مدى اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع: دراسة مسحية في مدينة الرياض

د. عبدالملك بن عبدالعزيز الشلهوب

الأستاذ المشارك بقسم الإعلام - كلية الآداب

بجامعة الملك سعود

مستخلص. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدوافع والأهداف التي تدفع الجمهور السعودي للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، وأي هذه المواقع يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات حول قضايا المجتمع السعودي، والأسباب التي تدفع الجمهور للاعتماد على هذه المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع، وما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي تبعاً لسماتهم الديموغرافية، ومدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي، واستخدم الباحث المنهج المسحي والاستبانة أداة للحصول على المعلومات الرئيسية من أفراد العينة البالغ عددهم (٨٩٣) مفردة من سكان مدينة الرياض من السعوديين، وكشفت نتائج الدراسة تركيز اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع بالدرجة الأولى على الدوافع المعرفية، وأن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا المجتمع السعودي تركز على متابعة القضايا الاجتماعية، كما أظهرت النتائج اعتماد الجمهور على موقع التواصل تويتر بدرجة كبيرة في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع السعودي.

الكلمات المفتاحية: اعتماد الجمهور، مواقع التواصل الاجتماعي، قضايا المجتمع السعودي، المعرفة بقضايا المجتمع، الجمهور السعودي

المقدمة

هاتين الوسيلتين الطريق لنظام إعلامي جديد يقوم على اساس العولمة الإعلامية التي تعد امتداداً طبيعياً للعولمة على الصعيدين السياسي والاقتصادي، وهذا بدوره أدى إلى تغيير كبير في

شهد الإعلام في العقدين الأخيرين تطورات كبيرة تمثلت في ظهور الوسائل الإعلامية الجديدة بما تشمله من قنوات فضائية وإنترنت، حيث مهدت

الشكل العام للمشهد الإعلامي وطرق تلقي المعلومات ووسائلها حتى أصبح الإنسان مثل النجم الذي يسبح في فضاء تحيط به المعلومات من كل اتجاه، وأصبحت هذه الوسائل تلاحق الإنسان في كل مكان وتقدم له ما يحتاجه من أخبار ومعلومات، وأدى ذلك بالتالي إلى " تغيير مفهوم الإعلام وطبيعته في هذا العصر حيث لم يعد مرتبطاً بمخرجات وسائل الاتصال الجماهيري بل أصبح شديد الالتصاق بالمعلومات: المالية، والعلمية، والتكنولوجية، والطبية، والرياضية، والثقافية، والاجتماعية، بمعنى أن الإعلام لم يعد حكراً على المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية حيث دخل متعاملون جدد في مجال إنتاج الإعلام، وتخزينه، وتوزيعه، لم تكن لهم علاقة سابقة بوسائل الإعلام الكلاسيكية، وهذا ما جعل القيمة التبادلية للإعلام تسعى لتغطي على قيمته الاستخدامية في ظل تحول البنية الاقتصادية للمؤسسة المنتجة للإعلام والقائمة على الطلب وليس على العرض، أي خلافاً للمنطق الذي كان يستند إليه اقتصاد وسائل الإعلام في منتصف القرن الماضي والقائم على مبدأ العرض. " (العياضي، [http://www.siironline.org/alabwab/solta5\(18\)/0\(15.htm](http://www.siironline.org/alabwab/solta5(18)/0(15.htm))

لقد أدى انتشار شبكة الإنترنت والذي بلغ عدد مستخدميه بنهاية الربع الأول (٢٠١٨م) أكثر من أربعة مليار مستخدم، (<https://taqnia24.com>) إلى ربط أجزاء هذا العالم، ولعبت دوراً بارزاً في تطوير كل القطاعات التي دخلت عليها وفي الارتقاء بها

سواء من حيث التعليم أو الأبحاث أو التجارة والتسويق أو الصحافة والإعلام أو فيما يتعلق بالترابط الاجتماعي والعلاقات بين الناس من خلال وسائلها الجديدة، (قتلوني، ٢٠١٤: ٨٣) حيث مهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، فالإنترنت كوسيلة اتصال تعد المظهر الأكثر تجلياً لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وأخرجت الجماهير والأفراد العاديين من دورهم السلبي إلى دور أكثر فعالية من خلال توليد فضاءات إبداعية واتصالية خاصة بهم، فالمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى، لقد أدى هذا كله إلى تحويل المتلقي إلى مرسل ومصدر للمادة الإعلامية، وأضحت مساحات اتصالية يعبر فيها المغمورون عن آرائهم وما يختلج في صدورهم، وأن تكون الأداة التي استطاعت أن توحد وتقرب بين أقطار العالم. (شفيق، ٢٠١٣: ٦٨)

وهكذا نرى أن أهم ما يميز وسائل الإعلام الحديثة بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي إتاحتها المجال للناس للمشاركة والتعبير عن اهتماماتهم واحتياجاتهم ومطالبهم بصورة لم تكن متاحة لهم من

قبل، لهذا فنحن أمام إعلام جديد اختلفت فيه مؤسساته وأدواته وأساليبه وأهدافه ومآلكيه.

لقد أفقدت الوسائل الإعلامية الجديدة ولا سيما مواقع التواصل الاجتماعي الإعلام التقليدي بريقه وقللت من أهميته ودفعت كثير من الناس إلى تهميشها بعد أن شعروا بأنها لا تخدم مصالحهم أو تلبي احتياجاتهم نتيجة غياب المصداقية وانحيازها نحو السلطة والمال والنفوذ، حيث استطاع الإعلام الجديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي من كسر احتكار القنوات التلفزيونية الكبيرة وبعض الصحف المهمة والمؤثرة بعد أن كانت هذه القنوات وتلك الصحف تسهم في تكوين الرأي العام باعتبار أنها أهم وأول مصدر إخباري بالنسبة للناس. (المقدادي، ٢٠١٣: ١٩٨)

لقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم النافذة التي يطل منها المستخدم على العالم من حوله يعلن فيها عن نفسه، ويجد من يعلن عن نفسه مثله ويشاركه الرأي، والسرعة في تغطيتها للأحداث، وأنها أحد البدائل والخيارات المطروحة أمام الجمهور لإشباع حاجاته بناء على التوقعات التي يرسمها لنفسه، وبالإضافة إلى ذلك التفاعلية التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي إذ خلقت نوعاً من التفاعل ولاسيما بين الشباب والعالم بعد العزلة التي كانت تفرضها عليه ظروف الحياة، وأنها تعتبر المتنفس للمستخدمين ليعبروا عن اهتماماتهم وهموم المتنوعة بعد حالة الكبت والعيب ومصادرة الرأي

والحرية، إضافة إلى قدرة مستخدمي هذه المواقع على نشر أي قضية أو موضوع سواء أكان سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي أو غيرها من المواضيع دون الاضطرار للتعامل مع حراس البوابة في الإعلام التقليدي، وهذا الذي حدث أدى ببعض الباحثين إلى التأكيد على أنه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر والفيسبوك واليوتيوب يمكن للجمهور أن يعرف الكثير من القضايا والأحداث من خلال الشهود المباشرين الذين شاهدوا ورأوا تلك الأحداث، كما يمكن أن يتخاطب هذا الجمهور مع الشهود المباشرين ويتناقش معهم بدلاً من خيار الإعلام التقليدي الذي يُنقل عبر مندوب أو مراسل ولا يمكن للجمهور أن يتفاعل مباشرة مع تلك الأحداث والقضايا ومع تلك الوقائع ومع الشهود عليها. (القرني، ٢٠١١: ٦٤)

إن مواقع التواصل الاجتماعي والتي يبلغ عدد مستخدميها الآن أكثر من ٣,١ مليار شخص (<http://www.arrajol.com>، ٢٠١٨) استطاعت أن تفرض نفسها بقوة على الجمهور في العالم وفي المملكة العربية السعودية بشكل خاص، حيث يشهد هذا العصر نزوحاً من قبل الأفراد على اختلاف مستوياتهم نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ وأدى هذا الاستخدام الكثيف والإقبال المتزايد على هذه المواقع إلى إنتاج الأخبار والمعلومات وتحليلها وتوزيعها على جماهير مترابطة تكنولوجياً ولا تحدها حدود جغرافية، وأضحى ملايين الأفراد يلجؤون إلى

٤- سعي هذه الدراسة إلى تحديد حجم ونوعية الدوافع التي تدفع الجمهور للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي سواء أكانت دوافع معرفية أم توجيهية أم سلوكية.

٥- سعي هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب الكامنة وراء اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بمراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع دراسته، وقد وجد عدداً من الدراسات ذات الصلة بموضوع هذه الدراسة، ومن هذه الدراسات دراسة محمد الكافي وحاتم الصالحي (٢٠١٧) التي استهدفت الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالأخبار والمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من خلال معرفة مدى التماس الشباب العربي للإخبار والمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي واعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب، واستخدم الباحث المنهج المسحي، والاستبانة أداة لجمع بيانات الدراسة وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (٣٢٥) مفردة من الشباب العربي في كل من الأردن والسعودية واليمن ومصر، وبينت نتائج الدراسة أن الشباب يلتمس من شبكات التواصل الاجتماعي المعلومات المتعلقة بالحوادث والعمليات الإرهابية التي تحصل في بلدانهم، وأن التأثيرات المعرفية

مواقع التواصل الاجتماعي لجذب الانتباه إلى القضايا المهمة والجدلية التي تم تهميشها أو تغييبها، (البناء، ٢٠١٤: ٥٧) ومن هنا فإن مواقع التواصل الاجتماعي اليوم أصبحت وسيلة فعالة في التأثير في كثير من القضايا حيث نجحت هذه المواقع في تسليط الضوء بكثافة على قضايا مسكوت عنها في وسائل الإعلام التقليدية مما يجعل هذه القضايا المهمة هاجساً للمجتمع للتفكير فيها ومناقشتها ومعالجتها. (علم الدين، ٢٠١٤: ٢٦٦)

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة من خلال الآتي:

١- يشهد المجتمع السعودي تحولات اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية، ومن هنا فإن هذه الدراسة مهمة لأنه ستدرس العلاقة بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفة الجمهور السعودي بقضاياها المختلفة.

