

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي**دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي بمنطقة الرياض**

إعداد

د. سعود بن سهل القوس

عميد كلية العلوم والدراسات الإنسانية

بشادق - جامعة شقراء

ملخص الدراسة:**"دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي"**

مما لا شك فيه أن وسائل التواصل الاجتماعي أحدثت قفزة هائلة في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية بين الشباب، وتشير الإحصاءات إلى زيادة هائلة في أعداد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام في المنطقة العربية وفي المملكة العربية السعودية بشكل خاص. ومن هنا تتمثل مشكلة هذه الدراسة في التساؤل الرئيس المتمثل في: "ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب؟"، ويتكون مجتمع الدراسة من جميع الشباب في المجتمع السعودي من الجنسين ذكور وإناث في مدينة الرياض، وبلغت عينة الدراسة (٩٠٦) مجوئاً. واستخدم الباحث المسح الاجتماعي، حيث تم تصميم استبيان من قبل الباحث، وتوصل إلى أن وسيلة التواصل الاجتماعي "الواتس اب" من أكثر الوسائل التي يتعامل معها الشباب و"الأماكن المفضلة لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي" هو المنزل، وأكثر الموضوعات التي يتابعها الشباب تمثلت في "الأحداث السياسية والأخبارية" يليها "القضايا الاجتماعية"، ثم "القضايا الصحية". وأوصت الدراسة بالعمل على إيجاد برامج هادفة على مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المتخصصين ومؤسسات المجتمع بما يتناسب مع عمر الشباب، وهدف تنمية الوعي الاجتماعي، وإيجاد آلية واضحة من قبل أجهزة الدولة للوقاية من مخاطر ومهددات مواقع التواصل الاجتماعي وقوة تأثيرها على الشباب.

Abstract

The Role of Social Media in Developing The Social Consciousness of The Saudi Youth

There is no doubt that the social media has achieved a marvelous progress in the social relations and interactions among youth. Statistics show that there is a great number of Arabians, Saudis in particular, who use the social media sites. From this point, the main case of this research is involved in the question: what is the role of social media in developing the social Consciousness of the Saudi youth ? The research societs was based on some Saudi youth who are divided into males and females. The study sample was on 906 researched individuals. The researcher used the descriptive method as he made a survey through which he found out that " WhatsApp Application " is the most widely used among youth. Home is the best place to use the social media. News and the political events are the most watched and followed cases. Then, the social and health topics come in the second rank.

Finally, We have to find useful programs on the sites of social media through specialists and also with the help of the socites institutions which fit the youth's ages in order to develop their social Consciousness and find a clear strategy through the government. so that, we can protect our youth from all dangers and threats that can come from the social media sites and their great effects on them.

مقدمه:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي الظاهرة الأكثر انتشاراً في العالم المعاصر، لاسيما انها تجتذب مختلف شرائح المجتمع وتزايدت اعداد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمعات العربية فبلغ عدد مستخدمي موقع فيس بوك وحده حوالي ٣٢ مليون بنمو قدر ٥٠٠%، فضلاً عن موقع تويتر الذي استقطب مليون ومائة الف مستخدم عربي (بن ورقله، ٢٠١٣: ٢٠٠)، ولقد أظهرت الإحصاءات مدى الإقبال على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي حيث بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك على سبيل المثال في المملكة في عام ٢٠١٣ أكثر من ٧,٨ مليون مستخدم منهم حوالي خمسة ملايين يستخدمونه عن طريق هواتفهم الذكية، وبهذا تصدرت المملكة العربية السعودية منطقة الشرق الأوسط في عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (الدرويش، ٩٢: ٢٠١٤)، كما تبين أن ٣٣% من السعوديين يستخدمون أكثر من وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي في حين احتل الفيس بوك موضع الصدارة بنسبة ٥٧% يليه تويتر بنسبة ٣٠% وباقي المواقع بنسبة ٢٣% وبلغت نسبة المستخدمين في السعودية الذين يملكون حساب على الفيس بوك ٨٦% (الطيّار، ١٩٦: ٢٠١٤)، وهذا يبين حجم القدرة الهائلة لوسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على المجتمع ووعي أفراده.

ولعل ما يميز المجتمعات عن بعضها البعض هو مدى الوعي الاجتماعي لأفرادها، وهو اتجاه ايجابي يتشكل من أفكار تحدد مفهوم الفرد عن قضايا مجتمعه وتدفعه إلى القيام بواجباته تجاه المجتمع، وعلى هذا فان غياب الوعي سيجرد الفرد من إدراك قضايا وطنه وسيبعده عن المشاركة الفعالة في بناء وتنمية المجتمع (السيد وآخرون، ٢٠١٥: ١٠٥).

ولأن الشباب يمثلون الأغلبية بين فئات المجتمع السعودي وهم أعلى الثروات التي تمتلكها الأمم، فان تشكيل الوعي الاجتماعي وتطويره لدى أفراد المجتمع كافة وبشكل خاص الشباب من أهم الحاجات وأكثرها إلحاحاً في الوقت الراهن، نظراً لحالة التردّي والتزييف الذي وصل لها الوعي الاجتماعي للشباب، وانتشار الإحساس بالاغتراب

والضياع بين مختلف فئات الشباب، مما اثر على قيمهم واتجاهاتهم نحو قضايا وطنهم وانتماؤهم (شلدان، ٢٠٠٦: ١٠).

لذا كان من الضروري بحث احد أهم عوامل تشكيل وتنمية الوعي الاجتماعي للشباب إن لم تكن أهمها جميعاً في هذا العصر ألا وهي وسائل التواصل الاجتماعي، ومن هنا كان عنوان هذه الدراسة "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب" دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي بمنطقة الرياض.

أولاً: مشكلة الدراسة:

لقد أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي قفزة هائلة في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، من خلال مواقعها مثل: تويتر وفيس بوك وواتس أب وانستجرام وسناب شات أو من خلال المواقع والصفحات والمجموعات التي تنشأ عليها، وحققت ثورة في سرعة نقل المعلومة وتكوين العلاقات الاجتماعية الأخرى، لذا تعد دراستها ودراسة تأثيراتها الاجتماعية على مستوى المجتمع والشباب على وجه الخصوص مطلباً مستمراً في ظل ما تمر به المجتمعات المعاصرة من تغيرات سريعة متلاحقة في مختلف المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. (الطيار، ١٩٦: ٢٠١٤).

فتشير الإحصاءات إلى زيادة هائلة في أعداد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام في المنطقة العربية وفي المملكة العربية السعودية بشكل خاص حيث تُعد السعودية من أكبر الدول العربية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأكدت الإحصاءات أن الفئة العمرية من سن ١٨ وحتى سن ٣٤ عاماً تمثل نسبة ٣٦٪ من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وهي فئات الشباب المستهدفة في هذه الدراسة، في حين تفوق الذكور من مستخدمي هذه الوسائل بنسبة ٦٥٪ في حين كانت نسبة النساء ٣٥٪، وفيما يخص تويتر تحديداً فقد بلغ عدد مستخدميه في المملكة العربية السعودية ٢,٩ مليون مستخدم وان النمو في عدد المستخدمين من السعودية وصل الى نسبه ٩٣% وفي حجم تداول التغريدات على تويتر جاءت المملكة العربية السعودية في المركز الرابع عالمياً (عبد الرزاق، ٢٠١٣: ٤٢).

وقد أدت هذه التغيرات الحادة إلى تصدع كبير في بنية الوعي العربي بجميع أشكاله، واستهدفت بالدرجة الأولى الوعي عند الشباب، فنالت من هويتهم القومية العربية وثقافتهم الإسلامية الأصيلة وأثرت على وجودهم الاجتماعي فأصبحوا يعانون من حالة اغتراب وضياع شامل طال جميع النواحي الاجتماعية (شلدان، ٢٠٠٦: ٩).

ثانياً: أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة من أهمية الموضوعات التي يتناولها، فلا يخفى على أحد أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية والقفزات الهائلة في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية التي أحدثتها في المجتمع، كما لا يخفى أهمية الوعي الاجتماعي ودوره في استقرار المجتمعات وتماسكها ونموها وتطورها، وتزداد هذه الأهمية من خلال الفئة التي يسلط عليها هذه الدراسة الضوء وهي الفئة الأكبر والأكثر تأثيراً في المجتمع وهي فئة الشباب، وهنا تبرز أهمية الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب، وبحث ومتابعة التغيرات التي تحدثها الوسائل التكنولوجية الحديثة في المجتمع وطبيعة العلاقات الاجتماعية، ورصد الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي.

أما الأهمية التطبيقية، فتتمثل في التوعية بحجم مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي الاجتماعي الايجابي لدى الشباب الذين يمثلون أغلبية المجتمع.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

بناء على ماسبق يمكن أن نصوغ أهداف هذه الدراسة في أنه يستهدف ما يلي:

١. تعرف على مدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها بين الشباب.
٢. تعرف على أغراض استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي.
٣. تعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب بأبعاده الثقافية والدينية والاقتصادية والسياسية والصحية.
٤. تعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة حول محاور الدراسة وفقاً للمتغيرات الشخصية لأفراد مجتمع الدراسة.

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

تتمثل تساؤلات الدراسة في التالي:

- ١- ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب بأبعاده الثقافية والدينية والاقتصادية والسياسية والصحية؟ ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس للبحث التساؤلات التالية:
- ٢- ما مدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي بين فئة الشباب؟
- ٣- ما أغراض استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- ٤- ما مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة حول محاور الدراسة وفقاً للمتغيرات الشخصية لأفراد مجتمع الدراسة.

خامساً: مفاهيم الدراسة:

- وسائل التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة من المواقع على الانترنت تقدم لمستخدميها العديد من التطبيقات التي تتيح لهم المشاركة والتفاعل في إطار الواقع الافتراضي مما يمكنهم من تكوين مجتمع تفاعلي. (الدريويش، ٩٤: ٢٠١٤)

التعريف الإجرائي لوسائل التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة من المواقع على الشبكة العنكبوتية (الانترنت) مثل الفيسبوك وتويتر ويوتيوب وواتس اب وانستجرام وسناب شات التي تمكن الأفراد من التواصل وتكوين علاقات اجتماعية جديدة أو المحافظة على العلاقات القائمة من خلال مجموعة من الوسائل التي تتيح بناء مجتمع افتراضي يعمل كنافذة للشباب للتعبير عن أفكارهم وآراءهم ومشاعرهم وتبادل المعارف والخبرات والمعلومات المختلفة والانخراط في مختلف الأنشطة الاجتماعية والثقافية والدينية والاقتصادية والسياسية والصحية مع الأفراد الذين تجمعهم نفس والميول الاهتمامات من مختلف المراحل العمرية ومن أي مكان في العالم ممن تختلف خلفياتهم الاجتماعية والثقافية مما يؤثر على قيم وثقافة وسلوك الشباب ويلعب دوراً بارزاً في تشكيل وتنمية وعيهم الاجتماعي.

- الوعي الاجتماعي:

ويعرف الوعي الاجتماعي في دائرة المعارف البريطانية بأنه هو الفهم وسلامة الإدراك، ويقصد بالإدراك هنا معرفة الإنسان لنفسه، والمجتمع الذي يعيش فيه (جلس، مهدي، ٢٠١٠: ١٤٢).

الوعي الاجتماعي هو وعي أفراد المجتمع بشكل عام بمختلف قضايا المجتمع التي ترتبط بحياتهم وواقعهم وتحدد ملامح مستقبلهم، وللوعي الاجتماعي أنواع وهي: الوعي الثقافي والديني والاقتصادي والسياسي والقانوني والأخلاقي والوعي الصحي. (شلدان، ٢٠٠٦: ٧).

- الشباب:

الشباب مرحلة عمرية تبدأ بنهاية سن المراهقة وبداية سن الرجولة فهي تبدأ من سن ال ١٨ سنة وتنتهي بسن ٣٩ سنة، وتتميز مرحلة الشباب بان الفرد يصبح فيها مسئولاً عن تصرفاته ويتحمل تبعاتها أمام المجتمع من دون وصاية عليه حيث يتمتع بكامل الأهلية والمواطنة. (علياء كامل، ٢٠١٥: ٢٤٥).

● الوعي الاجتماعي وخصائصه:

الوعي هو حالة ذهنية يدرك خلالها الانسان العالم من حوله، ويعرف بأنه ادراك وفهم الانسان لنفسه وعالمه الخارجي وانتماءه الاجتماعي كنتيجة لتأمل العالم الموضوعي والعمل والفعل الاجتماعي، ويرتبط الوعي بالسلوك لأنه يؤدي لاتخاذ مواقف فردية وجماعية عملية، كما تلعب اللغة دوراً هاماً في الوعي (شلدان، ٢٠٠٦: ١١).

