

# The Use of Social Media Sites by Saudis and Its Relationship to the Perception of Social Values- Survey Study

*Sumaih A. Alismail and Abdalhalim M. Y. Abdalrazig\**

Media Department, Faculty of Arts, Al-Ahsa, King Faisal University, Saudi Arabia

Received: 30 Nov. 2022, Revised: 20 Dec. 2022, Accepted: 25 Jan. 2023.

Published online: 1 May 2023.

**Abstract:** The study sought to identify the relationship of Saudis to use social media by realizing social values, a descriptive study, which relied on the survey curriculum, by applying a random sample of 400 singles of Saudis in the eastern region, using the questionnaire tool, based on the theory of value inevitability. The study found a rise in the values of computational averages to recognize social values through social networking sites, The researchers felt that social media sites had a role to play in recognizing the values of responsibility In the forefront of which is "contribute to the implementation of the general instructions and guidelines set by the responsible authorities", And "help me maintain and defend my national duty, "Contribute to the application of the general instructions and guidelines drawn up by the responsible authorities". In addition to its role in recognizing the values of loyalty, foremost among which is "contributing to my sense of pride in belonging to the homeland in which I live", Helping me to participate in national events", and "help me to give a good picture to others of my community", As well as its role in recognizing the values of volunteerism, primarily " Help me participate in voluntary work," "Contributing to crisis assistance within the Kingdom", "I am happy to do voluntary work". The results also indicated a statistically significant correlation between the intensity of Saudi Arabia's use of social media sites and the motivation for use, the existence of a statistically significant correlation between the drivers of the Saudis' use of social media sites and the perception of social values.

**Keywords:** Value determinism, loyalty values, volunteering values, social responsibility, value motives, social values.

---

\*Corresponding author e-mail: [ahalim24@kfu.edu.sa](mailto:ahalim24@kfu.edu.sa)

# استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراك القيم الاجتماعية

## دراسة مسحية

سمية ع السماعيل، عبدالحليم م عبدالرازق

قسم الاتصال والاعلام، جامعة الملك فيصل، الاحساء، السعودية.

**ملخص الدراسة:** سعت الدراسة إلى التعرف على علاقة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي بإدراك القيم الاجتماعية، وقد اعتمدت على منهج المسح الميداني، بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة، توزعت ما بين 338 من الإناث، و62 للذكور تتراوح أعمارهم ما بين (أقل من 25 عامًا) إلى (45 عامًا فأكثر)، من السعوديين في المنطقة الشرقية، باستخدام أداة الاستبانة التي تكوّن من قسمين: فقتناول الأول منهما البيانات الأولية، وتناول الآخر عشرة أسئلة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، واعتمدت الدراسة في معالجة البيانات على برنامج الحزمة الإحصائية (SPSS)، واستخدمت المعالجات الإحصائية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، واختبار "ت"، واختبار تحليل التباين في اتجاه واحد، والاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي (LSD)، ومعامل ارتباط بيرسون، واستندت الدراسة إلى نظرية الحتمية القيمية. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى ارتفاع كثافة استخدام المبحوثين وسائل التواصل الاجتماعي؛ فعلى مستوى الاستخدام العام، وكذلك ارتفاع قيم المتوسطات الحسابية لإدراك القيم الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، إذ ذهب المبحوثون إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي دورًا في إدراك قيم المسؤولية، وفي مقدمتها "إسهامها في تطبيق التعليمات والإرشادات العامة التي تضعها الجهات المسؤولة"، و"تساعدني في الحفاظ على واجبي الوطني والدفاع عنه"، إضافة إلى دورها في إدراك قيم الولاء، وفي مقدمتها "تسهم في شعوري بالفخر لانتمائي للبلد الذي أعيش فيه"، و"تساعدني على المشاركة في المناسبات الوطنية"، و"تساعدني على إعطاء صورة حسنة للأخرين عن مجتمعي"، فضلًا عن دورها في إدراك قيم التطوع، وفي مقدمتها "تساعدني على المشاركة في الأعمال التطوعية"، و"تسهم في تقديم المساعدة وقت الأزمات داخل المملكة"، و"تشعرنني بالسعادة عند ممارسة أعمال تطوعية"، كما توصلت النتائج إلى ارتفاع قيم المتوسطات الحسابية لإدراك القيم الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى موافقة المبحوثين على وجود دور لتلك المواقع في إدراكهم للقيم الاجتماعية، وأشارت كذلك إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام، بجانب وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراك القيم الاجتماعية.

**الكلمات المفتاحية:** الحتمية القيمية، قيم الولاء، قيم التطوع، المسؤولية الاجتماعية، الدوافع القيمية، القيم الاجتماعية.

### 1. مقدمة:

أن لمواقع التواصل الاجتماعي هيمنة مجتمعية بأدوات مؤثرة، إذ فرضت سيطرتها على العديد من المستخدمين في الفئات العمرية المختلفة، فلم تعد أداة للتسلية والترفيه فحسب، وإنما تعدى ذلك إلى التأثير على واقع السلوك اليومي للأفراد؛ مما عزز من التقدم التكنولوجي بإيجابياته وسلبياته، وصارت في الوقت الحالي مصدرًا للبناء المعرفي للأفراد، وأداة للتواصل يصعب الاستغناء عنها؛ وعلى الصعيد المجتمعي، امتدت تلك الوسائل لتكون جزءًا من المؤسسات والقطاعات في شتى المجالات بفرض تأثيرها على بناء اقتصاديات الدول وتنوع الاستثمار، مع حضور القيم الاجتماعية لتزايد تلك الوسائل التي قادت إلى بناء جيل بأكمله. شهد المجتمع السعودي زيادة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وإقبالًا كبيرًا على التحولات التكنولوجية، ومن بينها منصات التواصل الاجتماعي (تويتر - واتس أب - سناب شات - إنستغرام ..) (يعقوب، عبدالحليم موسى، 1). لذلك فإن استعمالها لا يخلو من السلبيات على حساب الإيجابيات، لا سيما مع وجود ظواهر اجتماعية سلبية كالطلاق، وبعض المشكلات الأسرية التي شهدت نسبة ارتفاع، مما أفرز مخاطر اجتماعية وتوقعات بحتم حدوثها مستقبلاً، من هنا تأتي أهمية تعزيز مفهوم الضبط الاجتماعي "social control" داخل الأسر مع تأكيد الدور الاجتماعي الذي تفرضه الهيئات الحكومية. (مسعود، غانم حمد عبدالله الشيخ، 2).

أوضحت العديد من الدراسات، ومنها دراسة (الحازمي، مبارك بن واصل، 3) عن عمق العلاقة التي تربط بين القيم الاجتماعية كافة والسلوك البشري داخل وسائل التواصل الاجتماعي. ففي قراءة تحليلية للعديد من الدراسات، لوحظ تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد والمجموعات بإيجابياتها وسلبياتها، ومن هذا المنطلق تأتي الدراسة الحالية للتعرف على العلاقة بين استخدام المجتمع السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراك القيم الاجتماعية، عبر تطبيق علمي بخطوات منهجية من أجل الوصول إلى نتائج تعزز من المشهد الاجتماعي وتثري المكتبة العلمية للوصول إلى حلول ذات قيم مستقبلية مع إمكانية علاج القيم السلبية، وتحصين الشباب من منظور التربية الأهلية والمجتمعية وتحديد المشكلات بأدوات معرفية ذات طابع أخلاقي، دون الانعزال عن بقية دول العالم. (آل سعود، نايف بن ثنيان بن محمد، 4).

