراسة إلى اختلاف الأوقات المفضلة للدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي بين عيني الذكور والإناث. كما أن ما يزيد على نصف العينة (54.8%) تقوم بالدخول على هذه الشبكات في جميع الأوقات، وتركزت هذه النسبة لدى الذكور (60.5%) بدرجة أكبر من الإناث (46.5%). كما أن نسبة تقل قليلاً على ربع العينة (22.6%) تقوم بالدخول إلى هذه الشبكات حسب الظروف المتعلقة بالعمل ووقت الفراغ والهدف من الاستخدام.

والغالبية من العينة تقوم بالدخول على شبكات التواصل عن طريق الهاتف الجوال (81.8%)، ويتركز ذلك بين الإناث (89.7%) بدرجة أكبر من الذكور (76.4%). كما أن نسبة تقل كثيراً عن ذلك (8.9%) تستخدم الحاسب المحمول في الدخول إلى شبكات التواصل، مع تركزها لدى الذكور بدرجة أعلى من الإناث. وتقترب من هذه النسبة الأخيرة نسبة من يقومون بالدخول إلى هذه الشبكات عن طريق الحاسب الشخصي (6.8%) مع تركزها لدى عينة الذكور بدرجة أكبر من الإناث.

ثالثاً: أليات ومجالات التواصل الاجتماعي بين الأفراد

توصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل أهم أليات التفاعل بين الأصدقاء والمعارف (56.2%)؛ والتي تركزت لدى الإناث (71.2%) بدرجة أعلى منها عند الذكور (46.2%)، وهو ما يعكس فروق قوية بين العينتين في استخدام هذه الشبكات في التفاعل بين الأصدقاء والمعارف. وتأتي المحادثات الهاتفية في الترتيب الثاني من اهتمامات العينة بنسبة تقل قليلاً على نصف العينة، والتي تركزت لدى الذكور (53.0%) بدرجة أعلى من الإناث (38.7%). ورغم اعتماد أغلب مفردات العينة على الوسائل التقنية (شبكات التواصل والهواتف الذكية) في التفاعل مع الآخرين والأصدقاء والمعارف، فإنه ما زالت



هناك نسبة تزيد قليلاً على ربع العينة تعتمد في هذا التفاعل على الزيارات الشخصية؛ دون وجود فروق إحصائية ذات دلالة معنوية بين الذكور (30.8%) والإناث (27.9%).

وفيما يتعلق بأهم الخدمات المفضلة على شبكات التواصل الاجتماعي، أوضحت الدراسة أن غالبية العينة تفضل الدردشة (64.8%)، مع تقرب نسب الاستجابات بين الذكور (64.8%) والإناث (64.7%). وجاءت مشاركة الصور في المرتبة الثانية بنسبة تقترب من ثلث العينة (29.5%) والتي توزعت بدرجات متقاربة بين الذكور (28.7%) والإناث (30.6%). وجاءت التعليقات على مداحات المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الثالثة بنسبة تقل قليلاً على ربع العينة (23.8%)؛ والتي توزعت لدى الذكور (27.0%) بدرجة أعلى من الإناث (18.9%). أما مشاركة الفيديو فجاءت في المرتبة الرابعة بنسبة (16.9%)؛ توزعت بنسب متقاربة بين الذكور (17.9%) والإناث (15.5%). كما جاءت الألعاب الإلكترونية في المرتبة الخامسة (12.7%)، مع تركيزها بنسب متقاربة بين الإناث (13.2%) والذكور (12.4%).

وأوضحت الدراسة أسس اختيار الأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاءت علاقات الأقارب في المرتبة الأولى (47.7%) والتي تركزت لدى الذكور (46.4%) بدرجة أعلى من الإناث (32.1%). ثم الاهتمامات المشتركة بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية (35.5%) مع وجود تفاوت واضح بين الذكور (31.4%) والإناث (41.8%). وجاء المستوى المعرفي والثقافي في المرتبة الثالثة (30.6%) دون فروق إحصائية ذات دلالة بين عيني الذكور (31.1%) والإناث (29.9%). كما أشارت نسبة تقترب من ربع العينة بعدم وجود معيار محدد لاختيار الأصدقاء على شبكات التواصل (23.4%)، وتركزت هذه النسبة لدى الإناث (31.5%) بدرجة أكبر من الذكور (18.0%).