٢- أهمية دراسة الجمهور في مثل هذه الفترات التي يشهد فيها المجتمع السعودي إصلاحات اجتماعية واقتصادية واضحة باعتبارهم الطرف المستهدف والمستفيد من عمليات الإصلاح لمعرفة آرائهم وتصوراتهم بما يفيد في النهاية صناع السياسات والقرارات في خططهم وبرامجهم.

٣- استحوذ مواقع التواصل الاجتماعي على اهتمام فئات كبيرة من المجتمع السعودي، وبالتالي فإنه من المهم معرفة ماهية القضايا التي يهتم الجمهور بها والأهداف الناتجة عن هذا الاعتماد.

جاءت في مقدمة التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب.

واستهدف رضا أمين (٢٠١٧) في دراسته التعرف على مدى اعتماد الجمهور البحريني على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، وتأثيرات هذا الاعتماد على معارف الجمهور واتجاهاتهم وسلوكياتهم فيما له صلة بتلك القضايا، واستخدم الباحث المنهج المسحي، والاستبانة أداة لجمع بيانات الدراسة وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (٢٥٠) مفردة من مستخدمي الإعلام الجديد، وبينت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يرون أن الإعلام الجديد يقدم معلومات محدودة عن قضايا التنمية المستدامة، وأن شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها وتتناول قضايا التنمية المستدامة توتر ثم سناج شات فالانستجرام ثم الفيسبوك، وأن تويتر يتصدر شبكات التواصل الاجتماعي في الاستخدام لدى المجتمع البحريني، كما بينت النتائج نفي (٨٢٪) من المبحوثين أن تكون مواقع التواصل ذات إسهام في الإثراء الثقافي بقضايا التنمية المستدامة.

وسعى عامر الدهمشي (2015 Amer Aldahmashi) إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول العملية العسكرية المعروفة باسم عاصفة الحزم. اضافة الي ذلك تسعى هذه الدراسة لفهم

العوامل التي تؤثر في اعتماد الشباب على هذا النوع من الوسائط وايضا رضاهم عند التعامل مع هذا النوع من الشبكات خلال فترة عاصفة الحزم. واستخدم الباحث الطريقة الوصفية التحليلية والاستبيان لتغطيه الجزء التطبيقي من الدراسة والذي تم عملها لأغراض الدراسة وفقا للخطوات العلمية المعروفة كما تم تطبيقها على عينه تتألف من (١٥١ مصطلح) التي يستخدمها الشباب السعوديين، وبينت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تحتل المرتبة الاولى في مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الشباب السعودي في معرفة الامور المتعلقة بعملية عاصفة الحزم، ومن حيث رضاهم عن دور وسائل التواصل الاجتماعي فان استخدام مثل هذه المصادر أصبح أمراً حيويًا لجميع أفراد المجتمع السعودية.

وتطرق دراسة منية إبراهيم (٢٠١٦) إلى التعرف على اعتماد الشباب الجامعي المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار بالتطبيق على موقعي الفيسبوك وتويتر، واستخدمت الباحثة لدراستها المنهج المسحي واستخدمت في إطاره الاستبيان أداة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وبينت نتائج الدراسة أن شباب الجامعات يفضلون متابعة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الشباب المصري يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للأخبار وذلك لسرعتها في تغطية الأحداث، وتناولها لقضايا هامة في المجتمع المصري بحرية،

كما بينت نتائج الدراسة أن المبحوثين يفضلون الموضوعات ذات المضمون الترفيهي أولاً ثم المضمون الثقافي ثانياً ، فالمضمون الرياضي ثالثاً، ثم المضمون الفني.

وفي إطار آخر سعى حمزة محمد (٢٠١٦) إلى التعرف على مدى اعتماد أبناء الجالية المصرية بدولة الامارات العربية المتحدة على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء أزمة جزيرتي تيران وصنافير، واستخدم الباحث لدراسته المنهج المسحي، والاستبانة أداة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وطبقها على عينة عمدية قوامها (٢١٠) مفردة من المصريين المقيمين في الإمارات، وبينت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات حول قضية جزيرتي تيران وصنافير، وأن من أهم أسباب اختيار أفراد العينة لوسيلة إعلامية معينة للحصول على معلومات حول قضية الجزيرتين هو السرعة في نقل الخبر وتغطية الأحداث، كما بينت النتائج أن أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين للحصول على المعلومات أثناء قضية الجزيرتين، الفيسبوك بالدرجة الأولى ثم تويتر في المرتبة الثانية.

وفي ذات الإطار استهدف شرحبيل أبو سليم (٢٠١٥) التعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، واستخدم الباحث لدراسته

المنهج المسحي، والاستبانة أداة لجمع بيانات الدراسة، بالتطبيق على عينة بلغت (٤٧٠) مفردة من طلبة الجامعات الأردنية، وبينت نتائج الدراسة اقتصار مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة على الفيسبوك وتويتر واليوتيوب، وأن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تزويد الطلبة بالأخبار والمعلومات جاء في المرتبة الأولى.

وسعت شروق الشايع (٢٠١٤) إلى التعرف على دور شبكة تويتر في تنمية مشاركة الشباب السعودي في القضايا المجتمعية، وأهم القضايا التي يتابعها الشباب عبر تويتر، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، والاستبانة أداة لجمع بيانات الدراسة الميدانية وطبقته على (٦٥١) مفردة من الشباب السعودي، وبينت نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة لديهم اهتمام بالقضايا الاجتماعية، وأن النسبة الأكبر من العينة تشارك في هاشتاغ السعودية وأن أبرز مشاركات الشباب في الهاشتاغ في إطار القضايا المجتمعية من خلال التغريد حول القضايا وإعادة التغريد، وأن السرعة في نقل الأحداث ومتابعة الأخبار وتفاصيلها جاءت في مقدمة أسباب متابعة الشباب السعودي للقضايا المجتمعية عبر تويتر.

واستهدف صابر طر (٢٠١٤) في دراسته التعرف على العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى معرفة الشباب اليمني بالقضايا السياسية اليمنية والعربية، واستخدم الباحث لدراسته المنهج المسحي وطبق دراسته الميدانية على عينة

قوامها (٤٥٩) مفردة من الشباب اليمني في مدينة صنعاء، والدراسة التحليلية على (٢٧) موقع إخباري إلكتروني يمني وعربي، واستخدم لجمع بيانات الدراسة الميدانية الاستبانة، وأداة تحليل المضمون للدراسة التحليلية، وبينت نتائج الدراسة حضور القضايا السياسية اليمنية والعربية لدى نوعي المواقع التابعة لصحف ورقية أهلية ونوع المواقع المستقلة، كما بينت نتائج الدراسة الميدانية تأثيرات عدد من العوامل التي قد تساعد في فهم العلاقة بين التعرض والاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمني.

وفي إطار آخر سعت زينب أبوطالب (٢٠١٣) إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية مقارنة بالمصادر الأخرى، والتأثيرات المعرفية والسلوكية المرتبطة بهذا الاعتماد، واستخدمت الباحثة لدراساتها الوصفية المنهج المسحي واستخدمت في إطاره الاستبيان بالتطبيق على (٢٩٩) مفردة من سكان مدينة الرياض، وبينت نتائج الدراسة أن الأطباء والصيادلة ما زالوا أهم مصدر للمعلومات الصحية، وأن أهم الأسباب التي تدفع الجمهور للاعتماد على مصادر محددة في الحصول على المعلومات الصحية هي مساعدتهم في اتخاذ قرارات معينة في الجانب الصحي، وأن مستوى اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي

كمصدر للمعلومات الصحية ما يزال في المستوى المتوسط لبعض الشبكات والنادر لشبكات أخرى أو عدم المتابعة، وأن مستوى الثقة لدى الجمهور بشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية ما يزال متدنياً.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة نجد أنها أكدت على أهمية الدراسة الحالية وأن مواقع التواصل الاجتماعي في ظل تنامي أعداد مستخدميها تمثل اليوم مصدراً مهماً للمعلومات عن القضايا والمشكلات الغائبة والمساحة الأوسع لتعددية الرأي بما يلغي فرص الهيمنة ويبطل خيارات العزل والاستبعاد، وأصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية وفي متابعة مسار وتطورات الأحداث، وعموماً فمن خلال استعراض الباحث للدراسات السابقة فإن أقرب الدراسات لدراسة الباحث دراسة الشايع إلا أنها ركزت على دراسة موقع واحد من مواقع التواصل الاجتماعي وهو تويتر ودوره في تنمية مشاركة الشباب في القضايا المجتمعية، وعلى جمهور خاص هم جمهور الشباب، في حين أن دراسة الباحث لا تتناول الأدوار أو موقع واحد إنما تتناول اعتماد الجمهور بشكل عام على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي ككل، أما الدراسات الأخرى فنجد أن أغلبها ركز على دراسة قضايا محددة في مواقع التواصل الاجتماعي كدراسة الكافي والصالح التي

قدمته هذه الدراسات من تراكم معرفي ساعد الباحث كثيراً في تحديد وصياغة الإطار المرجعي للدراسة وفي بناء منهجيتها وصياغة تساؤلاتها وبناء استمارة الدراسة وفي تفسير نتائجها ومقارنتها بالدراسات السابقة.