يعد مفهوم الوعي الاجتماعي من اهم المفاهيم التي تناولها الكثير من الباحثين في علم الاجتماع، وتعددت الرؤى لمفهوم الوعي الاجتماعي، وذلك لتعدد الآراء والاتجاهات حول موضوع الوعي بشكل عام والوعي الاجتماعي بشكل خاص، بالإضافة الى تركيز كل باحث على مفهوم الوعي الاجتماعي من زاوية واحدة تختلف حسب الموضوع والهدف، فيرى "السيد طنش" الوعي الاجتماعي أنه وعي الفرد بالمشكلات المجتمعية المختلفة التي تطرح عبر قنوات التواصل الاجتماعي من خلال مجموعة

المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة عبر تلك القنوات (طنش، ٢٠١٦: ٤٥٠).

بينما يرى آخرون أن الوعي الاجتماعي عبارة عن جملة المفاهيم والأفكار والثقافات التي يحملها الأفراد والتي تتشكل لديهم بواسطة عوامل مختلفة، وتجعلهم يتفاعلون مع قضايا مجتمعهم المختلفة بالتقييم وإعطاء الحلول والمشاركة في خطط التحسين، ولذا يختلف الوعي الاجتماعي من مجتمع لآخر باختلاف المفاهيم المهيمنة على أفراد وطبيعة فهمهم لتلك المفاهيم ذات الصلة بحاضرهم ومستقبلهم وقيمهم العليا (السيد وآخرون، ٢٠١٥: ١٠٨).

ومع اختلاف الآراء حول مفهوم الوعي الاجتماعي إلا أنهم لا يختلفون على أنه مجموعة من المفاهيم والأفكار والثقافات التي يكتسبها الفرد وتمثل انعكاساً لمفهومه الشامل لذاته وقضايا مجتمعه والعلاقات الاجتماعية فيه وتاريخه وحاضره، وتتشكل بواسطة عوامل مختلفة ترتبط بتنشئة الفرد الاجتماعية وعبر مؤسساتها المختلفة - وسائل التواصل الاجتماعي أحداها- ومن ثم يقوم الفرد بدور ايجابي تجاه مجتمعه وقضايا وحل مشكلاته، ويختلف الوعي الاجتماعي من مجتمع لآخر حسب تنوع المفاهيم والأفكار والثقافات السائدة في المجتمع وحسب فهم وتفسير أفراد المجتمع لها، كما تتعدد أشكال الوعي الاجتماعي الى الوعي الديني والثقافي والسياسي والاقتصادي والصحي، ويتميز الوعي الاجتماعي بعدد من الخصائص وهي:

- مكتسب: من البيئة الاجتماعية المحيطة والعلاقات الاجتماعية ووسائل التواصل بين الأفراد.
- الشمولية: فيرتبط الوعي الاجتماعي بالوجود الاجتماعي ككل.
- التنوع: حيث يختلف الوعي الاجتماعي من شخص لآخر ومن مجتمع لآخر باختلاف المفاهيم المهيمنة على المجتمع وإختلاف فهمها وتفسيرها.
- النسبية: يتميز الوعي الاجتماعي بالتغير النسبي وعدم الثبات المطلق.
- التعقيد: تدل الخصائص السابقة على الطبيعة المعقدة للوعي الاجتماعي.

- القابلية للتطور والتجديد: حسب تطور العلاقات الاجتماعية ووسائل التواصل التي يستخدمها الإنسان في كل عصر، كما يشمل ذلك القابلية للتزييف والنشويه.

- فهم المجتمع: يكسب الفرد القدرة على تفسير وتحليل قضايا مجتمعه المعاصرة والوصول لحلول لها فهو وليد فهم أفراد المجتمع لتقافتهم وقيمهم وتاريخهم وحاضرهم.

- ايجابي: في تعامله مع قضايا المجتمع (أبوساكور، ٢٠٠٩: ٢٠).

● أشكال الوعي الاجتماعي:

يتضمن الوعي الاجتماعي بمفهومه الشامل عدداً من الأبعاد الثقافية والدينية والاقتصادية والسياسية، فالوعي الاجتماعي وعي عام يتضمن إحاطة أفراد المجتمع بمختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وحتى العلمية التي ترتبط بحياتهم وهناك أنواع أخرى من الوعي الاجتماعي مثل الوعي الثقافي والوعي السياسي والوعي الأخلاقي والوعي الديني والوعي الصحي.

الوعي الثقافي: هو احد أشكال الوعي الاجتماعي الذي يمكن الفرد من ادراك مجتمعه وقضاياها من منظور تاريخي شامل، وتحليل هذه القضايا على مستوى نظري متماسك والقيام بدوره الاجتماعي الملموس في الحفاظ على تراث المجتمع الفكري ومبادئه الأصيلة مستعيناً بقدراته ومهاراته وكفاءته العلمية والفكرية، لذا يعد الوعي الثقافي من اهم أشكال الوعي الاجتماعي ان لم يكن اهمها جميعاً نظراً لدوره الجوهري في اعداد الشباب لمواجهة الغزو الثقافي الذي يحاول بسط سيطرته على فكر الأمة وثقافتها. (شلدان، ٢٠٠٦: ٢٤).

الوعي الديني: هو شكل من أشكال الوعي الاجتماعي يمكن الفرد من فهم وإدراك المعارف الدينية وفقاً لرؤية كلية شاملة لا ينعزل فيها الفرد عن سياق التاريخ والمجتمع الذي يعيش فيه، ولا تتعارض فيه المصلحة الفردية مع مصلحة المجتمع ولا مقتضيات العصر. وكلما ارتقى الوعي الديني لدى الأفراد كانت تعاملاتهم وفقاً لتصورات المجتمع وثوابته الدينية. ويبرز دور الوعي الديني للشباب في التصدي للأفكار

المتطرفة والهدامة التي تعوق تقدم المجتمعات وازدهارها بل وتسعى في خرابها وتدميرها. (السيد واخرون، ٢٠١٥: ١١٣).

الوعي الأخلاقي: وهو جملة من الأفكار والتصورات للسلوك المطلوب والمستحسن، والمبادئ والنظم التي تحكم هذا السلوك في اطار ربط مصالح الفرد والجماعة، وضبط الصراع القائم بين الاتجاهات والأفكار المختلفة التي تهدد قيم المجتمع وظهور قيم جديدة لا تتفق مع ثقافة المجتمع، وتحصين الفرد بالأخلاق الحسنة مما يدفع سلوكه إلى الاتجاه نحو الصواب (شلدان، ٢٠٠٦: ٢٠).

الوعي الاقتصادي: ويتجه إلى نظام الحياة الاقتصادية لأفراد المجتمع وضبطها ويعكس الروابط بينهم في إطار عملية الإنتاج والتوزيع والتبادل والاستهلاك والدراسة عن طرق تطوير الاقتصاد والنهوض به، ويظهر الوعي الاقتصادي في شكل نظريات اقتصادية ذات ارتباط منطقي توضح مختلف المسائل والقضايا النظرية والعلمية للتطور الاقتصادي، ويرتبط تطور الوعي الاقتصادي باكتشاف القوانين الاقتصادية التي توجه توزيع السلع المادية واستهلاكها، (السيد واخرون، ٢٠١٥: ١١١).

الوعي الصحي: هو معرفة أفراد المجتمع للمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة الآخرين، وإدراك المشكلات الصحية التي يعاني منها المجتمع وكيفية علاجها وتوفير العلاج والإرشادات والنصائح الطبية اللازمة لها (شلدان، ٢٠٠٦: ٢٢).

الوعي السياسي: وهو مجموعة من القيم والاتجاهات والأسس السياسية التي تتشكل عند الفرد وتمكنه من المشاركة الفعالة في قضايا مجتمعه ومشكلاته من خلال تحليلها والحكم عليها وتحديد موقفه منها والعمل على تغييرها أو تطويرها (السيد واخرون، ٢٠١٥: ١٠٩).

● وسائل التواصل الاجتماعي وأغراض استخدامها:

يعد مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي من المفاهيم المثيرة للجدل، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراستها، إلا أنه يمكن القاء الضوء على هذا المفهوم الجديد لغوياً بالقول: وصلت الشيء بغيره وصلاً فاتصل به، والوصل ضد الهجر، وبينهما تواصل

أي اتصال مستمر لا ينقطع (الفيومي، ٢٠٠٠)، أما اصطلاحاً وسائل فيمكن تعريفها بأنها: منظومة من وسائل التواصل الإلكترونية التي تسمح للمشارك بإنشاء موقع خاص به، وربطه إلكترونياً مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول. (الطيار، ٢٠١٤: ٢٠١).

تشير وسائل التواصل الاجتماعي إلى الطرق الجديدة في التواصل بين الأفراد في البيئة الرقمية بما يتيح لمجموعات صغيرة من الأفراد الالتقاء والتجمع على الشبكة العنكبوتية (الانترنت) وتبادل المنافع والمعلومات، أي أنها مواقع اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل الاجتماعي لمستخدميها مع الأصدقاء والمعارف والأهل من خلال واقع افتراضي يماثل الواقع الطبيعي، كما تمكنهم من تكوين علاقات صداقة جديدة مع الأفراد من مختلف الأعمار والأجناس ومن كافة أنحاء العالم الذين تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة بالرغم من إختلاف وعيهم وتفكيرهم وثقافتهم، فوسائل التواصل الاجتماعي بذلك تعد منافذ للشباب للتعبير عما يدور في عقولهم، بالإضافة الى تبادل التجارب والخبرات والمعارف والمعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو، وبذلك أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي اداة هامة للتغيرات في المجتمع والتأثير على وعي أفرادهِ". (كامل، ٢٠١٥: ٢٤٣).

وتستخدم وسائل التواصل الاجتماعي فيما يلي:

- أغراض دينية وأخلاقية: من خلال تبادل المعلومات والمنشورات الدينية والأخلاقية.
- أغراض اجتماعية: وذلك ببناء علاقات اجتماعية جديدة أو تدعيم علاقات قديمة والتغلب على الشعور بالوحدة في عالم سريع التغير.
- أغراض ثقافية: بتبادل المعلومات والآراء والأفكار والخبرات والأخبار والمواد التعليمية.
- أغراض أدبية: من خلال تبادل الكتابات والآراء التي ترتبط بها.
- أغراض صحية: وذلك بتبادل المعلومات والخبرات والأخبار والمواد والإرشادات الصحية.

- أغراض سياسية: من خلال الدعاية والتحريض أو تنظيم الفعاليات كما حدث في ثورات الربيع العربي.
- أغراض اقتصادية: وذلك بعمل الإعلانات والترويج والتسويق لمنتج ما.
- أغراض ترفيهية: ويحرص عليها الأفراد بمشاركة المواد الترفيهية من موسيقى وألعاب وأغاني وأفلام ومقاطع مصورة تلقى رواجاً كبيراً خاصة بين أوساط الشباب.
- أغراض وهمية: من خلال مواقع العلاقات المشبوهة والترويج للمواد الممنوعة والمحرمة. (أبو خطوة، الباز، ١٩٣: ٢٠١٤).

• نظريات الدراسة:-

أولاً: النظرية البنائية الوظيفية:

يعد موضوع الوعي الاجتماعي من أهم الموضوعات التي تناولتها البنائية الوظيفية، ويرى "تالكوت بارسونز" رائد النظرية البنائية الوظيفية أن المجتمع يتكون من وحدات اجتماعية متكاملة أو مجموعة من الأنساق المترابطة مع بعضها البعض في البناء والوظيفة لتحقيق التوافق والأهداف، حيث ينظر للمجتمع باعتباره نسقاً اجتماعياً يشترك في القيم والأهداف التي لها صفة العمومية، وعلى هذا يقوم كل نسق بوظيفة في إطار بناء المجتمع والوعي الاجتماعي يقوم على هذه العلاقات ويتمثل في صورة الثقافة الاجتماعية، أما "أوجست كونت" فيرى أن علم الاجتماع هو دراسة ظواهر العقل الإنساني والأفعال الإنسانية الناتجة عنه وأن جوهر العملية التاريخية هي تطور الفكر، وهذا ارتباط واضح مع موضوع الوعي الاجتماعي، ويرى أوجست كونت أن الضمير الجمعي هو المجموع الكلي للمعتقدات والعواطف العامة بين معظم أعضاء المجتمع التي تشكل نسقاً له طابع متميز، وهذا يؤكد اهتمام النظرية البنائية الوظيفية بموضوع الوعي وارتباطه بثقافة المجتمع وأثر المعايير الاجتماعية والثقافية في تشكيل الوعي الإنساني (كامل، ٢٠١٥: ٢٥٣).

