

وسائل التواصل الاجتماعي وآثارها على التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع
دراسة ميدانية مطبقة على مجموعة من الشباب الجامعي

**The impact of social networks on the interaction
between members of society**

إعداد الدكتور

عامر بن سعيد بن عامر الشهري

رئيس قسم الخدمة الاجتماعية بالكلية الجامعية بالليث

**DR. Amer bin Saeed bin Amer Al-Shehri
Head of the Social Service Department at Al-Leith
University College**

aschehri@uqu.edu.sa

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة لجامعة أم القرى

وسائل التواصل الاجتماعي وآثارها على التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع دراسة ميدانية مطبقة على مجموعة من الشباب الجامعي

إعداد الدكتور

عامر بن سعيد بن عامر الشهري

رئيس قسم الخدمة الاجتماعية بالكلية الجامعية بالبيث

ملخص البحث: تسعى هذه الدراسة للوصول إليه هو التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (Whatsapp) على التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع. تتحدد مشكلة الدراسة الرئيسة في معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، وتم تطبيق الدراسة على (Whatsapp) كنموذج لوسائل التواصل الاجتماعي الحديثة المنتشرة بالمملكة العربية السعودية. وتنتمي الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية، كما أنها اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي بالعينة حيث إنه أكثر المناهج قدرة على الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أكثر من نصف المبحوثين يستخدمون Whatsapp يومياً لأقل من ساعة فقط، وهي مدة زمنية قصيرة وقد يرجع ذلك لسرعة تلقي رسائل Whatsapp، وسرعة استخدامه مقارنة بوسائل التواصل الأخرى التي تتطلب تحميل صفحات كاملة من الإنترنت وهو ما يستغرق وقتاً أطول. كما أن مدة استخدام Whatsapp مرتبطة بعدد الرسائل التي يستقبلها الفرد من الآخرين أو يرسلها لهم. وفيما يتعلق ب Whatsapp وتأثيره على العلاقات الأسرية، تظهر النتائج أن Whatsapp له تأثيراً على التفاعل الاجتماعي في محيط الأسرة، وذلك



على عكس ما هو شائع من أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى ضعف وقطع الصلات بين أفراد الأسرة، وتؤدي إلى اغتراب وعزلة أفراد الأسرة عن بعضهم البعض كذلك خلصت الدراسة إلى أن Whatsapp يستخدم للترويح وتبادل الطرف والأخبار أولاً بأول أما عن أهم الموضوعات التي يتم تناولها في محادثات Whatsapp فجاءت الموضوعات الدينية في مقدمة هذه الموضوعات، وذلك في جميع العلاقات العائلية، وعلاقات الأصدقاء والجيرة باستثناء العلاقات الأسرية التي جاءت أخبار الأسرة في مقدمة الموضوعات التي يتم مناقشتها، وتعود صدارة الموضوعات الدينية في محادثات ورسائل Whatsapp إلى الطبيعة المتدينة للمجتمع السعودي، حيث إن المجتمع السعودي متدين بطبعه ويفضل الحديث في الشؤون الدينية بصفة دائمة.

الكلمات المفتاحية:

وسائل التواصل.

التفاعل الاجتماعي.

الأثر.

The impact of social networks on the interaction between members of society

Abstract:

This study aims to identify the impact of social media (Whatsapp) on social interaction between members in the community.

The main problem of the study is to determine the impact of social media on social interaction among the members of the community. The study was applied on WhatsApp as a model for modern social media that is spread in Saudi Arabia.

The study belongs to the pattern of descriptive studies and it relied on the social survey methodology of the research sample as it is the more capable of answering the study questions and achieving its objectives.

The study concluded a group of results, the most important result; more than half of the research sample use whatsapp daily for less than an hour, which is a short period of time and this may be due to the speed of receiving messages and the speed of its use comparing to the other means of communication that require the download of full pages of the Internet, which takes long time.

The duration of the use of WhatsApp is linked to the number of messages received by the individual from others or sent to them. Concerning what WhatsApp and its impact on family relations, the results show that Whatsapp has an impact on social interaction in the family, contrary to what is common that the use of social media leads to weak relations between family members, and lead to alienation and isolation

of family members.

The study also concluded that WhatsApp is used for recreation and exchange of news quickly. The most important topics that WhatsApp is dealt with are the religious topics especially in family relations and relations of friends and neighbors. The forefront of religious issues in WhatsApp talks and messages refers to the religious nature of Saudi society

Keywords:

social networks, the interaction between members, The impact

المقدمة:

لقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً ليس فقط في تاريخ الإعلام وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي وجاءت لتفتح عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصراعية للمجتمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها لبدء الاراء في مختلف القضايا والموضوعات.

ومع تطور الثورة المعلوماتية والتكنولوجية التي بدأت منذ النصف الثاني من القرن العشرين، تنوعت وسائل التواصل الاجتماعي من مواقع وتطبيقات مختلفة مثل شركات الفيسبوك Facebook و Instagram و Twitter وغيرهم، كما ظهرت تطبيقات للتواصل الاجتماعي على المحمول والأجهزة الذكية الأخرى مثل الأجهزة اللوحية وأشهرها تطبيق Whatsapp و Snapchat و Telegram و Skype و Tik Tok و VK و Pinterest و LinkedIn و reddit و Google+ و Tum- و Baidu و WeChat و periscope و QQ و Qzone و Sina Weibo و Reddit و Tieba و LINE وغيرها، والتي تختلف فيما بينها في الاستخدام أو أسلوب نقل المعلومة ولكن لهدفها جميعاً واحد، وهو تسهيل التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع الكبير، وعلى مستوى الافراد نجد قبولاً واسعاً لذلك بهدف تفادي تكلفة الاتصالات المحلية، ولكن المختصين يرون أن ذلك يجب أن يتم وفق رقابة وأساليب مقننة، أما الدول فهنالك غير الممانع بل أن ذلك يُعدُّ حرية من وجهة نظرها، وهنالك دول أخرى حاولت أن تصنع شبكات تواصل داخلية مثل الصين حيث صممت برنامج Sina Weibo والذي يأتي في ظل غياب الكثير من وسائل التواصل هناك.

ومن بين تطبيقات و وسائل التواصل الاجتماعي يأتي whatsapp كأحد أهم هذه التطبيقات نظراً لسهولة استخدامه عن وسائل التواصل الأخرى، وهو ما



كان له أثر كبير على كل المستخدمين، ونجد له استخدامات واسعة في المملكة العربية السعودية، ويؤثر بدرجة كبيرة على الواقع الاجتماعي، وبالتالي كان من الضروري أن تقوم دراسة في علم الاجتماع تسلط الضوء على هذا الجانب، والحقيقة أن المكتبة السسيولوجية تزخر بكثير من الأطروحات والأوراق العلمية حول وسائل التواصل الاجتماعي، ولكن من النادر تناول تطبيق أو برنامج معين، وبالتالي تأتي هذه الدراسة على عينة من الشباب الجامعي لكي توضح آثار وسائل التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي في المجتمع السعودي.

مشكلة الدراسة :

تحدد مشكلة الدراسة الرئيسية في معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، وتم تطبيق الدراسة على (-What sapp) كنموذج لوسائل التواصل الاجتماعي الحديثة المنتشرة بالمملكة العربية السعودية.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة للتعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (-What sapp) على التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع.

ويتفرع من هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية، وهي كما يلي:

١- التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (Whatsapp) على تفاعلات الفرد الاجتماعية في محيط الأسرة.

- ٢- التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (Whatsapp) على تفاعل الفرد الاجتماعي مع العائلة.
- ٣- التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (Whatsapp) على تفاعل الفرد الاجتماعي مع الأصدقاء.
- ٤- التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (Whatsapp) على تفاعل الفرد الاجتماعي مع الجيرة.
- ٥- معرفة دوافع استخدام (Whatsapp) كمنوذج لوسائل التواصل الاجتماعي.
- ٦- معرفة أهم الخدمات التي يقدمها (Whatsapp) لمستخدميه.
- ٧- معرفة أهم الموضوعات والحوارات التي تشترك فيها مستخدمي (What-sapp).

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (Whatsapp) على تفاعلات الفرد الاجتماعية في محيط الأسرة؟
- ٢- ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (Whatsapp) على تفاعل الفرد الاجتماعي مع العائلة؟
- ٣- ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (Whatsapp) على تفاعل الفرد الاجتماعي مع الأصدقاء؟
- ٤- ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (Whatsapp) على تفاعل الفرد الاجتماعي مع الجيرة؟



- ٥- ما دوافع استخدام (Whatsapp) كمنوذج لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- ٦- ما أهم الخدمات التي يقدمها (Whatsapp) لمستخدميه؟
- ٧- ما أهم الموضوعات والحوارات التي تشترك فيها مستخدمي (Whatsapp)؟

أهمية الدراسة :

- ١- التزايد المستمر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بما ينطوي عليه من إيجابيات وسلبيات مما يستلزم ضرورة تقييم هذه الوسائل وتأثيرها على قيم وثقافة المجتمع.
- ٢- أصبح واضحاً لدى المسؤولين أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على أفراد المجتمع التي يمكن أن تستغل من القوى الفاعلة الخارجية ضد النظام الداخلي.
- ٣- يسهم البحث في إثراء التراث النظري في مجال الدراسات النوعية في مجال علم الاجتماع.

الإطار النظري للدراسة

تطور مواقع التواصل الاجتماعي

تعتمد أشكال مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي وتصنيفها على وظائفها والوسائل التي تُستخدم فيها ؛ فقد بدأت ظاهرة التواصل الاجتماعي (المواقع الاجتماعية) عام ١٩٩٧ م من خلال ظهور موقع Six -Degrees أسسها أندرو فاينرايش في نيويورك، والذي أتاح الفرصة لوضع ملفات شخصية للمستخدمين

على الموقع وإمكانية التعليق على الأخبار وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين، حيث يعتبر هذا الموقع رائد مواقع التواصل الاجتماعي في العالم.

ثم ظهر موقع My Space أسسه الكندي جوناثان ابرامز والذي فتح آفاقاً واسعة لهذا النوع من المواقع الاجتماعية، وحقق نجاحاً هائلاً منذ نشأته عام ٢٠٠٣، ثم توالى ظهور المواقع الاجتماعية، لكن العلامة الفارقة كانت بظهور موقع Facebook الذي أسسه طالب في جامعة هارفارد عام ٢٠٠٤ والذي مكن مستخدميهم من تبادل المعلومات فيما بينهم، وإتاحة الفرصة أمام الأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية، وظهر لاحقاً موقع Twitter أسسه جاك دورسي وإيفان وليامز وبيز ستون في مدينة سان فرانسيسكو، بالإضافة إلى عدد من المواقع الاجتماعية الأخرى الأقل بروزاً، وظهر Instagram وهو تطبيق لتبادل الصور وشبكة اجتماعية، يتيح للمستخدمين التقاط صورة، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة أنستغرام نفسها، وصولاً إلى ظهور تطبيقات الهاتف المحمول والتي تأتي أكثرها انتشاراً -What- sApp , Tango , Viber , Skype ,LinkedIn حيث سهلت هذه التطبيقات عملية التواصل الاجتماعي بين الأفراد بصورة كبيرة لكونها متاحة على الهاتف الجوال وبشكل مجاني. (سرور، ٢٠٠٨)

مفهوم التواصل الاجتماعي

التواصل الاجتماعي هو: "نقل الأفكار والتجارب وتبادل الخبرات والمعارف بين الأفراد والجماعات بتفاعل إيجابي وبواسطة رسائل تتم بين مرسل ومتلقي، وهو جوهر العلاقات الإنسانية ومحقق تطورها (العبد، ٢٠١١، ص ١٠).



مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي مثير للجدل، نظرًا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، بعد أن عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلقت هذه التسمية على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة، ويشير أيضًا إلى: " الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات. وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع. (نادية بن ورقلة، ٢٠١٣).

وتتعدد تعريفات مواقع التواصل وتختلف، فيعرفها بالاس Balas على أنها: " برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنت، أي تمكين الأفراد من التواصل " كما يعرفها كاستل Castell على أنها: " قنوات تواصلية تخلق بنية اجتماعية مفتوحة متفاعلة قادرة على الابتكار، دون المساس بشكل هذه البنية، مع صعوبة تحديد الهدف لهذه الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني والمعلوماتي (خليل، ٢٠١٥، ص ٣٠).

كما يعرفها الدليمي ٢٠١٥ بأنها: "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات، وتمكنهم أيضًا من التواصل (الدليمي، عبد الرزاق ٢٠١٥).