الإطار المرجعي للدراسة:

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتهتم هذه النظرية برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع، إذ إن من الأهداف الرئيسية لهذه النظرية الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام على اختلافها آثار قوية مباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما. (العبدالله، ٢٠١٠: ٢٢٦)

ويمكن القول وفقاً لمكاوي والسيد إلى "إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي نظرية بيئية، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منهما بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات، والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع، وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة، وقد تكون مباشرة

تناولت دور مواقع التواصل كمصدر للمعلومات عن ظاهرة الإرهاب، ودراسة أمين التي ركزت على قضايا التنمية المستدامة في البحرين، ودراسة أبوطالب التي تناولت القضايا الصحية، ودراسة طر التي ركزت على المعرفة بالقضايا السياسية في المواقع الإخبارية الإلكترونية، ودراسة السميح التي تناولت الوعي الديني، ودراسة محمد التي ركزت على المصادر التي يعتمد عليها المصريين في الإمارات العربية المتحدة في الحصول على المعلومات عن جزيرتي تيران وصنافير، في حين أن الدراسة الحالية تتناول مختلف القضايا، كما اهتمت بعض الدراسات بمعرفة مدى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار وماهي المواقع التي يحرص أفراد العينة على متابعة الأخبار من خلالها كدراسة منية وأبو سليم وهذا جانب مختلف عن دراسة الباحث كما أن بيئة هذه الدراسات مختلفة عن دراسة الباحث.

وعلى ضوء ما سبق فإن الدراسات السابقة تُظهر أهمية الدراسة الحالية، وأن هذه الدراسة التي تتناول اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع جديدة من حيث موضوعها في المملكة العربية السعودية - حسب اطلاع الباحث-، إذ إن العديد من الدراسات التي تناولت الاعتماد على الإعلام الجديد أو مواقع التواصل كما تم ذكره سابقاً ركزت في أغلبها على قضايا محددة، وعلى أشكال صحفية، ولا شك فإن ما

وقوية أو غير مباشرة وضعيفة". (مكاوي و السيد، ١٩٨٨: ٣١٤)

وقد سجلت الورقة المقدمة بعنوان مفهوم المعلومات لساندرا بول روكيتش عام ١٩٧٤م الفكرة الأساسية لنشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حيث دعت إلى التحول من المفهوم المرتكز على الإقناع في وسائل الإعلام إلى النظر لها كنظام معلومات يشتق قوته من خلال علاقات اعتماد متبادلة بين الأفراد، الجماعات، النظم، المنظمات، وبين مصادر المعلومات لدى وسائل الإعلام التي تقوم بدورها في معالجة وتوزيع تلك المعلومات للجماهير. (طر، ٢٠١٤: ٦٤)

الركائز التي تقوم عليها نظرية الاعتماد

ومن خلال ما سبق فإن علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على ركيزتين رئيسيتين هما: (مكاوي، والسيد، ١٩٩٨: ٣١٤، ٣١٥)

أولاً: الأهداف: فحتى يحقق أفراد الجمهور والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى.

ثانياً: المصادر حيث يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، إذ تعد وسائل الإعلام نظام معلومات تسيطر على ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات يجب على الأفراد الحصول عليها من أجل تحقيق أهدافهم التي يأملونها، وتتلخص هذه

المصادر في التالي: (ديفلير، ورويكيتش، ١٩٩٢: ٤١٤، ٤١٥)

١- جمع المعلومات: ويعني أن الصحفيون يجمعون المعلومات التي نحتاج إلى معرفتها، وكتاب السيناريو يقدمون معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية تتيح لنا إشباع هدف اللعب أو المرح مع أشخاص آخرين.

٢- تنسيق المعلومات حيث يتم تحويل وتنقيح المعلومات التي تم جمعها أو خلقها ووضعها في سياق مناسب في شكل قصة صحفية أو فيلم سينمائي أو برنامج إذاعي أو تلفزيوني.

٣- نشر المعلومات وتوزيعها بصورة جماهيرية كبيرة وذلك لخدمة أهداف المؤسسة.

ووفقاً لما سبق تشير العبد إلى أن فكرة نظرية الاعتماد الأساسية تتلخص في أن أفراد الجمهور يعتمدون على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام لتحقيق مجموعة من الأهداف والدوافع من أهمها: الحصول على المعلومات حول موضوع معين، والترفيه والتعلم، والاقتناع وتبني مفهوم أو سلوك ما، وتقويم سلوك معين بهدف الوقاية من الوقوع في خطأ ما، وتوجيه العمل في إطار من التوقعات وأخلاقيات المجتمع (العبد، ٢٠٠٩: ٣٧١)، ولذلك وبناءً على ما ذكر أنفاً فإن اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام يتنوع لتحقيق ثلاثة أهداف هامة هي:

١- الفهم: ويتمثل في الفهم الذاتي من خلال تعلم المرء عن ذاته ونموه كشخص، والحصول على

الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة، وكذلك بنظم تربوية ودينية وسياسية وغيرها تساعد الناس على بلوغ أهدافهم" (ديفلير، ورويكيتش، ١٩٩٢: ٤٢٠).

وعطفاً على ما سبق فإن قوة وسائل الإعلام كما ذكرنا سابقاً تكمن في سيطرتها على مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية، وذلك علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيداً زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام، كما إن الواقع الحالي يشير إلى أن الناس مدفوعون لفهم أنفسهم وبيئاتهم الاجتماعية وهم يستخدمون هذا الفهم في توجيه أعمالهم وفقاً لعلاقتهم المتبادلة مع الآخرين، إذ يمثل الفهم والتوجيه والتسليّة الأبعاد الثلاثة الكبيرة لدوافع الإنسان التي تحدد سلوك الأفراد تجاه وسائل الإعلام، وتعتبر مهمة وضرورية حتى تؤدي إلى علاقات اعتماد رئيسية ومتشابهة (مكاوي، والسيد، ١٩٩٨: ٣٢١، والكافي، ٢٠٠٧: ١٥).

تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام:

تحدد الآثار الناتجة على اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كما رصدها ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش في ثلاثة تأثيرات على النحو التالي:

١- التأثيرات المعرفية: والتي تتمثل في تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن نقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الصحيحة

الخبرات ومعرفة أشياء عن البيئة المحيطة به وتفسيراتها، والفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها (ثروت، ٢٠٠٦، ٤٩٠).

٢- التوجيه: ويشتمل على ثلاثة أمور، الأول توجيه ذاتي مثل اتخاذ القرارات المناسبة، والثاني توجيه العمل والسلوك مثل أن تقرر ماذا تشتري، وكيف تلبس، وكيف تحتفظ بصحتك، أما التوجيه الثالث فهو توجيه تفاعلي تبادلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل أو التصرف مع المواقف الجديدة أو الصعبة (ديفلير، ورويكيتش، ١٩٩٢: ٤١٨).

٣- التسليّة والترفيه: وتشتمل على التسليّة المنعزلة مثل الراحة والاسترخاء عندما يكون الفرد بمفرده، والتسليّة الاجتماعية كالذهاب إلى السينما أو مشاهدة التلفزيون أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأسرة أو مع الأصدقاء (مكاوي، والسيد، ١٩٩٨: ٣٢٠).

والأهداف السابقة الذكر لا يمكن تحقيقها بسهولة بدون وصول أفراد الجمهور إلى معلومات ووسائل الإعلام، فهذه الوسائل تسيطر على مصادر معلومات معينة لكنها مرتفعة القيمة، وهي التي يحتاجها الأفراد لبلوغ وتحقيق أهداف فهمهم وتوجيههم وتسليتهم، ومع ذلك يرى (ديفلير) و(روكيتش) عدم "المبالغة في أهمية وسائل الإعلام الجماهيري فهي تجعل بالفعل تحقيق الفهم والتوجيه وأهداف التسليّة أكثر سهولة، ولكنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف، فالأفراد يتصلون بنهاية

خلال المصادر الشخصية مع مراعاة وفرة المعلومات ومقارنتها بالمصادر المتاحة لأفراد الجمهور من البيئة المعلوماتية.

٢- أن الشخص الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لاشباع احتياجاته عبر استخدامها هو الأكثر اهتماماً بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في حياته، وبالتالي هو الأكثر تأثراً بهذه الوسائل فهناك علاقة مباشرة بين مستوى الاعتماد ومستوى التأثير. (طر، ٢٠١٤: ٧٠)

٣- يعتبر النظام الإعلامي مهماً للمجتمع وتزداد درجة اعتماد المجتمع عليه في حالة اشباع لاحتياجات الجمهور كما تقل درجة اعتماداً على النظام الإعلامي في حالة وجود قنوات بديلة للحصول على المعلومات، حيث يختلف أفراد الجمهور في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

٤- أن الأفراد في المجتمعات يحتاجون إلى المعلومات لكي يستطيعوا اتخاذ عدة قرارات يومية هامة ترتبط بتحقيق مصالحهم الخاصة مثل الحصول على الطعام والسكن والملبس والمواصلات.