### 2. الدراسات السابقة:

أجرت الدراسة مسبقًا للدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، التي تناولت علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بإدراك القيم الاجتماعية، ومن ثمّ تعرضها، على النحو الآتي:

- 1- سعت دراسة (عساف، دينا محمد، 5)، إلى التعرف على استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القيم لديهم، وهي دراسة اعتمدت على منهج المسح، ونظرية الحتمية القيمية، بالتطبيق على عينة عشوائية بلغت 383 من المراهقين في محافظة بورسعيد، عن طريق أداة الاستبانة، وخلصت أهم نتائج الدراسة إلى: وجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى القيم لديهم، وكذلك بين مستوى القيم لدى المراهقين ومستوى غيابات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لديهم، وعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى القيم المراهقين ومستوى ممارستهم للأنشطة التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- هدفت دراسة (نور الدين، هميسي، وحامدي ياسين، 6)، إلى التعرف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، من خلال دراسة مسحية على الشباب الجامعي في الجزائر، وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تعزيز عديد من القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مثل: مساعدة المحتاج، والتعاون، واحترام الآخرين، وصلة الرحم، وتكوين الصداقات، والمسؤولية الاجتماعية.

3- هدفت دراسة (البقي، نجلا سعود، 7)، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب، إلى التعرف على علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب، وقد استخدمت منهج المسح، بالتطبيق على عينة بلغت 1256 من الطلاب والطالبات بقسم الآداب والعلوم جامعة الملك عبد العزيز، عن طريق أداة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها: إسهام مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة في تعزيز قيم تحمل المسؤولية والتعاون والولاء والتطوع، وأن مواقع التواصل أصبحت اليوم واقعًا نعيشه، ولا يمكن تجاهله أو تخفيفه؛ لكنها تؤثر بالسلب في المجتمع عند الاستخدام المفرط.

4- سعت دراسة (الحري، زياد بن محمد مناور، 8)، إلى الإجابة عن تساؤل: "ما علاقة قيم المواطنة بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعات السعودية؟"، واستخدم الباحث المنهج الوصفي (الارتباطي)، وطُبقت الدراسة على (412) طالبًا بجامعة الملك سعود (الذكور)، وبينت النتائج وجود علاقة طردية بين إدراك طلاب الجامعات السعودية لقيم المواطنة وأبعادها (قيمة المساواة، وقيمة الحرية، وقيمة العدل، وقيمة المشاركة المجتمعية) وإحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية وأبعادها (المسؤولية الذاتية، والمسؤولية الاجتماعية، والمسؤولية الدينية والأخلاقية، والمسؤولية الوطنية).

#### الاستفادة من الدراسات السابقة:

أ. ارتكزت معظم الدراسات على منهج المسح، كما اعتمدت معظمها على الاستبانة الإلكترونية أداة لجمع بيانات الدراسة، وهي الأداة التي ستعتمد عليها الدراسة الحالية.

ب. عملت نتائج الدراسات السابقة على تأكيد أهمية إجراء الدراسة الحالية لكشف العلاقة بين استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراك القيم الاجتماعية.

ج. قَدِّمَت الدراسات السابقة للباحثة ملامح واضحة في كيفية البناء المنهجي للدراسة، من حيث صياغة المشكلة البحثية الخاصة بالدراسة، وبلورتها وتحديدها، وبناء أهدافها.

د. استطاعت الدراسة الاستفادة من الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري للدراسة، وكذلك في تحديد الأسس المنهجية، من حيث التعرف على المناهج والأدوات البحثية المناسبة التي تعتمد عليها، وتوظيفها في الدراسة، إضافة إلى اختيار عينة الدراسة.

هـ. الاستفادة من النتائج المختلفة التي توصلت إليها الدراسات السابقة في صياغة تساؤلات الدراسة الحالية وفروضها وأهدافها، وكذلك في إجراء المقارنات بين نتائج الدراسات السابقة والنتائج التي توصلت إليها الدراسة؛ الأمر الذي ساعد الدراسة في تفسير أكثر عمقًا للنتائج التي توصلت إليها.

### 3. تساؤلات ومشكلة الدراسة:

تتبع مشكلة الدراسة من تعدد وسائل التواصل الاجتماعي وتنوعها، وإقبال الناس عليها، خاصة الشباب، إذ أصبحت مصدرًا مهمًا للمعلومات، لا سيما في العصر الرقمي الحالي، في ظل انتشار تكنولوجيا المعلومات والحاسبات والأجهزة الذكية التي أصبحت في متناول اليد، كذلك ما تتميز به وسائل التواصل من سرعة بثّ المعلومة وانتشارها ووصولها إلى عدد كبير من المستخدمين، بحسب ما أشارت إليه نتائج عديدة من الدراسات العلمية من تنوع آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، سواء كانت إيجابية أو سلبية.

ونظرًا لما يتميز به المجتمع السعودي من أسبقية المشاركة والتفاعل في بيئة الإعلام الحديثة، وانتشار استخدام شبكة الإنترنت داخل المجتمعات العربية، حيث وصل معدل النمو العام لاستخدام شبكة الإنترنت في المملكة إلى (90.98%) بواقع 30.25 مليون مستخدم، (9, Alharbi, Faihan).

أوضحت دراسة (Abdalrazig, Abdalhalim, 10) أنه يمكن صياغة مشكلة الدراسة بطريقة طرح أسئلة تسعى للربط بين متغيرين أساسيين في الدراسة. لذلك فإن هذه الدراسة تسعى إلى الإجابة عن السؤال الرئيس وهو: ما علاقة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي بإدراك القيم الاجتماعية؟

وينبثق عن هذا السؤال عدداً من الاسئلة الفرعية على النحو الآتي:

1. ما العلاقة بين كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية المدركة؟
2. ما الدوافع القيمية لاستخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما اتجاهات السعوديين نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية؟
4. ما طبيعة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى السعوديين؟

#### 4. فرضيات الدراسة:

تم الاستنتاج في هذه الدراسة بفرضيات نظرية الحتمية القيمية فيما يتعلق بعادات الاتصال، وثقافة التعامل مع وسائل الاتصال، إضافة إلى البعد القيمي، والتأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام الجديد؛ وهي كما يلي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراك القيم الاجتماعية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

#### 5. أهمية الدراسة:

تتعلق أهمية الدراسة من الأهمية النظرية والتطبيقية على النحو التالي:

1. الأهمية النظرية: تتمثل في إثراء الدراسات المتعلقة بعلاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بإدراك القيم الاجتماعية في المجتمعات العربية، حيث تسعى الدراسة إلى الإضافة للمكتبة الإعلامية العربية، ويتوقع للدراسة أن تقدم نتائج ومعلومات جديدة حول ظاهرة موجود بالفعل في المجتمع، مما يسهم

2. الأهمية التطبيقية: تنطلق أهمية الدراسة من أهمية الموضوع الذي تنطلق منه، وهو علاقة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي بإدراك القيم الاجتماعية، إذ تحاول إلقاء الضوء على هذه القضية للخروج بمؤشرات عملية يُستفاد منها لمعالجة الظواهر السلبية، وتعزيز الإيجابيات، ودعم جهود الدولة السعودية في عملية الضبط الاجتماعي.