وقد قدم " الترويون " تعريفًا لشبكات التواصل الاجتماعي بأنها: " مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها

تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل: التعارف والصدقة، المراسلة والمحادثة الفورية، إنشاء مجموعات مشتركة وصفحات للأفراد والمؤسسات، المشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات (عبدالفتاح، ٢٠١٤ العدد ٤٦).

أهمية وسائل التواصل الاجتماعي:

لقد فرضت مواقع التواصل الاجتماعي نفسها على المجتمعات، كما أحدثت ضجة نتيجة ما قدمته من سهولة في التواصل بين افراد المجتمع، واتسع استخدامها على نطاق واسع من المجتمع بل أصبحت من الضروريات، حيث يتواصلون عبر هذه المواقع للتعرف ومعرفة أخبار الآخرين، وتلقي الأخبار والموضوعات وكل ما هو جديد.

وتكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في أنها تساعد مستخدميها على متابعة كل ما هو جديد في مجالات الحياة المتعددة ؛ فهي توفر المعلومات التي تمنح مستخدميها فرصة كبيرة للتواصل وتبادل الأفكار حول قضية ما كما غيرت المستخدم لها من متلقٍ للمعلومات - كما في وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والصحف والراديو - إلى منتج للمعلومات والأخبار، ومشارك بها كما يشاء وبشكل حر للتعبير، وأكدت العديد من الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة اتصال تفاعلية تحقق العديد من الفوائد لمستخدميها، ومنها:

١. متابعة كل جديد في مجالات الحياة المتعددة من خلال الاطلاع على المؤتمرات و ورش العمل والندوات والتقارير.



٢. تنمية الوعي بقضايا المجتمع المختلفة وبكافة جوانبها.
٣. تنمي روح المبادرة والحوار واتساع الأفق حيث يساعدهم على تبادل الآراء ووجهات النظر والمقترحات.
٤. تنمي العديد من المهارات كمهارات البحث و التحليل والتفكير، والمهارات الحياتية كالاتصالات، والتحدث والعرض والإقناع والحوار والتفاوض واتخاذ القرار وغيرها. (خليل، ٢٠١٥، ص ٣٣).

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

- **التعريف بالذات:** وهي الخطوة الأولى للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، ويقوم الفرد فيها بالتعريف بنفسه من خلال النص أو الصورة أو الصوت أو التعليقات أو الفيديوهات وغيرها.
- **تكوين مجتمع افتراضي:** تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد بخلق صداقات يبادلونهم الاهتمام والمحتوى، فهي تساهم في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الإنترنت، غير أن مواقع التواصل الاجتماعي دعمت هذا التجسيد بفاعلية كبيرة، فمستخدمو هذه المواقع يخبرون في الانضمام إلى مجموعات مثل مجموعات قراءة الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبوها، أو مجموعات الرسم، أو مجموعات الفيديوهات وغيرها من الخدمات.
- **التفاعلية:** فهي مواقع تبني من خلال مصلحة مشتركة ذات الاهتمام الواحد والتفاعل المشترك بين الأفراد، فالتفاعلية تمكن المتلقي من المشاركة عكس وسائل الإعلام القديمة (غزال، ٢٠١٤).

نظريات الدراسة:

لم يبلور الباحثون الاجتماعيون نظرية خاصة بالتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فالغالبية العظمى من المحاولات التي تمت بهذا الشأن كانت قد عالجت التأثيرات ضمن الفهم الذي قدمته نظريات وسائل الاتصال الجماهيري لهذه المسألة، فقد تعاملت هذه المحاولات مع وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري ينطبق عليها ما ينطبق على وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، وعليه فقد تم معالجة موضوع الدراسة في ضوء النظريات التالية:

١. نظرية التفاعلية الرمزية:

ترتبط التفاعلية الرمزية بعالم الاجتماع الأمريكي " جورج هيربرت ميد " والتي أخذ تطورها في الثلاثينات من القرن العشرين، وينطلق "ميد" من مسلمة أساسية مؤداها أن الإنسان شأنه شأن الأنواع الحيوانية الأخرى كائن نشط وفعال، وأن جميع الأنواع الحيوانية تمارس حركات وإشارات وتصدر أصواتاً في استجابتها لبعضها البعض، لكن النوع الإنساني فقط هو الذي سرعان ما يحول تعبيرات الوجه أو الإشارات إلى رموز، وأصوات وأفعال تنطوي على معنى، وتكتسب الرموز أهميتها وتصبح ذات دلالة حينما تكتسب نفس المعنى لدى مستقبلها، نفس المعنى الذي كأن في ذهن مرسلها أو صاحبها، بأسلوب آخر حينما يصبح للرمز معنى مشترك تصبح في هذه الحالة رموزاً اجتماعية تكتسب من خلال التفاعل الاجتماعي مع الآخرين، فالإنسانية إذن ظاهرة اجتماعية، والناس كائنات اجتماعية أساساً، وإنسانيتهم نتاج للتفاعل الاجتماعي الرمزي مع الآخرين. (عوده، ص ٩٥ - ٩٦).



ويرى " ميد " أن البشر يعتمدون على رموز وتفاهات موضوعات مشتركة في تفاعلهم بعضهم مع بعض، ولأن البشر يعيشون في عالم زاخر بالرموز، فإن جميع عمليات التفاعل بين الأفراد تشتمل على تبادل الرموز، أن التفاعلية الرمزية توجه أنبأنا إلى تفصيلات التفاعلات الشخصية، والطريقة التي تتم بها هذه الترتيبات لإعطاء المعنى لما يقوله ويفعله الآخرون.

وينوه منظرو هذه النظرية بالدور الذي تؤديه هذه التفاعلات في خلق المجتمع ومؤسساته. فالمنظور التفاعلي الرمزي يقدم بعض الإضاءات على طبيعة التفاعلية في غضون حياتنا الاجتماعية اليومية (الصباغ، ٢٠١٢، ص ٣٣-٣٤).

أن التفاعلية الرمزية نظرية يمكن استخدامها في تفسير الرموز والإشارات والصور التعبيرية التي يستخدمها الأفراد كبديل للغة الحوار في وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة مثل (Whatsapp) حيث أن التفاعلات التي تتم داخل هذا التطبيق تستخدم الكثير من الرموز التعبيرية والاصوات وبالتالي فإن تفسيرها يفيد في معرفة الواقع الاجتماعي في المجتمع.

٢. نظرية الاستخدامات والإشباع:

تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام، خلافاً للنظريات المبكرة التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد، فلم يعد السؤال المطروح، ماذا يفعل الإعلام بالجمهور؟ بل ماذا يفعل الجمهور بالإعلام؟ ولماذا يستخدم الجمهور المنتجات الإعلامية؟ وما هذه الإشباع التي يحققها؟ وتنطوي هذه الأسئلة

على انتقال موضوع التأثير من مضمون المادة الإعلامية فحسب إلى السياق الاتصالي برمته، فمنع الإشباع التي يحصل عليها المتلقي من الإعلام الجماهيري قد يتعلق بالمضمون الخاص للرسالة أو بالتعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاته أو بالوضعية الاتصالية الخاصة المرتبطة بوسيلة إعلامية ما، حيث تستند نظرية الاستخدامات والإشباع على الطرق التي يختارها المستهلكون بنشاط لتلبية حاجاتهم الخاصة، فهذه النظرية لا ترى المستخدمين كمستهلكين سلبيين تسيطر الصناعة الإعلامية على سلوكياتهم ولكنها ترى أنهم مسؤولون عن اختيارهم لأي إعلام يستخدمون وكيف يستخدمونه (تومار، ٢٠١٢، ص ٣٣-٣٤)، وقد صنف (لورنس و ينر) الإشباع التي يبحث الجمهور لتحقيقها إلى نوعين هما:

إشباعات المحتوى: وهي الإشباع التي تنتج عن التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية وترتبط بها أكثر من ارتباطها بنوع الوسيلة المستخدمة.

إشباعات عملية الاتصال: وهي الإشباع التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة، ولا ترتبط مباشرة بخصائص الوسيلة. أي تتعلق بطبيعة عملية الاتصال ذاتها، واختيار نوع الوسيط الذي يتم التعرض إليه. (شكير، ٢٠٠٩، ص ٤٥٨-٤٥٩).

وفقاً لهذه النظرية فن جمهور Whatsapp يقومون باختيار المواد التي يقرؤونها ويتبادلونها مع أصدقائهم وأقاربهم وزملائهم، وهو ما يحقق لهم الإشباع والمتعة من استخدام هذه الوسائل التواصلية.



٣. نظرية انتشار المستحدثات لروجرز:

تُعتبر نظرية روجرز لانتشار المستحدثات إحدى النظريات الأساسية في العصر الحديث لظاهرة تبني المجتمعات للمخترعات الجديدة.

ويمكن تعريف المقصود بالانتشار بأنه: العملية التي يتم من خلالها المعرفة بابتكار أو اختراع ما من خلال عدة قنوات اتصالية بين أفراد النسق الاجتماعي، ويعتمد درجة انتشار المستحدثات على فعالية الاتصال داخل النسق الاجتماعي بحيث يتم انتشار الفكرة الجديدة، وهنا يظهر دور عامل الوقت وبه تتم مراحل حتى يتم اتخاذ قرار ما بشأن تبني التكنولوجيا الجديدة، والمرحلة الأولى هي المعرفة حيث يدرك الأفراد وجود فكرة جديدة بشأن اختراع ما ويحاولون التعرف على وظائف ذلك الشيء الجديد، أما المرحلة الثانية فتتعلق بالاقتناع حيث تتكون لدى الفرد شعور مع أو ضد استخدام المستحدثات الجديدة، أما المرحلة الثالثة فهي مرحلة اتخاذ القرار بتبني استخدام الشيء الجديد أو رفضه، والمرحلة الأخيرة يقوم فيها الفرد المستخدم بدعم استخدام الابتكارات الجديدة وتأكيد أهميتها، وتأتي هذه المراحل من خلال الوعي بتطبيقات الابتكار الجديد ثم الاهتمام باختباره مما يؤدي إلى محاولة تقييم جدوى تبني مثل هذا الشيء وبذلك يدخل حيز التجريب للوقوف على الفوائد المكتسبة، حتى إذا وصل الفرد إلى درجة الاقتناع فإن ذلك يقود إلى مرحلة التبني. (الشهري، ١٤٣٤، ٧٩).

٤. نظرية التأثير القوي لوسائل الاتصال:

يعتقد أصحاب هذه النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيري تتمتع بنفوذ قوي ومباشر وفوري على الأفراد فلديها القدرة على تغيير الاتجاهات والآراء والميول

بما يتناسب مع سياسات صاحب الوسيلة أو مستخدمها، كما يبني أصحاب هذه النظرية اعتقادهم في بعض الافتراضات النفسية والاجتماعية المستمدة من علم النفس والاجتماع السائدة آنذاك، ففي المجال النفسي ساد الاعتقاد أن الجمهور يحركهم عواطفهم وغرائزهم التي ليس بمقدورهم السيطرة عليها بشكل إرادي، فإذا ما استطاعت وسائل الاتصال حقنهم بمعلومات معينة تخاطب هذه الغرائز فإنهم سيتأثرون مباشرة بها، ولعل ما حصل من ثورات عربية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومخاطبة مشاعر الجماهير بالحرية التي حركت غرائزهم دليل على قوة هذه الوسائل، وقد لمس هذا التأثير القوي في الثورات التي قامت في الدول العربية مؤخراً حيث تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيها وكانت بمثابة المحرك الكبير للشعوب والموجهة لهم، على الرغم من أن بعض الدول حاولت الوقوف لمنعها لكنها لم تستطع، وإذا أخذنا في الاعتبار تأثير وسائل الاتصال الجماهيري في المضمار الاجتماعي فسرى أنه قد ساد اعتقاد بأن الأفراد في المجتمعات الجماهيرية مخلوقات معزولة عن بعضها البعض نفسياً واجتماعياً، ولا توجد روابط قوية تجمعهم لذا فهم فريسة سهلة لا يوجد من يحميها أمام وسائل الاتصال، وإذا ما أسقط هذا الاعتقاد على مواقع التواصل الاجتماعي نجد أن فيه جزءاً من الصحة بحكم أن الناس قد تتداول وترسل بعض المعلومات التي قد تجانب الصواب في كثير من الأحيان بدون التأكد من صحتها، كذلك فإن هذه المواقع - حسب هذه النظرية - عملت على خلق نوع من العلاقات الاجتماعية الدولية بين الأفراد والتي ترتبط بحدود الدولة، وإنما تجمعها اتجاهات وميول مشتركة أو تلتف حول شخصية لها كيزم معينة. (الشهري، ١٤٣٤، ٨٠).



الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: دراسة قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب ٢٠١٥ بعنوان: وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي (الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٥).