وكشفت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عيني الذكور والإناث فيما يتعلق بأهم مجالات التواصل مع الآخرين على شبكات التواصل. وجاءت المجالات الاجتماعية في المرتبة الأولى (46.7%) مع تركيز لدى الإناث (55.3%) بدرجة أعلى منها لدى الذكور (41.5%). وجاءت المجالات الترفيهية في المرتبة الثانية بنسبة (44.1%) ونسبة (62.9%) لدى الإناث والتي تزيد بدرجة كبيرة عما يناظرها لدى الذكور (31.5%). أما المجالات الثقافية فجاءت في المرتبة الثالثة (33.9%) والتي توزعت لدى الإناث بنسبة (37.8%) في مقابل (31.3%) لدى الذكور. كما جاءت المجالات الدينية في المرتبة الرابعة (32.7%)؛ وتوزعت لدى الإناث (23.4%) بدرجة تقل عما يناظرها لدى الذكور (38.9%). أما المجالات العلمية فجاءت في المرتبة الخامسة (30.6%) والتي توزعت لدى

الذكور (35.9%) بدرجة أعلى منها لدى الإناث (22.7%). أما المجالات الرياضية فجاءت في المرتبة السابعة (25.3%) مع تركيز لدى الذكور (29.2%) بدرجة أعلى منها لدى الإناث (19.8%).

رابعاً: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

وقد حددت الدراسة أهم هذه دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على النحو التالي: البحث عن المعلومات، والحصول على إجابات لأسئلة محددة، والتواصل والتفاعل مع الأصدقاء، والبحث عن التسلية والترفيه، والهروب من ضغوط الحياة اليومية، والقراءة عن الأحداث والأخبار الجارية، وشراء سلع ومنتجات من خلال الإنترنت، والتغلب على الشعور بالوحدة، والبحث عن صفحات مثيرة للاهتمام، والبحث عن معلومات يمكن الوثوق بها، والتغلب على الفراغ العاطفي والاجتماعي، والردشة على الإنترنت. والتواصل والتفاعل مع الآخرين، والتعرف على أشخاص من دول أخرى، والارتباط بأحد الجماعات على الإنترنت.

ومن خلال دراسة الفروق الإحصائية من خلال اختبار (T): توصلت الدراسة إلى وجود فروق في استجابات عيني الذكور والإناث (لصالح عينة الذكور) على عبارات مقياس دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك بين كل من المتزوجين والعزاب (لصالح من لم يسبق لهم الزواج). ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس تعزى لمتغيرات: نوعية المبحوثين وأسلوب المعيشة.

وأوضحت نتائج تحليل التباين وجود فروق في استجابات العينة في فئات العمر المختلفة فيما يتعلق بدوافع استخدام شبكات التواصل، وكانت هذه الفروق لصالح فئة العمر (25 - 30) عاماً. وأيضاً كانت هناك فروق بين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة فيما يتعلق بدوافع استخدامها لشبكات التواصل لصالح فئة الدخل (15 - 20) ألف ريال شهرياً. وكذلك بين استجابات العينة والتي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى لصالح من يعيشون في أحياء راقية. ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة (الاجتماعية والإنسانية، والتطبيقية، والشرعية) فيما يتعلق بدوافع استخدام شبكات التواصل.

واتفقت هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسات كل من (معتوق 2013، وعبدالوهاب 2016) فيما يتعلق بأن المجتمعات الافتراضية يمكن توظيفها واستثمارها في تحقيق العديد من الفوائد، مثل بناء نمط من رأس المال الاجتماعي الذي يسمح لكل من الفرد والمؤسسة بتطوير قدراتها بما يتوافق مع متطلبات الواقع الافتراضي، وأن ما يدل على هذا التحول في النظر على هذه الشبكات هو انتشار العديد من مواقع التسوق الإلكتروني خارج حدود الزمان والمكان، بالإضافة إلى تحول العديد من المتاجر إلى الشكل الإلكتروني مواكبة للمستجدات العالمية.



خامساً: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية

توصلت الدراسة إلى وجود فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من الذكور والإناث (لصالح عينة الإناث) على عبارات مقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية (إجمالي المقياس)، وكذلك بين من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم (لصالح من يعيشون بمفردهم). ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس وبين كل من المتزوجين ومن لم يسبق لهم الزواج على عبارات هذا المقياس.

كما أشارت النتائج إلى وجود فروق إحصائية في استجابات العينة من الفئات العمرية المختلفة، لصالح العينة في الفئة العمرية (25 - 30) فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية (إجمالي المقياس)، وكذلك بين استجابات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة، لصالح تخصص العلوم الشرعية، وبين استجابات العينة في مستويات الدخل المختلفة، لصالح فئة الدخل الأقل من خمسة آلاف ريال شهرياً. ولم تكن فروق في استجابات العينة التي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

أ) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية

أوضحت الدراسة عدة مؤشرات تعكس أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، وتتمثل (على الترتيب) في: عدم وجود حوار بين أفراد الأسرة، وضعف التفاعل بين أفراد الأسرة، وإهمال القيام بالواجبات الأسرية، وما يترتب على كثرة استخدام هذه الشبكات من فجوة بين أفراد الأسرة، ووجود علاقات بديلة عن العلاقات الأسرية، وما يترتب عليها من إحداث الخلافات الأسرية، بالإضافة إلى الهروب من معالجة المشكلات الأسرية.