ثانياً: الماركسية الجديدة:

تطلق الماركسية الجديدة من الأطار التصوري والمنهجي للماركسية الكلاسيكية، وتأتي حداتها من حيث أنه يتم إعادة قراءتها من خلال أتباع الأسلوب النقدي لوسائل

التواصل التي قد تتبع الأسلوب المضلل والأكاذيب لإخفاء الحقائق للابتعاد عن تحقيق الوعي الاجتماعي، ويشمل مفهوم الوعي الاجتماعي في الاتجاهات المعاصرة ما يطلق عليه الاتجاه النقدي الاجتماعي ليلغي الاتجاه الكلاسيكي حيث ركز على أهمية تشكيل العقل الناقد المؤدي لتحرير الإنسان، ودور عنصر الذات في النشاط الواقعي من خلال الوعي الذاتي الذي يطلق قدرات الفرد، وأن الوعي الاجتماعي هو أساس التنوير وغيابه يؤدي لتزييف الحقائق وتحقيق أطماع المجتمع الرأسمالي (طنش، ٢٠١٦: ٤٤٥).

وبذلك فالوعي الاجتماعي من وجهة نظر تلك النظرية هو محور الوجود الإنساني لأن العلاقات بين البشر ذات أساس فكري والوعي الاجتماعي يقوم على هذه العلاقات ويتمثل في صورة الثقافة الاجتماعية. أما الاتجاهات المعاصرة فيركز الاتجاه النقدي الاجتماعي على أهمية تشكيل العقل الناقد المؤدي لتحرير الإنسان وانطلاق قدراته والوعي هو البديل لأزمة الواقع الاجتماعي.

ثالثاً: النظرية التفاعلية الرمزية:

تؤكد نظرية التفاعلية الرمزية أن الحياة الاجتماعية للأفراد في المجتمعات تقوم على شبكة معقدة من نسيج التفاعلات والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات، وأن التفاعلات الاجتماعية لها دوافع وتأثير بارز على الأفراد والجماعات في المجتمع من خلال دور كل فرد وسلوكه نحو الآخر خلال هذه التفاعلات التي تعتمد على اللغة والاتصال الذي يحدث بينهما، ومن هنا يبرز دور الرموز والمعاني، فالأفراد يستخدمون رموز لغة ما خلال عملية التفاعل والاتصال فيما بينهم وتحمل هذه الرموز معاني متفق عليها بين أفراد الجماعة، وتمكن رموز اللغة الأفراد من نقل مشاعرهم وميولهم واتجاهاتهم في المجتمع، كما يحمل سلوكهم الاتصالي التفاعلي معاني يحاول الأفراد الآخرون معرفتها في ضوء سعيهم الدؤوب إلى بناء الحقيقة وتفسير الأحداث والمتغيرات اليومية مما يعمل على إعادة صياغة وتشكيل وعيهم الاجتماعي (الشهري، ١٤٣٣: ١٨).

مما سبق، يمكن تفسير استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية، فالحياة الاجتماعية تقوم على التفاعلات والعلاقات الاجتماعية بين

الأفراد والجماعات، والمجتمع الافتراضي الذي يشكله الشباب من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي له دوافعه ويؤثر على الأفراد والجماعات الأخرى في المجتمع، من خلال دور كل فرد فيه وسلوكه خلال التفاعلات بين أفرادها، حيث يستخدم الشباب رموز اللغة لنقل مشاعرهم وميولهم واتجاهاتهم إلى المجتمع الذي يعيشون فيه من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

رابعاً: نظرية انتشار المستحدثات لروجرز (Rogers):

تتناول النظرية انتشار الظواهر الحديثة بين أفراد النسق الاجتماعي من خلال العلاقة بين انتشار المستحدثات وحدث التغيير الاجتماعي نتيجة التأثير على الوعي الاجتماعي لأفراد المجتمع وتتم عملية الانتشار من خلال التواصل بين الأفراد داخل النسق الاجتماعي ويكون على مراحل:

- المرحلة الأولى: المعرفة وفيها يتعرف الأفراد على الظاهرة الجديدة ووظائفها، فيتعرف الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي ووظائفها وامكاناتها وكيفية الاستفادة منها.
- المرحلة الثانية: الاقتناع وإتخاذ قرار الدعم وفيها يقتنع الأفراد بالظاهرة الجديدة من عدمه ويتخذون القرار بدعم إستخدامها، فيقوم الشباب بإختيار وتقييم وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها.
- المرحلة الثالثة: التبني وفيها يتبنى الأفراد إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتصبح جزءاً من تفاعلاتهم وعلاقاتهم الاجتماعية.

وقد قسم روجرز الأفراد الذين يتبنون الظواهر الحديثة إلى خمس مجموعات:

١. المبدعون: وهم مجموعة تتميز بالتعليم العالي وتيسر الحال يميلون لتجريب كل ما هو جديد ومنفتحون على الثقافات الأخرى في حين أنهم أقل تمسك بأعراف المجتمع الذي يعيشون فيه.
٢. أوائل المتبنين: وهم على عكس مجموعة المبدعون أكثر تمسك بأعراف المجتمع الذي يعيشون فيه وفيهم قادة الرأي في المجتمع.

٣. الأغلبية المبكرة: ويتميزون بالتفكير الجدي قبل تبني أي جديد وهم مجموعة متوسطة بين المجموعات الأخرى لذا يستقون معلوماتهم من الجماعة.

٤. الأغلبية المتأخرة: وهم مجموعة تتميز بمستوى تعليم اقل ودخل اقل وهم المتشككون الذين يتمسكون بأعراف الجماعة يستقون معلوماتهم بالاتصال الوجهي المباشر.

٥. المتباطئون: وهم المجموعة الأكثر تمسك بأعراف المجتمع وتقايله فلا يتبنون الأفكار الجديدة إلا في حالات نادرة (خالد، ٢٠٠٩: ٨).

وبذلك نجد أن نظرية انتشار المستحدثات لروجرز تقدم تفسيراً لكيفية انتشار وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمعات ومنها مجتمعنا السعودي وأنماط المستخدمين لهذه الظاهرة وتسلط الضوء على العلاقة بين انتشار المستحدثات والتغير الاجتماعي نتيجة التأثير على الوعي الاجتماعي لأفراد المجتمع.

الدراسات السابقة:

١- طنش (٢٠١٦):

أجرى طنش (٢٠١٦) بحث ميداني استخدم فيه المنهج الوصفي بشقيه الكمي والكيفي، لقياس حجم تعرض العينة لموقع الفيسبوك والقضايا الاجتماعية التي تفضل العينة التفاعل معها ومدى اسهامها في تكوين الوعي الاجتماعي لديهم، وقام بتطبيق الدراسة على عينة عشوائية من طلاب الاعلام التربوي بكليات التربية النوعية بجامعة القاهرة وعين شمس والزقازيق، وتوصل إلى أن الفيسبوك الأكثر إستخداماً بين أفراد العينة بنسبة ٤٢%، وأن الفيسبوك ساهم في زيادة الوعي الاجتماعي لدى أفراد العينة بنسبة ٦٧,٥% مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية وساهم كذلك في زيادة المعرفة لأفراد العينة ببعض القضايا الاجتماعية بنسبة ٨٧,١%، وأوضح الدراسة أن نسبة ٥٠,٢% من أفراد العينة يتعرضون للفيسبوك بمعدل ساعة إلى ٣ ساعات يوميا، وأن ٥٩,٨% يتعرضون بصورة دائمة.

٢- البياتي (٢٠١٥):

وأجرى البياتي (٢٠١٥) دراسة ميدانية هدفت إلى التعرف على طبيعة وسائل التواصل الاجتماعي، ومدى دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي

الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، واستخدم الباحث في دراسته منهج المسح الاجتماعي على عينة عشوائية مقدارها حوالي ١٠% من طلبة جامعة عجمان بالفجيرة، وتوصل إلى أن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي باستمرار بنسبة ٦٩% وأن الشباب حريص على التعامل مع وسائل الاتصال الاجتماعي يوميا بنسبة ٢٢,٦٠% وهي النسبة الأعلى ويقضون أكثر من ساعة في استخدام هذه الوسائل بنسبة ٧٢% مما يدل على إيمان الشباب للأترنت، وجاءت وسائل التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية من ناحية فعاليتها في زيادة الوعي الاجتماعي بعد وسائل الإعلام التقليدية، واحتل اليوتيوب المرتبة الأولى من ناحية المتابعة بنسبة ٢٣,٤٣% وفي المرتبة الثانية جاء الفيسبوك بنسبة ٢٢,٨٨% كما جاء التويتر بنسبة ١٢,٦٦% في المرتبة الثالثة، وأن الشباب يفضلون التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي في المنزل بنسبة ٤٩% وفي الجامعة بنسبة ٢٤,٤٠% ومقاهي الأترنت بنسبة ١٧,٨٠%.

٣- عيائ كامل (٢٠١٥):

وترى عيائ كامل (٢٠١٥) في دراسة هدفت إلى التعرف على مدى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في أوساط أفراد العينة ودرجة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي في المشاركة السياسية، وأن الشباب أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن مواقع التواصل الاجتماعي لها دورا مهما في تنمية الوعي الاجتماعي، وأنها عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي في نظرة الشباب إلى مجتمعه والعالم، وأنها أصبحت مصدرا مهما يمكن الاعتماد عليه في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى، ومسايرة مواقع التواصل الاجتماعي للتطورات الحاصلة من أخبار وأحداث سياسية.

٤- الحارثي (١٤٣٥):

بينما يرى الحارثي (١٤٣٥) في دراسته حول علاقة الوعي الاجتماعي بالمسئولية الاجتماعية وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة حول الوعي الاجتماعي ومحاوره بإختلاف التخصص، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في

اتجاهات أفراد العينة حول الوعي الاجتماعي ومحاوره باختلاف الدخل الشهري للأسرة.

٥- النورى (٢٠١٤):

ويؤكد النورى (٢٠١٤) في دراسته "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي بمكوناته الثقافية والسياسية والاقتصادية للشباب السعودي"، على عينة من الشباب في منطقة الجوف بالمملكة العربية السعودية على أن الشباب السعودي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي من ساعة الى ساعتين كل يوم لشغل وقت الفراغ ولأغراض الدراسة العلمي ومتابعة الأخبار، وان أماكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هي العمل ثم المنزل ويكثر الاستخدام مساءً، وأكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً هو تويتر يليه في المركز الثاني واتس أب ثم فيس بوك، وأكثر مبررات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التواصل مع الأصدقاء والاقارب هو الحصول على المعلومات، ويزداد نمو الوعي الاجتماعي والثقافي، والسياسي، والاقتصادي للشباب تبعاً لزيادة وقت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

٦- الدبيسي والطاهات (٢٠١٣):

ويرى الدبيسي والطاهات (٢٠١٣) في دراسة بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، وأن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٥١,٩٠% من المنزل وفيما يخص مدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فقد بلغت متوسطات الاستخدام اليومي من ١ إلى ٢ ساعة ٣٦,٠٨%، واحتل الفيس بوك نسبة ٨٣,٥٠% يليه تويتر بنسبة ٢٤,٦١% ثم يوتيوب بنسبة ٢٥,٤٢%، وأن الطلاب استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأصدقاء والاقارب وتبادل الآراء معهم بنسبة ٦٣%، والتسلية والترفيه بنسبة ٥٥%، ومتابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات بنسبة ٤٦%، واكتساب الثقافة والمعرفة بنسبة ٤٤%، ومشاهدة الأفلام والصور بنسبة ٣٦%، وكسب أصدقاء جدد بنسبة ٣٣%، والتعبير عن الآراء بحرية بنسبة ١٥%.

• التعليق على الدراسات السابقة:

هدفت معظم الدراسات السابقة إلى إبراز الموضوع الرئيس للبحث الحالي، ألا وهو دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب مثل دراسة "البياتي" (٢٠١٥) و"النوري" (٢٠١٤)، وركزت دراسة "طنش" (٢٠١٦) على دور موقع الفيسبوك - كنموذج هام لوسائل التواصل الاجتماعي- في تشكيل الوعي الاجتماعي، في حين ركزت دراسات أخرى على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي كأحد أشكال الوعي الاجتماعي.

وبذلك اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالي في بحث دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وتنمية الوعي الاجتماعي لدى الشباب، كما اتفقت جميعها مع هذه الدراسة في التركيز على فئة الشباب، والمنهج المتبع في الدراسة وهو منهج المسح الاجتماعي (الوصفي التحليلي).

وقدمت نتائج الدراسات السابقة حصيلة معلوماتية متميزة عن مدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي بين الشباب، وأغراض إستخدامهم لها، ودور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وتنمية الوعي الاجتماعي لدى الشباب بأبعاده الثقافية والدينية والاقتصادية والسياسية والصحية.

ويتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بالتالي:

- يعد هذه الدراسة بحثاً ميدانياً يقيس دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي بمنطقة الرياض، ومجال اهتمامهم.
- بحثت الدراسات السابقة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة متغير أو أكثر من متغيرات الدراسة، إلا أنها لم تتناول بشكل مباشر العلاقة بين جميع متغيرات الدراسة.
- تناول هذه الدراسة جميع أشكال الوعي الاجتماعي الثقافية والدينية والاقتصادية والسياسية والصحية.

- يعد الدراسة الحالي محاولة جدية للخروج بعلاقات واضحة ذات طابع علمي بين متغيرات الدراسة ونتائج لا تقتصر على المجتمع السعودي، بل يمكن تعميمها على وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة حول العالم، وعلى الدور الذي تقوم به في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تتوقف الإجراءات المنهجية للدراسة على الخطوات السابقة له، إذ تتحدد تلك الإجراءات في ضوء صياغة المشكلة وأهداف الدراسة، وتحديد المفاهيم المستخدمة فيها، وما تم مراجعته واستقصاؤه عن ما كتب عن الدراسة من أطر نظرية واتجاهات فكرية، في إطار معالجتها، وفي ضوء ما تم تحديده من تساؤلات يُشكل الإجابة عليها تحقيق الأهداف الرئيسية للدراسة.

أولاً: منهج الدراسة:

يعد المنهج العلمي هو الإطار الموضح لمسار الدراسة لتحقيق أهدافه واختيار تساؤلاته، وعلى ذلك فهو طريقة علمية منظمة لتقصي الوقائع، واستخدمت الدراسة الحالية منهج المسح الاجتماعي بوصفه المنهج الملائم لطبيعتها، وتم ذلك عن طريق إعداد استبانة، تم توزيعها ورقياً وإلكترونياً على الشباب السعودي في مدينة الرياض من الجنسين ذكور وإناث، ومن أهدافه جمع المعلومات الدقيقة عن جماعة أو مجتمع أو ظاهرة من الظواهر وصياغة عدد من التعميمات أو النتائج التي يمكن أن تكون أساساً يقوم عليه تصور نظري استراتيجي محدد للإصلاح الاجتماعي، ووضع مجموعة من التوصيات أو القضايا العلمية التي يمكن أن ترشد السياسة الاجتماعية في هذا المجال (العساف، ١٤٢٧، ص ٢٣٥).

ثانياً: مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة يعرف بأنه: "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وبذلك فإن مجتمع الدراسة هو جميع الأفراد أو الأشياء الذين يكونون موع مشكلة الدراسة" (عبيدات، وآخرون، ٢٠٠٦م: ١٦٣، ١٦٤).

ولتأمين المعلومات والبيانات المطلوبة لإنجاز الدراسة الحالية، والتي تتعلق بأهدافه، وتساؤلاته، فإن المجتمع المقترح للدراسة الحالية يتكون من جميع الشباب في المجتمع السعودي من الجنسين ذكور وإناث في مدينة الرياض.

ثالثاً: المجال البشري:

نظراً لتعدد مجتمع الدراسة، فقد تم الاعتماد على العينة العشوائية للمجتمع الذي تم تحديده من الشباب في المجتمع السعودي في مدينة الرياض، وبلغت عينة الدراسة (٩٠٦) مبحوثاً من الجنسين ذكور وإناث، تمثل عينة الدراسة الحالي.

رابعاً: أداة الدراسة:

نظراً للطبيعة الوصفية للدراسة فقد تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات اللازمة لتحقيق أهدافه، حيث تم إعداد أداة بعد الاطلاع على البحوث والأدبيات ذات العلاقة، كما تم إخضاعها للأسس العلمية في البناء وإختيارات الصدق والثبات، وقد مر تصميم استبانة الدراسة بعدة مراحل هي:

المرحلة الأولى- وضع التصور المبدئي لأداة الدراسة:

تم وضع تصور مبدئي للأسئلة والفقرات المتعلقة بتساؤلات الدراسة وذلك من خلال الآتي:

١- مرئيات الباحث في مشكلة الدراسة، وما انتهى إليه من خلال مراجعته للأدبيات والنظريات المتصلة بالظاهرة محور الدراسة، والبحوث السابقة ذات الصلة بالظاهرة المدروسة، وذلك من خلال الفصل الأول والثاني من هذه الدراسة.

٢- تصميم أداة الدراسة التي اشتملت على عدد من الأسئلة والعبارات والفقرات التي تعكس الجوانب المختلفة من أبعاد الظاهرة المبحوثة حسب ما تم تحديده ومناقشته في الفصل الأول والثاني.

٣- التشاور مع عدد من المختصين حول أداة الدراسة للتأكد من مدى صلاحيتها بصورة مبدئية.

المرحلة الثانية - صدق الأداة.

تمثلت هذه المرحلة في معرفة مدى صدق الأداة المستخدمة، والمراد بذلك معرفة مدى قدرتها على قياس ما وضعت أساساً لقياسه، وللتثبت من مدى صدق أداة الدراسة المستخدم فقد تم إتباع ما يلي:

١- صياغة الأسئلة والفقرات ذات العلاقة الوثيقة بأهداف الدراسة، وتساؤلاته صياغة واضحة ومفهومة بحيث يمكن فهم محتواه.

٢- روعي في صياغة الأسئلة، والإجابة عليها أن تكون من الأسئلة ذات الإجابات المغلقة والمفتوحة، وهذا يساعد المبحوث على اختيار الإجابة المناسبة.

٣- تم عرض أداة الدراسة على عدد من الأساتذة والمتخصصين (المحكمين) كما هو موضح في الملاحق وطلب منهم إبداء رأيهم في مدى وضوح الأسئلة وتحديد العبارات الغامضة، أو المعقدة، واقتراح بعض الأسئلة التي يرونها مناسبة ترتيبها، ومدى قياسها لما أعدت أصلاً لقياسه، وهذا ما يسمى بأساليب الصدق الظاهري أو صدق المحكمين.

٤- أبدى المحكمون مريئاتهم حول فقرات أداة الدراسة وأسئلته وعباراته حيث تضمنت مقترحاتهم حذف بعض العبارات التي يرون أنها مكررة وحذف بعض الأسئلة التي يرون عدم مناسبتها للمحور الذي تنتمي إليه.

٥- استفاد الباحث كثيراً من مريئات المحكمين، وأعاد صياغة بعض الأسئلة والفقرات، وحذف بعضها الآخر كما تم إضافة عدد من الفقرات والأسئلة التي اقترحها بعض المحكمين.

وجاءت أداة الدراسة في صورتها النهائية وفقاً لما يلي:

أ- المتغيرات الأولية:

وشملت الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل الشهري، كما هو موضح بالملحق رقم (٢).

ب- محاور الدراسة:

المحور الأول: تناول: واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وجاء هذا المحور في (٧) فقرات، وخصصت له العبارات من رقم (٧ إلى رقم ١٣)، كما هو موضح بالملحق رقم (٢).

المحور الثاني: تناول هذا المحور دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى الشباب، وجاء هذا المحور في (٨) فقرات، وخصصت له العبارات من رقم (١٤ إلى رقم ٢١)، كما هو موضح بالملحق رقم (٢).

المحور الثالث: تناول هذا المحور دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب، وجاء هذا المحور في (٨) فقرات، وخصصت له العبارات من رقم (٢٢ إلى رقم ٢٩)، كما هو موضح بالملحق رقم (٢).

المحور الرابع: تناول هذا المحور دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب، وجاء هذا المحور في (٨) فقرات، وخصصت له العبارات من رقم (٣٠ إلى رقم ٣٧)، كما هو موضح بالملحق رقم (٢).

المحور الخامس: تناول هذا المحور دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي لدى الشباب، وجاء هذا المحور في (٨) فقرات، وخصصت له العبارات من رقم (٣٨ إلى رقم ٤٥)، كما هو موضح بالملحق رقم (٢).

المحور السادس: تناول هذا المحور دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الوطني والسياسي لدى الشباب، وجاء هذا المحور في (٨) فقرات، وخصصت له العبارات من رقم (٤٦ إلى رقم ٥٣)، كما هو موضح بالملحق رقم (٢).

المحور السابع: تناول هذا المحور دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الشباب، وجاء هذا المحور في (٨) فقرات، وخصصت له العبارات من رقم (٥٤ إلى رقم ٦١)، كما هو موضح بالملحق رقم (٢).

وطلب من أفراد عينة الدراسة الإجابة عن تلك المحاور من خلال مقياس "ليكارت" الخماسي وهو: (أوافق بشدة=٥، أوافق =٤، أوافق لحد ما=٣، لا أوافق=٢، لا أوافق بشدة=١).

صدق البناء (صدق الاتساق الداخلي):

وللتحقق من الصدق البنائي للأداة المستخدمة، قام الباحث بتطبيقها مبدئياً على عينة استطلاعية مبدئية (Pilot Study)، بلغ عددهم (٥٠) مبحوثاً، وذلك لمعرفة مدى ارتباط الفقرة بالمحور الذي تنتمي إليه، وذلك للتعرف على مدى وضوح أسئلة فقرات أداة الدراسة للمبحوثين، وكانت جميع معاملات الارتباط إيجابية ودالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥) أو أقل، وهذا يدل على الاتساق الداخلي والترابط بين فقرات أداة الدراسة، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول (١) (ن=٥٠) إختيار صدق الاتساق الداخلي بين الدرجة الكلية للمحور ودرجة كل عبارة تنتمي له

معامل الارتباط بالمحور	المحور	معامل الارتباط بالمحور	المحور	مسلسل
.708**	المحور الرابع: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي	.298*	المحور الأول: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي	1
.623**		.527**		2
.776**		.630**		3
.794**		.628**		4
.569**		.690**		5
.576**		.645**		6
.691**		.748**		7
.824**		.437**		8
.784**	المحور الخامس: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الوطني والسياسي	.425**	المحور الثاني: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي	1
.764**		.288*		2
.803**		.419**		3
.769**		.642**		4
.791**		.626**		5
.816**		.271*		6
.889**		.393**		7
.820**		.662**		8
.852**	المحور السادس: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي	.666**	المحور الثالث: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني	9
.910**		.683**		10
.871**		.785**		11
.912**		.803**		12
.827**		.727**		13
.911**		.448**		14
.640**		.737**		15
.804**		.276*		16

* دالة عند مستوى (٠,٠٥)

** دال عند مستوى ٠,٠١ أو أقل

* **معامل الارتباط:** هو معامل ارتباط بيرسون بين الدرجة على العبارة وبين الدرجة الكلية للمحور.

يتضح من الجدول (١) أن جميع معاملات الارتباط بين العبارات المكونة لمحاور أداة الدراسة وبين المجموع الكلي للمحور الذي تنتمي إليه العبارة، دالة عند مستوى (٠,٠١) أو أقل، وهذا يدل على أن أداة الدراسة تتسم بمعامل صدق عالي وجاهزيتها للتطبيق الميداني.

المرحلة الثالثة - إختيار الثبات:

الثبات هو إمكانية الحصول على نفس النتائج لو أعيد تطبيق الأداة على نفس الأفراد، ويقصد به: "درجة اتساقه وانسجامه واستمراريته عند تكرار استخدامه في أوقات مختلفة، ومن أشهر المعادلات المستخدمة لقياس الثبات الداخلي للأداة، هو: معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، (عبيدات وآخرون، ٢٠٠٦م) والجدول التالي يبين ثبات أداة الدراسة عن طريق استخدام معامل ألفا كرونباخ لكل محور على حده:

الجدول (٢) (ن = ٥٠)

معامل الثبات لأداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ

قيمة ألفا	عدد العبارات	المحور
0.76	٨	المحور الأول: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي
0.82	8	المحور الثاني: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي
0.84	٨	المحور الثالث: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني
0.83	٨	المحور الرابع: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي
0.91	٨	المحور الخامس: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الوطني والسياسي
0.93	٨	المحور السادس: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي

يوضح الجدول (٢) أن قيمة ألفا كرونباخ لأداة الدراسة في جميع محاورها تراوحت ما بين (٠,٧٦ إلى ٠,٩٣)، وتعد هذه القيم جيدة ومطمئنة جداً لثبات أداة الدراسة، حيث يرى كثير من المختصين أن المحك للحكم على كفاية معامل ألفا كرونباخ هو (٠,٧٥) فأعلى، مما يشير إلى ثبات النتائج التي يمكن أن تسفر عنها أداة الدراسة عند التطبيق.

• الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل:

- ١- معامل ارتباط بيرسون: لقياس صدق الاتساق الداخلي لمحاور أداة الدراسة.
- ٢- معامل الثبات ألفا كرونباخ: لحساب ثبات فقرات ومحاور أداة الدراسة.
- ٣- التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.
- ٤- المتوسط الحسابي "Mean" وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن المحاور الرئيسية (متوسط متوسطات العبارات)، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.
- ٥- تم استخدام الانحراف المعياري "Standard Deviation" للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيراته، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي. ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيراته، إلى جانب المحاور الرئيسية، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات، وانخفض تشتتها بين المقياس.
- ٦- تم استخدام إختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent Sample T-test) للتعرف على ما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد مجتمع الدراسة نحو محاوره بإختلاف متغيراتهم التي تنقسم إلى فئتين.

٧- تم استخدام (تحليل التباين الأحادي) للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد مجتمع الدراسة نحو محاور الدراسة باختلاف متغيراتهم الشخصية والوظيفة التي تنقسم إلى أكثر من فئتين.

٨- تم استخدام إختيار شيفيه (أقل فرق معنوي) لتحديد اتجاه الفروق بين فئات المتغيرات الشخصية والوظيفية التي تنقسم إلى أكثر من فئتين، وذلك إذا ما بين إختيار تحليل التباين وجود فروق بين فئات هذه المتغيرات.

ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى (٥-١=٤)، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (٤/٥ = ٠,٨٠) بعد ذلك تمت إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح)، وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يأتي:

تمثل (أوافق بشدة).	من ٤,٢٠ إلى ٥,٠٠
تمثل (أوافق).	من ٣,٤٠ إلى أقل من ٤,٢٠
تمثل (أوافق إلى حد ما).	من ٢,٦٠ إلى أقل من ٣,٤٠
تمثل (لا أوافق).	من ١,٨٠ إلى أقل من ٢,٦٠
تمثل (لا أوافق بشدة).	من ١ إلى أقل من ١,٨٠

نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها:

يتناول هذا الفصل تفسير نتائج الدراسة التي انبثقت من البيانات الميدانية، التي تم جمعها، والتي ستجيب عن أسئلة الخاصة بالدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى الشباب، وفقاً لما يلي:

أولاً: خصائص أفراد عينة الدراسة:**١- خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس****جدول (٣) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس**

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	392	43.3
أنثى	511	56.4
لم يحدد	٣	٠,٣
المجموع	٩٠٦	100.0

يوضح الجدول (٣) أن الأكثرية من الباحثين من الإناث إذ بلغت نسبة ذلك (٥٦,٤%) مقابل نسبة بلغت (٤٣,٣%) للذكور.

٢- خصائص أفراد عينة الدراسة حسب العمر**جدول (٤) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر**

العمر	العدد	النسبة
أقل من ٢٠ سنة	264	29.1
من ٢٠ إلى أقل من ٢٥ سنة	312	34.4
من ٢٥ إلى أقل من ٣٠ سنة	110	12.1
من ٣٠ إلى أقل من ٣٥ سنة	43	4.7
من ٣٥ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة	156	17.2
لم يحدد	٢١	٢,٣
المجموع	٩٠٦	100.0

من نتائج الجدول رقم (٤) يتضح أن من هم في الفئة العمرية من (٢٥ سنة) فأقل قد بلغت نسبتهم (٦٣,٥%)، في حين بلغت نسبة من هم من (٢٥ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة) (٣٤%) .

٣- خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

جدول (٥) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة	العدد	الحالة الاجتماعية
64.6	585	أعزب
31.2	283	متزوج
2.5	23	مطلق
1.7	15	أخرى
100.0	٩٠٦	المجموع

من نتائج الجدول (٥) يتضح أن الأكثرية من المبحوثين من العزاب حيث بلغت نسبة ذلك (٦٤,٦%)، في حين بلغت نسبة المتزوجين (٣١,٢%) وبلغت نسبة المطلقين (٢,٥%)، في حين كانت هناك نسبة بلغت (١,٧%) للذين أفادوا بأنهم أرامل أو منفصلين.

٤- خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

جدول (٦) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة	العدد	المستوى التعليمي
.3	3	ابتدائي
.9	8	متوسط
25.1	227	ثانوي
66.3	601	بكالوريوس
5.3	48	ماجستير
٢,١	١٩	لم يحدد
100.0	٩٠٦	المجموع

يبين الجدول (٦) أن غالبية الباحثين مؤهلهم العلمي بكالوريوس وبلغت نسبة ذلك (٦٦,٣%)، يليهم الذين مؤهلهم ثانوي بنسبة بلغت (٢٥,١%)، يلي ذلك الذين مؤهلهم العلمي ماجستير بنسبة بلغت (٥,٣%)، وكانت هناك نسبة بلغت (١,٢%) للذين مؤهلهم العلمي ابتدائي ومتوسط.

٥- خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المهنة

جدول (٧) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة

النسبة	العدد	المهنة
4.9	44	لا أعمل
62.7	568	طالب
14.2	129	موظف حكومي
16.6	150	موظف قطاع خاص
1.0	9	عسكري
0.7	6	لم يحدد
100.0	٩٠٦	المجموع

من نتائج الجدول (٧) يتضح أن الأكثرية من الباحثين من الطلاب حيث بلغت نسبة ذلك (٦٢,٧%)، وتوزعت النسبة الباقية البالغة (٣٦%) للموظفين الحكوميين وموظفي القطاع الخاص والعسكريين والذين لا يعملون.

٦- خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الدخل الشهري

جدول (٨) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الدخل الشهري

النسبة	العدد	الدخل الشهري
67.7	613	أقل من ٣٠٠٠ ريال
10.5	95	من ٣٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠ ريال
5.1	46	من ٦٠٠٠ إلى أقل من ٩٠٠٠ ريال

النسبة	العدد	الدخل الشهري
2.4	22	من ٩٠٠٠ إلى أقل من ١٢٠٠٠ ريال
7.2	65	أكثر من ١٢٠٠٠ ريال
7.2	65	لم يحدد
100.0	٩٠٦	المجموع

يوضح الجدول (٨) أن الأكثرية من أفراد عينة الدراسة مستوى دخلهم الشهري (أقل من ٣٠٠٠ ريال) وبلغت نسبة ذلك (٦٧,٧%)، وتوزعت النسبة الباقية البالغة (٢٥,١%) للذين مستوى دخولهم من (٣٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠ ريال، وكانت هناك نسبة بلغت (٧,٢%) لم يحددوا مستوى دخلهم الشهري.

ثانياً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة.

إجابة السؤال الأول:

ما واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي؟

أ- الأدوات التي تتعامل من خلالها مع وسائل التواصل الاجتماعي

جدول (٩) أدوات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	أدوات التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي
94.3	854	الهواتف الذكية
4.9	44	أجهزة الحاسب الآلي والأجهزة اللوحية الأخرى
0.9	8	لم يحدد
100.0	٩٠٦	المجموع

يتضح من الجدول (٩) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يتواصلون مع مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، وبلغت نسبة ذلك (٩٤,٣%)، مقابل نسبة بلغت (٤,٩%) للذين يستخدمون أجهزة الحاسب الآلي والأجهزة اللوحية، وكانت هناك نسبة

بلغت (٩,٠%) من أفراد عينة الدراسة لم يحدد وسيلة إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

ب- ما وسائل التواصل الاجتماعي التي تتعامل معها ؟

جدول رقم (١٠) وسائل التواصل الاجتماعي التي تتعامل معها

النسبة	العدد	وسائل التواصل الاجتماعي التي تتعامل معها
56.7	514	تويتر
17.1	155	فيس بوك
71.4	647	واتس اب
44.6	404	انستجرام
52.1	472	سناب شات
6.4	58	أخرى

من نتائج الجدول رقم (١٠) يتضح أن وسيلة التواصل الاجتماعي الواتس اب من أكثر الوسائل التي يتعامل معها الشباب حيث بلغت نسبة ذلك (٧١,٤%)، يلي ذلك تويتر بنسبة بلغت (٥٦,٧%)، ثم سناب شات بنسبة بلغت (٥٢,١%)، ثم انستجرام بنسبة بلغت (٤٤,٦%)، ثم الفيسبوك بنسبة بلغت (١٧,١%) وكانت هناك نسبة بلغت (٦,٤%) للذين أفادوا بأنهم يستخدمون وسائل تواصل اجتماعي أخرى.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة كل من طنش (٢٠١٦) ودراسة البياتي (٢٠١٥) إذ بينت نتائجهما أن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي باستمرار بنسبة ٦٩%، إلا ان وجه الإختلاف كان في دراستهم أن اليوتيوب احتل المرتبة الأولى من ناحية المتابعة بنسبة ٢٣,٤٣% وفي المرتبة الثانية جاء الفيسبوك بنسبة ٢٢,٨٨% كما جاء التويتر بنسبة ١٢,٦٦% في المرتبة الثالثة، في حين طغى في الدراسة الحالية الواتس اب وذلك نسبة لسهولة إستخدامه من وجهة نظر الباحث وتطور وسائله لاحقاً مقارنة بعام ٢٠١٦ و٢٠١٥.

كما اختلفت الدراسة الحالية مع نتائج دراسة النوري (٢٠١٤) التي بينت أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً هو توتير يليه في المركز الثاني واتس أب ثم فيس بوك.

ج- ما هو الوقت الذي تقضيه يومياً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ؟

جدول (١١) الوقت الذي تقضيه في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	الوقت
9.6	87	أقل من ساعة
22.4	203	من ساعة إلى ساعتين
35.8	324	من ٣ إلى ٤ ساعات
31.5	285	من ٥ ساعات فأكثر
٠,٨	٧	لم يحدد
%١٠٠	٩٠٦	المجموع

توضح نتائج الجدول (١١) أن الأكثرية من الشباب يقضون من (٣ إلى أقل من ٤ ساعات) في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبلغت نسبة ذلك (٣٥,٨%)، يليهم الذين يقضون خمس ساعات فأكثر بنسبة بلغت (٣١,٥%)، يلي ذلك الذين يقضون في وسائل التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين بنسبة بلغت (٢٢,٤%)، في حين بلغت نسبة الذين يقضون في وسائل التواصل الاجتماعي أقل من ساعة (٩,٦%)، وكانت هناك نسبة بلغت (٠,٨%) لم تحدد الوقت الذي تقضيه في وسائل التواصل الاجتماعي.

واختلفت الدراسة الحالية مع دراسة النوري (٢٠١٤) التي بينت ان الشباب السعودي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي من ساعة الى ساعتين كل يوم، إلا انه في الدراسة الحالية زادت ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مما يوحي بأن وسائل التواصل الاجتماعي يزيد عدد ساعات استخدامها من عام لآخر بين الشباب أي أنها في علاقة طردية من عام لآخر.

د- ما الأماكن المفضلة لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ؟

جدول (١٢) أماكن إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	الأماكن
88.9	805	المنزل
3.1	28	أماكن الدراسة أو العمل
2.1	19	المكتبات أو النوادي
4.2	38	المقاهي
.9	8	أماكن أخرى
٠,٩	٨	لم يحدد
%١٠٠	٩٠٦	المجموع

من نتائج الجدول (١٢) يتضح الأماكن المفضلة لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي هو المنزل حيث بلغت نسبة ذلك (٨٨,٩%)، وتوزعت النسبة الباقية البالغة (١١,١%) للذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في المقاهي وأماكن الدراسة والعمل والنوادي وغيرها.

وتتفق النتيجة الحالية مع نتائج دراسة الدبيسي والطاهات (٢٠١٣) التي بينت أن إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المنزل كانت الأعلى بنسبة ٥١,٩٠%، كما تتفق مع نتائج دراسة النوري (٢٠١٤) التي أوضحت أن أماكن إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي هي العمل ثم المنزل، كما تتفق مع نتائج دراسة البياتي (٢٠١٥) التي بينت أن الشباب يفضلون التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي في المنزل بنسبة ٤٩%.

هـ - الموضوعات التي تتابعها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (١٣) الموضوعات التي تتابعها عبر وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	الموضوعات	النسبة	العدد	الموضوعات
17.8	161	قضايا الأسرة	38.4	348	الأحداث السياسية والأخبارية
26.6	241	الرياضة	28.2	256	ألعاب وتسالي
29.7	269	الأغاني والشيلات	8.3	75	موضوعات اقتصادية
29.1	264	الأزياء والموضة	34.2	310	قضايا اجتماعية
5.6	51	التراث الاجتماعي	31.9	289	معلومات صحية
19.8	179	الأفلام الوثائقية	20.4	185	قضايا الشباب
10.4	94	الإعلانات التجارية	20.5	186	معلومات شرعية
21.6	196	الرحلات والأسفار	19.1	173	لقاءات ومقابلات
4.7	43	تعارف للزواج	6.0	54	محاضرات وندوات
2.6	24	أخرى	23.0	208	معارف ومعلومات
100%	906	المجموع			

من نتائج الجدول (١٣) تبين أن أكثر الموضوعات التي يتابعها الشباب تمثلت في الأحداث السياسية والأخبارية حيث بلغت نسبة ذلك (٣٨,٤%)، يليها القضايا الاجتماعية بنسبة بلغت (٣٤,٢%)، ثم القضايا الصحية بنسبة بلغت (٣١,٩%)، يلي ذلك الأغاني والشيلات بنسبة بلغت (٢٩,٧%)، ثم الأزياء والموضة بنسبة بلغت (٢٩,١%)، ثم الألعاب والتسالي بنسبة بلغت (٢٨,٢%)، في حين توزعت النسب الأخرى بدرجات أقل ومتفاوتة للذين يتابعون الرحلات والأسفار وقضايا الشباب والمعلومات الشرعية والقضايا الرياضية وقضايا الأسرة وغيرها.