وصلت إلى تقرير وسائل التواصل الاجتماعي لقياس انطباعات المستخدمين في أرجاء العالم العربي حول وسائل التواصل الاجتماعي، فضلاً عن تقديم وصف لعاداتهم في استخدامها، علاوة على التعرف على آثار وسائل التواصل في المجتمع والاقتصاد وممارسة الأعمال.

وتم إجراء الدراسة البحثية من خلال دراسة نوعية، وأخرى كمية، أجريت الدراسة النوعية على المستوى الإقليمي من خلال مجموعات نقاش تضم مستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي، مقابلات مفصلة مع خبراء يعملون في مجالات ذات علاقة مثل وسائل الإعلام والاتصالات والاقتصاد والقطاع الحكومي.

أما الدراسة الكمية فتم تنفيذها من خلال إجراء مقابلات هاتفية بعينة شملت أكثر من ٧٠٠٠ مستخدم من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وتم توزيعها بشكل متساو بين ١٨ دولة عربية.

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- فيما يتعلق بالانطباعات عن وسائل التواصل الاجتماعي: ينظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي في الوطن العربي على أنها تتضمن العديد من الجوانب الإيجابية مما يعزز نوعية حياة الأفراد وتحقق الربحية للأعمال والتفاعل

الحكومي مع الجمهور، في الوقت نفسه يظهر المستخدمون عدم الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي، كما أنهم يعتقدون أن لوسائل التواصل الاجتماعي آثارًا سلبية على العادات والثقافات المحلية.

- أما عن وسائل التواصل الاجتماعي فقد اتضح من الدراسة أن أكثر من نصف المستخدمين في العالم العربي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الناس بشكل أساسي، في حين جاء الحصول على المعلومات، ومشاهدة مقاطع الفيديو والاستماع إلى الموسيقى ومشاركة الصور كثاني أهم سبب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الدراسة الثانية: أسامة محمد عبدالرحمن حسنين: دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري (حسين، ٢٠١٤)

تبرز مشكلة الدراسة من خلال الواقع الاجتماعي الذي يعيشه الباحث، ومن خلال متابعته لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)، لاحظ أن هناك اهتمامًا إعلاميًا بقضايا الفساد وبصفة خاصة قضايا الفساد في مصر.

وتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد في مصر؟

وقد خلصت الدراسة إلى:

- ارتفاع نسبة المنشورات التي تناولت قضايا الفساد ضمن منشورات صفحتي الدراسة حيث بلغت (٤, ٨٦%)، في حين جاءت نسبة الموضوعات العامة (٥, ١٣%) ضمن جملة منشورات الصفحتين.

- أن قضايا الفساد السياسي جاءت في مقدمة قضايا الفساد التي تناولتها صفحتي الدراسة بنسبة (٩, ٥٢%)، بينما جاءت أعمال العنف في المرتبة الثانية

بنسبة (١, ٣١٪)، كما جاء التعبير عن الآراء ووجهات النظر بنسبة (٦, ١٥٪).

الدراسة الثالثة: أحمد محمد محمد حسن: العلاقة بين استخدام الشباب المصري مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابه بعض القيم السياسية ٢٠١٤ (رفاعي، ٢٠١٤).

تحددت مشكلة الدراسة في التساؤل العام التالي: ما العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية، وتنبع أهمية الدراسة من كون مواقع التواصل الاجتماعي واحدة من أهم الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها فئة كبيرة من المجتمع للحصول على المعلومات عن الأحداث الجارية، إضافة إلى مواكبة الدراسة للتطورات التي تحدث على الساحة والتي لها تأثيرات على المجتمع المصري ومنها القيم السياسية، وتهدف الدراسة إلى: التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على معلومات عن القضايا السياسية واكتسابهم بعض القيم السياسية، كما تهدف إلى الكشف عن الفروق بين الشباب المصري عينة الدراسة من حيث متغيرات الدراسة، ومنها: (النوع والإقامة والمستوى الاقتصادي الاجتماعي والجامعات وكثافة الاستخدام) في درجة اكتساب القيم السياسية من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى رصد الظاهرة موضوع الدراسة والتعمق في دراستها بهدف الوصول إلى نتائج يُعتد بها، حيث تستهدف هذه الدراسة الوصفية إلى تقرير خصائص الظاهرة أو موقف ما تغلب عليه صفة التحديد، وعلى ذلك يقوم البحث الوصفي بوصف ما هو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة وجدولتها وتبويبها. وتستخدم هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي الذي يُعدُّ من أنسب المناهج ملائمة، ويرتبط ارتباطاً

وثيقاً بكل من موضوع هذه الدراسة وأهدافها وذلك من خلال مسح عينة عمدية من الشباب المصري مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قوامها (٣٦٦ مفردة) مأخوذة من عينة عشوائية قوامها (٤٠٠٠ مفردة) تتراوح أعمارهم بين (١٨-٢١ سنة) من كليات جامعة (جامعة الزقازيق، جامعة المنصورة، جامعة القاهرة، جامعة عين شمس).

- نسبة ٥٤,٥% من أفراد العينة يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت دائماً ونسبة ٣٧% منهم يستخدمونها أحياناً، وارتفاع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت لدى أفراد عينة الذكور ٩٣,٥% في مقابل أفراد عينة الإناث ٨٩,٥%.

- أن الفيس بوك يأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي بالإنترنت التي يعتمد عليها الشباب المصري في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية.

- **الدراسة الرابعة:** وجدان إبراهيم المقييل،: التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية لاستخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي ٢٠١٦ (المقبل، ٢٠١٦، العدد ٣)

هدفت الدراسة إلى: الكشف عن أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قِبَل طالبات كلية الخدمة الاجتماعية بجامعة الأميرة نورة، بالإضافة إلى التعرف على الآثار الاجتماعية والسلوكية والمعرفية - سلبياً وإيجابياً - لاستخدامهنَّ لهذه الشبكات، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي بالعينة، كما تم إعداد إستبانة تشتمل على (٥٣) عبارة طبقت على عينة عددها (١٠٢) طالبة تم اختيارهنَّ بالطريقة الطبقية



العشوائية، كما تم إجراء مقابلات مع (٨) من أعضاء الهيئة التعليمية بكلية الخدمة الاجتماعية تم اختيارهم بطريقة قصدية، وقد استخدمت الباحثة إستمارة إلكترونية مرتبطة ببرنامج إحصائي لمعالجة البيانات الإحصائية، وأظهرت نتائج الدراسة أن لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرًا اجتماعيًا وسلوكيًا ومعرفيًا متوسطًا، ومن أهم التأثيرات الإيجابية الاجتماعية تقريب المسافة بين الصديقات والأقارب وإشراك الطالبة في الفعالية المجتمعية، أما التأثيرات السلبية فهي: تفضيل التواصل الإلكتروني على التواصل المباشر والعزلة عن التفاعل المباشر مع المحيط الأسري، وفيما يخص التأثيرات السلوكية الإيجابية كأن أهمها: التفاعل مع مشكلات الآخرين وتعديل السلوكيات السلبية، أما التأثيرات السلوكية السلبية فهي: مواجهة صعوبة في تنظيم الوقت وزيادة الرغبة في الاستهلاك وشراء الكماليات.

وبخصوص التأثيرات المعرفية الإيجابية فأهمها: تداول المعلومات دون التأكد من المصدر والجهل بالكثير من العادات والتقاليد المجتمعية، وأسفرت نتائج الدراسة عن تصدر التأثير السلوكي مقابل التأثيرات الاجتماعية والمعرفية، كما أن التأثيرات الإيجابية لاستخدام الطالبات لشبكات التواصل الاجتماعي كانت أكبر من التأثيرات السلبية.

الدراسة الخامسة: أحمد إبراهيم محمد البهلول: مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل النسق القيمي للشباب المصري الجامعي: دراسة ميدانية (البهلول، ٢٠١٧).

تهدف الدراسة إلى: معرفة أهمية موقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل الثقة القيمة بشباب الجامعة، وقدم الباحث إجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري قوامها ٤٠٠ طالب وطالبة من جامعات

مصر، وتمت الدراسة في إطار منهج المسح الإعلامي بالعينة لكونها دراسة وصفية، وتم سحب عينة الدراسة بالعينة العشوائية الطبقية البسيطة بأسلوب التوزيع المتساوي، وقد استخدم الباحث إستمارة الإستبيان باعتبارها أداة لجمع البيانات والمعلومات، وكانت أهم النتائج كما يلي:

١- جاءت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة ٨٦% من عينة الدراسة ٨، ١٢% أحياناً ٢، ١% نادراً، ويبرهن ذلك على اهتمام عينة الدراسة بهذه المواقع لاسيما وأنهم من الشباب الذين يستخدمونها للتعبير عن أنفسهم.

٢- بلغت نسبة تدرج مواقع التواصل الاجتماعي من حيث ثرائها بالقيم كالتالي: في الوقت الذي حصل فيه الفيس بوك على المرتبة الأولى بنسبة ٣٨%، توالى الوسائل الأخرى اليوتيوب في المرتبة الثانية بنسبة ٢٤، ٩% والتويتر في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٣، ٥%، وحصل الساوند كلود على المرتبة الرابعة بنسبة ٩، ٥%، وتأخر لينكدان ليحصل على نسبة ٣، ٩%، ويفسر الباحث تفوق الوسائل الثلاث الأولى - الفيسبوك واليوتيوب والتويتر لكثرة شهرتهم عن الوسائل الأخرى.

٣- جاءت النتائج بأن القيم التي تحرص عينة الدراسة بمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي تنوعت ما بين العلم والحرية والعمل والشورى والعدل والإيثار، وجاءت في مقدمة تلك القيم العلم بنسبة ٥٤%، تلتها الحرية بنسبة ٥١، ٨% وجاء في المرتبة الثالثة العمل بنسبة ٤٤، ٨%، والشورى بنسبة ٢٣%، والعدل بنسبة ٢١، ٨%، وجاءت قيمة الإيثار في النهاية لتسجل نسبة ١١، ٥%..



ثانياً: الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى: دراسة (Andre , 2017 (Andre Allison ,2007)

- هدفت الدراسة إلى: توضيح فرضية مفادها أن كثافة استخدام الفيس بوك يؤدي إلى بناء نوعين من العلاقات الاجتماعية الأولى العلاقات العابرة والثانية الوثيقة أو الممتدة، وقد طبق الباحث دراسته على عينة عشوائية قوامها (٨٠٠) مفردة من طلاب مرحلة البكالوريوس في جامعة ميتشجان، معتمداً في دراسته على تصميم (٤) مقاييس، ومنها مقياس استخدام الفيس بوك والذي تضمن تقييم الأفراد لأي مدى يستخدمون الفيس بوك بفاعلية من خلال حصر عدد الصداقات، تحديد مقدار الوقت الذي يقضيه الفرد في استخدام الفيس بوك، ومدى استخدام الفيس للاتصال بأفراد آخرين في وقت لا يتواجدون فيه على الشبكة (أوف لاين).

الدراسة الثانية: Kate Kensi and Natalie Jomini Stroud, 2006 (Kate ,

2006)

- هدفت هذه الدراسة إلى: التعرف على العلاقة بين الإنترنت والحصول على معلومات حول الحملة الانتخابية الرئاسية والفعالية السياسية، والمعرفة، والمشاركة.

- أظهرت النتائج وجود علاقة بين التصفح على الإنترنت أون لاين وبين الحصول على معلومات حول الحملة الانتخابية الرئاسية، ووجدت عددًا من الارتباطات بين الاتصال بالإنترنت وبعض العوامل السياسية مثل الفعالية السياسية والمعرفة، والمشاركة، مع الوضع في الاعتبار المتغيرات الاجتماعية والديموغرافية، تحديد الهوية، والقوة الحزبية، والمصلحة السياسية.

الدراسة الثالثة: (Tatijana 2010) (Tatijana Taraszow and others 2010)

- استهدفت الكشف عن المعلومات الشخصية والاتصال من قبل الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي وتحليل الشخصية، والتعرف على كيفية تعامل الشباب مع قضايا الخصوصية على مواقع الشبكات الاجتماعية، وذلك باستخدام الفيس بوك كمثال على ذلك توصلت الدراسة إلى ثمة نتائج أهمها وجود فروق بين الجنسين في الكشف عن المعلومات الشخصية.

- أوضحت النتائج أن معظم الناس -بغض النظر عن الجنس- أدخلوا الاسم الكامل وصورة الوجه، ومسقط الرأس وعناوين البريد الإلكتروني في ملفاتهم الشخصية، وأكثرهم من الإناث، وقمّن بالكشف عن رقم الهاتف المحمول، وعنوان المنزل والرسائل الفورية وخاصة الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ الى ٢٢، ويبدو أنهم غير مدركين للأخطار المحتملة التي سيواجهونها عند إدخال المعلومات الشخصية والاتصال الحقيقي في ملفاتهم الشخصية مع قبول طالبات الصداقة من الغرباء، هذا وتبين عدم وجود مستويات من الوعي لدى الشباب بمخاطر كشف معلومات عن أنفسهم والتي يمكن أن تضرهم.