٥- تؤثر طبيعة الاختلاف بين شرائح أفراد الجمهور على الاختلاف في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام؛ إذ إن درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام تختلف من شخص لآخر لاختلاف الأفراد

لها، كما تشمل التأثيرات المعرفية تكوين الاتجاهات نحو القضايا التي تثيرها وسائل الإعلام، وترتيب أولويات القضايا المطروحة في وسائل الإعلام وفقاً لأهميتها. (عبدالحميد، ٢٠١٥: ٣٦٠، عبدالغفار، ٢٠٠٩: ٨)

٢- الآثار الوجدانية: وهي التي تشير للفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والفتور العاطفي، والمكونات الإنسانية من الحب والكره والإحساس بالخوف والقلق، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل. (عبدالحميد، ٢٠١٥: ٣٦٢)

٣- الآثار السلوكية: وتتمثل في قيام الأفراد بسلوكيات إيجابية تعكس قناعاتهم بما تقدمه وسائل الإعلام، أو على العكس من ذلك فقد يتمثل التأثير الإعلامي في إحداث نوع من الخمول لدى الأفراد، وهذا قد يأخذ أشكالاً عديدة مثل العزوف عن المشاركة المجتمعية والسياسة، وعدم الانخراط في الأنشطة التي تفيد المجتمع. (عبدالغفار، ٢٠٠٩: ٩)

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على عدة افتراضات وهي:

١- أن الاعتماد على وسائل الإعلام يزداد بزيادة حجم القدرة على استقبال المعلومات المطلوبة من

بعضهم عن البعض الآخر في الأهداف والمصالح.
(Melvin, Sandra, 1992: 262-264).

نظرية الاعتماد والإعلام الجديد:

يرى محمد عبدالحميد أن تفسير كل من ميلفين ديلفير وروكيتش لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يعتبر مجالاً تطبيقياً لتأثير الاعتماد على وسائل الاتصال الرقمي حيث أنهم يفترضون قيام علاقة الاعتماد على دعمتين رئيسيتين تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلبي حاجاته وتحقيق أهدافه، إذ تعتبر الأهداف المعرفية التي يسعى الفرد إلى تحقيقها ويعتمد فيها على وسائل الإعلام تعتبر كلها وظائف الاتصال الرقمي ويحققها نظام المعلومات الذي يتميز به هذا الاتصال، ونجدها موجودة بوفرة على المواقع العديدة لشبكة الإنترنت في حزم المواقع التي تم تصنيفها والتي يتمكن المستخدم أو الزائر من الوصول إليها واستخدامها ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، فعلى قدر أهمية هذه الحاجات وقدرة حزم المواقع المختلفة على تنظيمها وتقديمها في مواقع شبكات الإنترنت بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص تتفاوت درجات اعتماد الأفراد عليها في الظروف العادية. (عبدالحميد، ٢٠١٥: ٣٦٦، ٣٦٧)

وقد قدمت بعض الدراسات ومنها دراسة (صن ٢٠٠٤) نموذجاً للاعتماد على الإنترنت، ومن أبرز العوامل المؤثرة في عملية الاعتماد على الإنترنت

وأهم القضايا التي أثارها النموذج هي: (طر، ٢٠١٤: ٧٥)

١- اشتمل النموذج على عدة عوامل تؤثر في عملية الاعتماد على الإنترنت وتتمثل في الإحساس بالكفاءة الذاتية والتي تعني ثقة الفرد بقدرته الذاتية في التعامل مع الوسيلة، والقلق، وخصائص تتعلق باستخدام الإنترنت مثل الدوافع والقرب والتعرض، وهذا النموذج يساعد في تفسير العلاقة بين هذه المفاهيم وكيف تؤثر في عملية الاعتماد على الإنترنت.

٢- من القضايا المهمة التي استكشفتها النموذج التالي:

أ- تأثير عامل الإحساس بالكفاءة الذاتية والقلق كعوامل سابقة تؤثر في استخدام الإنترنت، ثم دور المفاهيم الأخرى كعوامل وسيطة وهي دوافع استخدام والانهماك والقرب وتأثيرها جميعاً كوسيط في العلاقة بين العوامل السابقة (الكفاءة والقلق) من جهة، والاعتماد على الإنترنت من جهة أخرى.

٢- تم اختبار نموذج مسار الاستخدام والاعتماد على الإنترنت حيث أشارت النتائج إلى أن مفاهيم الدوافع والاستغراق والقرب هي عوامل وسيطة مرتبطة بتأثير مفاهيم الكفاءة الذاتية والقلق في الاعتماد على الإنترنت، وأن الدوافع هي أهم عامل للتنبؤ بمستوى الاعتماد على الإنترنت، وأنها أيضاً ممكن تتنبأ بمستوى الاستخدام العادي للإنترنت لدى الفرد، فالأفراد الذين يستخدمون الإنترنت للبحث عن

٣- يحاول هذا الاطار النظري فهم العلاقة المتبادلة بين الجمهور والإعلام والإجابة على سؤال ما هي الأهداف والدوافع التي يتابع من أجلها الجمهور مواقع التواصل الاجتماعي هل هي بهدف الفهم أم التوجيه أم للتسلية والترفيه.

٤- تساعد هذه النظرية في التعرف على أهداف ودوافع المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل في التعرف على القضايا المجتمعية سواء أكانت دوافع معرفية أم توجيهية أم سلوكية، وعلاقة هذه الدوافع بحجم ودرجة اعتمادهم على تلك المواقع للحصول منها على المعلومات عن مختلف قضايا المجتمع.

وعلى ضوء ما سبق فإن الباحث سيسعى من خلال مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام إلى التعرف على ودوافع المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل في التعرف على القضايا المجتمعية السعودية سواء أكانت دوافع معرفية أم توجيهية أم سلوكية.

مشكلة الدراسة:

تشهد مواقع التواصل الاجتماعي نمواً كبيراً، وباتت هذه المواقع أحد البدائل والخيارات المطروحة أمام جمهور وسائل الإعلام لإشباع حاجاته بناء على التوقعات التي يرسمها لنفسه، وتشهد هذه المواقع استخداماً كبيراً من قبل الجمهور في العالم ولدى أفراد المجتمع السعودي بشكل خاص، حيث يصل عدد مستخدمي مواقع التواصل في العالم أكثر من ثلاثة مليار شخص، وعدد المستخدمين السعوديين

المعلومات هم أكثر ميلاً لتصفح المواقع على الشبكة، والذين يستخدمون الإنترنت لسهولة استخدامها والتحكم هم أكثر ميلاً لاستخدام البريد الإلكتروني.

ومن خلال ما سبق فإن الاتصال عبر الإنترنت بشكل عام والإعلام الاجتماعي خاصة في مجال نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لا يعتبر نظاماً للمعلومات فقط ولكنه عديد من النظم الخاصة بفئات المستخدمين والزائرين وحزم المواقع ومحتواها وأهدافها التي تتفق مع أهداف وحاجات هؤلاء المستخدمين والزائرين، كما أن تأثيرات الاعتماد على الإنترنت والإعلام الاجتماعي خاصة تختلف أيضاً باختلاف درجات الاعتماد على هذا الاتصال. (عبد الحميد،

٢٠١٥: ٢٦٩)

مدى ملائمة استخدام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في هذه الدراسة:

وانطلاقاً مما سبق فإن مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام في هذه الدراسة يعد من المداخل المناسبة والملائمة للدراسة الحالية للإسباب التالية:

١- أن هذه النظرية تساعد في اختبار مدى اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر المعلومات عن مختلف قضايا المجتمع السعودي.

٢- يساعد هذا الاطار النظري في الإجابة على الأسباب التي تزيد من اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي.

٥- التعرف على نوعية القضايا التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

١- ما الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور السعودي في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع؟

٢- ما المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها الجمهور السعودي في المعرفة بقضايا المجتمع؟

٣- ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور السعودي في المعرفة بقضايا المجتمع؟

٤- ما نوعية القضايا التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي؟

٥- ما درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي؟

٦- ما أسباب اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع؟

٧- ما الدوافع والاهداف التي تدفع الجمهور السعودي في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع؟

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى اختبار الفروض الآتية:

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في

وفق تقرير وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات أكثر من ثمانية عشر مليون مستخدم، فقد اتاحت هذه المواقع لأفراد المجتمع السعودي الاتصال والتواصل الاجتماعي، والمشاركة بالمعلومات وطرح قضايا وموضوعات ما كانت تطرح في الوسائل الإعلامية التقليدية، ولذلك فإن واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي يفرض التحقق من واقع اعتماد أفراد المجتمع السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفتهم بقضايا المجتمع المختلفة ومن هنا فإن مشكلة هذه الدراسة تتحدد في التساؤل التالي ما مدى اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي؟

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١- التعرف على الدوافع والأهداف التي تدفع الجمهور السعودي للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي.

٢- التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات حول قضايا المجتمع السعودي.

٣- معرفة درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل في معرفة قضايا المجتمع السعودي.

٤- التعرف على الأسباب التي تدفع الجمهور السعودي اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

- ١- **الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي:** وتعني درجة استخدام الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للحصول على المعرفة بقضايا المجتمع المختلفة، ويتم قياسها في هذه الدراسة من خلال قياس درجة تحديد عينة الدراسة لدرجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- **الجمهور السعودي:** ويقصد بهم في هذه الدراسة المواطنين السعوديين في المملكة العربية السعودية والقاطنين في مدينة الرياض من الذكور والإناث.
- ٣- **مواقع التواصل الاجتماعي:** ويقصد بها الشبكات الاجتماعية التفاعلية على شبكة الإنترنت والتي تتيح لمستخدميها التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض ومشاركتهم الاهتمامات والتعبير عن وجهات نظرهم تجاه أي قضية أو موضوع في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم والمتمثلة في الفيسبوك وتويتر والواتسب وجوجل بلس واليوتيوب والسناپ شات والانستجرام... الخ من المواقع
- ٤- **المعرفة بقضايا المجتمع:** وتعني الإدراك والوعي وفهم الحقائق أو اكتساب المعلومات المتعلقة بقضايا المجتمع من خلال التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، والتي يمكن الحكم على صحتها من خلال المقاييس العلمية، وقد تم قياسها في هذه الدراسة بدرجة الاعتمادية على مواقع التواصل الاجتماعي ونوعية القضايا وأسباب الاعتماد وعدم الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وبدوافع وأهداف الاعتمادية.