و - هل تشارك الموضوعات التي تتابعها عبر وسائل التواصل الاجتماعي ؟

جدول (١٤) مشاركة الموضوعات عبر وسائل التواصل

النسبة	العدد	هل تشارك الموضوعات عبر وسائل التواصل
11.3	102	دائماً
53.1	481	أحياناً
23.8	216	نادراً
10.4	94	لا أشارك
١,٤	١٣	لم يحدد
%١٠٠	٩٠٦	المجموع

من نتائج الجدول (١٤) يتضح ان الأكثرية من المبحوثين يتشاركون الموضوعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي أحياناً وذلك بنسبة بلغت (٥٣,١%)، يليهم الذين يتشاركونها نادراً وذلك بنسبة بلغت (٢٣,٨%) في حين بلغت نسبة الذين يتشاركونها دائماً (١١,٣%)، وكانت هناك نسبة بلغت (١٠,٤%) أفادوا بأنهم لا يتشاركون الموضوعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما أن هناك نسبة بلغت (١,٤%) لم تجب على هذا التساؤل من أفراد عينة الدراسة.

وبما أن المجتمع يتكون من وحدات اجتماعية متكاملة أو مجموعة من الأنساق المترابطة مع بعضها البعض في البناء والوظيفة، كما تشير النظرية البنائية الوظيفية، فمن الطبيعي أن يتشارك الشباب الموضوعات التي يتابعونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء.

ز - ما الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ؟

جدول (١٥) الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	الغرض من استخدام وسائل التواصل
٦,٣	٥٧	تكوين صداقات جديدة
١٥,٨	١٤٣	الاطلاع على الأخبار والأحداث الجارية
٨,٦	٧٨	التعرف على الجديد في كل المجالات
٢٣,٥	٢١٣	التسلية وقضاء الوقت
١٢,٠	١٠٩	التواصل مع الشباب على إختلاف توجهاتهم
٢,١	١٩	للتعبير عن الرأي بحرية
٣٠,١	٢٧٣	أكثر من غرض
١,٠	٩	لم يحدد
%١٠٠	٩٠٦	المجموع

أفاد أفراد عينة الدراسة وفقاً لنتائج الجدول (١٥) أن هناك أكثر من غرض واحد لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة ذلك (٣٠,١%)، يليهم الذين افادوا بأنهم يستخدمونه بغرض التسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة بلغت (٢٣,٥%)، يلي ذلك الذين أفادوا بأنهم يستخدمونها بغرض الاطلاع على الأحداث والأخبار الجارية وذلك بنسبة بلغت (١٥,٨%)، يلي ذلك الذين أفادوا بأنهم يستخدمونها للتواصل مع الشباب على إختلاف توجهاتهم بنسبة بلغت (١٢%)، ونسبة (٨,٦%) يستخدمونها بغرض التعرف على الجديد في كل المجالات، وكانت هناك نسبة بلغت (٦,٣%) يستخدمونها لتكوين صداقات جديدة.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج النوري (٢٠١٤) التي بينت أن أفراد العينة المبحوثين يتابعون وسائل التواصل لغرض شغل وقت الفراغ ولأغراض الدراسة العلمي ومتابعة الأخبار، كما تتفق مع نتائج الدببسي والطاهات (٢٠١٣) التي أظهرت

نتائج أن الطلاب استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأصدقاء والأقارب وتبادل الآراء معهم بنسبة ٦٣%، والتسلية والترفيه بنسبة ٥٥%، ومتابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات بنسبة ٤٦%، واكتساب الثقافة والمعرفة بنسبة ٤٤%، ومشاهدة الأفلام والصور بنسبة ٣٦%، وكسب أصدقاء جدد بنسبة ٣٣%، والتعبير عن الآراء بحرية بنسبة ١٥%.

إجابة السؤال الثاني:

ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب؟

جدول (١٦) استجابات أفراد عينة الدراسة لمعرفة

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب

م	العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مدى انطباق العبارة
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق لحد ما	أوافق	أوافق بشدة				
١	أتابع قضايا المجتمع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي	العدد	11	33	248	367	241	3.88	2	أوافق
		النسبة	1.2	3.6	27.4	40.5	26.6			
٢	اكتسب سلوكيات اجتماعية جديدة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	العدد	22	123	303	314	138	3.47	5	أوافق
		النسبة	2.4	13.6	33.4	34.7	15.2			
٣	اتعلم طرق جديدة للتعامل مع الآخرين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	العدد	14	62	261	344	209	3.76	3	أوافق
		النسبة	1.5	6.8	28.8	38.0	23.1			
٤	تنمي وسائل التواصل الاجتماعي قدراتي ومهاراتي	العدد	33	37	289	345	187	3.69	4	أوافق
		النسبة	3.6	4.1	31.9	38.1	20.6			

مدى انطباق العبارة	الترتيب	الاحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					العبارة	م	
				أوافق بشدة	أوافق	أوافق لحد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة			
											العدد
										الاجتماعية.	
أوافق لحد ما	8	1.17	3.07	125	183	278	218	77	العدد	تعزز وسائل التواصل الاجتماعي	٥
				13.8	20.2	30.7	24.1	8.5	النسبة	مع أفراد أسرتي	
أوافق لحد ما	7	1.25	3.39	208	247	198	166	74	العدد	اكتسبت أصدقاء جدد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي	٦
				23.0	27.3	21.9	18.3	8.2	النسبة		
أوافق لحد ما	6	0.97	3.39	125	260	371	113	26	العدد	تتمى وسائل التواصل الاجتماعي القيم الاجتماعية والإنسانية لدي.	٧
				13.8	28.7	40.9	12.5	2.9	النسبة		
أوافق لحد ما	1	0.97	4.01	328	324	193	28	24	العدد	تسهل وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأقارب والأصدقاء.	٨
				36.2	35.8	21.3	3.1	2.6	النسبة		
		٠,٦١	3.58	المتوسط العام							

يوضح الجدول (١٦) استجابات أفراد عينة الدراسة لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب السعودي، وتبين من خلاله أن هناك ردود إيجابية من الباحثين نحو دور التواصل في تنمية الوعي الاجتماعي، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (٣,٥٨)، ويقع في فئة "موافق"، أي أن أفراد عينة الدراسة موافقين على جميع فقرات هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب السعودي، وجاء ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لأهميتها من وجهة نظر الباحثين كما يلي:

١. تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأقارب والأصدقاء، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الأول في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب السعودي، بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠١) في فئة "أوافق".
٢. أتابع قضايا المجتمع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثاني في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب السعودي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٨) في فئة "أوافق".
٣. اتعلم طرق جديدة للتعامل مع الآخرين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثالث في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب السعودي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٧٦) في فئة "أوافق".
٤. تنمي وسائل التواصل الاجتماعي قدراتي ومهاراتي الاجتماعية، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الرابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب السعودي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٦٩) في فئة "أوافق".
٥. اكتسب سلوكيات اجتماعية جديدة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الخامس في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب السعودي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٤٧) في فئة "أوافق".
٦. تنمي وسائل التواصل الاجتماعي القيم الاجتماعية والإنسانية لدي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السادس في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب السعودي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٣٩) في فئة "أوافق لحد ما".

٧. اكتسبت أصدقاء جدد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب السعودي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٣٩) في فئة "أوافق لحد ما".

٨. تعزز وسائل التواصل الاجتماعي علاقاتي مع أفراد أسرتي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثامن في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب السعودي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٠٧) في فئة "أوافق لحد ما".

وتتفق النتائج الحالية مع النظرية التفاعلية الرمزية التي ترى أن الحياة الاجتماعية للأفراد في المجتمعات تقوم على نسيج التفاعلات والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات، وان التفاعلات الاجتماعية لها دوافع وتأثير بارز على الأفراد والجماعات في المجتمع من خلال دور كل فرد وسلوكه نحو الآخر، وتعتمد التفاعلات على اللغة والاتصال الذي يحدث بينهما، وهنا يبرز دور الرموز والمعاني، فالأفراد يستخدمون رموز لغة ما خلال عملية التفاعل والاتصال فيما بينهم وتحمل هذه الرموز معاني متفق عليها بين أفراد الجماعة.

إجابة السؤال الثالث:

ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي للشباب؟

جدول (١٧) استجابات أفراد عينة الدراسة

لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي للشباب

مدى انطباق العبارة	الترتيب	الاحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					العبارة	م	
				أوافق بشدة	أوافق	أوافق لحد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة			
أوافق	6	1.05	3.58	180	311	267	82	39	العدد	توفر لي وسائل التواصل الاجتماعي الفرصة لمناقشة القضايا الثقافية لمجتمعي.	١
				19.9	34.3	29.5	9.1	4.3	النسبة		
أوافق	3	0.90	3.94	263	365	200	43	9	العدد	وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة لتثقيف نفسي ذاتياً.	٢
				29.0	40.3	22.1	4.7	1.0	النسبة		
أوافق	1	0.91	4.09	329	353	149	28	15	العدد	اكتسب معلومات ومعارف مفيدة عن ثقافات الشعوب الأخرى عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.	٣
				36.3	39.0	16.4	3.1	1.7	النسبة		
أوافق	4	1.04	3.73	228	327	228	74	29	العدد	تزداد معرفتي بالتراث الاجتماعي (العادات والتقاليد) للمجتمع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	٤
				25.2	36.1	25.2	8.2	3.2	النسبة		

م	العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	التصنيف	مدى انطباق العبارة
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق إلى ما	أوافق	أوافق بشدة			
٥	تحقق وسائل التواصل الاجتماعي رغبتني في المشاركة في الفعاليات الثقافية.	العدد	48	135	264	240	203	1.15	8
		النسبة	5.3	14.9	29.1	26.5	22.4		
٦	أشعر ان لوسائل التواصل الاجتماعي دور في تنمية ثقافة الشباب.	العدد	7	53	217	294	316	0.95	2
		النسبة	.8	5.8	24.0	32.5	34.9		
٧	تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في صياغة وتنمية ثقافتنا العامة.	العدد	17	106	261	320	189	1.01	5
		النسبة	1.9	11.7	28.8	35.3	20.9		
٨	تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي على إبراز قدراتي ومواهبني الثقافية.	العدد	32	122	271	261	200	1.09	7
		النسبة	3.5	13.5	29.9	28.8	22.1		
		المتوسط العام					3.74	٠,٦٩	

يوضح الجدول (١٧) استجابات أفراد عينة الدراسة لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي للشباب السعودي، وتبين من خلاله موافقة جميع أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات المحور، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (٣,٧٤)، ويقع في فئة "أوافق"، وجاء ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لأولويتها من وجهة نظر الباحثين كما يلي:

١. اكتسب معلومات ومعارف مفيدة عن ثقافات الشعوب الأخرى عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الأول في هذا

- المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي، بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٩) في فئة "أوافق".
٢. أشعر أن لوسائل التواصل الاجتماعي دور في تنمية ثقافة الشباب، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثاني في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٩٧) في فئة "أوافق".
٣. وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة لتثقيف نفسي ذاتياً، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثالث في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٩٤) في فئة "أوافق".
٤. تزداد معرفتي بالثقافة الاجتماعية (العادات والتقاليد) للمجتمع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الرابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٧٣) في فئة "أوافق".
٥. تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في صياغة وتنمية ثقافتنا العامة، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الخامس في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٦٢) في فئة "أوافق".
٦. توفر لي وسائل التواصل الاجتماعي الفرصة لمناقشة القضايا الثقافية لمجتمعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السادس في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٥٨) في فئة "أوافق".
٧. تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي على إبراز قدراتي ومواهبني الثقافية، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٥٤) في فئة "أوافق".

٨. تحقق وسائل التواصل الاجتماعي رغبتني في المشاركة في الفعاليات الثقافية، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثامن والأخير في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٤٧) في فئة "أوافق".