## 6. أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس، يتمثل في: التعرف على علاقة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي بإدراك القيم الاجتماعية، وبنيت عنه عدد من الأهداف الفرعية على النحو الآتي:

1. الكشف عن العلاقة بين كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية المدركة.
2. التعرف على الدوافع القيمة لاستخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي.
3. الوقوف على اتجاهات السعوديين تجاه تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية.
4. التعرف على طبيعة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى السعوديين.

## 7. منهجية الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح (Survey Method)، وهو المنهج الملائم للإجابة عن تساؤلات الدراسة، إذ يعد من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية، وهو شكل من أشكال التجميع المنظم للبيانات بغرض الوصف أو التنبؤ بفعل معين، أو بغرض تحليل العلاقات بين المتغيرات، ويعزز اختيار الدراسة لهذا المنهج وجود عدد من الدراسات السابقة التي طبقته. (11) (Marcus B. Mueller).

## 8. مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في المواطنين السعوديين في المنطقة الشرقية التي يبلغ عدد سكانها وفقاً للهيئة العامة للإحصاء للعام 2019 حوالي 5 ملايين نسمة، ( <https://www.stats.gov.sa/ar/tags,12>) وقد أُبلغ جميع المستجيبين بأهداف الدراسة ومنهجياتها، ووافقوا، وشاركوا طواعية في الدراسة، ووقعوا على نموذج للموافقة.

ونظراً لصعوبة المسح الشامل لجأت الدراسة إلى سحب عينة عشوائية قوامها 400 مفردة، ويوضح الجدول الآتي خصائص العينة.

جدول 1: البيانات الشخصية للمبحوثين

المتغيرات	الفئة	ك	%
النوع	ذكر	62	15.5
	أنثى	338	84.5
العمر	أقل من 25 عاماً	118	29.5
	من 25 إلى أقل من 30 عاماً	118	29.5
	من 30 إلى أقل من 35 عاماً	53	13.3
	من 35 إلى أقل من 40 عاماً	28	7.0
	من 40 إلى أقل من 45 عاماً	41	10.3
	من 45 عاماً فأكثر	42	10.5
الحالة الاجتماعية	أعزب/ أعزباء	194	48.5
	متزوج/ متزوجة	184	46.0
	أرمل/ أرملة	3	0.8
مستوى التعليم	مطلق/ مطلقة	19	4.8
	مؤهل ثانوي	55	13.8
	مؤهل دبلوم	42	10.5
	مؤهل جامعي	254	63.5
	ماجستير	43	10.8
	دكتوراه	6	1.5
متوسط الدخل الشهري	أقل من 5 آلاف ريال	186	46.5
	من 5 آلاف إلى 10 آلاف ريال	122	30.5
	أكثر من 10 آلاف ريال	92	23.0
إجمالي العينة		400	100

## 9. أسباب اختيار مجتمع الدراسة:

1. يعتبر مجتمع المنطقة الشرقية من المجتمعات التي تنتم بالتنوع الثقافي حيث يقطن بها جميع القبائل السعودية.
2. وجود العديد من الجامعات والشركات العالمية التي تضم العديد من الأجانب من جميع دول العالم مما يشكل اثناء ثقافياً واجتماعياً للمنطقة.

### التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة:

1. القيم الاجتماعية، يُقصد بها في الدراسة مجموع الأفكار والمعتقدات والاتجاهات السائدة في المجتمع، التي تكونت عبر عقود، وترسخت في الأجيال، وتعارف الناس عليها، سواء كانت إيجابية أو سلبية، التي قد يكتسبها الفرد من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
2. مواقع التواصل الاجتماعي، يُقصد بها في الدراسة المنصات والمواقع على شبكة الإنترنت التي تتيح التواصل بين الجمهور، والتفاعل الثنائي الاتجاه من خلال محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم، مثل (تويتر- واتساب- إنستغرام- شتاب-شات- تيك توك- فيس بوك).
3. السعوديون: يُقصد بهم في هذه الدراسة المواطنون السعوديون الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بالمنطقة الشرقية.

### 10. الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية الحتمية القيمة، التي تفترض أن الثقافة تستوعب وسائل الإعلام، التي بدورها تشمل جزءاً محدوداً من الثقافة، الذي ينتقل إلى وسائل الإعلام، أما الرسالة فتتمثل المرجع في ضبط تلك العلاقة بين الثقافة ووسائل الإعلام، فالثقافة مرجعية ثابتة تتحدد بالفعل والممارسة، بينما الوسيلة تولدت في فضاء الثقافة، وسعت إلى التعبير عن بعض مظاهر هذه الأخيرة، وإذا كانت وسائل الاتصال قد أنتجت ما يسمي بالثقافة الجماهيرية فإنها وليدة المجتمع الجماهيري وليس العكس (عزي، عبد الرحمن، 13).

يرى (عزي، عبد الرحمن، 14) أن الحتمية متغير واحد وأنه المحرك الأساس في تفسير أو فهم أي ظاهرة؛ والمتغير الرئيس، أو الأساس، في هذه النظرية هو القيمة (Value)، أما الظاهرة فتحص العملية الاتصالية، وهذا يعني ذلك أن أي عنصر أو ظاهرة إعلامي تُفسر أو تُفهم من حيث قربها أو بُعدها أو تناقضها مع القيمة. ويعضد (بوعلی، نصير، 15) أن القيم السائدة في المجتمع هي التي تحدد نوع الوسيلة أي القناة وتعبّر عن أصل المجتمع المستخدمة فيها؛ بينما يذهب (عزي، عبد الرحمن، 16) إلى أن التأثير يكون إيجابياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيمة، وكلما كانت أشد كان التأثير إيجابياً؛ وبالمقابل يكون التأثير سلبياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تتفق بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكبر. وتستند الحتمية الإعلامية على اعتبار أن تكنولوجيا الاتصال هي المتغير الأساسي في تفسير آليات التطور الاجتماعي.

### 11. أدوات جمع البيانات:

تعتمد الدراسة في الإجابة عن تساؤلاتها على صحيفة الاستقصاء الإلكترونية (Online questionnaire) أداة لجمع البيانات المطلوبة من الباحثين عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، للوصول إلى ما يحقق أهداف الدراسة وما يتناسب مع طبيعتها بضرورة أن يكون الباحثون من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتتضمن مجموعة من الأسئلة التي تقيس متغيرات الدراسة، وجمعت الدراسة البيانات خلال أسبوعين من شهر سبتمبر 2022.

#### الخطوات المنهجية لإعداد استمارة الاستقصاء:

صممت الدراسة الاستمارة في ضوء تساؤلات الدراسة، ويمكن مراجعة الاستبانة في ملاحق الدراسة؛ وتشتمل الاستبانة على عدد من الأسئلة التي تقيس متغيرات الدراسة، وذلك في ضوء الخطوات الآتية:

#### 1- تحديد البيانات المطلوبة لإعداد الاستمارة:

جمعت الدراسة معلومات حول موضوع الدراسة بما يتفق مع أهدافها ومشكلتها، وبما يؤدي إلى الإجابة عن تساؤلاتها.

#### 2- إعداد الصحيفة في صورتها الأولية:

وذلك بإعداد الاستمارة متضمنة عدداً من الأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة التي تتيح للباحث وضع إجابته الخاصة، وذلك بما يتفق مع أهداف الدراسة.