الدراسة الرابعة: (Emli2012) (Emliy Christofides and Others)

استهدفت: التعرف على الإفصاحات المحفوفة بالمخاطر في الفيسبوك وتأثير وجود تجربة سيئة أون لاين على السلوك، وتوصلت الدراسة إلى أن ثمة نتائج منها أنه يتم استخدام المواقع الاجتماعية على نطاق واسع من قبل المراهقين، كما تبين وجود علاقة بين وجود تجربة سلبية، ومعرفة الخصوصية، ومن التجارب السيئة في الفيسبوك (البلطجة، الخسة، الاتصال غير المرغوب فيه، والتعرض للكشف غير المقصود، وسوء الفهم).

الإطار الميداني

- الإجراءات المنهجية للدراسة

طبقت الدراسة على عينة عمدية ممن يستخدمون Whatsapp من الذكور والإناث في مراحل المستوى الخامس والسادس والسابع والثامن بالكلية الجامعية بالليث من قسم الخدمة الاجتماعية في البنين والبنات بعدد ٢٠٠، وتمثلت أدوات الدراسة في إستمارة إستبانات من إعداد الباحث اشتملت على ٣١ سؤالاً، تناول أبعاد وجوانب الدراسة. وتنتمي الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية، كما أنها اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، حيث إنه أكثر المناهج قدرة على الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، وتم تطبيق الدراسة في الفترة من ١/١/١٤٣٩ هـ - ٣/٢/١٤٣٩ هـ.

جدول رقم (١) الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة

المتغير	التكرار	النسبة	المتغير	التكرار	النسبة
العمر			المستوى التعليمي		
٢١	٣٤	١٧%	الخامس	٣٤	١٧%
٢٢	٥٠	٢٥%	السادس	٦٢	٣١%
٢٣	٥٥	٢٧,٥%	السابع	٤٨	٢٤%
٢٤	٦١	٣٠,٥%	الثامن	٦٦	٣٣%
النوع			الحالة الاجتماعية		
ذكر	١٤٠	٧٠%	أعزب	١٦٠	٨٠%
			متزوج	٣٣	١٦,٥%
أنثى	٦٠	٣٠%	أرمل	٤	٢%
			مطلق	٣	١,٥%

يتضح من الجدول أن معظم عينة الدراسة تبلغ عمارهم ٢٤ فأكثر وذلك بنسبة ٥, ٣٠٪، كذلك المستوى الدراسي كانت أعلى نسبة للمستوى الثامن بنسبة ٣٣٪، وبالنسبة لنوع المبحوث كأت أعلى نسبة للذكور بنسبة ٧٠٪، أما عن الحالة الاجتماعية فكانت أعلى نسبة للأعزب بنسبة ٨٠٪.

جدول رقم (٢) توزيع المبحوثين وفقاً للمدة الزمنية لاستخدام Whatsapp

م	المتغير	ك	النسبة
١	من شهر - لأقل من سنة	٢٠	١٠٪
٢	من سنة - سنتين	٢٨	١٤٪
٣	من ٣ سنين - ٥ سنين	٥٥	٢٧,٥٪
٤	أكثر من ٥ سنين	٩٧	٤٨,٥٪
المجموع		٢٠٠	١٠٠٪

يوضح الجدول أن: المدة الزمنية لاستخدام Whatsapp كانت معظمها أكثر من ٥ سنين " وذلك بنسبة ٤٨, ٥٪، يليها من حيث المدة " من ٣ سنوات - ٥ سنوات " وذلك بنسبة ٢٧, ٥٪، ثم من سنة - سنتين وذلك بنسبة ١٤٪.

جدول رقم (٣) توزيع المبحوثين وفقاً للوقت المستغرق في استخدام-What-

sapp

م	المتغير	ك	النسبة
١	أقل من ساعة	١٢٧	٦٣,٥ %
٢	من ساعة - ٣ ساعات	٥٦	٢٨ %
٣	٤-٦ ساعات	١٠	٥ %
٤	أكثر من ٦ ساعات	٧	٣,٥ %
المجموع		٢٠٠	١٠٠ %

يوضح الجدول أن:الوقت الذي يستغرقه المبحوث لاستخدام Whatsapp معظمه " أقل من ساعة " وذلك بنسبة ٦٣, ٥ %، ويأتي في الترتيب الثاني " من ساعة - ٣ ساعات " وذلك بنسبة ٢٨ %، ثم الترتيب الثالث من ٤ - ٦ ساعات بنسبة ٥ %.

جدول رقم (٤) توزيع المبحوثين وفقاً لعدد المجموعات (القروب) المنظم لها في Whatsapp

م	المتغير	ك	النسبة
١	مجموعة واحدة	١٠	٥ %
٢	من ٢-٤ مجموعات	١٥٢	٧٦ %
٣	٥-٩ مجموعات	٣٠	١٥ %
٤	أكثر من ٩	٨	٤ %
المجموع		٢٠٠	١٠٠ %

يوضح الجدول أن: جميع المبحوثين منضمين لمجموعات Whatsapp، وأكبر نسبة هي المنضمين لعدد ٢-٤ مجموعات وذلك بنسبة ٧٦٪، ويأتي في الترتيب الثاني المنضمين لعدد من ٥-٩ مجموعات Whatsapp، وذلك بنسبة ١٥٪.

جدول رقم (٥) توزيع المبحوثين وفقاً لنوع المجموعات المنضم لها في

Whatsapp

م	المتغير	ك	النسبة	الترتيب
١	أسرية	١٢٣	٦١,٥ %	٤
٢	عائلية	١٤٩	٧٤,٥ %	٣
٣	زملاء دراسة	١١٦	٥٨ %	٥
٤	تسويق وبيع	٩٩	٤٩,٥ %	٦
٥	أصدقاء	١٨٣	٩١,٥ %	١
٦	مجموعات دينية	١٨١	٩٠,٥ %	٢

يوضح الجدول أن: المبحوثين منضمين لمجموعات متنوعة Whatsapp ومنها في الترتيب الأول «الأصدقاء» وذلك بنسبة ٩١,٥ %، ويأتي في الترتيب الثاني «مجموعة دينية» وذلك بنسبة ٩٠,٥ %، ويليهما في الترتيب الثالث «المجموعات العائلية» وذلك بنسبة ٧٤,٥ %، وفي الترتيب الرابع «المجموعات الأسرية» وذلك بنسبة ٦١,٥ %، وفي الترتيب الخامس زملاء الدراسة» وذلك بنسبة ٥٨ % وفي الترتيب الأخير «تسويق وبيع» وذلك بنسبة ٤٩,٥ %، ونجد أن جميع النسب متقاربة أو فوق النصف تقريباً وبالتالي يتضح ان هذا التطبيق يلعب دوراً اجتماعياً في كافة الجماعات الاجتماعية.

جدول رقم (٦) توزيع المبحوثين وفقاً للوسيلة المفضلة للتواصل

م	المتغير	ك	النسبة
١	التحدث هاتفياً	٤٧	٢٣,٥ %
٢	استخدم Whatsapp	١٥٣	٧٦,٥ %
	المجموع	٢٠٠	١٠٠ %

يوضح الجدول أن: معظم المبحوثين يفضلون استخدام Whatsapp عن التحدث في الهاتف، وذلك بنسبة ٧٦,٥٪، وتمثل نسبة المبحوثين الذين يفضلون التحدث هاتفياً ٢٣٪، ويتضح أن التواصل اللفظي أصبح أقل من السابق قبل وجود وسائل التواصل.

جدول رقم (٧) توزيع المبحوثين وفقاً لأسباب تفضيل استخدام Whatsapp

م	المتغير	ك	النسبة	الترتيب
١	لسهولة وسرعة التواصل من خلاله	١٣٦	٦٨ %	٣
٢	تجميع الأفراد في مجموعات (قروب)	٩٩	٤٩,٥ %	٤
٣	استخدامه كوسيلة للبيع والشراء	٦٢	٣١ %	٥
٤	قدرته على نقل الصور ومقاطع الفيديو	١٦٦	٨٣ %	١
٥	أخرى تذكر : قلة التكلفة المادية لاستخدامه	١٥٧	٧٨,٥ %	٢

يوضح الجدول أن: أسباب تفضيل استخدام Whatsapp ترجع إلى «قدرته على نقل الصور ومقاطع» وذلك بنسبة ٨٣٪، ويأتي في الترتيب الثاني «استخدامه



كوسيلة للبيع والشراء» وذلك بنسبة ٧٨,٥٪، ويليهما في الترتيب الثالث «لسهولة وسرعة التواصل من خلاله» وذلك بنسبة ٦٨٪، وفي الترتيب الخامس «قدرته على نقل الصور والأفلام بسهولة» وذلك بنسبة ٣١٪ وبالتالي يتضح من الحالات محل الدراسة أن التواصل البصري أصبح أهم من المكالمة الهاتفية وبالتالي يصبح هنالك تباعد بين أفراد العينة والجماعات الاجتماعية لهم بحيث إن لن يكون التفاعل بقوة التفاعل عبر المكالمة الهاتفية.

جدول رقم (٨) توزيع المبحوثين وفقاً لرؤيتهم لفوائد استخدام Whatsapp

م	العبارات	التكرار	المتوسط	انحراف معياري	النسبة	الترتيب
1	اكتساب معلومات ومعارف جديدة	133	1.66	0.47	66.5%	6
2	تقوية التواصل والعلاقات الاجتماعية	177	1.88	0.32	88.5%	2
3	التعبير عن الذات والآراء	128	1.64	0.48	64%	7
4	متابعة آخر المستجدات والاختبار	127	1.64	0.48	63.5%	7 مكرر
5	توفير الوقت والمال في التواصل	159	1.8	0.40	79.5%	3
6	تنمية الهوايات	40	1.2	0.40	20%	11
7	مشاهدة الفيديوهات والأخبار الطريفة	181	1.9	0.29	90.5%	1
8	تبادل المعلومات والأدعية الدينية	138	1.69	0.46	69%	4
9	تبادل الآراء السياسية	54	1.27	0.44	27%	10
10	التسلية	109	1.54	0.50	54.5%	8
11	تبادل معلومات في الدراسة	137	1.68	0.46	68.5%	5
12	التسويق الإلكتروني	85	1.42	0.48	42.5%	9

يوضح الجدول السابق أن: فوائد استخدام Whatsapp تمثلت فيما يلي: جاء

في الترتيب الأول مشاهدة الفيديوهات والأخبار الطريفة وذلك بمتوسط حسابي (٩, ١)، وجاء في الترتيب الثالث توفير الوقت والمال في التواصل بمتوسط حسابي (٨, ١) وجاء في الترتيب السابع التعبير عن الذات والآراء ومتابعة آخر المستجدات والاخبار بمتوسط حسابي (٦٤, ١)، وجاء في الترتيب الأخير الترتيب الحادي عشر تنمية الهوايات بمتوسط حسابي (٢٠, ١). وبذلك فإن المشاهدة تتصدر من جديد ويعتقد اغلب افراد العينة ان ذلك مهم للتواصل بين الفرد والجماعات الاجتماعية مع الأخذ في الاعتبار التكلفة

جدول رقم (٩) توزيع المبحوثين وفقاً لرؤيتهم لسلبات استخدام Whatsapp

م	المتغير	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	نشر بعض الأفكار الخاطئة والمضللة	١٢٥	١,٦٢	٠,٤٨	٦٢,٥%	٢
٢	إهدار وتضييع الوقت	١٣٦	١,٦٨	٠,٤٧	٦٨%	١
٣	تزيد من العزلة والوحدة	٦٧	١,٣٤	٠,٤٧	٣٣,٥%	٣
٤	زيادة الكذب والنفاق	٢٦	١,١٣	٠,٣٤	١٣%	٥
٥	تغيير القيم والأخلاق	٣٣	١,١٦	٠,٣٧	١٦,٥%	٤

يوضح الجدول السابق أن سلبات استخدام Whatsapp، تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «إهدار وتضييع الوقت» وذلك بمتوسط حسابي (٦٨, ١)، وجاء في الترتيب الثاني «نشر بعض الأفكار الخاطئة والمضللة» وذلك بمتوسط حسابي (٦٢, ١)، وجاء في الترتيب الثالث «تزيد من العزلة والوحدة» بمتوسط حسابي (٣٤, ١)، وجاء في الترتيب الأخير الترتيب الخامس «زيادة الكذب والنفاق» بمتوسط حسابي (١٣, ١)، وبالتالي فإن اهدار وتضييع الوقت وأخذ



الأفكار الخاطئة يلمسه المبحوثين من خلال استخدام وسائل التواصل.