وكشفت الدراسة عن وجود فروق في استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس (لصالح الأخيرة) على عبارات مقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية، وكذلك بين كل من الذكور والإناث (لصالح عينة الذكور)، وفيما بين من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم (لصالح العينة الأولى). ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

كما أفادت الدراسة بوجود فروق إحصائية في استجابات العينة من الفئات العمرية المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقات الأسرية، وكانت هذه الفروق لصالح العينة في الفئة العمرية (25 - 30)، وكذلك بين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة (لصالح فئة الدخل الأقل من خمسة آلاف ريال شهرياً). ولم تكن فروق في استجابات العينة من التخصصات العلمية المختلفة (الاجتماعية والإنسانية، والتطبيقية، والشرعية) على عبارات هذا المقياس، وأيضاً في استجابات العينة التي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى الاقتصادي.

ب) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات القرابية

وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على العلاقة بالأقارب من خلال ما تؤدي إليه من ضعف في العلاقات الاجتماعية بالأقارب، وضعف مشاركتهم في المناسبات الاجتماعية، وما تجده من علاقات بديلة عن علاقات الأقارب، وكذلك ضعف شعورهم بالألفة والانتماء للأقارب. كما أوضحت الدراسة وجود فروق ذات دلالة معنوية في استجابات كل من الذكور والإناث (لصالح الذكور) على عبارات هذا المقياس، وفيما بين من يعيشون بمفردهم أو مع أسرهم (لصالح الأولي). ولم توجد فروق إحصائية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس؛ تعزى لمتغيري: نوعية المبحوث (طلاب وأعضاء هيئة تدريس) والحالة الاجتماعية (متزوجين وعزاب). وأفادت الدراسة بوجود فروق في استجابات العينة في فئات العمر المختلفة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأقارب، لصالح فئتي العمر (25 - 30) والأعلى من (35) عاماً. وكذلك توجد فروق بين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة في استجاباتها على عبارات هذا المقياس، لصالح فئة الدخل الأقل من (5000) ريال شهرياً. كما أفادت بعدم وجود فروق إحصائية في استجابات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة (الاجتماعية والإنسانية، والتطبيقية، والشرعية). وفي استجابات العينة التي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة المستوى.

ج) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات بالأصدقاء

أشارت النتائج إلى أن تأثير شبكات التواصل على العلاقة بالأصدقاء يتضح من خلال: فقدان التواصل مع الأصدقاء القدماء، وظهور طرق وأساليب خاصة في التعامل بين الأصدقاء، والتأثير على علاقتهم مع الأصدقاء في الواقع لوجود صداقة افتراضية بديلة عن الواقعية. وكشفت الدراسة وجود فروق في استجابات كل من الذكور والإناث على عبارات مقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقات مع الأصدقاء، وبين كل من المتزوجين والعزاب لصالح عينة من لم يسبق لهم الزواج، وبين من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم على عبارات هذه المقياس، لصالح العينة الأولى، وبين استجابات العينة في فئات العمر المختلفة لصالح فئتي العمر (25 - 30) والأعلى من (35) عاماً، وبين فئات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة لصالح تخصص العلوم الشرعية، ومن مستويات الدخل المختلفة لصالح فئة الدخل الأقل من خمسة آلاف ريال شهرياً، وفي استجابات العينة التي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة لصالح من يعيشون في أحياء شعبية. ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس تعزى لمتغير نوعية المبحوث (طلاب وأعضاء هيئة تدريس).



د) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الافتراضية

وكشفت الدراسة عن تأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية من خلال ما تؤدي إليه من إفراز لغة جديدة خاصة بالتواصل بين مستخدميها، وضعف القدرة على التواصل المباشر، وما تؤدي عليه من تأثير إيجابي على صراحتهم وجرأتهم في التفاعل مع الآخرين، وهو ما ترتب عليه زيادة ثقتهم بأصدقائهم الافتراضيين أكثر من أصدقاء الواقع، ولذلك أفادت بعض مفردات العينة بأن علاقاتهم الافتراضية أقوى من علاقاتهم الواقعية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من الذكور والإناث (لصالح الذكور) على عبارات مقياس تأثير شبكات التواصل على العلاقات الافتراضية، وفيما بين استجابات كل من المتزوجين والعزاب لصالح عينة من لم يسبق لهم الزواج، وبين من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم لصالح الأولى، وبين استجابات العينة من الفئات العمرية المختلفة لصالح العينة في الفئة العمرية (25 - 30)، وبين فئات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة لصالح تخصص العلوم الشرعية، وكذلك بين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة لصالح فئة الدخل الأقل من خمسة آلاف ريال شهرياً. ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس وفي استجابات العينة التي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة.