#### 3- الاختبار القبلي:

قبل البدء في التطبيق النهائي للاستمارة على الباحثين، أجرت الدراسة اختباراً قبلياً على عينة من الجمهور قوامها (40) مفردة بواقع 10% من إجمالي عدد العينة البالغة 400 مفردة، وذلك للتحقق من الوقت الذي يستغرقه الباحث في الإجابة عن أسئلة الاستمارة، وكذلك معرفة مدى فهمه للأسئلة التي تحويها.

#### اختبار الصدق والثبات:

##### 1. اختبار الصدق:

وهو أن تقيس الأداة ما وضعت لقياسه، وأجرت الدراسة اختبار الصدق للتأكد من صدق محتوى الاستمارة، بعد تحديد أهداف الدراسة وترجمة ذلك في تساؤلات الاستبانة بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، ثم وضعت الأسئلة التي تعنى بتحقيق أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وعرضتها على محكمين وخبراء في مجال الإعلام للتأكد من دقة الاستمارة وصدقها، وإمكانية تحقيقها أهداف الدراسة، وأجرت التعديلات في ضوء آراء المحكمين لتصبح في شكلها النهائي؛ وقد أجرى بعض الزملاء من جامعات أخرى مراجعة الاستبانة، وقد تم التحكيم من العديد من الخبراء من عدد من الكليات أقسام الاعلام بالجامعات التالية: (جامعة سرت دولة ليبيا، كلية الآداب جامعة القاهرة، كلية الآداب جامعة السلطان قابوس).

##### 2. اختبار الثبات:

يقصد بالثبات تحديد نسبة التغير المنتظم في المقياس، ويقاس من خلال حساب الارتباط بين درجات القياس التي يحصل عليها عبر التطبيقات المختلفة للمقياس؛ فإذا كان الارتباط قوياً كان المقياس أكثر ثباتاً، (زغيب، شيماء ذو الفقار، 17)، وقد اعتمدت الدراسة على قياس الثبات من خلال استخدام معامل (ألفا - كرونباخ).

يوضح جدول (2) ارتفاع قيمة معامل الثبات، مما يشير إلى صلاحية الأداة لقياس ما أعدت لقياسه، والاطمئنان لما تتوصل إليه من نتائج.

## جدول 2: نتائج ثبات الاستبانة باستخدام معامل (ألفا - كرونباخ)

المتغيرات	معامل (ألفا - كرونباخ)
ثبات الاستبانة ككل	0.934

## 12. المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة؛ تم ترميز البيانات حاسوبياً، ثم استخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS"، وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات ورنية Scale، وتم تطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات، وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

1. التكرارات البسيطة Frequency، والنسب المئوية Percent.
2. المتوسط الحسابي Mean. الانحراف المعياري Std. Deviation.
3. اختبار "ت المستقلة" (Independent Samples T Test).
4. اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA)، المعروف بـ ANOVA.
5. الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD).
6. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation).

## 13. نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الإجابة عن تساؤلات الدراسة وهي كما يلي:

السؤال الرئيس وهو: ما علاقة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي بإدراك القيم الاجتماعية؟ وينبثق عن هذا السؤال عدداً من الاسئلة الفرعية على النحو الآتي:

5. ما العلاقة بين كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية المدركة؟
6. ما الدوافع القيمية لاستخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
7. ما اتجاهات السعوديين نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية؟
8. ما طبيعة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى السعوديين؟

السؤال الأول: ما العلاقة بين كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية المدركة؟ ويجب الجدولان (3،4) على السؤال كما يلي:

جدول 3: كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	دائماً ك	أحياناً		نادراً		متوسط حسابي	انحراف معياري
		%	ك	%	ك		
واتس أب	325	81.3	67	16.8	8	2.79	0.45
سناب شات	277	69.3	92	23.0	31	2.61	0.62670
إنستغرام	203	50.8	136	34.0	61	2.35	0.73165
يوتيوب	162	40.5	136	34.0	102	2.08	0.76626
تويتر	124	31.0	142	35.5	134	1.97	0.80374
تيليجرام	53	13.3	131	32.8	216	1.59	0.71254
لينكد إن	22	5.5	54	13.5	324	1.24	0.54380
فيس بوك	8	2.0	14	3.5	378	1.07	0.33113

تشير نتائج التحليل إلى احتلال تطبيق واتس أب المرتبة الأولى بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.7925، يليه سناب شات في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.6150، ثم إنستغرام في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.3550، فيما جاء تطبيقاً (لينكد إن - فيس بوك) في مرتبتين متأخرتين.

جدول 4: مقياس القيم الاجتماعية المدركة

العبارة	المتوسط الحسابي العام	الاتجاه
إدراك قيم المسؤولية	2.4293	محايد
إدراك قيم الولاء	2.6757	موافق
إدراك قيم التطوع	2.5437	موافق
إدراك القيم الاجتماعية	2.5496	موافق

تشير نتائج الجدول إلى ارتفاع قيم المتوسطات الحسابية لإدراك القيم الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى موافقة الباحثين على وجود دور لتلك المواقع في إدراكهم للقيم الاجتماعية، وقد بلغت قيمة المتوسط العام 2.5496 في الاتجاه (موافق)، وكذلك الأمر بالنسبة لقيم الولاء والتطوع، فيما يشير المتوسط العام لقيم المسؤولية إلى الاتجاه (محايد).

وتتفق تلك النتائج مع دراسة (البيومي، نجلا سعود ، 18) ، التي أشارت إلى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة في تعزيز قيم تحمل المسؤولية والتعاون والولاء والتطوع، وأن مواقع التواصل أصبحت اليوم واقعاً نعيشه، ولا يمكن تجاهله أو تخطيه؛ لكنها تؤثر سلباً على المجتمع حين بلوغ مرحلة الاستخدام المفرط؛ وقد توصلت دراسة (البيومي، نجلا سعود ، 19) ، إلى موافقة الباحثين بدرجة كبيرة على القيم الاجتماعية المعززة بواسطة واقع التواصل الاجتماعي، ومن أبرز تلك القيم: (دعم العمل الإنساني، وتوضيح العديد من الثقافات الأخرى، وتعزيز العلاقة بالغير، وتعزيز مفهوم القيم الدينية). وتختلف تلك النتيجة مع دراسة (عساف، دينا محمد ، 20) ، التي أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى القيم لديهم.

**السؤال الثاني:** ما الدوافع القيمة لاستخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي؟ ويجب عليه الجدول (5) كما يلي:

**جدول 5: دوافع استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي**

العبرة	دائمًا		أحيانًا		نادرًا		متوسط حسابي	انحراف معياري
	%	ك	%	ك	%	ك		
الحصول على المعلومات	92.0	368	7.8	31	0.3	1	2.9175	0.28442
التواصل مع الآخرين	89.0	356	9.5	38	1.5	6	2.8750	0.37380
الإطلاع على المستجدات وآخر الأحداث	87.5	350	10.8	43	1.8	7	2.8575	0.39697
الترفيه والتسلية	81.0	324	16.8	67	2.3	9	2.7875	0.46138
الإطلاع على ثقافات مختلفة	74.5	298	21.8	87	3.8	15	2.7075	0.53165
قضاء وقت الفراغ	74.5	298	20.3	81	5.3	21	2.6925	0.56457
الاندماج الاجتماعي مع الآخرين	52.8	211	35.8	143	11.5	46	2.4125	0.68813
أدمنت استخدامها	41.8	167	35.8	143	22.5	90	2.1925	0.77908
تكوين علاقات وصدقات جديدة	28.5	114	41.8	167	29.8	119	1.9875	0.76407
البحث عن الأصدقاء القدامى	20.0	80	34.0	136	46.0	184	1.7400	0.77064

تشير نتائج التحليل إلى صدارة الحصول على المعلومات باعتبارها إحدى دوافع استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بمتوسط حسابي 2.9175، يليه دافع التواصل مع الآخرين في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.8750، وفي المرتبة الثالثة الإطلاع على المستجدات وآخر الأحداث بمتوسط حسابي 2.8575، وكلها دوافع فعّية.