جدول رقم (١٠) توزيع المبحوثين وفق تأثير Whatsapp على العلاقات الأسرية

م	مجتمع الدراسة العبارات	نعم		أحياناً		لا		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك			
١	هل تتواصل مع أفراد أسرتك على Whatsapp	١٤٧	٧٣,٥	١٣	٦,٥	٤٠	٢٠	٢,٥٤	٠,٨١	١
٢	الوقت الذي تقضيه في التحدث على Whatsapp مع أفراد الأسرة أكثر من الوقت الذي تقابلهم فيه وجها لوجه	٢٠	١٠	٢٨	١٤	١٥٢	٧٦	١,٣٤	٠,٦٥	٤
٣	تشعر أن علاقاتك مع أفراد الأسرة زادت وتوطدت بعد استخدام Whatsapp	١٣٣	٦٦,٥	٣٦	١٨	٣١	١٥,٥	٢,٥١	٠,٧٥	٢
٤	تشعر أن علاقاتك مع أفراد الأسرة ضعفت وقلت بعد استخدام Whatsapp	٣٢	١٦	٣٨	١٩	١٣٠	٦٥	١,٥١	٠,٧٥	٣
المتغير ككل								١,٩٧	٠,٩٢	متسوى متوسط

يوضح الجدول السابق أن تأثير استخدام Whatsapp على العلاقات الأسرية، تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «تواصل مع أفراد أسرتك على- What-sapp، وذلك بمتوسط حسابي (٢, ٥٤)، وجاء في الترتيب الثالث» تشعر أن علاقاتك مع أفراد الأسرة ضعف وقلت بعد استخدام Whatsapp بمتوسط حسابي (١, ٥١) جاء في الترتيب الأخير الترتيب الرابع «الوقت الذي تقتضيه في التحدث على Whatsapp مع أفراد الأسرة أكثر من الوقت الذي تقابلهم فيه وجهًا لوجه» بمتوسط حسابي (١, ٣٤)، وبذلك نجد المبحوثين يستشعرون أهمية المقابلة نوعًا ما افضل من المراسلات على هذا التطبيق.

جدول رقم (١١) إجابات المبحوثين عن أسباب زيادة وتوطيد العلاقات مع أفراد الأسرة

م	المتغير	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	زيادة التواصل والحديث بشكل مستمر	٥٢	١,٢٦	٠,٤٤	٢٦ %	٢
٢	متابعة أخبارنا يوميًا	٣٤	١,١٧	٠,٣٨	١٧ %	٣
٣	إرسال التهئة والصور والفيديو في المناسبات .	٨٣	١,٤٢	٠,٤٩	٤١,٥ %	١

أسباب زيادة وتوطيد العلاقات مع أفراد الأسرة، تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «إرسال التهئة والصور والفيديو في المناسبات والأعياد» وذلك بمتوسط حسابي (١, ٤٢)، وجاء في الترتيب الثاني «زيادة التواصل والحديث بشكل مستمر» بمتوسط حسابي (١, ٢٦)، وجاء في الترتيب الأخير الترتيب الثالث «متابعة أخبارنا يوميًا» بمتوسط حسابي (١, ١٧)، وهنا نجد أن المبحوثين يركزون على المواضيع العامة أكثر من الأحاديث المتعمقة.



جدول رقم (١٢) إجابات المبحوثين عن أسباب ضعف العلاقات مع أفراد الأسرة

م	المتغير	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	%	الترتيب
١	انشغالنا الدائم بالتواصل عبر Whatsapp عن الاتصال وجهًا لوجه	٣٠	١,١٥	٠,٣٦	١٥%	١
٢	تفاعلي مع الأسرة قل كثيرًا بعد Whatsapp	٢١	١,١٠	٠,٣١	١٠,٥%	٢
٣	أشعر بالانعزال عن محيط الأسرة	١٧	١,٠٨	٠,٢٨	٨,٥%	٣

يوضح الجدول السابق أن: أسباب ضعف العلاقات مع أفراد الأسرة تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «انشغالنا الدائم بالتواصل عبر Whatsapp عن الاتصال وجهًا لوجه» وذلك بمتوسط حسابي (١,١٥). وجاء في الترتيب الثاني «تفاعلي مع الأسرة قل كثيرًا بعد استخدام Whatsapp» بمتوسط حسابي (١,١٠)، وجاء في الترتيب الأخير: «أشعر بالانعزال عن محيط الأسرة» بمتوسط حسابي (١,٠٨)، وبالتالي يستشعر المبحوثون ضعف العلاقات الأسرية بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٣) توزيع المبحوثين وفقاً للموضوعات التي يتم مناقشتها على
Whatsapp في محيط الأسرة

م	المتغير	التكرار	النسبة	الترتيب
١	دينية	١٠٢	%٥١	٢
٢	سياسية	١٠	%٥	٧
٣	اقتصادية	١٤	%٧	٦
٤	معلومات وثقافة عامة	٦٧	%٣٣,٥	٤
٥	نكت وطرائف	٣٣	%١٦,٥	٥
٦	أخبار الأسرة	١١٠	%٥٥	١
٧	طلب إنجاز عمل خاص بالأسرة	٩٤	%٤٧	٣

يوضح الجدول أن: الموضوعات التي يتم مناقشتها على Whatsapp في محيط الأسرة «موضوعات خاصة باخبار الأسرة» وذلك بنسبة ٥٥٪، ويأتي في الترتيب الثاني «الموضوعات الدينية» وذلك بنسبة ٥١٪، ويليهما في الترتيب الثالث «طلب إنجاز عمل خاص بالأسرة» وذلك بنسبة ٤٧٪، وفي الترتيب الرابع «معلومات وثقافة عامة» وذلك بنسبة ٣٣,٥٪، وجاء في الترتيب الأخير «موضوعات سياسية» وذلك بنسبة ٥٪، ويتضح أن الوازع الديني وأهمية العلاقات القريية واضحة في إجابات المبحوثين.

جدول رقم (١٤) توزيع المبحوثين وفق تأثير Whatsapp على العلاقات العائلية

م	مجتمع الدراسة العبارات	نعم		أحياناً		لا		المتوسط المرجح	الأخفاف المعياري	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	الوقت الذي تقضيه في التحدث على Whatsapp مع أفراد العائلة أكثر من الوقت الذي تقابلهم فيه وجهًا لوجه..	١٨٤	٩٢	١٠	٥	٦	٣	٢,٨٩	٠,٤٠	١
٢	تشعر أن علاقاتك مع أفراد العائلة زادت وتوطدت بعد استخدام Whatsapp	١٣٦	٦٨	٤٢	٢١	٢٢	١١	٢,٥٧	٠,٦٨	٢
٣	تشعر أن علاقاتك مع أفراد العائلة ضعفت وقلت بعد Whatsapp	١٦	٨	٥١	٥,٢٥	٣,١٣	٦٦,٥	١,٤١	٠,٦٣	٣
المتغير ككل								٢,٢٩	٠,٨٦	متوسط

يوضح الجدول السابق أن: ثير Whatsapp على العلاقات العائلية، تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «الوقت الذي تقتضيه في التحدث على Whatsapp مع أفراد العائلة أكثر من الوقت الذي تقابلهم فيه وجهًا لوجه» وذلك بمتوسط

حسابي (٢, ٨٩)، وجاء في الترتيب الثاني «تشعر أن علاقاتك مع أفراد العائلة زادت وتوطدت بعد استخدام Whatsapp بمتوسط حسابي (٢, ٥٧)، وجاء في الترتيب الأخير الترتيب الثالث «تشعر أن علاقاتك مع أفراد العائلة ضعفت وقلت بعد استخدام Whatsapp» بمتوسط حسابي (١, ٤١)، وإذا اخذنا أن الأسر الممتدة تشكل غالبية المجتمع السعودي، فإن إجابات المبحوثين توضح أنهم يرون أن هذا التطبيق يلبي احتياجاتهم في التواصل مع أفراد العائلة.

جدول رقم (١٥) إجابات المبحوثين عن أسباب زيادة وتوطيد العلاقات مع أفراد العائلة

م	المتغير	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	زادت الزيارات المتبادلة بيننا .	٢٢	١,١١	٠,٣١	%١١	٥
٢	اشتركت العائلة كلها في قروب واحد للتواصل .	١٣٣	١,٦٦	٠,٤٧	%٦٦,٥	٢
٣	متابعة أخبارنا يوميًا .	٥١	١,٢٥	٠,٤٤	%٢٥,٥	٤
٤	التهنئة في المناسبات والأعياد .	١٣٦	١,٦٨	٠,٤٧	%٦٨	١
٥	الاتفاق على ميعاد شهري لاجتماع كل أفراد العائلة	٨٦	١,٤٣	٠,٥٠	%٤٣	٣

يوضح الجدول أن: أسباب زيادة وتوطيد العلاقات مع أفراد العائلة، تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «التهنئة في المناسبات والأعياد» وذلك بمتوسط حسابي (١, ٦٨)، وجاء في الترتيب الثالث «الاتفاق على ميعاد شهري لاجتماع كل أفراد العائلة» بمتوسط حسابي (١, ٤٣)، وجاء في الترتيب الأخير الترتيب الخامس «زادت الزيارات المتبادلة بيننا» بمتوسط حسابي (١, ١١)، ويتضح من

الجدول أعلاه أن اشترك العائلة في قروب واحد وتبادل التهاني سبب من أسباب توطيد العلاقات مع العائلة.

جدول رقم (١٦) إجابات المبحوثين عن أسباب ضعف العلاقات مع أفراد العائلة

م	المتغير	التكرار	المتوسط	الأخلاف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	انشغالنا عن التواصل.	١٠	١,٠٥	٠,٢٢	٥٥%	٢
٢	حدوث مشكلات أثناء التواصل .	١٣	١,٠٦	٠,٢٥	٦,٥%	١
٣	عدم اهتمام كل فرد بمعرفة اخبار الآخرين.	٤	١,٠٢	٠,١٤	٢%	٣

يوضح الجدول أن: أسباب ضعف العلاقات مع أفراد العائلة، تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «حدوث مشكلات أثناء التواصل» وذلك بمتوسط حسابي (١,٠٦)، وجاء في الترتيب الثاني «أنشغالنا عن التواصل» بمتوسط حسابي (١,٠٥)، وجاء في الترتيب الأخير الترتيب الثالث «عدم اهتمام كل فرد بمعرفة أخبار الآخرين» بمتوسط حسابي (١,٠٢)، وفق رأي المبحوثين فإن أسباب ضعف العلاقات مع العائلة الكبيرة ليس التواصل المباشر بل إثارة بعض المشكلات بينهم والانشغال هي السبب في ضعف هذه العلاقات.

جدول رقم (١٧) توزيع المبحوثين وفقاً للموضوعات التي يتم مناقشتها على
Whatsapp في محيط العائلة

م	المتغير	التكرار	النسبة	الترتيب
١	دينية	١٢٦	٦٣%	١
٢	سياسية	٢٠	١٠%	٦
٣	اقتصادية	٢٨	١٤%	٥
٤	معلومات وثقافة عامة	٦٦	٣٣%	٣
٥	نكت وطرائف	٥٧	٢٨,٥	٤
٦	أخبار العائلة	١,٣	٥١,٥%	٢

يوضح الجدول أن: الموضوعات التي يتم مناقشتها على Whatsapp في محيط العائلة «موضوعات دينية» وذلك بنسبة ٦٣٪، ويأتي في الترتيب الثاني «أخبار العائلة» وذلك بنسبة ٥, ٥١٪، ويليهما في الترتيب الثالث «معلومات وثقافة عامة» وذلك بنسبة ٣٣٪، وفي الترتيب الرابع «نكت وطرائف» وذلك بنسبة ٢٨, ٥٪، وجاء في الترتيب الأخير «موضوعات سياسية» وذلك بنسبة ١٠٪، ويتضح أن الوازع الديني والعلاقات القرابية تصدر آراء المبحوثين.