المعرفة بقضايا المجتمع السعودي تبعاً لسماتهم الديموغرافية.

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي تبعاً لسماتهم الديموغرافية.

٣- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين نوعية القضايا التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي.

٤- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي.

٥- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين نوعية القضايا التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي.

٦- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين مدى متابعتهم لتلك المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع.

نوع الدراسة:

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية والتي سعت من خلال دراسة مدى اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي إلى التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع السعودي، ونوعية القضايا التي يحرص الجمهور على متابعتها، ودرجة اعتماد الجمهور على هذه المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، والدوافع والأهداف التي تدفع هؤلاء الجمهور للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح فهو الأنسب لهذه الدراسة وذلك لتمييزه "باستهداف الحقائق التفصيلية عن واقع الظاهرة المدروسة مما يمكن الباحث من تقديم وصف شامل ودقيق لذلك الواقع". (العساف، ١٩٨٩: ١٩٣)

أداة الدراسة:

استخدم الباحث الاستبانة أداة ضرورية للحصول على المعلومات الرئيسية للدراسة من أفراد العينة من الجمهور السعودي، وقد قسم الباحث الاستبانة إلى خمسة أجزاء على النحو الآتي:

الجزء الأول: وخصص للسمات الديموغرافية لأفراد العينة (الجنس، والحالة الاجتماعية، والسن، والدخل الشهري، والمؤهل العلمي، والمهنة).

الجزء الثاني: وخصص لقياس الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات حول قضايا المجتمع السعودي.

الجزء الثالث: وخصص لقياس مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات حول قضايا المجتمع السعودي.

الجزء الرابع: وخصص لقياس درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل في معرفة قضايا المجتمع السعودي.

الجزء الخامس: وخصص لقياس الدوافع التي تدفع الجمهور للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي.

ولتسهيل تفسير النتائج استخدم الباحث الأسلوب التالي لتحديد مستوى الإجابة على بنود الأداة، على النحو التالي:

تم إعطاء وزن للبدايل: (بدرجة كبيرة جداً = ٥، بدرجة كبيرة = ٤، بدرجة متوسطة = ٣، بدرجة ضعيفة = ٢، لا يعتمد عليها مطلقاً = ١)

(دائماً = ٥، غالباً = ٤، أحياناً = ٣، نادراً = ٢، أبداً = ١)، ثم تم تصنيف تلك الإجابات إلى خمسة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التالية: طول الفئة = (أكبر قيمة - أقل قيمة) ÷ عدد بدائل الأداة = (٥ - ١) ÷ ٥ = ٠,٨٠. لنحصل على التصنيف التالي:

جدول رقم (١) توزيع الفئات وفق التدرج المستخدم في أداة البحث

الوصف	الوصف	مدى المتوسطات
بدرجة كبيرة جداً	دائماً	٥,٠٠ - ٤,٢١
بدرجة كبيرة	غالباً	٤,٢٠ - ٣,٤١
بدرجة متوسطة	أحياناً	٣,٤٠ - ٢,٦١
بدرجة ضعيفة	نادراً	٢,٦٠ - ١,٨١
لا يعتمد عليها مطلقاً	لا يستخدمها	١,٨٠ - ١,٠٠

مجتمع الدراسة والعينة:

للحصول على المعلومات اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة فإن مجتمع الدراسة هم المواطنون السعوديين في مدينة الرياض؛ وقد حدد الباحث مدينة الرياض لأنها العاصمة، وتمثل المرتبة الأولى من حيث الكثافة السكانية من بين مدن المملكة العربية السعودية حسب إحصاءات الهيئة العامة للإحصاء لعام ٢٠١٧م، بالإضافة إلى تنوع تركيبة مدينة الرياض السكانية ومن مختلف الطبقات والفئات والسكان المستقرين بها: فهم تقريباً يمثلون معظم مناطق ومدن المملكة، الأمر الذي يجعلها تعبر إلى حد ما عن واقع المجتمع السعودي (٢٠١٨، <https://www.stats.gov.sa/ar>)، وقد قام الباحث بتوزيع الاستبانة بطريقة العينة المتاحة لأن المسح الإلكتروني لا يتيح آلية لسحب عينة عشوائية من مفردات عينة الدراسة، وقد بلغ حجم العينة (٨٩٣) مفردة، من خلال تصميم مسح إلكتروني (Online Survey) على موقع (Google Drive)

(<https://drive.google.com>) وتوزيع رابط الاستبانة

عبر البريد الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي (تويتر). (جوني، ٢٠١٥: ٢٦٢)

تحليل المعلومات:

تم استخدام برنامج (SPSS) لتحليل البيانات الكمية وفق المعايير الإحصائية المتعددة، واستخدم الباحث عدداً من الأساليب الإحصائية لوصف نتائج الدراسة، وهي:

١- معامل ارتباط (Pearson) لقياس التحقق من صدق الاتساق الداخلي لبند الاستمارة، وللكشف عن مدى وجود علاقات دالة إحصائية بين إجابات المبحوثين وعدد من المتغيرات.

٢- معاملات ثبات ألفا كرونباخ لقياس معاملات ثبات محاور الدراسة.

٣- التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للتعرف على تكرارات الإجابات لدى المبحوثين.

٤- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

٥- اختبار (ت) لبيان مدى وجود فروق دالة إحصائية بين إجابات المبحوثين تبعاً لسماتهم الرئيسية.

٦- تحليل التباين الأحادي (On Way Anova) لبيان مدى وجود فروق دالة إحصائية بين إجابات المبحوثين على بعض جوانب الدراسة المختلفة. وقد اقتصرَت الدلالة المعتبرة في هذه الدراسة على مستوى (٠,٠٥)، واقتصر الباحث في هذه الدراسة على النتائج التي تتوافر على هذا المستوى من الدلالة.

إجراءات الصدق والثبات:

الصدق الظاهري:

١- للتأكد من صدق الاستبانة المستخدمة في هذه الدراسة قام الباحث بصياغة أسئلة الاستبانة المتعلقة بمتغيرات الدراسة صياغة واضحة، بحيث يمكن فهم محتواها من قبل المبحوثين.

٢- تم عرض الاستبانة ومشكلة الدراسة وتساؤلاتها على عدد من المحكمين* لتحكيمها، للحكم على مدى صلاحيتها للقياس، وقد أخذ الباحث بملاحظات المحكمين وتعديلاتهم حيث أفاد منها في إعادة صياغة بعض الأسئلة حتى أصبحت الاستبانة جاهزة للتوزيع.

صدق الاتساق الداخلي:

وللتحقق من صدق الاستبانة قام الباحث بحساب صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson) للاستبانة بالدرجة الكلية لمحاول الدراسة، وقد أظهرت النتائج أن جميع معاملات ارتباط عبارات الدراسة بالمحور المنتمية إليه كانت دالة عند مستوى (٠,٠٥) فأقل، وهذا يشير إلى صدق العبارات في أداة دراسة.

الثبات:

للتأكد من ثبات استبانة دراسة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع قام الباحث باستخدام معامل ثبات (ألفا كرومباخ) لمحاول الدراسة حيث أظهرت النتائج كما يبين الجدول رقم (٢) أن محاور الاستبانة تتمتع بثبات جيد، وهذا يشير إلى ثبات أداة الدراسة وصلاحيتها للتطبيق.

* المحكمون هم: أ.د. عثمان العربي الأستاذ بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود، وأ.د. وائل عبدالباري الأستاذ بكلية الإعلام بجامعة عين شمس، ود. محرز غالي الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود، ود. هيثم يوسف الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود، ود. حسان بصفر الأستاذ المشارك بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الملك عبدالعزيز، ود. عايض الحربي الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود.

جدول رقم (٢) معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة (العينة الاستطلاعية: ن=٤٧)

المحور	عدد البنود	معامل ثبات ألفا كرونباخ
درجة الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على معلومات عن قضايا المجتمع	٨	٠,٧٦
درجة الاعتماد على المواقع الإلكترونية للحصول على معلومات عن قضايا المجتمع	٦	٠,٨٥
درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن قضايا المجتمع	١١	٠,٨٧
القضايا التي يحرص المجتمع السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي	١١	٠,٩٣
أسباب الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة قضايا المجتمع	١٣	٠,٨٤
الدوافع والأهداف التي تدفع الجمهور السعودي للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة قضايا المجتمع	١٤	٠,٩٧

نتائج الدراسة:

أولاً: السمات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة:

توضح الجداول الآتية السمات الديموغرافية لأفراد العينة التي بلغت ستة متغيرات هي: الجنس، والحالة الاجتماعية، والسن، والدخل الشهري، والمؤهل العلمي، والمهنة.