هـ) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الفرد المستخدم لشبكات التواصل

وتوصلت الدراسة إلى أن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الفرد المستخدم يتضح من خلال مجموعة من المؤشرات تتمثل في: انتهاك الخصوصية الفردية، وما تؤدي إليه من تشتتهم الذهني وإضعاف تركيزهم، وأحياناً تصبح هذه الشبكات بديلاً للفرد عن التواصل الواقعي، وكذلك أثرت في ضعفهم في القدرة على التعبير في الواقع، وما تؤدي إليه من ضعف في المعرفة والتحصيل الدراسي. وأكدت الدراسة وجود فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في استجابات كل من الذكور والإناث (لصالح الذكور) على عبارات مقياس تأثير شبكات التواصل على الفرد المستخدم لها، الشبكات هذا المقياس، وفيما بين استجابات العينة في فئات العمر المختلفة لصالح فئة العمر (25 - 30) عاماً، وبين استجابات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة لصالح تخصص العلوم الشرعية، وأيضاً بين استجابات العينة في مستويات الدخل المختلفة لصالح فئتي الدخل (15000 - 20000) والأقل من خمسة آلاف ريال شهرياً. في حين لم تكن هناك هذه الفروق بين استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على عبارات هذا المقياس، وبين كل من المتزوجين والعزاب، ومن يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم، أو يعيشون في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى. واتفقت هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة

(Alassiri, 2014) فيما يتعلق بأن شبكات التواصل تسمح لمستخدميها بمزيد من الحرية في التفاعل والتواصل مع الآخرين من ثقافات مختلفة، وأن ذلك ينعكس إيجابياً على تطوير الذات، وبالتالي ينعكس إيجابياً على التفاعلات الواقعية.

سادساً: الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

وكشفت نتائج الدراسة عن مجموعة من الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. أولها تسهيل التفاعل مع الأصدقاء داخل المجتمع، يليها متابعة الأخبار وقت حدوثها، والتواصل مع الأصدقاء من خارج المجتمع، وكذلك التسلية والترفيه، ثم التعرف على ثقافات أخرى، ثم الحصول على المعلومات في التخصص الدراسي، بالإضافة إلى اكتساب الثقافة والمعارف الحديثة، واختصار كثير من الوقت والجهد، وتسهيل إجراءات البحوث والدراسات، والتواصل مع الآخرين بتكلفة أقل، والتواصل مع الشخصيات المشهورة، والتعبير عن الذات بحرية ودون خجل، وأخيراً توفير فرص استيعاب أعلى في التعليم. وتركز المتوسط العام لاستجابات العينة على عبارات المقياس في فئة الاستجابة "نعم" حيث بلغ 2.66 وهو ما يشير إلى موافقة العينة بدرجة كبيرة على هذه الآثار الإيجابية.

وأشارت النتائج إلى وجود فروق في استجابات كل من الذكور والإناث (لصالح الإناث) على عبارات مقياس الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وفيما بين عيني من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم (لصالح عينة من يعيشون مع أسرهم). ولم تكن هناك فروق إحصائية في استجابات العينة على عبارات هذا المقياس تعزى لمتغيري نوعية المبحوثين والحالة الاجتماعية.

كما كشفت الدراسة عن وجود فروق في استجابات العينة في فئات العمر المختلفة فيما يتعلق بالآثار الإيجابية لاستخدام شبكات التواصل، وكانت هذه الفروق لصالح فئتي العمر (20 - 25) والأكبر من (35) عاماً. وفيما بين استجابات العينة من التخصصات العلمية المختلفة (الاجتماعية والإنسانية، والتطبيقية، والشرعية) لصالح تخصص العلوم الاجتماعية والإنسانية. وكذلك بين فئات العينة من مستويات الدخل المختلفة لصالح فئة الدخل (5 - 10) آلاف ريال شهرياً. ولم تكن هناك مثل هذه الفروق بين استجابات العينة التي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة من حيث المستوى.