وتعكس تلك النتائج الوظائف التي باتت تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها الدور الإعلامي الذي تمثل في دوافع الحصول على المعلومات، والإطلاع على المستجدات، وكذلك الدور الاتصالي الذي تمثل في التواصل مع الآخرين. وهذا ما أشارت إليه نتائج دراسة (البيومي، نجلا سعود، 21).

**السؤال الثالث:** ما اتجاهات السعوديين نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية؟ ويجب عليه الجدول (6)

**جدول 6: اتجاهات السعوديين نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية**

العبرة	موافق		محايد		معارض		متوسط حسابي	انحراف معياري
	%	ك	%	ك	%	ك		
تعرفت من خلال مواقع التواصل على قيم لمجتمعات متعددة	75	300	22	88	3.0	12	2.7200	0.51211
جعلتني أتمسك بالعادات والتقاليد السعودية مع الحفاظ على الثقافة والهوية الوطنية	71.8	287	21.8	87	6.5	26	2.6525	0.59803
تزيد مواقع التواصل الاجتماعي من معرفتي بالقيم الاجتماعية في بلدي	64.3	257	30.3	121	5.5	22	2.5875	0.59433
أدركت من خلال مواقع التواصل أن القيم الاجتماعية أساس بقاء المجتمعات وازدهارها	65.3	261	28	112	6.8	27	2.5850	0.61540
تشارك المواقع في توعية المحيط الجماهيري بالقيم المجتمعية	60.3	241	32.5	130	7.2	29	2.5300	0.62856
تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظري تجاه القيم المجتمعية	57.5	230	34.8	139	7.8	31	2.4975	0.63719
أدركت من خلال مواقع التواصل أن القيم الموجودة في مجتمعي تجعلني أسير في الاتجاه الصحيح	57.3	229	34.8	139	8.0	32	2.4925	0.64107
أطبق القيم المجتمعية على المستوى الشخصي وأدعو أصدقائي عبر مواقع التواصل لتطبيقها	57.8	231	33.8	135	8.5	34	2.4925	0.64884
أنشر معلومات حول القيم المجتمعية ودورها في تطور بلدي ومنفعته	54.5	218	33.5	134	12.0	48	2.4250	0.69684
أتناقش مع آخرين عبر مواقع التواصل حول القيم المجتمعية السائدة	52.8	211	33	132	14.2	57	2.3850	0.72324

تشير نتائج الجدول إلى اتجاهات السعوديين نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، وقد جاء في مقدمتها "تعرفت من خلال مواقع التواصل على قيم لمجتمعات متعددة" بمتوسط حسابي 2.7200، يليه في المرتبة الثانية "جعلتني أتمسك بالعادات والتقاليد السعودية مع الحفاظ على الثقافة والهوية

الوطنية، بمتوسط حسابي 2.6525، وفي المرتبة الثالثة "تزيد مواقع التواصل الاجتماعي من معرفتي بالقيم الاجتماعية في بلدي" بمتوسط حسابي 2.5875، وكلها تأثيرات معرفية، فيما جاءت تأثيرات "أطبق القيم المجتمعية على المستوى الشخصي وأدعو أصدقائي عبر مواقع التواصل لتطبيقها- أنشر معلومات حول القيم المجتمعية ودورها في تطور بلدي ومنفعته- أتناقش مع آخرين عبر مواقع التواصل حول القيم المجتمعية السائدة" في مراتب متأخرة، بمتوسطات حسابية (2.4925-2.4250-2.3850) بالترتيب، وتعتبر كلها تأثيرات سلوكية. وهذا يتوافق مع ما ذهبت إليه دراسة (عساف، دينا محمد، 22) والتي ركزت على عملية استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتهم بمستوى القيم لديهم.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية الحتمية القيمية، بوجود تأثيرات إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على إدراك القيم المجتمعية كما أشار إلى ذلك (عزي، عبدالرحمن، 23)، فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية ما بين (2.7200-2.3850) أي في بين (موافق - محايد).

**السؤال الأخير:** ما طبيعة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي نحو اكتساب بعض القيم المجتمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟ ويوجب عليه الجدول (7) كما يلي:

**جدول 7: استجابات المبحوثين نحو اكتساب بعض القيم المجتمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي**

العبرة	موافق		محايد		معارض		متوسط حسابي	انحراف معياري
	%	ك	%	ك	%	ك		
حب الوطن	91.5	365	8.8	35	0.0	0	2.9125	0.28292
مساعدة الآخرين	79.8	319	18.3	73	2.0	8	2.7775	0.46209
الانتماء	79.0	316	18.3	73	2.8	11	2.7625	0.48650
خدمة الوطن	77.8	311	19.3	77	3.0	12	2.7475	0.49937
العمل التطوعي (الخيري)	74.3	297	22.8	91	3.0	12	2.7125	0.51527
المواطنة	74.0	296	22.3	89	3.8	15	2.7025	0.53358
المشاركة في مختلف المناسبات الأسرية والمجتمعية	74.0	296	21.8	87	4.3	17	2.6975	0.54473
الصدقة	69.0	276	27.8	111	3.3	13	2.6575	0.53937
التعاون	67.8	271	28.3	113	4.0	16	2.6375	0.55846
حب العلم	63.5	254	28.8	115	7.8	31	2.5575	0.63459
حب النشيد الوطني السعودي	60.8	243	31	124	8.3	33	2.5250	0.64453
الاحترام	58.8	235	33	132	8.3	33	2.5050	0.64499
الصدق	51.5	206	36.5	146	12.0	48	2.3950	0.69295

تشير نتائج التحليل إلى استجابات المبحوثين نحو اكتساب بعض القيم المجتمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وقد جاء في مقدمتها "حب الوطن" بمتوسط حسابي بلغ 2.9125، ثم "مساعدة الآخرين" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.7775، وفي المرتبة الثالثة "الانتماء" بمتوسط حسابي بلغ 2.7625. وتتفق تلك النتيجة مع دراسة (نور الدين، وحامدي، 24)، التي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تعزيز العديد من القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مثل: مساعدة المحتاج، والتعاون، واحترام الآخرين، وصلة الرحم، وتكوين الصداقات، والمسئولية الاجتماعية.