جدول رقم (٣) توزيع أفراد العينة وفقاً للسّمات الديموغرافية

المتغيرات	التصنيف	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	٦٢٥	٧٠,٠
	أنثى	٢٦٨	٣٠,٠
الحالة الاجتماعية	متزوج	٧٢٠	٨٠,٦
	غير متزوج	١٧٣	١٩,٤
السن	أقل من ٢٠ سنة	١٨	٢,٠
	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة	١٦٩	١٨,٩
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	٢٩٠	٣٢,٥
	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة	٣٢١	٣٥,٩
	من ٥٠ سنة فما فوق	٩٥	١٠,٦
الدخل الشهري	أكثر من ١٥٠٠٠ ريال	٣٣١	٣٧,١
	من ١٠٠٠١ إلى ١٥٠٠٠ ريال	١٩٢	٢١,٥
	من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريال	١٥٣	١٧,١
	أقل من ٣٠٠٠ ريال	١٤٤	١٦,١
	من ٣٠٠١ إلى ٥٠٠٠ ريال	٧٣	٨,٢
المؤهل العلمي	بكالوريوس	٤٧٤	٥٣,١
	دراسات عليا	١٩٠	٢١,٣
	ثانوي فأقل	١٣٣	١٤,٩
	دبلوم	٩٦	١٠,٨
المهنة	موظف/موظفة حكومي	٢٨٤	٣١,٨
	موظف/موظفة قطاع خاص	١٩٣	٢١,٦
	متقاعد/ متقاعدة	١٠٠	١١,٢
	ربة منزل	٨٢	٩,٢
	طالب/ طالبة	٧٥	٨,٤
	صاحب/صاحبة أعمال حرة	٧٢	٨,١
	بدون عمل	٤٧	٥,٣
	موظف عسكري	٤٠	٤,٥
	المجموع	٨٩٣	%١٠٠

(٢١,٣%)، ثم الحاصلين على الثانوي فأقل بنسبة (١٤,٩%)، في حين بلغت نسبة الحاصلين على الدبلوم (١٠,٨%) من إجمالي المبحوثين. أما فيما يتعلق بالمهنة فيبين الجدول السابق أن الموظفين الحكوميين (المدنيين) يمثلون أكبر فئة في العينة، حيث بلغت نسبتهم (٣١,٨%) من إجمالي المبحوثين، يليهم في المرتبة الثانية موظفي القطاع الخاص بنسبة قدرها (٢١,٦%)، ثم المتقاعدين بنسبة (١١,٢%) ثم ربة المنزل بنسبة (٩,٢%) وتقاربت نسبة تمثيل الطلاب وأصحاب الأعمال الحرة وذلك بنسبة (٨,٤%) للفئة الأولى و (٨,١%) للفئة الثانية، يليهم من لا يعمل بنسبة (٥,٣%)، أما الموظفين العسكريين فبلغت نسبتهم (٤,٥%) من إجمالي المبحوثين.

ثانياً: المعلومات الخاصة بالدراسة:

يبين الجدول رقم (٣) أن (٧٠%) من المبحوثين ذكور، مقابل (٣٠%) إناث، وأن (٨٠,٦%) من المبحوثين متزوجين، مقابل (١٩,٤%) غير متزوج، كما يبين الجدول أن (٣٥,٩%) من أفراد العينة أعمارهم من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة، وأن (٣٢,٥%) أعمارهم من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة، في حين بلغت نسبة من أعمارهم من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة (١٨,٩%)، يليهم من أعمارهم من ٥٠ سنة فما فوق بنسبة (١٠,٦%)، أما من أعمارهم أقل من ٢٠ سنة فبلغت نسبتهم ٢% من إجمالي المبحوثين.

وفيما يتعلق بالدخل الشهري يشير الجدول السابق أن الأفراد الذين دخلهم يزيد عن ١٥٠٠٠ ريال بلغت نسبتهم (٣٧,١%)، يليهم الذين يتراوح دخلهم بين ١٠٠٠١ إلى ١٥٠٠٠ ريال بنسبة (٢١,٥%)، ثم من دخلهم من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريال بنسبة قدرها (١٧,١%)، يليهم من يقل دخلهم عن ٣٠٠٠ ريال وذلك بنسبة قدرها (١٦,١%)، كما يبين الجدول السابق أن الذين يتراوح دخلهم الشهري بين ٣٠٠١ إلى ٥٠٠٠ ريال يمثلون أقل الفئات تمثيلاً في هذه الدراسة بواقع (٨,٢%) من إجمالي المبحوثين.

كما يكشف الجدول السابق وفقاً للمؤهل العلمي أن أفراد العينة من الحاصلين على البكالوريوس هم الأكثر تمثيلاً في هذه الدراسة بنسبة (٥٣,١%)، يليهم الحاصلين على دراسات عليا بنسبة

١- الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع:

جدول رقم (٤) الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع

الوسائل	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة الاعتماد
الإنترنت	٤,٥٣	٠,٨٣	دائماً
القنوات الفضائية الإخبارية العربية	٣,٤٦	١,٢٠	غالباً
التلفزيون السعودي	٢,٨٨	١,٢٢	أحياناً
القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية باللغة العربية	٢,٥٨	١,٢٧	نادراً
إذاعات أف إم	٢,٣٨	١,١٦	نادراً
الصحف السعودية اليومية المطبوعة	٢,٢٣	١,١٩	نادراً
الإذاعة السعودية	٢,٢٠	١,١٢	نادراً
الصحف العربية والدولية اليومية	٢,٠٣	١,١٤	نادراً

حسابي (٢,٣٨) وانحراف معياري (١,١٦)، يليها الصحف السعودية اليومية المطبوعة في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢,٢٣) وانحراف معياري (١,١٩)، فالإذاعات السعودية في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٢,٢٠) وانحراف معياري (١,١٢)، ويظهر الجدول أن الصحف العربية والدولية اليومية جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٢,٧٩) وانحراف معياري (١,١٤).

يشير الجدول رقم (٤) أن الإنترنت جاء في المرتبة الأولى في الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع بمتوسط حسابي قدره (٤,٥٣) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (دائماً إلى لا يحدث أبداً) وانحراف معياري (٠,٨٣)، يليه في المرتبة الثانية القنوات الفضائية الإخبارية العربية بمتوسط حسابي (٣,٤٦) وانحراف معياري (١,٢٠)، ثم التلفزيون السعودي في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢,٨٨) وانحراف معياري (١,٢٢)، وجاءت القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية باللغة العربية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢,٥٨) وانحراف معياري (١,٢٧)، ثم إذاعات (FM) في المرتبة الخامسة بمتوسط

٢-المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع:

جدول رقم (٥) المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع

المواقع الإلكترونية	المتوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة الاعتماد
المواقع الإخبارية	٣,٤٦	١,٢٩	بدرجة كبيرة
مواقع الجهات الحكومية	٣,٣٤	١,٣٧	بدرجة متوسطة
مواقع الصحف الإلكترونية	٣,٢١	١,٢٦	بدرجة متوسطة
مواقع القنوات التلفزيونية الفضائية	٢,٧٠	١,٢٧	بدرجة متوسطة
مواقع الصحف الورقية	٢,٣٨	١,١٩	بدرجة ضعيفة
مواقع الإذاعات	٢,٠٢	١,١٠	بدرجة ضعيفة

الصحف الإلكترونية في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٣,٢١) وانحراف معياري (١,٢٦)، يليها مواقع القنوات التلفزيونية الفضائية بمتوسط حسابي (٢,٧٠) وانحراف (١,٢٧)، وجاءت مواقع الصحف الورقية في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢,٣٨) وانحراف معياري (١,١٩)، أما مواقع الإذاعات فجاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٢,٠٢) وانحراف معياري (١,١٠).

يبين الجدول رقم (٥) أن المواقع الإخبارية جاءت في المرتبة الأولى من بين المواقع التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع بمتوسط حسابي قدره (٤,٥٣) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (أعتمد عليها بدرجة كبيرة جداً إلى لا اعتمد عليها مطلقاً)، يليها في المرتبة الثانية مواقع الجهات الحكومية بمتوسط حسابي (٣,٣٤) وانحراف معياري (١,٣٧)، ثم مواقع

٣-مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور السعودي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي:
جدول رقم (٦) مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد العينة في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي المجتمع

مواقع التواصل الاجتماعي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاعتماد
تويتر	٤,٤٤	١,٠٣	بدرجة كبيرة جداً
الواتسب	٣,٥٠	١,٢٧	بدرجة كبيرة
سناپ شات	٢,٧٨	١,٤٢	بدرجة متوسطة
اليوتيوب	٢,٧٦	١,٣٠	بدرجة متوسطة
انستجرام	٢,٤١	١,٣٥	بدرجة ضعيفة
جوجل بلس	٢,٠٨	١,٣٠	بدرجة ضعيفة
الفيسبوك	١,٨٠	١,٠٥	لا يعتمد عليها مطلقاً
تيلجرام	١,٧٦	١,٠٣	لا يعتمد عليها مطلقاً
المدونات	١,٦٧	٠,٩٣	لا يعتمد عليها مطلقاً
لينكد إن	١,٦١	٠,٩٤	لا يعتمد عليها مطلقاً
ماي سبيس	١,٤٥	٠,٧٨	لا يعتمد عليها مطلقاً

استهدفت الدراسة التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع السعودي، ويشير الجدول رقم (٦) إلى أن أفراد العينة يعتمدون على تويتر بدرجة كبيرة جداً في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع وذلك بمتوسط حسابي قدره (٤,٤٤) من المقياس الخماسي

الذي يتراوح بين (أعتمد عليها بدرجة كبيرة جداً إلى لا اعتمد عليها مطلقاً) وانحراف معياري (١,٠٣) يليه في المرتبة الثانية الواتسب بمتوسط حسابي (٣,٥٠) وانحراف معياري (١,٢٧) ثم سناپ شات في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢,٨٧) وانحراف معياري (١,٤٢)، وجاءت اليوتيوب في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢,٧٦) وانحراف معياري (١,١٩)،

ثم الانستجرام بمتوسط حسابي (٢,٤١) وانحراف معياري (١,٣٥)، يليه جوجل بلس في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢,٠٨) وانحراف معياري (١,٣٠)، ثم الفيسبوك في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (١,٨٠) وانحراف معياري (١,٠٥)، ثم في المرتبة الثامنة تيلجرام بمتوسط حسابي (١,٧٦) وانحراف معياري (١,٠٥)، يليه في المرتبة التاسعة المدونات بمتوسط حسابي (١,٦٧) وانحراف معياري (٠,٩٣)، ثم لينكد إن في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (١,٦١) وانحراف معياري (٠,٩٤)، ويظهر الجدول أن ماي سبيس جاء في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (١,٤٥) وانحراف معياري (٠,٧٨).