سابعاً: الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

وقد حددت نتائج الدراسة مجموعة من الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أهمها: هدر للوقت والجهد، والإدمان لاستخدام هذه الشبكات، وعدم



الشعور بالمسؤولية لدى الشباب، وتأثر الشباب بالثقافة الأجنبية، والإغراق في التسلية والترفيه، وتقليل من المساهمة في الحياة الاجتماعية، وترويج ما يتنافى مع الدين والأخلاق، ثم انتهاك الخصوصية الفردية، والتأثير سلباً على التحصيل الدراسي، والاعتزاز عن الأسرة والمجتمع، وضعف العلاقات الأسرية، والإساءة للقيم والعادات والتقاليد، وزعزعة الأمن والاستقرار الأسري، وإفساد الثقافة والذوق العام. وتركز المتوسط المرجح لاستجابات العينة على عبارات هذا المقياس عند 2.41 وهو ما يتركز في فئة الاستجابة (نعم).

وأفادت الدراسة بوجود فروق في استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على عبارات مقياس الآثار السلبية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وكانت هذه الفروق لصالح عينة أعضاء هيئة التدريس، وفيما بين استجابات كل من الذكور والإناث (لصالح عينة الذكور)، في حين لم توجد هذه الفروق بين استجابات كل من المتزوجين والعزاب على عبارات هذا المقياس، وكذلك بين من يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم على عبارات هذه المقياس. وكذلك كانت هناك فروق في استجابات العينة في فئات العمر المختلفة فيما يتعلق بهذه الآثار السلبية المترتبة لصالح فئتي العمر (25 - 30) والأعلى من (35) عاماً، وفيما بين استجابات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة لصالح تخصص العلوم الشرعية، وكذلك بين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة لصالح فئة الدخل (15 - 20) ألف ريال شهرياً. في حين لم تكن هناك فروق في استجابات العينة التي تعيش في مناطق وأحياء سكنية متباينة.

ثامناً: سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي

وحددت الدراسة سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي والحد من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي على النحو التالي: أن تستخدم هذه الشبكات في الأنشطة التعليمية، واستخدامها في نشر الوسطية والاعتدال، واستخدامها في تبادل الآراء والمعرفة والخبرات، وتوجيهها نحو تعزيز التقارب بين الثقافات، واستخدامها في نشر الوعي بين أفراد المجتمع، واستخدامها في نشر المعلومات والأخبار الحديثة، ومعاقبة من يسيئ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل غير قانوني، والحد من المواقع الإباحية فيها، وإقامة ندوات للتوعية بالاستخدام الإيجابي لهذه الشبكات، ومنح الإعلاميين الحرية لمخاطبة الشباب، ومنح الشباب الفرصة للتداول والكلام، واستثمار وقت الفراغ في أنشطة هادفة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والتوعية بأهمية التأسيس الإسلامي للأبناء. وبلغ المتوسط المرجح لاستجابات العينة على عبارات هذا المقياس 2.66 وهو ما يتركز في فئة الاستجابة (نعم).

وأكدت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة معنوية في استجابات عيني الذكور والإناث (لصالح الإناث) على عبارات مقياس سبل تعزيز الاستخدام الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي، وفيما بين استجابات العينة في فئات العمر المختلفة لصالح فئة العمر (20 - 25) وكذلك فئة العمر الأكبر من (35 عاماً). وبين فئات العينة في مستويات الدخل المختلفة لصالح فئة الدخل (5 - 10) آلاف ريال شهرياً. وكذلك بين استجابات العينة في المناطق والأحياء السكنية المختلفة. ولم تكن هناك هذه الفروق في استجابات كل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، وبين كل من المتزوجين والعزاب، ومن يعيشون مع أسرهم ومن يعيشون بمفردهم على عبارات هذه المقياس، وبين استجابات العينة من التخصصات الدراسية المختلفة.

تاسعاً: توصيات الدراسة وآليات تنفيذها

- انطلاقاً من ندرة الدراسات العربية حول شبكات التواصل مقارنة بالدراسات الأجنبية؛ توصي الدراسة بإنشاء قسم لدراسات المجتمعات الافتراضية في المراكز البحثية العربية، لتكون مهمته تطوير استفادة المجتمعات العربية من التقنيات الحديثة والمعاصرة.
- تطوير مهارات وقدرات الشباب على التفاعل الواعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الثقافات الأخرى على أساس التعاون والتكامل، من خلال مجموعة من السياسات والبرامج التي تنفذ من خلال المؤسسات الثقافية والبحثية والجامعات والمجتمع المدني.
- إنشاء آلية علمية تكون مهمتها تحليل المحتوى المتداول على الشبكات الاجتماعية، بهدف وضع آليات وضوابط علمية وأخلاقية للتفاعل من خلالها.
- تفعيل دور مؤسسات المجتمع المدني في توجيه الشباب نحو الاستثمار الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق العديد من الأهداف الفردية والمجتمعية، ومنها تشكيل رأس المال الاجتماعي الافتراضي على أسس علمية وأخلاقية تضمن تشكل قيم المجتمع على أسس سليمة نابعة من قيم المجتمع وخصوصيته الثقافية والتاريخية.
- توجيه الشباب المشارك في شبكات التواصل نحو الحصول على معلومات من مصادر علمية موثوقة، ونحو استثمار مشاركتهم في هذه المجتمعات الافتراضية بما يعزز من رصيدهم الاجتماعي في المجتمع، وفي فتح نوافذ الحوار ونشر ثقافة تبادل الرأي من خلال الندوات والمؤتمرات والمحاضرات الثقافية، وفي المدارس والجامعات.
- تبني مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الثقافية لمبادرات في وسائل الإعلام الاجتماعي لتوجيه الشباب نحو المشاركة الفاعلة في قضايا مجتمعهم، وتعزيز مكانة الثقافة الوطنية باعتبارها جزء مهم من الهوية الوطنية.