وخلاصة الإجابة عن التساؤلات من خلال تحليل الجداول (3-7) فإن الدراسة قد أجابت عن السؤال الرئيس "ما علاقة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي بإدراك القيم الاجتماعية؟ وانتهت التحليل إلى وجود علاقة كبيرة بإدراك القيم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بالمجتمع السعودي " عينة الدراسة"، وذلك من خلال نتائج تحليل الجداول من (3،4،5،6،7)، وهذه النتيجة تتفق مع العديد من الدراسات، منها دراسة (نور الدين، وحامدي، 25)، وكذلك دراسة (الحري، زياد بن محمد مناور، 26)، كما اتفقت تلك النتائج مع دراسة (دراسة البقمي، نجلا سعود، 27).

**ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:**

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام.

**جدول 8: معامل الارتباط للعلاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام**

دوافع الاستخدام		المتغيرات
معامل الارتباط	*0.380	كثافة الاستخدام
مستوى الدلالة	***0.001	
إجمالي العينة	400	
معامل الارتباط	**0.122	
مستوى الدلالة	***0.014	
إجمالي العينة	400	
معامل الارتباط	*0.476	
مستوى الدلالة	***0.001	
إجمالي العينة	400	

بوجه عام، تشير نتائج التحليل إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام السعوديين (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام، وذلك على النحو الآتي:

1. وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام بصفة عامة، فقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.380)، عند مستوى دلالة (0.001)، وهي قيمة دالة، أي أنه كلما زادت كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي زادت دوافع الاستخدام، والعكس.



2. وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي والدوافع النفسية، فقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.122)، عند مستوى دلالة (0.014)، وهي قيمة دالة، أي أنه كلما زادت كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي زادت الدوافع النفسية، والعكس.

3. وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي والدوافع الطقوسية، فقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.476)، عند مستوى دلالة (0.001)، وهي قيمة دالة، أي أنه كلما زادت كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي زادت الدوافع الطقوسية، والعكس.

وبناء على ذلك، يمكن القول بثبوت صحة الفرض الأول، الذي ينص على: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام".

**الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراك القيم الاجتماعية.**

**جدول 9: معامل الارتباط للعلاقة بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك القيم الاجتماعية**

دوافع الاستخدام		المتغيرات
**0.272	معامل الارتباط	إدراك القيم الاجتماعية
*** 0.001	مستوى الدلالة	
400	اجمالي العينة	

تشير نتائج التحليل إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراك القيم الاجتماعية، فقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.272)، عند مستوى دلالة (0.001)، وهي قيمة دالة، أي أنه كلما زادت دوافع استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي زادت إدراكهم للقيم الاجتماعية، والعكس. وقد أشارت دراسة (البقيمي، نجلا سعود، 28) التي انتهت إلى نتيجة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلباً على المجتمع عند الاستخدام المفرط. وبناء على ذلك، يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني، الذي ينص على: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراك القيم الاجتماعية".

**الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.**

للتحقق من صحة هذا الفرض، أجرت الدراسة اختبار (Independent Samples T Test)، واختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA)، والاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference)، وذلك على النحو الآتي:

**جدول 10: اختبارات المستقلة (T-Test) للفروق بين الباحثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً لمتغير الجنس**

المتغيرات	الفئة	عدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	د. ح	مستوى الدلالة
النوع	ذكر	62	54.0645	9.10570	2.030	398	0.043 غير دالة
	أنثى	338	56.4556	8.41537			

تشير نتائج التحليل إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً لمتغير النوع، فقد بلغت قيمة ت (2.030)، عند مستوى دلالة (0.043)، وكانت الفروق لصالح الإناث، أي أنهم الأكثر إدراكاً للقيم الاجتماعية.

**جدول 11: اختبار (ANOVA) للفروق بين الباحثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً لمتغيرات (العمر - الحالة الاجتماعية - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي)**

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
العمر	بين المجموعات	742.133	5	148.427	2.053	0.070 غير دالة
	داخل المجموعات الإجمالي	28480.977	394	72.287		
	الإجمالي	29233.110	399			
الحالة الاجتماعية	بين المجموعات	605.261	3	201.754	2.792	0.040 دالة
	داخل المجموعات الإجمالي	28617.849	396	72.267		
	الإجمالي	29223.110	399			
المستوى التعليمي	بين المجموعات	669.090	4	167.272	2.314	0.057 غير دالة
	داخل المجموعات الإجمالي	28554.020	395	72.289		
	الإجمالي	29223.110	399			
المستوى الاقتصادي	بين المجموعات	1489.868	2	744.934	10.664	0.001 دالة
	داخل المجموعات الإجمالي	27733.242	397	69.857		
	الإجمالي	29223.110	399			

تشير نتائج التحليل إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً لمتغيري (الحالة الاجتماعية - المستوى الاقتصادي)، وعدم وجود فروق بين الباحثين وفقاً لمتغيري (العمر - المستوى التعليمي)، وذلك على النحو الآتي:

1. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً لمتغير العمر، فقد بلغت قيمة ف (2.053)، عند مستوى دلالة (0.070)، وهي قيمة غير دالة.

2. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية، فقد بلغت قيمة ف (2.792)، عند مستوى دلالة (0.040)، وهي قيمة دالة، وكانت الفروق لصالح فئة المتزوجين، أي أنهم الأكثر إدراكاً للقيم الاجتماعية.
  3. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، فقد بلغت قيمة ف (2.314)، عند مستوى دلالة (0.057)، وهي قيمة غير دالة.
  4. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي، فقد بلغت قيمة ف (10.664)، عند مستوى دلالة (0.001)، وهي قيمة دالة، وكانت الفروق لصالح أصحاب المستوى الاقتصادي الأعلى (10 آلاف ريال فأكثر).
- وبناء على ذلك، يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثالث، الذي ينص على: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية"، وذلك بشكل جزئي.

وفي الختام فقد اشارت العديد من الدراسات ومنها (الحري، زياد بن محمد مناور، 29) التي ابرزت مدى إدراك طلاب الجامعات السعودية لقيم المواطنة وأبعادها القائمة على (قيمة المساواة، وقيمة الحرية، وقيمة العدل، وقيمة المشاركة المجتمعية) وكذلك دراسة (نور الدين، هميسي، وحامدي ياسين، 30) التي تناولت المجتمع الجزائري من جانب اسهام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية تعزيز العديد من القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مثل: مساعدة المحتاج، والتعاون، واحترام الآخرين.

وهذا يؤكد مدى تأثير بعض المتغيرات على إدراك القيم الاجتماعية من مجتمع لآخر استنادا الى واقع تلك المجتمعات وثقافتها، بالرغم من صعوبة تعميم نتائج هذه الدراسة الا على المجتمع السعودي الذي تتشابه ثقافته وعقيدته القائمة على الدين الإسلامي وبعض المجتمعات العربية بمنطقة الخليج العربي.