٤- درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي:

جدول رقم (٧) درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي

القضايا	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة المتابعة
القضايا الاجتماعية	٤,١٦	٠,٩٩	بدرجة كبيرة
القضايا السياسية	٣,٨٧	١,١٧	بدرجة كبيرة
القضايا الصحية	٣,٨٣	١,١١	بدرجة كبيرة
القضايا الاقتصادية	٣,٧٦	١,١٠	بدرجة كبيرة
القضايا التعليمية	٣,٧٥	١,١٣	بدرجة كبيرة
القضايا العلمية والتقنية	٣,٦٨	١,٢٠	بدرجة كبيرة
القضايا الرياضية	٣,٦٨	١,٤٣	بدرجة كبيرة
القضايا العسكرية والأمنية	٣,٦٧	١,٣١	بدرجة كبيرة
القضايا الدينية	٣,٦٦	١,٢٥	بدرجة كبيرة
القضايا الثقافية	٣,٥٥	١,١٨	بدرجة كبيرة
القضايا الفنية	٣,٣٤	١,٣٣	بدرجة متوسطة

استهدفت الدراسة التعرف على درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي ونوعية هذه القضايا ويبين الجدول رقم (٧) أن القضايا الاجتماعية جاءت في المرتبة الأولى في القضايا التي يعتمد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعتها وذلك بمتوسط حسابي (٤,١٦) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (أعتمد عليها بدرجة كبيرة جداً إلى لا اعتمد عليها مطلقاً) وانحراف معياري (٠,٩٩)، يليها في المرتبة

الثانية القضايا السياسية بمتوسط حسابي (٣,٨٧) وانحراف معياري (١,١٧)، فالقضايا الصحية بمتوسط حسابي (٣,٨٣) وانحراف (١,١١)، يليه في المرتبة الرابعة القضايا الاقتصادية بمتوسط حسابي (٣,٧٦) وانحراف معياري (١,١٠)، ثم القضايا التعليمية في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٣,٧٥) وانحراف معياري (١,١٣)، وجاءت القضايا العلمية والتقنية والقضايا الرياضية في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي واحد (٣,٦٨) وانحراف معياري (١,٢٠)، للأولى، و(١,٤٣) للثانية، تليها في المرتبة السابعة القضايا العسكرية والأمنية بمتوسط حسابي (٣,٦٧) وانحراف معياري (١,٣١)، ثم القضايا الدينية في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (٣,٦٦) وانحراف معياري (١,٢٥)، تليها القضايا الثقافية في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٣,٥٥) وانحراف معياري (١,١٨)، أما القضايا الفنية فجاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٣,٣٤) وانحراف معياري (١,٣٣).

٥- درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع:
 جداول رقم (٨) درجة اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع

النسبة	التكرار	درجة الاعتماد
٥٢,٠	٤٦٤	يعتمد عليها بدرجة كبيرة
٤٢,٠	٣٧٥	يعتمد عليها إلى حد ما
٦,٠	٥٤	لا يمكن الاعتماد عليها
%١٠٠	٨٩٣	الإجمالي

يكشف الجدول رقم (٨) أن (٥٢%) من أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع، في حين أن (٤٢%) يعتمدون عليها بشكل متوسط، أما الذين لا يعتمدون عليها فبلغت نسبتهم (٦%) من إجمالي المبحوثين.

٦-أسباب اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي:

جدول رقم (٩) أسباب اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي *	الأسباب
٠,٢٧	١,٩٢	السرعة في تغطية القضايا والأحداث مع إمكانية التحديث وتصحيح الأخطاء
٠,٢٧	١,٩٢	لأنها أصبحت أحد أشكال الإعلام البديل في ظل تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية
٠,٣٠	١,٩٠	لأنها ساحة مفتوحة للنقاش المجتمعي وتسمح بتبادل الآراء ووجهات النظر وتصويب الأخطاء تجاه ما ينشر
٠,٣٥	١,٨٦	لأنها تتمتع بدرجة أكبر من حرية الرأي والتعبير مقارنة بغيرها
٠,٤٠	١,٨١	لأنها تعكس القضايا من منظور المواطنين أنفسهم جنباً إلى جنب مع منظور الدولة
٠,٤١	١,٧٩	لأنها أكثر شمولية وتكاملاً في تغطية الأحداث والقضايا بأدوات وأساليب متطورة
٠,٤١	١,٧٨	لأنني صرت أعتمد عليها بشكل كبير في الحصول على معلوماتي تجاه القضايا والأحداث
٠,٤٤	١,٧٤	لأنها تعكس رؤى وتوجهات كل أطراف المجتمع بشكل عادل ومتوازن
٠,٤٦	١,٧٠	لأنها أكثر عمقاً في معالجتها للأحداث والقضايا مقارنة بغيرها
٠,٤٦	١,٧٠	لأنها تسمح بالتعبير عن رأيي والقدرة على التفاعل معها ومع جمهورها
٠,٤٨	١,٦٦	لأنها أكثر مصداقية من غيرها في تناولها للقضايا
٠,٤٨	١,٦٢	لأن خبرتي السابقة في التعامل معها تؤكد أنها غالباً ما تصدق في تناولها للقضايا
٠,٥٠	١,٥١	لأنها تعبر عن رؤيتي الخاصة تجاه الأحداث والقضايا المجتمعية المختلفة

حسابي واحد (١,٩٢) وانحراف معياري (٠,٢٧)، يليهما في المرتبة الثانية في قائمة الأسباب التي تدفع أفراد العينة في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي "أن مواقع التواصل الاجتماعي ساحة مفتوحة للنقاش المجتمعي وتسمح بتبادل الآراء ووجهات النظر وتصويب الأخطاء تجاه ما ينشر " وذلك بمتوسط حسابي (١,٩٠) وانحراف معياري (٠,٣٠)، ثم " لأن مواقع التواصل الاجتماعي تتمتع

يشير الجدول رقم (٩) أن سبب "السرعة في تغطية القضايا والأحداث مع إمكانية التحديث وتصحيح الأخطاء" وسبب "أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أحد أشكال الإعلام البديل في ظل تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية" جاء في المرتبة الأولى في قائمة الأسباب التي تدفع أفراد العينة في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفتهم بقضايا المجتمع السعودي وذلك بمتوسط

بدرجة أكبر من حرية الرأي والتعبير مقارنة بغيرها" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (١,٨٦) وانحراف معياري (٠,٣٥)، وجاء سبب "لأن مواقع التواصل الاجتماعي تعكس القضايا من منظور المواطنين أنفسهم جنباً إلى جنب مع منظور الدولة" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (١,٨١) وانحراف معياري (٠,٤٠)، كما يُظهر الجدول السابق أن سبب "لأن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر شمولية وتكاملاً في تغطية الأحداث والقضايا بأدوات وأساليب متطورة" جاء في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (١,٧٩) وانحراف معياري (٠,٤١)، وجاء سبب "لأنني صرت أعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في الحصول على معلوماتي تجاه القضايا والأحداث" بمتوسط حسابي (١,٧٨) وانحراف معياري (٠,٤١)، في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (١,٧٨) وانحراف معياري (٠,٤١)، ثم سبب "أن مواقع التواصل تعكس رؤى وتوجهات كل أطراف المجتمع بشكل عادل ومتوازن" في المرتبة السابعة بمتوسط

حسابي (١,٧٤) وانحراف معياري (٠,٤٤)، يليه في المرتبة الثامنة سبب "لأن مواقع التواصل أكثر عمقاً في معالجتها للأحداث والقضايا مقارنة بغيرها" وسبب "أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بالتعبير عن رأيي والقدرة على التفاعل معها ومع جمهورها" بمتوسط حسابي واحد (١,٧٠) وانحراف معياري (٠,٤٦)، وجاء سبب "لأن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مصداقية من غيرها في تناولها للقضايا" في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (١,٦٦) وانحراف معياري (٠,٤٨)، ثم في المرتبة العاشرة "لأن خبرتي السابقة في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي تؤكد أنها غالباً ما تصدق في تناولها للقضايا" بمتوسط حسابي (١,٦٢) وانحراف معياري (٠,٤٨)، وجاء سبب "لأن مواقع التواصل الاجتماعي تعبر عن رؤيتي الخاصة تجاه الأحداث والقضايا المجتمعية المختلفة" في المرتبة الحادية عشر والأخيرة بمتوسط حسابي (١,٥١) وانحراف معياري (٠,٥٠).