المراجع العربية

1. أبو عيشه، فيصل فايز. (2010م). الإعلام الإلكتروني. عمان: دار أسامة.
2. أبوشنب، حمزة إسماعيل. (1437). تقنيات التواصل الاجتماعي. الاستخدامات والمميزات. تم الاطلاع في 16/1/1437 هـ. متاح: <http://www.alukah.net/culture/0/59302>
3. الأحمرى، على بن سعيد، (2012)، استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير (غير منشور)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الاجتماع.
4. البداينه، ذياب. (1999). الظاهر الاجرامية المستحدثة وسبل مواجهتها. ندوة علمية في تونس في الفترة من 14-16/3/1420 هـ الموافق 28-30/6/1999 م. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
5. البناء، بسمة قائد (2014). دور موقع التواصل الاجتماعي تويتر في البناء الاجتماعي والثقافي لدى عينة من الشباب الجامعي بمملكة البحرين، رسالة ماجستير، الجامعة الأهلية.
6. الجهني، منير محمد والجهني ممدوح محمد. (2005). جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
7. الحازمي، خليل عبيد. (1437). الحوار الوطني ودوره في تعزيز الامن الوطني في المملكة العربية السعودية. ط3. الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.
8. الحوشان، بركه بن زامل. (2004). الوعي الامني. الرياض: كلية الملك فهد الأمنية.
9. الدماري، صالحه الطلاب ولشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية في استخدامات وإشباعات طلاب كلية الفنون. (2010). تم الاطلاع في 10/12/1436 هـ: [www.pewinternet.org/reports/2011/technology and. Social Networks/part1](http://www.pewinternet.org/reports/2011/technology%20and%20Social%20Networks/part1)
10. الدوسري، موسى مفرج محمد. (2013). أثر استخدام الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى على العلاقات الاجتماعية لطلاب الجامعات السعودية: دراسة اجتماعية.
11. الرشودي، أحمد عبد الله. (2008). حجية الوسائل الإلكترونية في الاثبات الجنائي: دراسة تأصيلية مقارنة تطبيقية. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. رسالة دكتوراه.
12. الرفع، عاطف عودة. (2011) تحديات العولمة والاعلام المعاصر. مصر: حوليات آداب عين شمس. مح39. (أكتوبر-ديسمبر). <http://search.mandumah.com/Record/143483>
13. السديري، تركي عبد العزيز. (2014). توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية ضد خطر الشائعات: دراسة مسحية على العاملين في إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة

- الداخلية. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الامنية. رسالة ماجستير في الدراسات أمنية. كلية العدالة الجنائية. قسم الدراسات الأمنية. (2014-1435).
14. الشرقاوي، مصطفى خليل. (2000). مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، القاهرة: مكتبة الانجلو.
15. الشميمري، فهد عبد الرحمن. (2010). التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الاعلام؟ http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com_content&view=fulltext&layout=edit&Itemid=1
16. الصائغ، فاطمة. تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الثقافة المجتمعية لدولة الإمارات. الإمارات: مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية. تم الاطلاع في 11/1/1437. متاح: <http://www.ecssr.com/ECSSR/print/>
17. الصباطي، ابراهيم وآخرون. (2010). إدمان الانترنت ودوافه استخدامه في علاقتهما بالتفاعل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة. المملكة العربية السعودية: الاحساء. المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل (العلوم الإنسانية والادارية). ع.1
18. الصويان، نورة إبراهيم. (2014). "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة الاجتماعية للشباب السعودي: دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي." مجلة الشرق الأوسط (مركز بحوث الشرق الأوسط بجامعة عين شمس) -مصر ع34. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/650719>
19. العادلي، فاروق. (1994). علم الاجتماع العام. ط2. عماد: دار زهران للنشر والتوزيع.
20. العبدالرزاق، عبد الرزاق. (2015). استخدام الشبكات الاجتماعية في التعليم. (12-12-2015م) http://alabdulrazaq.blogspot.com/2012/03/blog-post_10.html
21. العطوي، رنده عبدالمهدي. (2014). أثر شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك، التوتير) على اتجاهات الفكر السياسي لدى الشباب السعودي. جامعة الأردن: كلية الدراسات العليا. رسالة ماجستير في العلوم السياسية.
22. العميري، إلهام فريح. (2004). موقف الاسلام من الارهاب. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
23. العنزي، سلطان خلف. (2014) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى الشباب في منطقة الجوف في السعودية. الأردن: الجامعة الاردنية. رسالة دكتوراه. مسترجع من: <http://repository.sdl.edu.sa/WebViewer/Default.aspx>
24. القدهي، مشعل عبد الله. (2012). المواقع الإباحية على شبكة الانترنت وأثارها على الفرد والمجتمع. الرياض: مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية.