#### 14. نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج وهي:

1. توصلت الدراسة إلى ارتفاع كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، وتصدرت الأسرة الفئات التي يتواصل معها المبحوثون من خلال مواقع التواصل، فيما تصدر المواطنون السعوديون الجنسيات التي يتواصل معها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
2. تصدر دافع الحصول على المعلومات دوافع استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي، يليه دافع التواصل مع الآخرين في المرتبة الثانية، واتضح من نتائج التحليل المتعلقة بدرجة ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي تصدر الثقة بدرجة متوسطة، وجاءت حب الوطن، ومساعدة الآخرين، والانتماء في مقدمة القيم المجتمعية المكتسبة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
3. توصلت الدراسة إلى ارتفاع قيم المتوسطات الحسابية لإدراك القيم الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، فقد رأى المبحوثون أن لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً في إدراك قيم المسؤولية، وفي مقدمتها "تسهم في تطبيق التعليمات والإرشادات العامة التي تضعها الجهات المسؤولة"، و"تساعدني في الحفاظ على واجبي الوطني والدفاع عنه"، إضافة إلى دورها في إدراك قيم الولاء، وفي مقدمتها "تسهم في شعوري بالفخر لانتمائي للبلد الذي أعيش فيه"، و"تساعدني على المشاركة في المناسبات الوطنية"، و"تساعدني على إعطاء صورة حسنة للآخرين عن مجتمعي"، فضلاً عن دورها في إدراك قيم التطوع، وفي مقدمتها "تساعدني على المشاركة في الأعمال التطوعية"، و"تسهم في تقديم المساعدة وقت الأزمات داخل المملكة"، و"تشعرنني بالسعادة عند ممارسة أعمال تطوعية".
4. فيما يتعلق بتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، فقد جاء في مقدمتها "تعرفت من خلال مواقع التواصل على قيم لمجتمعات متعددة"، و"جعلتني أتمسك بالعادات والتقاليد السعودية مع الحفاظ على الثقافة والهوية الوطنية"، و"تزيد مواقع التواصل الاجتماعي من معرفتي بالقيم الاجتماعية في بلدي"، وكلها تأثيرات معرفية، فيما جاءت تأثيرات "أطبق القيم المجتمعية على المستوى الشخصي وأدعو أصدقائي عبر مواقع التواصل لتطبيقها- أنشر معلومات حول القيم المجتمعية ودورها في تطور بلدي ومنفعته- أتناقش مع آخرين عبر مواقع التواصل حول القيم المجتمعية السائدة" في مراتب متأخرة، وكلها تأثيرات سلوكية.
5. كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراك القيم الاجتماعية.
6. توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في إدراك القيم الاجتماعية وفقاً لمتغيرات (النوع- الحالة الاجتماعية - المستوى الاقتصادي)، وعدم وجود فروق بين المبحوثين وفقاً لمتغيري (العمر - المستوى التعليمي).

#### 15. توصيات الدراسة:

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، فإنها توصي بما يلي:

1. على الجهات الحكومية والمؤسسات المعنية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في تنظيم حملات توعية حول الالتزام بالقيم الاجتماعية، ونبذ القيم الشاذة الواردة من ثقافات أخرى لا تتوافق مع القيم الاجتماعية المحلية السائدة.
2. التنوع في أشكال المحتوى الذي تقدمه تلك المؤسسات الإعلامية لإبراز القيم الاجتماعية، من خلال النص المكتوب، والفيديو، والصور، والرسوم، وغيرها من الوسائل السمعية والبصرية من خلال الإعلام الرقمي.
3. الاهتمام بإجراء بحوث ودراسات متعمقة، تحليلية على صفحات الجهات بالمعنية بالشباب، وكذلك إجراء بحوث ميدانية للتعرف على اتجاهاته نحو القيم الاجتماعية المختلفة.

#### 16. الدعم:

يشكر الباحثين عمادة البحث العلمي بجامعة الملك فيصل بالأحساء على تمويلهم لهذا البحث تحت مسار شتاء كفو البحثي بالرقم ( GRANT2857 )

## قائمة المراجع الدراسة:

## أولا مقال في مجلة:

2. مساعد، غانم حمد عبدالله الشيخ، أثر وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب هيئة التعليم التطبيقي بدولة الكويت، جامعة القاهرة، مجلة العلوم التربوية، المجلد2، 29-31، (2021).
3. الحازمي، مبارك بن واصل، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، المجلد28، 67، (2022).
4. آل سعود، نايف بن ثنيان بن محمد، دوافع استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها – دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود في الفصل الثاني من العام ١٤٣٣، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 206، 34-217، (1436).
5. عساف، دينا محمد، الاستخدام القيمي لوسائل التواصل الاجتماعي بالتطبيق على عينة من المراهقين (في إطار نظرية الحتمية القيمية)، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد 56، 362-374، (2021).
6. نور الدين، هميسي، وحامدي ياسين، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين – ألمانيا، المجلد 3، 379-383، (2020).
7. البقمي، نجلا سعود، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، المجلد31، 121- 2304، (2020).
8. الحربي، زياد بن محمد مناور، قيم المواطنة وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعات السعودية، أطروحة (دكتوراه)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الجريمة، (2017).
9. Alharbi, Faihan, Values University Students Learn Due to Their Use of Social networking Sites Study at Taibah University in Saudi Arabia, Dirasat: Human and Social Sciences, Vol 48, 169-171. (2021).
10. Abdalrazig, Abdalhalim Musa Yagoub, The Role of News Coverage in Raising Health Awareness Content about the Corona Pandemic A Survey of the SPA Account on Twitter, Dirasat: Human and Social Sciences, 49, 619 – 621, (2022).
11. Marcus B. Mueller, Geoff P. Lovell, Theoretical Constituents of Relatedness Need Satisfaction in Senior Executives, Vol 26, 211-215, (2015).
12. <https://www.stats.gov.sa/ar/tags>.
14. عزي، عبد الرحمن، الحتمية القيمية والإعلام المعاصر، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، الأردن، المجلد81، 7-9، (2015).
15. بوعلي، نصير، الموائيق الأخلاقية بين الحرية الإعلامية والقيم الكونية دراسة في ضوء المبادئ الإنسانية العالمية، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 23، 56- 61، (2014).
18. البقمي، نجلا سعود، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب: دراسة ميدانية، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، المجلد31، 121- 2290، (2020).
19. البقمي، نجلا سعود، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب: دراسة ميدانية، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، المجلد31، 120- 121، (2020).
20. عساف، دينا محمد، الاستخدام القيمي لوسائل التواصل الاجتماعي بالتطبيق على عينة من المراهقين- في إطار نظرية الحتمية القيمية، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 56، 332-345، (2021).
21. البقمي، نجلا سعود، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب: دراسة ميدانية، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، المجلد31، 121- 2304، (2020).
22. عساف، دينا محمد، الاستخدام القيمي لوسائل التواصل الاجتماعي بالتطبيق على عينة من المراهقين (في إطار نظرية الحتمية القيمية)، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد 56، 332-345، (2021).
23. عزي، عبد الرحمن، الحتمية القيمية والإعلام المعاصر، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، الأردن، المجلد81، 7-9، (2015).
24. نور الدين، هميسي وياسين حامدي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، دراسة في ضوء الحتمية القيمية في الإعلام، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، المجلد3، (2020).
25. نور الدين، هميسي وياسين حامدي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، دراسة في ضوء الحتمية القيمية في الإعلام، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، المجلد 3، (2020).

26. الحربي، زياد بن محمد مناور، قيم المواطنة وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعات السعودية، أطروحة دكتوراه، جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، (2017).
27. البقمي، نجلا سعود، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب: دراسة ميدانية، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، المجلد 31، 121-2303، (2020).
28. البقمي، نجلا سعود، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب: دراسة ميدانية، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، المجلد 31، 121، 31، (2020).
29. الحربي، زياد بن محمد مناور، قيم المواطنة وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعات السعودية، أطروحة (دكتوراه)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الجريمة، (2017).
30. نور الدين، هميسي وياسين حامدي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، دراسة في ضوء الحتمية القيمية في الإعلام، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، المجلد 3، (2020).