جدول رقم (١٨) توزيع المبحوثين وفقاً للتأثير Whatsapp على العلاقات مع الأصدقاء

م	مجتمع الدراسة (العبارات)	نعم		أحياناً		لا		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	هل تتواصل مع أصدقائك على Whatsapp ؟	١٥٨	٧٩	٢٩	١٤,٥	١٣	٦,٥	٢,٧٢	٠,٥٧	١
٢	الوقت الذي تقتضيه في التحدث على Whatsapp مع أصدقائك أكثر من الوقت الذي تقابلهم فيه وجهاً لوجه.	١١٥	٥٧,٥	٢٥	١٢,٥	٦٠	٣٠	٢,٢٧	٠,٨٩	٣
٣	تشعر أن علاقاتك مع أصدقائك زادت وتوطدت بعد استخدام Whatsapp .	١٤٤	٧٢	٣٢	١٦	٢٤	١٢	٢,٦٠	٠,٦٩	٢
٤	تشعر أن علاقاتك مع أصدقائك ضعفت وقلت بعد استخدام Whatsapp .	٣٣	١٦,٥	٣٣	١٦,٥	١٣٤	٦٧	١,٥٠	٠,٧٦	٤
المتغير ككل								٢,٢٧	٠,٨٨	متسوى متوسط

يوضح الجدول السابق أن: تأثير Whatsapp على العلاقات العائلية، تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «هل تتواصل مع أصدقائك على Whatsapp؟» وذلك بمتوسط حسابي (٧٢, ٢)، وجاء في الترتيب الثالث «الوقت الذي تقتضيه في التحدث على Whatsapp مع أصدقائك أكثر من الوقت الذي تقابلهم فيه وجهًا لوجه» بمتوسط (٢٧, ٢)، وجاء في الترتيب الأخير الترتيب الرابع «تشعر أن علاقاتك مع أصدقائك ضعفت وقلت بعد استخدام Whatsapp» بمتوسط حسابي (١, ٥٠). وبالتالي فإن أفراد العينة يتواصلون مع الأصدقاء عبر هذا التطبيق ويرون أنه مفيد للعلاقات مع الأصحاب ولا يرجحون بشكل كبير أن العلاقات مع الأصدقاء قد تضعف بعد استخدام Whatsapp.

جدول رقم (١٩) إجابات المبحوثين عن أسباب زيادة وتوطيد العلاقات مع الأصدقاء

م	المتغير	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	زيادة التواصل والحديث.	٩٧	١,٤٨	٠,٥٠	٤٨,٥	٢
٢	متابعة أخبارنا يوميًا .	٤٨	١,٢٤	٠,٤٣	٢٤	٣
٣	إرسال التهنية والصور والفيديو في المناسبات والأعياد.	١٥٦	١,٧٨	٠,٤١	٧٨	١

يوضح الجدول أن: أسباب زيادة وتوطيد العلاقات مع الأصدقاء تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «إرسال التهنية والصور والفيديو في المناسبات والأعياد» وذلك بمتوسط حسابي (٧٨, ١)، وجاء في الترتيب الثاني «زيادة التواصل والحديث» بمتوسط حسابي (٤٨, ١)، وجاء في الترتيب الأخير الترتيب الثالث «متابعة أخبارنا يوميًا» بمتوسط حسابي (٢٤, ١) يتضح أن أغلب

المبحوثين يرون أن إرسال التهنيئة والصور والفيديو في المناسبات والأعياد من أسباب توطيد العلاقات» وهذا واحد من الاعتقادات التي يتبناها المبحوثون تجاه استخدام وسائل التواصل.

جدول رقم (٢٠) إجابات المبحوثين عن أسباب ضعف العلاقات مع الأصدقاء

م	المتغير	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	انشغالنا بالتواصل عبر Whatsapp عن الاتصال وجهًا لوجه.	٢٥	١,١٢	٠,٣٣	%١٢,٥	١
٢	عدم الرغبة في التواصل لتفادي حدوث مشكلات.	١١	١,٠٦	٠,٢٣	%٥,٥	٢
٣	عدم اهتمام كل فرد بمعرفة أخبار الآخرين .	٧	١,٠٣	٠,١٨	%٣,٥	٣

يوضح الجدول أن: أسباب ضعف العلاقات مع الأصدقاء تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «انشغالنا الدائم بالتواصل عبر Whatsapp عن الاتصال وجهًا لوجه» وذلك بمتوسط حسابي (١,١٢) وجاء في الترتيب الثاني «عدم الرغبة في التواصل لتفادي حدوث مشكلات» بمتوسط حسابي (١,٠٦)، وجاء في الترتيب الأخير الترتيب الثالث «عدم اهتمام كل فرد بمعرفة الآخرين» بمتوسط حسابي (١,٠٣) وبالتالي أفراد العينة هنا يعترفون أن الانشغال بوسائل التواصل سبب من أسباب ضعف العلاقات مع الأصدقاء.

جدول رقم (٢١) توزيع المبحوثين وفقاً للموضوعات التي يتم مناقشتها على
Whatsapp في محيط الأصدقاء

م	المتغير	التكرار	النسبة	الترتيب
١	دينية	٨٨	%٤٤	١
٢	سياسية	٢٦	%١٣	٦
٣	اقتصادية	٣١	%١٥,٥	٥
٤	معلومات وثقافة عامة	٧٩	%٣٩,٥	٢
٥	نكت وطرائف	٦٤	%٣٢	٤
٦	أخبار الاصدقاء	٧٠	%٣٥	٣

يوضح الجدول أن: الموضوعات التي يتم مناقشتها على Whatsapp في محيط الأصدقاء «موضوعات دينية» وذلك بنسبة ٤٤٪، ويأتي في الترتيب الثاني «معلومات وثقافة عامة» وذلك بنسبة ٣٩,٥٪، ويليهما في الترتيب الثالث «أخبار الأصدقاء» وذلك بنسبة ٣٥٪، وفي الترتيب الرابع «نكت وطرائف» وذلك بنسبة ٣٢٪، وجاء في الترتيب الأخير «موضوعات سياسية» وذلك بنسبة ١٣٪.

جدول رقم (٢٢) توزيع المحبوثين وفقاً للتأثير Whatsapp على العلاقات مع الجيران

م	مجتمع الدراسة	نعم		أحياناً		لا		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	الوقت الذي تقضيه في التحدث على Whatsapp مع الجيران أكثر من أن تقابلهم فيه وجهًا لوجه.	١٦٨	٨٤	٨	٤	٢٤	١٢	٢,٧٢	٠,٠٦٦	١
٢	تشعر أن علاقاتك مع الجيران زادت وتوطدت بعد استخدام Whatsapp .	١٤٢	٧١	٤٠	٢٠	١٨	٩	٢,٦٢	٠,٦٤	٢
٣	تشعر أن علاقاتك مع الجيران ضعفت وقلت بعد استخدام Whatsapp .	٢٢	١١	٣٨	١٩	١٤	٧٠	١,٤١	٠,٦٨	٣
المتغير ككل								٢,٢٥	٠,٨٩	متوسط

يوضح الجدول السابق أن: تأثير Whatsapp على العلاقات مع الجيران تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «الوقت الذي تقضيه في التحدث على Whatsapp مع الجيران أكثر من الوقت الذي تقابلهم فيه وجهًا لوجه» وذلك بمتوسط حسابي (٢,٧٢)، وجاء في الترتيب الثاني «تشعر أن علاقاتك مع الجيران زادت وتوطدت بعد استخدام Whatsapp» بمتوسط حسابي (٢,٦٢)، وجاء في

الترتيب الأخير الترتيب الثالث «تشعر أن علاقاتك مع الجيران ضعفت وقلت بعد استخدام Whatsapp» بمتوسط حسابي (١, ٤١)، ويتضح من الجدول أعلاه أن مفردات العينة يستخدمون التطبيق أكثر في التواصل مع الجيران وهذا مؤشر على عدم التواصل وتبادل الزيارات بينهم.

جدول رقم (٢٣) اجابات المبحوثين عن أسباب زيادة وتوطيد العلاقات مع

الجيران

م	المتغير	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	زادات الزيارات المتبادلة بيننا .	٣٤	١,١٧	٠,٣٨	١٧%	٥
٢	اشترك المبنى كله في قروب واحد للتواصل.	١٤٨	١,٧٤	٠,٤٤	٧٤%	١
٣	متابعة أخبارنا يوميا .	١١٠	١,٥٥	٠,٥٠	٥٥%	٢
٤	التهنئة في المناسبات والأعياد.	١٠٠	١,٥٠	٠,٥٠	٥٠%	٤
٥	الاتفاق على اجتماع شهري لمتابعة شئون المبنى .	١,٣	١,٥٢	٠,٥٠	٥١,٥%	٣

يوضح الجدول أن أسباب زيادة وتوطيد العلاقات مع الجيران، تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «اشتركت المبنى كلها في قروب واحد للتواصل» وذلك بمتوسط حسابي (١, ٧٤)، وجاء في الترتيب الثالث «الاتفاق على اجتماع شهري لمتابعة شئون المبنى» بمتوسط حسابي (١, ٥٢) جاء في الترتيب الأخير الترتيب الخامس «زادت الزيارات المتبادلة بيننا» بمتوسط (١, ١٧)، وبالتالي فإن هنالك بعداً سوسيولوجياً حيث يتوقع المبحوثين أن إنشاء مجموعة قروب سوف يجعلهم يتمتعون بعلاقات وطيدة، ولكن نجد الاتفاق على التجمعات والزيارات تأخذ النسب الأدنى.

جدول رقم (٢٤) اجابات المبحوثين عن أسباب ضعف العلاقات مع الجيران

م	المتغير	التكرار	المتوسط	انحراف معياري	%	الترتيب
١	انشغالنا عن التواصل .	٣٣	١,١٦	٠,٣٧	١٦,٥ %	١
٢	حدوث مشكلات أثناء التواصل.	١١	١,٠٦	٠,٢٣	٥,٥ %	٤
٣	عدم اهتمام كل فرد بمعرفة أخبار الآخرين .	٢٤	١,١٢	٠,٣٢	١٢ %	٣
٤	عدم الاهتمام بالمبنى ورغبة كل فرد في الخصوصية .	٢٩	١,١٤	٠,٣٥	١٤,٥ %	٢

يوضح الجدول أن: أسباب ضعف العلاقات مع الجيران تمثلت فيما يلي: جاء في الترتيب الأول «انشغالنا عن التواصل» وذلك بمتوسط حسابي (١, ١٦)، وجاء في الترتيب الثاني «عدم الاهتمام بشئون المبنى ورغبة كل فرد في الخصوصية» بمتوسط حسابي (١, ١٤)، وجاء في الترتيب الأخير الترتيب الرابع «حدوث مشكلات أثناء التواصل» بمتوسط حسابي (١, ٠٦).

جدول رقم (٢٥) توزيع المبحوثين وفقاً للموضوعات التي يتم مناقشتها على
Whatsapp مع الجيران

م	المتغير	التكرار	النسبة	الترتيب
١	دينية	١٣٤	%٦٧	١
٢	سياسية	٤٤	%٢٢	٦
٣	اقتصادية	٥٦	%٢٨	٥
٤	معلومات وثقافة عامة	٨٩	%٤٤,٥	٤
٥	نكت وطرائف	١٠١	%٥٠,٥	٣
٦	أخبار الاصدقاء	١١٢	%٥٦	٢

يوضح الجدول أن: الموضوعات التي يتم مناقشتها على Whatsapp في محيط الجيران «موضوعات دينية» وذلك بنسبة ٦٧٪، ويأتي في الترتيب الثاني «اخبار المبنى» وذلك بنسبة ٥٦٪، ويليهما في الترتيب الثالث «نكت وطرائف» وذلك بنسبة ٥٠,٥٪، وفي الترتيب الرابع، معلومات وثقافة عامة وذلك بنسبة ٤٤,٥٪، وجاء في الترتيب الأخير «موضوعات سياسية» وذلك بنسبة ٢٢٪.

جدول رقم (٢٦) إجابات المبحوثين عن إمكانية الاستغناء عن Whatsapp

م	هي يمكن أن تستغني عن Whatsapp	ك	%
١	نعم	١١	%٥,٥
٢	لا	١٨٩	%٩٤,٥
	المجموع	٢٠٠	%١٠٠



يوضح الجدول أن: الغالبية العظمى من المبحوثين لا يمكنهم الاستغناء عن Whatsapp حيث كانت نسبتهم كبيرة جداً وهي تمثل نسبة ٩٤,٥٪، أما البقية فيستخدمون تطبيقات أخرى من تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢٧) إجابات المبحوثين عن أسباب عدم الاستغناء عن What-

sapp

م	المتغير	التكرار	النسبة
١	اعتدت على استخدامه .	٣٥	١٧,٥%
٢	أتابع عن طريقة الأخبار اليومية.	٣٣	١٦,٥%
٣	أستخدمه في شراء سلع ومنتجات .	٤٩	٢٤,٥%
٤	أستفيد من المعلومات الدينية المرسلة لي.	٨٢	٤١%
٥	يساعدني في تدعيم علاقتي بالآخرين.	١٢٦	٦٣%
٦	يوفر لي وقت الزيارات والمكالمات .	١١١	٥٥,٥%

يوضح الجدول أن: أسباب عدم الاستغناء عن Whatsapp تمثلت في أنه يساعديني في تدعيم علاقتي بالآخرين بنسبة ٦٣٪، ويليها يوفر لي وقت الزيارات والمكالمات بنسبة ٥٥,٥٪، وكذلك أستفيد من المعلومات الدينية المرسلة لي بنسبة ٤١٪، وفي نهاية الترتيب اتابع عن طريقة الأخبار اليومية بنسبة ١٦,٥٪، ويتضح من إجابات المبحوثين أن الأسباب تتعدد ولكن فكرة الاستغناء عن هذا التطبيق ضعيفة بل إن استخدام كل ما هو جديد.