وبما أن كل نسق يقوم بوظيفته في إطار بناء المجتمع كما تشير النظرية الوظيفية، فالوعي الاجتماعي يقوم على هذه العلاقات ويتمثل في صورة الثقافة الاجتماعية

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة علياء (٢٠١٥) التي بينت أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دورا مهما في تنمية الوعي الاجتماعي، وأنها أصبحت مصدراً مهماً يمكن الاعتماد عليه في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى.

كما تتفق مع دراسة النوري (٢٠١٤) التي بينت أن وسائل التواصل تزيد نمو الوعي الاجتماعي والثقافي، كما تتفق مع نتائج الدبيسي والطاهات (٢٠١٣) التي بينت أن وسائل التواصل تكسب الثقافة والمعرفة بنسبة

إجابة السؤال الرابع:

ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني للشباب؟

جدول (١٨) استجابات أفراد عينة الدراسة

معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني للشباب

م	العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	الترتيب	مدى انطباق العبارة	
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق قليلاً	أوافق	أوافق بشدة					
١	أُتعرّف على التراث الإسلامي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	العدد	52	68	280	276	218	3.60	1.11	3	أوافق
		النسبة	5.7	7.5	30.9	30.5	24.1				
٢	ترسخ وسائل التواصل الاجتماعي ثوابتي ومعتقداتي الدينية	العدد	71	141	290	236	159	3.30	1.16	7	أوافق لحد ما
		النسبة	7.8	15.6	32.0	26.0	17.5				
٣	تتمى وسائل التواصل الاجتماعي المعلومات والمعارف الدينية لدي.	العدد	43	89	269	281	213	3.59	1.10	4	أوافق
		النسبة	4.7	9.8	29.7	31.0	23.5				
٤	تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي على بر الوالدين.	العدد	58	218	246	200	162	3.21	1.19	8	أوافق لحد ما
		النسبة	6.4	24.1	27.2	22.1	17.9				
٥	تعزز وسائل التواصل الاجتماعي تمسكي بالقيم الإسلامية.	العدد	45	151	279	214	183	3.39	1.15	6	أوافق لحد ما
		النسبة	5.0	16.7	30.8	23.6	20.2				
٦	تزودني وسائل التواصل الاجتماعي	العدد	33	103	245	250	258	3.67	1.12	2	أوافق
		النسبة	3.6	11.4	27.0	27.6	28.5				

مدى اتطابق العبارة	الترتيب	الإحراق العباري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					العبارة	م	
				أوافق بشدة	أوافق	أوافق لحد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة			بالفتاوى الدينية التي احتاجها.
أوافق	5	1.16	3.44	206	218	271	147	45	تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي في الحفاظ على هويتي الإسلامية.	٧	
				22.7	24.1	29.9	16.2	5.0			
أوافق	1	1.05	4.06	384	278	138	70	19	تتداول وسائل التواصل الاجتماعي الكثير من الأفكار الدينية المغلوطة والغير صحيحة.	٨	
				42.4	30.7	15.2	7.7	2.1			
				المتوسط العام							
		٠,٨٤	٣,٥٣								

تبين نتائج الجدول (١٨) استجابات أفراد عينة الدراسة لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني للشباب السعودي، وتبين من خلاله موافقة جميع أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات المحور، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (٣,٥٣)، ويقع في فئة "أوافق"، وجاء ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لأولويتها من وجهة نظر الباحثين كما يلي:

١. تتداول وسائل التواصل الاجتماعي الكثير من الأفكار الدينية المغلوطة والغير صحيحة، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الأول في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني، بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٦) في فئة "أوافق".
٢. تزودني وسائل التواصل الاجتماعي بالفتاوى الدينية التي احتاجها، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثاني في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل

- الاجتماعي في تنمية الوعي الديني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٦٧) في فئة "أوافق".
٣. أتعرف على التراث الإسلامي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثالث في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٦٠) في فئة "أوافق".
٤. تنمي وسائل التواصل الاجتماعي المعلومات والمعارف الدينية لدي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الرابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٥٩) في فئة "أوافق".
٥. تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي في الحفاظ على هويتي الاسلامية، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الخامس في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٤٤) في فئة "أوافق".
٦. تعزز وسائل التواصل الاجتماعي تمسكي بالقيم الاسلامية، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السادس في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٣٩) في فئة "أوافق لحد ما".
٧. ترسخ وسائل التواصل الاجتماعي ثوابتي ومعتقداتي الدينية، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٣٠) في فئة "أوافق لحد ما".
٨. تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي على بر الوالدين، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثامن في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٢١) في فئة "أوافق لحد ما".

إجابة السؤال الخامس:

ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي للشباب؟

جدول (١٩) استجابات أفراد عينة الدراسة

لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي للشباب

م	العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الاعتراف المعياري	الترتيب	مدى انطباق العبارة	
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق لحد ما	أوافق	أوافق بشدة					
١	تهتم وسائل التواصل الاجتماعي بمتابعة التطورات الاقتصادية في وطني.	العدد	25	50	204	319	298	3.91	1.01	1	أوافق
		النسبة	2.8	5.5	22.5	35.2	32.9				
٢	اتباع وسائل التواصل الاجتماعي التي تهتم بالتحليلات الاقتصادية للمجتمع.	العدد	39	204	220	255	171	3.35	1.16	8	أوافق لحد ما
		النسبة	4.3	22.5	24.3	28.1	18.9				
٣	تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بمناقشة القضايا الاقتصادية وطرح الحلول لها.	العدد	24	100	306	293	170	3.54	1.01	6	أوافق
		النسبة	2.6	11.0	33.8	32.3	18.8				
٤	تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي في التعرف على القضايا الاقتصادية المهمة لبلادي.	العدد	30	81	225	348	208	3.70	1.03	3	أوافق
		النسبة	3.3	8.9	24.8	38.4	23.0				
٥	اقوم بشراء بعض احتياجاتي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	العدد	33	81	177	289	307	3.85	1.11	2	أوافق
		النسبة	3.6	8.9	19.5	31.9	33.9				

م	العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الاعراف المعياري	الترتيب	مدى انطباق العبارة
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق لحد ما	أوافق	أوافق بشدة				
٦	تسهل وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافتنا الاستهلاكية.	العدد	16	106	283	294	189	3.60	1.01	5
		النسبة	1.8	11.7	31.2	32.5	20.9			
٧	تعزز وسائل التواصل الاجتماعي قيم اقتصادية مثل (الانتاج والتوفير والادخار).	العدد	46	133	271	248	188	3.45	1.13	7
		النسبة	5.1	14.7	29.9	27.4	20.8			
٨	تتمتع وسائل التواصل الاجتماعي في أفكارنا الاقتصادية جديدة وفرصاً للاستثمار.	العدد	22	112	262	294	204	3.61	1.05	4
		النسبة	2.4	12.4	28.9	32.5	22.5			
		المتوسط العام					3.62	٠,٧٩		أوافق

تبين نتائج الجدول (١٩) استجابات أفراد عينة الدراسة لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي للشباب السعودي، وتبين من خلاله موافقة جميع أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات المحور، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (٣,٦٢)، ويقع في فئة "أوافق"، وجاء ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لأولويتها من وجهة نظر الباحثين كما يلي:

١. تهتم وسائل التواصل الاجتماعي بمتابعة التطورات الاقتصادية في وطني، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الأول في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٩١) في فئة "أوافق".

٢. أقوم بشراء بعض احتياجاتي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثاني في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل

- الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٥) في فئة " أوافق".
٣. تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي في التعرف على القضايا الاقتصادية المهمة لبلادي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثالث في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٧٠) في فئة " أوافق".
٤. تنمي وسائل التواصل الاجتماعي لدي أفكارا اقتصادية جديدة وفرصاً للاستثمار، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الرابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٦١) في فئة " أوافق".
٥. تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافتي الاستهلاكية، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الخامس في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٦٠) في فئة " أوافق".
٦. تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بمناقشة القضايا الاقتصادية وطرح الحلول لها، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السادس في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٥٤) في فئة " أوافق".
٧. تعزز وسائل التواصل الاجتماعي قيم اقتصادية مثل (الانتاج والتوفير والادخار)، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٤٥) في فئة " أوافق".
٨. اتابع وسائل التواصل الاجتماعي التي تهتم بالتحليلات الاقتصادية للمجتمع، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثامن في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٣٥) في فئة " أوافق لحد ما".

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة النوري (٢٠١٤) التي ترى أن نمو الوعي الاقتصادي يزيد تبعاً لزيادة وقت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كما تتفق النتائج الحالية مع الاتجاه البنائي الوظيفي الذي يرى أن الوعي الاجتماعي هو أساس التنوير وغيابه يؤدي لتزييف الحقائق وتحقيق أطماع المجتمع الرأسمالي.

إجابة السؤال السادس:

ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الوطني والسياسي للشباب؟
جدول (٢٠) استجابات أفراد عينة الدراسة لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الوطني والسياسي للشباب

م	العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الترتيب	مدى انطباق العبارة
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق لحد ما	أوافق	أوافق بشدة			
١	اكتسب الكثير من المعلومات والمعارف السياسية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	العدد	34	61	249	297	245	3	أوافق
		النسبة	3.8	6.7	27.5	32.8	27.0		
٢	تتمى وسائل التواصل الاجتماعي شعوري بالمواطنة في بلدي	العدد	34	97	200	274	285	2	أوافق
		النسبة	3.8	10.7	22.1	30.2	31.5		
٣	اتابع الاحداث السياسية الجارية في بلدي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	العدد	37	94	194	286	283	1	أوافق
		النسبة	4.1	10.4	21.4	31.6	31.2		
٤	استخدم وسائل التواصل الاجتماعي للدفاع عن وطني	العدد	60	98	213	254	269	4	أوافق
		النسبة	6.6	10.8	23.5	28.0	29.7		

م	العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الترتيب	مدى انطباق العبارة
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق لحد ما	أوافق	أوافق بشدة			
	والرد على اعدائه.								
٥	تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تنمية آرائى وأفكارى السياسية.	العدد	72	198	247	194	180	3.24	أوافق لحد ما
		النسبة	7.9	21.9	27.3	21.4	19.9		
٦	أعبر عن ارائى السياسية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	العدد	146	212	188	177	171	3.02	أوافق لحد ما
		النسبة	16.1	23.4	20.8	19.5	18.9		
٧	تتمى وسائل التواصل الاجتماعي رغبتى فى المشاركة السياسية.	العدد	118	242	222	148	161	2.99	أوافق لحد ما
		النسبة	13.0	26.7	24.5	16.3	17.8		
٨	أشارك عبر وسائل التواصل الاجتماعي فى نشر وتدعيم القيم السياسية لبلادى.	العدد	66	186	251	220	158	3.25	أوافق لحد ما
		النسبة	7.3	20.5	27.7	24.3	17.4		
		المتوسط العام					3.43	٠,٩٠	أوافق

تبين نتائج الجدول (٢٠) استجابات أفراد عينة الدراسة لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي فى تنمية الوعي الوطنى والسياسى للشباب السعودى، وتبين من خلاله موافقة جميع أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات المحور، إذ بلغ المتوسط الحسابى العام لهذا المحور (٣,٤٣)، ويقع فى فئة "أوافق"، وجاء ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لأولويتها من وجهة نظر المبحوثين كما يلى:

١. اتابع الاحداث السياسية الجارية فى بلدى من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة فى الترتيب الأول فى هذا المحور الخاص

- بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والوطني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٧٧) في فئة "أوافق".
٢. تنمي وسائل التواصل الاجتماعي شعوري بالمواطنة في بلدي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثاني في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والوطني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٧٦) في فئة "أوافق".
٣. اكتسب الكثير من المعلومات والمعارف السياسية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثالث في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والوطني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٧٤) في فئة "أوافق".
٤. استخدم وسائل التواصل الاجتماعي للدفاع عن وطني والرد على اعدائه، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الرابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والوطني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٦٤) في فئة "أوافق".
٥. أشارك عبر وسائل التواصل الاجتماعي في نشر وتدعيم القيم السياسية لبلادي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الخامس في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والوطني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٢٥) في فئة "أوافق لحد ما".
٦. تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تنمية آرائني وأفكاري السياسية، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السادس في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والوطني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٢٤) في فئة "أوافق لحد ما".
٧. أعبر عن آرائني السياسية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل

الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والوطني، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٠٢) في فئة "أوافق لحد ما".

٨. تنمي وسائل التواصل الاجتماعي رغبتني في المشاركة السياسية، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثامن والأخير في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والوطني، بمتوسط حسابي بلغ (٢,٩٩) في فئة "أوافق لحد ما".