#### ثانياً كتب:

1. يعقوب، عبدالحليم موسى، الصحافة الالكترونية، دار الرشد، السعودية، 22-2023، 33.
13. عزي، عبد الرحمن، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، تونس: الدار المتوسطة للنشر، 13-18، (2013).
15. عزي، عبد الرحمن، دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز، دراسات الوحدة العربية، بيروت، 56-59، (2013).
16. عزي، عبد الرحمن، دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز، دراسات الوحدة العربية، بيروت، 56-59، (2013).
17. زغيب، شيماء ذو الفقار، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 24-27، (2017).
22. عزي، عبد الرحمن، الحتمية القيمية والإعلام المعاصر، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، 81، الأردن، (2014).

#### ملحق الدراسة

استبانة ميدانية في إطار دراسة بعنوان

استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراك القيم الاجتماعية

أولاً: البيانات الأولية

النوع	1.
	• ذكر
	• أنثى
السن	2.
	• أقل من 25
	• من 25 إلى أقل من 50
	• 50 سنة فأكثر
الحالة الاجتماعية	3.
	• أعزب/ أعزباء
	• متزوج/ متزوجة
	• أرمل/ أرملة
	• مطلق/ مطلقة
مستوى التعليم	4.
	• مؤهل متوسط
	• مؤهل جامعي
	• مؤهل فوق الجامعي
متوسط الدخل الشهري	5.
	• أقل من 5 آلاف ريال
	• من 5 آلاف إلى 10 آلاف ريال
	• أكثر من 10 آلاف ريال
طبيعة العمل	6.
	• طالب/ طالبة
	• موظف حكومي

• موظف خاص	
• أعمال حرة	
• لا أعمل	

ثانيًا: الأسئلة

س1: ما معدل استخدامك اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- دائمًا
- أحيانًا
- نادرًا

س2: كم الوقت الذي تقضيه يوميًا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- أكثر من ساعتين يوميًا
- من ساعة إلى أقل من ساعتين يوميًا
- أقل من ساعة يوميًا

س3: ما مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

الموقع	الاستخدام		
	دائمًا	أحيانًا	نادرًا
تويتر			
يوتيوب			
فيس بوك			
سناپ شات			
واتس أب			
إنستقرام			
لينكد إن			
تيك توك			
أخرى تذكر.....			

س4: أكثر الفئات التي تتواصل معها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

الفئة	التواصل		
	دائمًا	أحيانًا	نادرًا
أسرتي			
الأصدقاء			
الأقارب			
زملاء العمل/ الدراسة			
أصدقاء افتراضيين			
جنسيات عربية			
جنسيات أجنبية			
أخرى تذكر.....			

س5: من فضلك.. حدد دوافعك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الفئة	درجة الموافقة		
	موافق	محايد	معارض
التواصل مع الآخرين			
الإطلاع على ثقافات مختلفة			
تكوين علاقات وصدقات جديدة			
الحصول على المعلومات			
الإطلاع على المستجدات وآخر الأحداث			
تعودت عليها			
للترفيه والتسلية			
لأن الناس من حولي يستخدمونها			

				لأنها موجودة ومتاحة في أي وقت للاسترخاء والهروب من الملل
--	--	--	--	---

س6: فيما يلي مجموعة من العبارات تحدد إسهام استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك قيم التطوع، من فضلك حدد موقفك تجاهها.

درجة الموافقة			الفئة
معارض	محايد	موافق	
			أتعاون أسرتي كلما احتاجوا إلى ذلك
			أتعاون مع الجيران في كل ما يتعلق بشؤون المنطقة التي أسكن بها
			أتعاون أقاربي في مناسباتهم الاجتماعية
			أتعاون مع زملائي لإنجاز الأعمال وحل المشكلات
			أتعاون مع رجال الأمن وأتبع تعليماتهم
			أهتم برعاية الأطفال وكبار السن من حولي
			أحرص على المشاركة في المبادرات وأعمال التطوعية

س7: فيما يلي مجموعة من العبارات تحدد إسهام استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك قيم المسؤولية، من فضلك حدد موقفك تجاهها.

درجة الموافقة			الفئة
معارض	محايد	موافق	
			ألتزم بواجباتي تجاه أسرتي ومجتمعي
			أهتم بحماية الضعفاء من المرضى والأطفال وكبار السن
			ألتزم بتنفيذ الأعمال التي توكل إليّ بدقة وإتقان
			أطبق التعليمات والإرشادات العامة التي تضعها الجهات المسؤولة
			أشغل دأباً بحل مشكلات الآخرين
			أسارع لمساعدة الآخرين
			أقدم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية

س8: فيما يلي مجموعة من العبارات تحدد إسهام استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك قيم الولاء، من فضلك حدد موقفك تجاهها.

درجة الموافقة			الفئة
معارض	محايد	موافق	
			من واجبي العمل على رفعة وطني وازدهاره
			أهتم بتعريف الأجانب بعاداتنا وتقاليدينا
			أحرص على شراء المنتجات الوطنية
			أحرص على المشاركة في المناسبات الوطنية
			أحرص على إعطاء صورة حسنة للآخرين عن مجتمعي
			أحرص على التمسك بالقيم والثوابت المجتمعية
			أشعر بالفخر لانتمائي للبلد الذي أعيش فيه

س9: فيما يلي مجموعة من العبارات تحدد إسهام استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك قيم التطوع، من فضلك حدد موقفك تجاهها.

درجة الموافقة			الفئة
معارض	محايد	موافق	
			أحرص على المشاركة في الأعمال التطوعية
			أدرك أن التطوع واجب ديني
			أشعر بالسعادة عند ممارسة أعمال تطوعية
			أخصص جزءاً من المال لدعم الأعمال التطوعية
			أحرص على نشر قيم التطوع في محيطي
			أتحمل الصعوبات التي تواجهني في العمل التطوعي
			أدرك أن التطوع يساهم في تنمية المجتمعات ورفقيها

س10: فيما يلي مجموعة من العبارات تحدد اتجاهك نحو تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك القيم المجتمعية، من فضلك حدد موقفك منها.

درجة الموافقة			الفئة
معارض	محايد	موافق	
			تزيد مواقع التواصل الاجتماعي من معرفتي بالقيم الاجتماعية في بلدي
			تعرفت من خلال مواقع التواصل على قيم لمجتمعات متعددة
			أدركت من خلال مواقع التواصل أن القيم الاجتماعية أساس بقاء المجتمعات وازدهارها
			أدركت من خلال مواقع التواصل أن القيم الموجودة في مجتمعي تجعلني أسير في الاتجاه الصحيح
			ساعدتني مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظري تجاه القيم المجتمعية

			أعتقد أن التخلي عن القيم المجتمعية أساس لانهايار المجتمعات وتفككها
			أشعر بالأمان لأن الناس من حولي يحافظون على القيم المجتمعية
			أشعر بالفخر لوجودي في بلد يمتلك قيمًا مجتمعية راسخة
			شاركت في توعية المحيط الجماهيري بالقيم المجتمعية
			أتناقش مع آخرين عبر مواقع التواصل حول القيم المجتمعية السائدة
			أنشر معلومات حول القيم المجتمعية ودورها في تطور بلدي ومنفعته
			أطبق القيم المجتمعية على المستوى الشخصي وأدعو أصدقائي عبر مواقع التواصل لتطبيقها