مناقشة وتفسير النتائج:

- أظهرت نتائج الدراسة أن حوالي نصف المبحوثين (٥, ٤٨٪) كانوا يستخدمون Whatsapp من فترة (أكثر من ٥ سنوات)، ويرجع ذلك لاعتماد Whatsapp في تشغيله على توفر خدمة الانترنت في الهواتف، وهي الخدمة التي كانت مرتفعة التكاليف سابقاً، أما الآن وبعد توفير شركات الاتصالات خدمة الإنترنت بأسعار أفضل وبتقديم عروض مختلفة ومتعددة وفقاً لاستخدام كل فرد وإمكانيات فأصبح من اليسير على الأفراد استخدام الإنترنت على الهواتف، وبالتالي استخدام التطبيقات المرتبطة به Whatsapp، ووفق النظرية التفاعلية الرمزية فإن الإشباع التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة. ونجد هنا أن أكثر أفراد العينة يستخدمون Whatsapp، بالإضافة إلى أن الدراسة تتفق مع دراسة رواد التواصل الاجتماعي في أن نصف المستخدمين في العالم العربي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي.

- أكثر من نصف المبحوثين (٥, ٦٣٪) يستخدمون Whatsapp يومياً لأقل من ساعة فقط، وهي مدة زمنية قصيرة، وقد يرجع ذلك لسرعة تلقي رسائل Whatsapp وسرعة استخدامه مقارنة بوسائل التواصل الأخرى التي تتطلب تحميل صفحات كاملة من الإنترنت وهو ما يستغرق وقتاً أطول، كما أن مدة استخدام Whatsapp مرتبطة بعدد الرسائل التي يستقبلها الفرد من الآخرين أو يرسلها لهم، وظهور برامج أخرى مثل السناپ شات.

- جميع المبحوثين منضمون إلى مجموعات (قروبات) في Whatsapp، وهي إحدى المميزات التي يقدمها هذا التطبيق، حيث يمكن التواصل بين أكثر من شخص في وقت واحد، وإطلاع الجميع على كل آراء ومقترحات باقي أفراد المجموعة، وتختلف هذه المجموعات بحسب الغرض من إنشائها، فقد تكون



مجموعة أصدقاء أو مجموعة زملاء العمل، أو مجموعة للعائلة وغير ذلك. وقد سجلت مجموعات الاصدقاء أعلى نسبة بين المبحوثين (91, 5%) وهو ما يدل على ارتفاع التواصل لدى الشعب السعودي بشكل عام، حيث نجد أن نسبة التواصل زادت بين الشباب السعودي ولم يعد الانتقال من مدينة إلى مدينة أو من دولة إلى دولة عائقًا كبيرًا في التواصل بين الأصدقاء، بل أشار عدد من الحالات إلى استخدام وسائل تواصل اجتماعي أخرى مثل السناپ شات حيث ينقل اليوميات بشكل فوري.

- معظم أفراد العينة (76, 5%) يفضلون استخدام Whatsapp عن التحدث هاتفياً ويرجع ذلك لأنه تطبيق مجاني فلا يتطلب تكلفة من شبكة الهاتف المستخدم عند إرسال الرسائل واستقبالها، بل يتم احتساب التكلفة من خدمة الإنترنت الإجمالية، وذلك عكس الاتصال هاتفياً الذي يتطلب دفع تكلفة كل مكالمة واحتساب المدة بالدقائق، كما يمكن تصفح وقراءة رسائل Whatsapp في أوقات الفراغ أو الوقت التي يرغب فيه الشخص قراءتها وهو أفضل وأكثر توفيراً للوقت من الرد على المحادثات الهاتفية، وهي الأسباب التي حددها المبحوثون بقلّة التكلفة المادية لاستخدامة (87, 5%)، وسهولة وسرعة استخدامة (68%).

- وعن دوافع استخدام Whatsapp أكد المبحوثون أن أهم الفوائد التي يحققها Whatsapp هي استخدامه كوسيلة لنقل الصور ومقاطع الفيديو حيث يتم تناقل الأخبار والأحداث والحكم والطرائف من خلال بعض الصور ومقاطع الفيديو، وبلغت هذه النسبة (90, 5%)، أما الفائدة الثانية التي يحققها What-sapp فهي سرعة وسهولة التواصل بين الآخرين (88, 5%)، ويرتبط ذلك بقلّة التكلفة المادية لهذا التطبيق، وهو ما يؤكد على الدور الذي تقوم به هذه الوسائل في تحقيق التفاعل بين أفراد المجتمع، أما أهم سلبيات هذا التطبيق فتمثلت في

تضييع الوقت وإهداره حيث يقضى المستخدمون أوقاتاً طويلة نسبياً في تصفح الرسائل والصور.

- وفيما يتعلق ب Whatsapp وتأثيره على العلاقات الأسرية، تظهر النتائج أن Whatsapp له تأثيراً على التفاعل الاجتماعي في محيط الأسرة، وذلك على عكس مما هو شائع من أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى ضعف وقطع الصلات بين أفراد الأسرة، وتؤدي إلى اغتراب وعزلة أفراد الأسرة عن بعضهم البعض، فقد وجد أن (٦٦,٥%) من المبحوثين زادت وتوطدت علاقاتهم مع أفراد أسرهم بعد استخدام Whatsapp وظهر من خلال What-sapp شكل جديد من أشكال العلاقات الاجتماعية وهو التفاعل الإلكتروني غير المباشر كبديل عن التفاعل المباشر أو تفاعل الوجه بالوجه، ورغم حداثة هذا الشكل من التفاعل إلا أنه استطاع أن يحدث تأثيراً قوياً في العلاقات بين الأفراد، حيث يعرض الأفراد عن طريق Whatsapp الآراء و وجهات النظر بشكل أكثر تفصيلاً وأكثر جرأة متحاشياً حرج العلاقة المباشرة وكلام المواجهة الذي قد يسبب مشاكل وسوءاً في العلاقات الأسرية، هذا بالإضافة إلى اللجوء إلى بعض الوسائل التكميلية في التعبير كإرسال صورة أو قصة تعبر في ثناياها عن وجهة نظر المرسل، فقد ذكر أحد المبحوثين الشباب أنه يستخدم Whatsapp في الحديث مع والده حينما يود أن يعاتبه على موقف من المواقف التي صدرت من الأب تجاهه وقد يخجل في الحديث عنه في مواقف مواجهة، كما أن استخدام Whatsapp زاد من تقارب أفراد الأسرة وتواصلهم حتى في أوقات عملهم أو غيابهم عن بعض أفي حين أكد عدد قليل نسبياً من المبحوثين على أن استخدام Whatsapp أدى إلى ضعف وقلة التفاعل الاجتماعي داخل الأسرة (١٦%)، وعن أهم الموضوعات التي يتم مناقشتها على Whatsapp في محيط الأسرة فكانت الأخبار المتعلقة



بالأسرة (٥٥%) وهو ما يدل على استخدام Whatsapp في محيط الأسرة فكانت الأخبار المتعلقة بالأسرة (٥٥%) وهو ما يدل على استخدام Whatsapp كوسيلة جديدة للنقاش والحوار في الأسرة.

- أظهرت نتائج الدراسة فيما يختص بتأثير Whatsapp على العلاقات العائلية أن التواصل الاجتماعي عن طريق Whatsapp له تأثير إيجابي في التفاعل الاجتماعي العائلي، فقد أكد (٩٢%) من المبحوثين أن الوقت الذي يتواصلون به عن طريق Whatsapp أكثر من الذي يتقابلون فيه وجهاً لوجه من بعضهم البعض، ويرجع ذلك إلى سهولة استخدام Whatsapp وتوفير الوقت والتكلفة المادية للتواصل المباشر والتزاور بين أفراد العائلة، وهي المتغيرات التي أدت في الفترات الأخيرة إلى صعوبة وضعف التواصل العائلي نظراً لضيق الوقت وأنشغال الجميع بشئون الحياة اليومية وهو ما يعني أن استخدام هذا التطبيق قد ساعد على تعميق هذه الروابط العائلية، ومن ذلك -على سبيل المثال - ما أكده بعض المبحوثين أن Whatsapp ساعدهم على اتفاهم على ميعاد شهري ثابت للقاء أفراد العائلة بعضهم مع بعض ومعرفة أخبار جميع أفراد العائلة بشكل مستمر، وهو ما كانت تفتقده العائلة منذ فترة.

- وعن تأثير Whatsapp على علاقات الأصدقاء أظهرت النتائج أن التفاعل الاجتماعي مع الأصدقاء زاد وتعمق بعد استخدام Whatsapp، وهو ما ذكره (٧٢%) من المبحوثين، وأكد المبحوثون أيضاً أن صلاتهم ببعض الأصدقاء كانت منقطعة تقريباً قبل استخدام Whatsapp بسبب انشغالهم الدائم، ولكن استخدام Whatsapp استطاع أن يزيد من تقارب العلاقات والتفاعل الاجتماعي بين بعضهم البعض بسبب سهولة وسرعة استخدامه، وزيادة قدرتهم على معرفة أخبارهم بشكل متواصل، إضافة إلى تقديمهم التهاني والأمنيات في الأعياد

والمناسبات المختلفة، في حين أكدت نسبة ضعيفة (٥, ١٦٪) من أفراد العينة ضعف علاقاتهم مع الأصدقاء بعد استخدام Whatsapp، حيث أكدوا أنهم كانوا يلتقون مع بعضهم من حين لآخر، أما بعد استخدام Whatsapp فقد انحصرت علاقاتهم على إرسال الرسائل فقط عن طريق هذا التطبيق.

- أما عن تأثير Whatsapp على علاقات الجيرة أكد (٨٤٪) من المبحوثين أن علاقاتهم مع جيرانهم زادت وتعمقت بعد استخدامهم للواتس آب، خاصة أن معظم المبحوثين اشتركوا في مجموعة واحدة تضم الجيران في المسكن الواحد، وهو ما يسر التواصل بينهم بشكل مستمر، وأتاح الفرصة لمناقشة الموضوعات الخاصة بالسكن وعقد اجتماعات دورية بينهم، في حين أكدت نسبة قليلة (١١٪) من المبحوثين أن علاقاتهم ضعفت بعد استخدام Whatsapp، وذلك لعدم اهتمامهم بالتواصل مع الجيران ورغبة كل فرد في الاستقلال والخصوصية

- أما عن أهم الموضوعات التي يتم تناولها في محادثات Whatsapp فجاءت الموضوعات الدينية في مقدمة هذه الموضوعات، وذلك في جميع العلاقات العائلية، وعلاقات الأصدقاء والجيرة باستثناء العلاقات الأسرية التي جاءت أخبار الأسرة في مقدمة الموضوعات التي يتم مناقشتها، وتعود صدارة الموضوعات الدينية في محادثات ورسائل Whatsapp إلى الطبيعة المتدينة للمجتمع السعودي، حيث إن المجتمع السعودي متدين بطبعه ويفضل الحديث في الشؤون الدينية بصفة دائمة.



التوصيات :-

- القيام بدورات و ورش عمل توعوية حيال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونشر ثقافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال زراعة قيم مجتمعية تجعل الفرد قادر على الاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعية.
- تطوير تطبيقات تعطي تنبيهًا حين يتم تعدي الوقت الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي.
- التوعية بأخذ الحذر من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل والتفاعل بين أفراد الأسرة، حيث إنها أفرزت أشكالًا جديدة من التفاعل وهو التفاعل الإلكتروني، وهذا لا يلغي الجانب الإيجابي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي
- يجب أن يكون هنالك جهات رقابية معنية بدراسة وسائل التواصل الاجتماعي أسوة ببرنامج التعاملات الإلكترونية الحكومية (يسر) والذي يهتم بالجانب الحكومي فقط، وأقترح أن يكون تابعًا لوزارة العمل والتنمية الاجتماعية.
- القيام بدراسة مؤسسية أكبر وأشمل حيث إن أغلب الدراسات جهود بحثية فردية، وبالتالي يجب القيام بدراسة وفق عينة ممثلة للمجتمع السعودي وتخرج بنتائج أكبر وأشمل.