وبما أن المجتمع يعد للمجتمع نسقاً اجتماعياً يشترك في القيم والأهداف التي لها صفة العمومية كما أوضحت ذلك النظرية البنائية الوظيفية، فقد اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة النوري (٢٠١٤) التي بينت أن نمو الوعي السياسي يزداد تبعاً لزيادة وقت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كما تتفق النتائج مع نتائج علياء (٢٠١٥) التي بينت أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً مهماً يمكن الاعتماد عليه في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى، حيث تمكن مواقع التواصل الاجتماعي الشباب من التعبير عن آرائهم بكل حرية، وتواكب مواقع التواصل الاجتماعي للتطورات الحاصلة من أخبار وأحداث سياسية.

إجابة السؤال السابع:

ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي للشباب؟

جدول (٢١) استجابات أفراد عينة الدراسة

لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي للشباب

م	العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	الترتيب	مدى انطباق العبارة
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق ما	أوافق	أوافق بشدة				
١	أشعر أنني استفدت من الإرشادات والنصائح الطبية المطروحة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	العدد	19	34	246	299	287	3.91	0.97	3
		النسبة	2.1	3.8	27.2	33.0	31.7			
٢	تقوي وسائل التواصل الاجتماعي إحساسي بالمسؤولية نحو صحتي.	العدد	33	61	215	325	250	3.79	1.05	6
		النسبة	3.6	6.7	23.7	35.9	27.6			
٣	اتعرف على معلومات وحقائق صحية جديدة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	العدد	16	45	167	361	293	3.99	0.94	1
		النسبة	1.8	5.0	18.4	39.8	32.3			
٤	تسهل وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بالمشكلات الصحية المنتشرة في بلدي.	العدد	37	42	171	333	304	3.93	1.05	2
		النسبة	4.1	4.6	18.9	36.8	33.6			

م	العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مدى تطابق العبارة	
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق لحد ما	أوافق	أوافق بشدة					
٥	تناقش وسائل التواصل الاجتماعي قضايا صحية تستحق الطرح والنقاش.	العدد	19	68	224	307	271	3.84	1.01	5	أوافق
		النسبة	2.1	7.5	24.7	33.9	29.9				
٦	اتعرف على كيفية الوقاية من الأمراض الخطيرة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	العدد	41	38	211	302	290	3.86	1.07	4	أوافق
		النسبة	4.5	4.2	23.3	33.3	32.0				
٧	تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي في التخلص من ضغوط الحياة اليومية مما يعزز صحتي النفسية.	العدد	40	109	255	228	261	3.63	1.15	8	أوافق
		النسبة	4.4	12.0	28.1	25.2	28.8				
٨	اتعرف على اساليب علاجية جديدة للأمراض المختلفة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	العدد	39	74	216	274	288	3.78	1.12	7	أوافق
		النسبة	4.3	8.2	23.8	30.2	31.8				
		المتوسط العام					٣,٨٤	٠,٨٤	أوافق		

تبين نتائج الجدول (٢١) استجابات أفراد عينة الدراسة لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي للشباب السعودي، وتبين من خلاله موافقة جميع أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات المحور، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا

المحور (٣,٨٤)، ويقع في فئة "أوافق"، وجاء ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لأولويتها من وجهة نظر المبحوثين كما يلي:

١. اتعرف على معلومات وحقائق صحية جديدة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الأول في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٩٩) في فئة "أوافق".

٢. تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بالمشكلات الصحية المنتشرة في بلدي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثاني في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٩٣) في فئة "أوافق".

٣. أشعر أنني استفدت من الإرشادات والنصائح الطبية المطروحة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثالث في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٩١) في فئة "أوافق".

٤. أتعرف على كيفية الوقاية من الأمراض الخطيرة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الرابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٦) في فئة "أوافق".

٥. تناقش وسائل التواصل الاجتماعي قضايا صحية تستحق الطرح والنقاش، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الخامس في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٤) في فئة "أوافق".

٦. تقوي وسائل التواصل الاجتماعي إحساسي بالمسؤولية نحو صحتي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السادس في هذا المحور الخاص بدور وسائل

التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٧٩) في فئة "أوافق".

٧. أتعرف على أساليب علاجية جديدة للأمراض المختلفة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه العبارة في الترتيب السابع في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٧٨) في فئة "أوافق".

٨. تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي في التخلص من ضغوط الحياة اليومية مما يعزز صحتي النفسية، وجاءت هذه العبارة في الترتيب الثامن والأخير في هذا المحور الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٦٣) في فئة "أوافق".

إجابة السؤال الثامن:

هل توجد فروق في الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى الشباب يعزى لمتغير الجنس (ذكر/ أنثى)؟

جدول (٢٢)

إختبار (ت) (T.test) لمعرفة الفروق في الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى الشباب تبعاً لمتغير الجنس

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الجنس	محاور الدراسة
,,*٠٠١	4.391	.62943	3.6821	392	ذكر	المحور الأول: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي
		.58486	3.5033	505	أنثى	
,,*٠٠١	٥,٠١	.70936	3.8699	392	ذكر	المحور الثاني: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي
		.66056	3.6398	505	أنثى	
,,*٠٠١	8.60	.86665	3.7905	392	ذكر	المحور الثالث: دور وسائل

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الجنس	محاوير الدراسة
		.75991	3.3226	505	أنثى	التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني
,,*,*,*	8.205	.79645	3.8632	390	ذكر	المحور الرابع: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي
		.73341	3.4420	505	أنثى	
,,*,*,*	11.680	.85641	3.7976	392	ذكر	المحور الخامس: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الوطني والسياسي
		.83209	3.1350	505	أنثى	
,,*,*,*	5.493	.79033	4.0126	388	ذكر	المحور السادس: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي
		.84716	3.7071	502	أنثى	

** دالة عند مستوى (٠,٠١) أو أقل.

يوضح الجدول (٢٢) إختبار (ت. T.test) لمعرفة الفروق في الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى الشباب تبعاً لمتغير الجنس، وتبين من خلاله ما يلي:

- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) في المحور الأول الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس، وكانت الفروق لصالح الذكور مقارنةً بالإناث.
- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) في المحور الثاني الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي تبعاً لمتغير الجنس، وكانت الفروق لصالح الذكور مقارنةً بالإناث.

- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) في المحور الثالث الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني تبعاً لمتغير الجنس، وكانت الفروق لصالح الذكور مقارنةً بالإناث.
 - وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) في المحور الرابع الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي تبعاً لمتغير الجنس، وكانت الفروق لصالح الذكور مقارنةً بالإناث.
 - وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) في المحور الخامس الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الوطني والسياسي تبعاً لمتغير الجنس، وكانت الفروق لصالح الذكور مقارنةً بالإناث.
 - وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) في المحور السادس الخاص بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي تبعاً لمتغير الجنس، وكانت الفروق لصالح الذكور مقارنةً بالإناث.
- وتتفق النتائج الحالية مع نتائج الحارثي (١٤٣٥) الذي بين أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة حول الوعي الاجتماعي ومحاوره باختلاف التخصص.

توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها خرج الدراسة ببعض التوصيات التي يمكن أن تساعد في تنمية الوعي لدى الشباب السعودي ومن تلك التوصيات ما يلي:

١. توفير مظلة رسمية لقنوات وسائل التواصل الاجتماعي، يتجمع من خلالها مشاهير وسائل التواصل، وتنظم جهودهم لتنمية الوعي الاجتماعي.
٢. ضرورة التفاعل والتجاوب من قبل الجهات الرسمية مع ما يطرح من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وتصويب الأخطاء والمعلومات المطروحة بشكل رسمي عبر متحدثين رسميين، وخاصة الجوانب الدينية.
٣. تعزيز أنظمة الحماية للمواقع والنظام الإلكتروني، وقانون الحماية الاجتماعية.
٤. توظيف واستثمار وسائل التواصل الاجتماعي من قبل مؤسسات المجتمع لتنمية الوعي الاجتماعي لدى الشباب في كافة المجالات.
٥. ضرورة التعامل من قبل المختصين والجهات الرسمية مع وسائل التواصل الاجتماعي كمؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية.
٦. أن يتم الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر إعلامي، والعمل على إيجاد برامج هادفة من قبل المتخصصين وطرحها لنشر الوعي الاجتماعي وتنميته لدى الشباب.
٧. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الجهات الرسمية للتوعية المستمرة وارشاد الشباب وتنمية الوعي الاجتماعي لديهم بكافة مجالاته.
٨. ضرورة إيجاد آلية واضحة للجهات الرسمية للوقاية من مخاطر ومهددات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها المباشر على الوعي الاجتماعي لدى للشباب.

المراجع:

- أبو خطوة، السيد عبد المولى، الباز أحمد نصحي (٢٠١٤): شبكة التواصل الاجتماعي وأثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد ٧ العدد (١٥) ١٨٧-٢٢٥.
- أبو ساكور، تيسير عبدالحميد (٢٠٠٩) دور الجامعات الفلسطينية في تنمية الوعي الاجتماعي ونشره لدى الطلبة من وجهة نظرهم. حوليات آداب عين شمس - مصر، مج ٣٧، ١٣-٤٤.
- ابن ورقلة، نادية. (٢٠١٣). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي. مجلة دراسات وأبحاث - جامعة الجلفة - الجزائر، ٥(١١)، ٢٠٠-٢١٧.
- البياتي، ياس خضير. (٢٠١٥). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعي. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، دار المنظومة: مصر، العدد الثامن.
- الحارثي، محمد سليم. (١٤٣٥). الوعي الاجتماعي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير في علم الاجتماع تخصص تأهيل ورعاية اجتماعية غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- حلس، موسى عبد الرحيم، مهدي، ناصر علي. (٢٠١٠). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية على عينه من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر) مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد ١٢، العدد ص ١٣٥-١٨٠.
- خالد، محمد بن سعود (٢٠٠٩): تقنية الاتصال الحديثة بين القبول والمقاومة المملكة العربية السعودية نموذجا، المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال

والتغير الاجتماعي في الفترة من ١٧-١٥/مارس، كلية الآداب، جامعة الملك سعود.

- الدبيسي، عبدالكريم علي، الطاهات، زهير ياسين (٢٠١٣): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٤٠، العدد (١) ٦٦-٨١.
- الدريويش، أحمد بن عبدالله (٢٠١٤): واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم لدى طلاب كلية المعلمين بجامعة الملك سعود، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي ٣٤(٢) ٩١-١٠٢.
- السيد، لبنى محمد فتوح، أمين، نيفين زكريا، الشعيبي، محمد مصطفى (٢٠١٥) الروافد الرئيسية في تشكيل الوعي الاجتماعي، مجلة كلية التربية (القسم الأدبي)، جامعة عين شمس - مصر، مج ٢١ ع ٣، ١٠٣-١٤٢.
- شلدان، فايز كمال (٢٠٠٦). نموذج مقترح لدور الجامعات الرسمية الأردنية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى الطلبة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والطلبة. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الدراسات العليا. الجامعة الأردنية.
- الشهري، حنان شعشوع: (١٤٣٣). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية.
- طنش، على السيد أحمد (٢٠١٦). دور موقع الفيسبوك في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلاب الاعلام التربوي. مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، كلية التربية، جامعة عين شمس، مصر، ج ١، العدد الأربعون، ٤٣٧-٤٧٦.
- الطيار، فهد بن علي (٢٠١٤): شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً) دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك

- سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد ٣١ العدد (٦١) ١٩٣-٢٢٦ الرياض.
- عبد الرزاق، رأفت مهند (٢٠١٣): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي "دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والانباء وتكريت للفترة من ١-٣-٢٠١٣ ولغاية ١-٦-٢٠١٣"، رسالة غير منشورة مقدمة للحصول على درجة الماجستير، جامعة البترا الأردنية.
- عبيدات، ذوقان، عبدالحق، كايد، عدس، عبدالرحمن (٢٠٠١). الدراسة العلمي: مفهومه- أدواته- أساليبه، عمان: دار الفكر للطباعة والنشر، ط ٧.
- العساف، صالح (١٩٩٥). المدخل إلى الدراسة في العلوم السلوكية، الرياض: مكتبة العبيكان، الطبعة الاولى، المجلد الاول.
- الفيومي، احمد بن على (٢٠٠٠). المصباح المنير. القاهرة: دار الحديث.
- كامل، علياء الحسين محمد (٢٠١٥). دور وسائل التواصل الاجتماعي على وعي الشباب في المشاركة السياسية: دراسة ميدانية في الأنثروبولوجيا الاجتماعية، مجلة مركز الخدمة للاستشارات الدراسية بكلية الآداب، جامعة المنوفية، مصر، الاصدار الخمسون، ٢٣٥-٣١١.
- النوري، سلطان بن خلف (٢٠١٤). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى الشباب في منطقة الجوف في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه في علم الاجتماع غير منشورة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الاردنية، عمان، ١ - ٩٧.