25. القصير، عبد القادر. (1999). الأسرة المتغيرة في المدينة العربية. القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
26. الكندري، يعقوب & حمود القشعان. (2001). علاقة استخدام شبكة الإنترنت بالعزلة الاجتماعية لدى طلاب جامعة الكويت. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 17، عدد 1.
27. المجالي، فايز (2007م). استخدام الانترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مجلة المنار، مجلد 13، عدد 7.
28. المنصور، محمد (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، الدنمارك: الأكاديمية العربية مجلس كلية الآداب والتربية.
29. النصار، أسامة. (2012). "الإعلام الجديد والدبلوماسية العامة". مجلة الدبلوماسية (معهد الدراسات الدبلوماسية بوزارة الخارجية السعودية) -السعودية ع 59. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/393206>
30. بخيت، السيد (2015). الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي: قراءة تحليلية، في: مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 9-10/3/2015.
31. بدوي، عبد المحسن. (2003). مستقبل الاعلام الامني الشرطي بالسودان. الخرطوم: جامعة النيل.
32. بصفر، حسان؛ ومحمد المقداح. (2014). الاعلام الرقمي الجديد. جدة: خوارزم العلمية.
33. بورديو، بيار (2009). الهيمنة الذكورية، ترجمة سلمان قعفراني، مراجعة ماهر تريمش، بيروت، المنظمة العربية للترجمة.
34. جلال، حسن (2009). "أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية" دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل. بحث مقدم في المؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة، القاهرة.
35. جمعة، علي محمد وآخرون. (2012). واقع الاعلام وسبل تطويره من وجهة نظر المجتمع السعودي. الرياض مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.
36. حجازي، عبد الفتاح بيومي. (2005). الدليل الجنائي والتزوير في جرائم الكمبيوتر والأنترنات: دراسة متعمقة في جرائم الحاسب الالي والانترنت. القاهرة: المحلة الكبرى. دار الكتب القانونية.

37. خضر، نرمين. (2009). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيس بوك. بحث مقدم للمؤتمر العلمي الاول بعنوان: الاسرة وتحديات العصر 15-17 فبراير. جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
38. داود. حسن طاهر. جرائم نظم المعلومات. (2000). ط1. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
39. راضي، زاهر. (2012). استخدام ومواقع التواصل الاجتماعي بالعالم العربي. مجلة التربية. ع15. عمان: جامعة عمان الأهلية.
40. زايد، أحمد. (2002). عولة الحداثة وتفكك الثقافات الوطنية. عالم الفكر. ع32. (يوليو - ديسمبر 2002م).
41. زهران، حامد عبد السلام. (1984). علم النفس الاجتماعي. ط5. القاهرة: عالم الكتب.
42. سيد، جابر عوض. (1996). التكنولوجيا والعلاقات الاجتماعي. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
43. شمو، علي محمد. (2002). الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة. مصر. مكتبة الإشعاع.
44. صادق، عباس. (2011) الاعلام الجديد: دراسة مداخل في النظرية وخصائصه العامة. القاهرة: البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال. تم الاطلاع في 2017/12/11م. متاح: <http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/.pdf>
45. عبد الصادق، عادل. (2011). الديمقراطية الرقمية. منشورات لمفاهيم استراتيجية المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني.
46. عبدالوهاب، أشرف (1999). نظم التعليم وبطالة قوة العمل: دراسة من منظور نظرية رأس المال الثقافي، رسالة ماجستير، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الاجتماع.
47. عبدالوهاب، أشرف (2016). المجتمعات الافتراضية ورأس المال الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب في المجتمع السعودي، مجلة كلية الآداب، جامعة الإسكندرية.
48. عسيري. على عبد الله. (2005). الآثار الامنية لاستخدام الشباب للإنترنت. مركز الدراسات والبحوث. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
49. عيد، مروي. (2015). تخلق فرصاً جديدة للتواصل مع الجمهور: هل تغير شبكات التواصل الاجتماعي توجهات الاقتصاد والإدارة؟ الرياض: معهد الإدارة: تم الاطلاع في 2017/12/12م. متاح: <http://www.tanmia-idaria.ipa.edu.sa/Article.aspx?Id=480>
50. غيث. محمد عاطف. (1992) قاموس علم الاجتماع. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.