الإستبانة

س ١:- الاسم:..... (اختياري)

س ٢:- النوع: أ - ذكر () ب - انثى ()

س ٣:- السن:	س ٤:- المستوى الدراسي :-	س ٥:- الحالة الاجتماعية
١ - ٢١ ()	١ - الخامس ()	١ - أعزب ()
٢ - ٢٢ ()	٢ - السادس ()	٢ - متزوج ()
٣ - ٢٣ ()	٣ - السابع ()	٣ - أرمل ()
٤ - ٢٤ ()	٤ - الثامن ()	٤ - مطلق ()

س ٦:- ما المدة الزمنية لك في استخدام الواتس اب

م	المتغير	ك	النسبة
١	من شهر - لأقل من سنة		
٢	من سنة - سنتين		
٣	من ٣ سنين - ٥ سنين		
٤	أكثر من ٥ سنين		



س ٧:- ما الوقت المستغرق في استخدام الواتس اب؟

م	المتغير	ك	النسبة
١	من شهر - الأقل من سنة		
٢	من سنة - سنتين		
٣	من ٣ سنين - ٥ سنين		
٤	أكثر من ٥ سنين		

س ٨:- كم عدد المجموعات (القروب) المنضم لها في الواتس اب؟

م	المتغير	ك	النسبة
١	مجموعة واحدة		
٢	من ٢-٤ مجموعات		
٣	٥-٩ مجموعات		

س ٩:- ما نوع المجموعة المنضم لها في الواتس اب

م	المتغير	ك	النسبة
١	أسرية		
٢	عائلية		
٣	زملاء دراسة		
٤	تسويق وبيع		
٥	أصدقاء		
٦	مجموعات دينية		

س ١٠:- هل الوسيلة المفضلة لك للتواصل التحدث هاتفياً أم الواتس اب

م	المتغير	ك	النسبة
١	التحدث هاتفياً		
٢	استخدم الواتس اب		

س ١١:- ما أسباب تفضيل الواتس اب؟

المتغير	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١			
٢			
٣			
٤			
٥			

س ١٢:- ما سلبيات استخدام الواتس اب من وجهة نظركم؟

م	العبارات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	نشر بعض الأفكار الخاطئة والمضللة			
٢	إهدار وتضييع الوقت			
٣	تزيد من العزلة والوحدة			
٤	زيادة الكذب والنفاق			
٥	تغيير القيم والأخلاق			



س ١٣ :- ما فوائد استخدام الواتس اب من وجهة نظركم؟

م	العبارات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	اكتساب معلومات ومعارف جديدة			
٢	تقوية التواصل والعلاقات الاجتماعية			
٣	التعبير عن الذات والآراء			
٤	متابعة آخر المستجدات والابحار			
٥	توفير الوقت والمال في التواصل			
٦	تنمية الموايات			
٧	مشاهدة الفيديوهات والابحار الطريفة			
٨	تبادل المعلومات والأدعية الدينية			
٩	تبادل الآراء السياسية			
١٠	التسلية			
١١	تبادل معلومات في الدراسة			
١٢	التسويق الإلكتروني			

س ١٤ :- ما تأثير الواتس اب علي العلاقات الأسرية؟

م	العبارات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	هل تتواصل مع أفراد أسرتك على الواتس اب ؟			
٢	الوقت الذي تقضيه في التحدث على الواتس مع أفراد الأسرة أكثر من الوقت الذي تقابلهم فيه وجهًا لوجه.			
٣	تشعر أن علاقاتك مع أفراد الأسرة زادت وتوطدت بعد استخدام الواتس			
٤	تشعر أن علاقاتك مع أفراد الأسرة ضعفت وقلت بعد استخدام الواتس			

س ١٥ :- ما أسباب زيادة وتوطيد العلاقات مع أفراد الأسرة؟

م	العبارات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	زيادة التواصل والحديث بشكل مستمر			
٢	متابعة أخبارنا يوميًا			
٣	إرسال التهنئة والصور في المناسبات والأعياد			



س ١٦ :- ما اسباب ضعف العلاقات مع أفراد الاسرة؟

م	العبارات	أوافق	إلى حدما	لا أوافق
١	انشغالنا الدائم بالتواصل عبر الواتس عن الاتصال وجهًا لوجه			
٢	تفاعلي مع الأسرة قل بعد استخدام الواتس			
٣	أشعر بالانعزال عن محيط الأسرة			

س ١٧ :- ما الموضوعات التي يتم مناقشتها علي الواتس اب في محيط الأسرة؟

م	المغبر	أوافق	إلى حدما	لا أوافق
١	دينية			
٢	سياسية			
٣	اقتصادية			
٤	معلومات وثقافة عامة			
٥	نكت وطرائف			
٦	أخبار الأسرة			
٧	طلب انجاز عمل خاص بالأسرة			

س ١٨:- ما تأثير الواتس اب علي العلاقات العائلية؟

م	العبارات	اوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	الوقت الذي تقضيه في التحدث على الواتس مع أفراد العائلة أكثر من الوقت الذي تقابلهم فيه وجهًا لوجه			
٢	تشعر أن علاقاتك مع أفراد العائلة زادت وتوطدت بعد استخدام الواتس			
٣	تشعر أن علاقاتك مع أفراد العائلة ضعفت وقلت بعد استخدام الواتس			

س ١٩:- ما أسباب زياده وتوطيد العلاقات مع أفراد العائلة؟

م	العبارات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	زادت الزيارات المتبادلة بيننا			
٢	اشتركت العائلة كلها في قروب واحد للتواصل			
٣	متابعة أخبارنا يوميًا			
٤	التهنئة في المناسبات والأعياد			
٥	الاتفاق على ميعاد شهري لاجتماع كل أفراد العائلة			

س ٢٠:- ما أسباب ضعف العلاقات مع أفراد العائلة؟

م	العبارات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	انشغالنا عن التواصل			
٢	حدوث مشكلات أثناء التواصل			
٣	عدم اهتمام كل فرد بمعرفة أخبار الآخرين			

س ٢١:- ما الموضوعات التي يتم مناقشتها علي الواتس في محيط العائلة؟

م	الموضوعات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	دينية			
٢	سياسية			
٣	اقتصادية			
٤	معلومات وثقافة عامة			
٥	نكت وطرائف			
٦	أخبار العائلة			

س ٢٢:- ما تأثير الواتس أب علي العلاقات مع الأصدقاء؟

م	العبارات	أوافق	إلى حدما	لا أوافق
١	هل تتواصل مع أصدقائك على الواتس			
٢	الوقت الذي تقتضيه في التحدث على الواتس مع أصدقائك أكثر من الوقت الذي تقابلهم فيه وجهًا لوجه			
٣	تشعر أن علاقاتك مع أصدقائك زادت وتوطدت بعد استخدام الواتس			
٤	تشعر أن علاقاتك مع أصدقائك ضعفت وقلت بعد استخدام الواتس			

س ٢٣:- ما أسباب زياده وتوطيد العلاقات مع الاصدقاء؟

م	العبارات	أوافق	إلى حدما	لا أوافق
١	زيادة التواصل والحديث			
٢	متابعة أخبارنا يوميًا			
٣	إرسال التهنيئة والصور والفيديو في المناسبات والأعياد			



س ٢٤:- ما أسباب ضعف العلاقات مع الأصدقاء؟

م	المتغير	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	إنشغالنا الدائم بالتواصل عبر الواتس عن الاتصال وجهًا لوجه			
٢	عدم الرغبة في التواصل لتفادي حدوث مشكلات			
٣	عدم اهتمام كل فرد بمعرفة أخبار الآخرين			

س ٢٥:- م الموضوعات التي يتم مناقشتها علي الواتس مع الأصدقاء؟

م	الموضوعات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	دينية			
٢	سياسية			
٣	اقتصادية			
٤	معلومات وثقافة عامة			
٥	نكت وطرائف			
٦	أخبار الأصدقاء			

س ٢٦:- ما تأثير الواتس أب علي العلاقات مع الجيران؟

م	العبارات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	الوقت الذي تقضية في التحدث على الواتس مع الجيران أكثر من الوقت الذي تقابلهم فيه			
٢	تشعر أن علاقاتك مع الجيران زادت وتوطدت بعد استخدام الواتس			
٣	تشعر أن علاقاتك مع الجيران ضعفت وقلت بعد استخدام الواتس			

س ٢٧:- ما أسباب زياده وتوطيد العلاقات مع الجيران؟

م	العبارات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	زادات الزيارات المتبادلة بيننا			
٢	اشترك المبنى كله في قروب واحد للتواصل			
٣	متابعة أخبارنا يوميا			
٤	التهنئة في المناسبات والأعياد			
٥	الاتفاق على اجتماع شهري لمتابعة شئون المبنى			

س ٢٨: - ما أسباب ضعف العلاقات مع الجيران؟

م	المتغير	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	انشغالنا عن التواصل			
٢	حدوث مشكلات أثناء التواصل			
٣	عدم اهتمام كل فرد بمعرفة أخبار الآخرين			
٤	عدم الاهتمام بشئون المبنى ورغبة كل فرد في الخصوصية			

س ٢٩: - ما الموضوعات التي يتم مناقشتها علي الواتس مع الجيران؟

م	الموضوعات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
١	دينية			
٢	سياسية			
٣	اقتصادية			
٤	معلومات وثقافة عامة			
٥	نكت وطرائف			
٦	أخبار الأصدقاء			

س ٣٠:- هل من الممكن الاستغناء عن الواتس اب؟

م	هي يمكن أن تستغني عن الواتس اب؟	ك	%
١	نعم		
٢	لا		

س ٣١:- في حالة إجابة المبحوث عم الاستغناء عن الواتس فما السبب؟

م	المتغير	أوافق	إلى حدما	لا أوافق
١	اعتدت على استخدامه			
٢	اتابع عن طريقة الأخبار اليومية			
٣	أستخدمه في شراء سلع ومنتجات			
٤	أستفيد من المعلومات الدينية المرسلة لي			
٥	يساعدني في تدعيم علاقتي بالآخرين			
٦	يوفر لي وقت الزيارات والمكالمات			



المراجع

أولاً: المراجع العربية:

١. أحمد إبراهيم محمد، البهلول، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل النسق القيمي للشباب المصري الجامعي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة المنصورة، ٢٠١٧.
٢. أحمد محمد محمد حسن رفاعي، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٤.
٣. أسامة محمد عبد الرحمن حسنين، دور الفيس بوك في امداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصر، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، جامعة عين شمس، ٢٠١٤.
٤. آمال جمعة عبد الفتاح، فاعلية برنامج مقترح في تدريس علم الاجتماع السياسي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، العدد ٤٦، ٢٠١٤ م.
٥. بارعة شقير، استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والاشباع المحققة منها، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٥، العدد الأول والثاني، ٢٠٠٩ م.
٦. التقرير الأول لقمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، دبي، الامارات العربية المتحدة، ٢٠١٥.
٧. حنان الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية، الفيس بوك وتويتر نموذجا، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم

- الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، ١٤٣٤ هـ
٨. شدان يعقوب خليل، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية ن نابلس، فلسطين، ٢٠١٥.
٩. غزال مريم، نور الهدى شعوبي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، ورقة عمل لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، ٢٠١٤ م
١٠. فايز الصياغ، أنتوني جيدنز، علم الاجتماع، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ٢٠٠٥ م.
١١. فهد الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي واثرها على القيم لدى طلاب الجامعة « توتير نموذجا ».. دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد ٣١، العدد ٦١، الرياض، ٢٠١٤.
١٢. ماجد رجب العبد ن التواصل الاجتماعي .. أنواعه .. ضوابطه .. آثاره ومعوقاته، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، ٢٠١١، ص ١٠
١٣. محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير كلية الآداب والتربية، الاكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، ٢٠١٢
١٤. محمود عوده، اسس علم الاجتماع، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، غير مبين سنة النشر.



١٥. مريم نريمان تومار، استخدام مواقع الشبكات وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير، قسم العلوم الأنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، ٢٠١٢ م
١٦. نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة الجلفة، الجزائر، السنة الخامسة، العدد الحادي عشر ٢٠١٣.
١٧. هناء سرور، وسائل التواصل الاجتماعي وإثراء المحتوى القومي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة، ففي العشرية العربية للتنمية التشاركية للإعلام والاتصالات (٢٠٠٩-٢٠١٨)، الاجتماع المشترك لمجلسي وزراء الإعلام والاتصالات العرب (دمشق ٢٠٠٨)
١٨. وجدان إبراهيم المقيبل، التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية لاستخدام الطالبة الجامعية لشبكات التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم العربية والإنسانية، المجلد التاسع، العدد ٣، جامعة القصيم، ٢٠١٦.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Tatiana Taraszow and others: Disclosure of personal and contact information by young people in social networking sites: An analysis using Facebook profiles as an example, USA International Journal of Media & Cultural Politics Volume 6, Number 1, January 2010.
2. Emily Christofides and others: Risky Disclosures on Facebook The Effect of Having a Bad Experience on Online Behavior, USA, Journal of Adolescent Research Vol. 27 no. 6, November 2012.
3. Andre Allison The Face book role information of social relationship MA, Oxford.Cambridge UK,2007
4.) Kate kensi and Natalie jomini stroud:connection between internet use and political Efficacy knowledge and participation. journal of broadcasting & Electronic Media June ,2006