51. فارتانوف، إيلينا (1437). وسائل الإعلام والمعرفة الرقمية من أجل الديمقراطية العالمية. جامعة موسكو. تم الاطلاع في 1437/2/19 هـ:
<http://www.buildingglobaldemocracy.org/ar/content-57>
52. كتوعه، هشام صالح. (2004). نظم المعلومات الادارية. جدة: مكتبة الملك فهد الوطنية.
53. كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية (2017). تقرير الإعلام الاجتماعي العربي (2017)، دبي، الإمارات العربية المتحدة.
54. كوبوسومي، ب. (2001). مبادئ علم النفس الاجتماعي. ترجمة رشاد على موسى؛ وعزالدين جميل عطية. القاهرة: دار النهضة.
55. كويبي، حفصة. (2014). "الإعلام الجديد حسب التشريعات الجزائرية." مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر ع27. مسترجع من
<http://search.mandumah.com/Record/593760>
56. محمد. نائلة عمارة. (2011). الشباب وشبكة التواصل الاجتماعي. غزه مركز شؤون المرأة.
57. مركز التميز لأمن المعلومات. جامعة الملك سعود. تم الاطلاق في 1437/2/19 هـ متاح:
<http://coeia.ksu.edu.sa/ar/node/105>
58. مصطفى، عبد الوهاب أحمد. (2006). الجرائم المعلوماتية: القوانين والتشريعات. ندوة علمية بعنوان شبكات الانترنت وتأثيراتها الاجتماعية والامنبة المنعقدة في مركز البحوث والدراسات الامنية في دبي في الفترة من 2006/11/7-6 م. ط2. دبي: القيادة العامة لشرطة دبي.
59. معتوق، خالد بن سليمان (2013). اتجاهات استخدام طلاب قسم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعية: دراسة تحليلية، مجلة اعلم، العدد الثاني عشر، أبريل.
60. مكتبي، غياث. (2011). الاعلام الاسلامي بين الاصاله والمعاصر. مقدمة ضمن فعاليات مؤتمر الاعلام الاسلامي: تأثير شبكات التواصل على الربيع العربي. تونس: جامعة بنزرت.
61. منصور، تحسين. (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني: دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي. الرياض: جامعة الملك سعود. ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الاعلام الجديد. التحديات النظرية والتطبيقية" 22-24 جمادى الاولى 1433 هـ الموافق 14-15 أبريل 2012 تم الاطلاع في
<https://www.google.com.sa> 1437/1/17 هـ متاح:
62. نوبي، محمد حسن. (2003م). منظومة الحكومة الالكترونية. ندوة الحكومة الالكترونية الواقع والتحديات. المنعقدة في مسقط خلال الفترة من 9-11/1424 هـ. مسقط عمان.

المراجع الأجنبية

- 1- Alassiri, A., et. Al. Usage of Social Networking Sites and Technological Impact on the Interaction Enabling Features, International Journal of Humanities and Social Science, Vol. 4, No. 4. February 2014.
- 2- Augar, N., Zeleznikow, J., A Study of how Social Media Impacts Human Relationships and Family Mediation, Family Relationship Centers, Australia.
- 3- Biswajit Das, B., & Sahoo, J., Social Networking Sites – A Critical Analysis of Its Impact on Personal and Social Life, International Journal of Business and Social Science, Vol. 2, No. 14, November 2010.
- 4- Hampton, K, N., et al (2011), Social networking sites and our lives, Pew Research Center's Internet & American Life Project, Washington, June 16, 2011.
- 5- Larry Rosen D., (2011). "Poke Me: How Social Networks Can both Help and Harm Our Kids"
- 6- Mechel, Vansoon (2010). "Face book and the invasion of technological communities", N.Y New York.
- 7- Moira Burke, Reading, Writing, Relationships: The Impact of Social Network Sites on Relationships and Well-Being, Human-Computer Interaction Institute, Carnegie Mellon University, Pennsylvania 15213, December 28, 2011.
- 8- Neelamalar, M., Chitra, P., New media and society: A Study on the impact of social networking sites on Indian youth, Estudos em Comunicac, Dezembro de 2009, 125-145.
- 9- Nie, Norman and Erbing, Lutz. (2000). Internet and Society: A preliminary Report. Stanford Institute for the Quantitative study of Society. Intersurvey Inc. and Mckinsey.