٧-دوافع وأهداف اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي:

جدول رقم (١٠) دوافع اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي متابعة قضايا المجتمع

الأهداف والدوافع	الدوافع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
معرفة	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لأطلع على قضايا المجتمع	٤,١٤	٠,٩٧
	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن المعلومات الجديدة لقضايا المجتمع	٤,٠٣	١,٠٤
	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لأسترشد بما فيها من آراء حول قضايا المجتمع	٣,٨٦	١,٠٩
	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تساعدني على إدراك حقائق قضايا المجتمع السعودي	٣,٧٥	١,١٥
	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لأنها توفر قضايا مجتمعية صالحة للنقاش مع الآخرين	٣,٧٤	١,١٤
المتوسط العام للدوافع المنفعية		٣,٩١	
توجيهية	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة ما لدى الآخرين من وجهة نظر تجاه قضايا معينة	٤,٠١	١,٠٢
	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع قضايا المجتمع	٣,٩٢	١,١١
	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لأن المعرفة بهذه القضايا تجعلني أشعر بالانتماء لمجتمعي وعدم الانعزال عن قضايا ومشكلاته	٣,٨٥	١,١٢
	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تتناول قضايا تتصل بمصالحني المباشرة ومن الضرورة الإلمام بها	٣,٥٧	١,٢٢
	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لتساعدني في اتخاذ القرار والرأي الصائب	٣,٣٨	١,٢٧
المتوسط العام للدوافع التوجيهية		٣,٧٤	
سلوكية	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لأنها أصبحت عادة لي	٣,٩٣	١,١٤
	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه	٣,٩١	١,١٠
	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تساعدني في فهم الواقع بمشكلاته وتحدياته بما يمكنني من القدرة على التعامل معه	٣,٧١	١,١٥
	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تزودني بالحلول العملية حول الكثير من قضايا المجتمع	٣,٥٣	١,٢٣
المتوسط العام للدوافع السلوكية		٣,٧٧	
المتوسط العام*		٣,٨١	

لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع وذلك بمتوسط حسابي (٣,٩١) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (أعتمد عليها بدرجة كبيرة جداً إلى لا اعتمد عليها مطلقاً)، يليه في المرتبة الثانية الدوافع السلوكية بمتوسط حسابي

استهدفت الدراسة التعرف على أهداف ودوافع اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، والمتمثلة في الدوافع المنفعية والتوجيهية والسلوكية، ويوضح الجدول رقم (١٠) أن الدوافع المنفعية جاءت في المرتبة الأولى من بين الدوافع التي تدفع الجمهور

(٣,٧٧)، ثم أخيراً الدوافع التوجيهية بمتوسط حسابي (٣,٧٤).

وبالنظر إلى الدوافع السابقة بشكل أكثر تفصيلاً يوضح الجدول السابق رقم (١٠) أن دافع "الاطلاع على قضايا المجتمع جاء في المرتبة الأولى من بين الدوافع التي تدفع أفراد العينة للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وذلك بمتوسط حسابي (٤,١٤) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (أعتمد عليها بدرجة كبيرة جداً إلى لا اعتمد عليها مطلقاً)، وانحراف معياري (٠,٩٧)، يليه في المرتبة الثانية دافع "البحث عن المعلومات الجديدة لقضايا المجتمع بمتوسط حسابي (٤,٠٣) وانحراف معياري (١,٠٤)، وجاء دافع معرفة ما لدى الآخرين من وجهة نظر تجاه قضايا المجتمع" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٤,٠١) وانحراف معياري (١,٠٢)، ثم دافع "لأنها أصبحت عادة لي" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٣,٩٣) وانحراف معياري (١,١٤)، يليه في المرتبة الخامسة دافع "للتفاعل مع قضايا المجتمع" بمتوسط حسابي (٣,٩٢) وانحراف معياري (١,١١)، ثم في المرتبة السادسة دافع "التسلية والترفيه" بمتوسط حسابي (٣,٩١) وانحراف معياري (١,١٠)، وجاء دافع "الاسترشاد بما في مواقع التواصل الاجتماعي من آراء حول قضايا المجتمع" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٣,٨٦) وانحراف معياري (١,٠٩)، يليه في المرتبة الثامنة دافع "أن

المعرفة بهذه القضايا تجعلني أشعر بالانتماء لمجمعي وعدم الانعزال عن قضايا ومشكلاته" بمتوسط حسابي (٣,٨٥) وانحراف معياري (١,١٢)، ثم دافع "لأن مواقع التواصل الاجتماعي تساعدني على إدراك حقائق قضايا المجتمع السعودي" في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٣,٧٥) وانحراف معياري (١,١٥)، يليه في المرتبة العاشرة دافع "لأن مواقع التواصل الاجتماعي توفر قضايا مجتمعية صالحة للنقاش مع الآخرين" بمتوسط حسابي (٣,٧٤) وانحراف معياري (١,١٤)، ثم في المرتبة الحادية عشر دافع "لأن مواقع التواصل الاجتماعي تساعدني في فهم الواقع بمشكلاته وتحدياته بما يمكنني من القدرة على التعامل معه" بمتوسط حسابي (٣,٧١) وانحراف معياري (١,١٥)، يليه في المرتبة الثانية عشر دافع "لأن مواقع التواصل الاجتماعي تتناول قضايا تتصل بمصالحني المباشرة ومن الضرورة الإلمام بها" بمتوسط حسابي (٣,٥٧) وانحراف معياري (١,٢٢)، ثم في المرتبة الثالثة عشر دافع "لأن مواقع التواصل الاجتماعي تزودني بالحلول العملية حول الكثير من قضايا المجتمع" بمتوسط حسابي (٣,٥٣) وانحراف معياري (١,٢٣)، وجاء دافع "لأن مواقع التواصل الاجتماعي تساعدني في اتخاذ القرار والرأي الصائب" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٣,٣٨) وانحراف معياري (١,٢٧).

اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي تبعاً لسماتهم الديموغرافية:

وللتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي تبعاً لسماتهم الديموغرافية، يتضح من الجدول رقم

جدول رقم (١١) الفرق بين أفراد العينة في دوافع متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وفقاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
متزوج	٧٢٠	٣,٧٨	٠,٩٢	٢,٠٩	٠,٠٣٧	دالة عند مستوى ٠,٠٥
غير متزوج	١٧٣	٣,٩٤	٠,٨١			

وفيما يتعلق بالسن يشير تحليل التباين الأحادي كما يتضح من الجدول رقم (١٢) أن قيمة (ف) بلغت (٦,٣١) وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول دوافع متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، تعود لاختلاف أعمار أفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود

(١١) ووفقاً للحالة الاجتماعية أن قيمة (ت) دالة عند مستوى (٠,٠٥)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول دوافع متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، تعود لاختلاف الحالة الاجتماعية لأفراد العينة، حيث بلغت قيمة (ت) (٢,٠٩) وكانت تلك الفروق لصالح عينة الغير متزوجين.

فروق دالة عند مستوى (٠,٠٥) بين أفراد العينة في عمر (من ٥٠ سنة فما فوق)، وبين أفراد العينة في عمر (من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة)، وذلك لصالح أفراد العينة في عمر (من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة)، ووجود فروق بين أفراد العينة في عمر (من ٥٠ سنة فما فوق)، وبين أفراد العينة في عمر (من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة)، وذلك لصالح أفراد العينة في عمر (من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة).

جدول رقم (١٢) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول دوافع متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وفقاً للسن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١٩,٩٤	٤	٤,٩٩	٦,٣١	٠,٠٠٠	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٧٠١,٦٧	٨٨٨	٠,٧٩			

وفيما يتعلق بالدخل الشهري يشير تحليل التباين الأحادي كما يتضح من الجدول رقم (١٣) أن قيمة (ف) بلغت (٣,٧٨) وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول دوافع متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، تعود لاختلاف الدخل الشهري لأفراد

العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (٠,٠٥) بين أفراد العينة ذوي الدخل (أكثر من ١٥٠٠٠ ريال)، وبين أفراد العينة ذوي الدخل (من ٣٠٠١ إلى ٥٠٠٠ ريال)، وذلك لصالح أفراد العينة ذوي الدخل (من ٣٠٠١ إلى ٥٠٠٠ ريال).

جدول رقم (١٣) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول دوافع متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وفقاً للدخل الشهري

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١٢,٠٩	٤	٣,٠٢	٣,٧٨	٠,٠٠٥	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٧٠٩,٥٢	٨٨٨	٠,٨٠			

وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي يشير تحليل التباين الأحادي كما يتضح من الجدول رقم (١٤) أن قيمة (ف) بلغت (٣,٤٣) وهي دالة عند مستوى (٠,٠٥)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول دوافع متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع

السعودي، تعود لاختلاف المؤهل العلمي لأفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (٠,٠٥) بين أفراد العينة الحاصلين على (دراسات عليا)، وبين أفراد العينة الحاصلين على (دبلوم)، وذلك لصالح أفراد العينة الحاصلين على (دبلوم).

جدول رقم (١٤) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول دوافع متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وفقاً للمؤهل العلمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	٨,٢٥	٣	٢,٧٥	٣,٤٣	٠,٠١٧	دالة عند مستوى ٠,٠٥
داخل المجموعات	٧١٣,٣٦	٨٨٩	٠,٨٠			

وفيما يتعلق بالمهنة يشير تحليل التباين الأحادي كما يتضح من الجدول رقم (١٥) أن قيمة (ف) بلغت (٢,٦٢) وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول دوافع متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، تعود لاختلاف مهنة أفراد العينة، وباستخدام اختبار (LSD) للكشف عن مصدر الفروق لعدم تمكن اختبار شيفيه من الكشف عنها تبين وجود فروق دالة عند مستوى (٠,٠٥) بين أفراد العينة (المتقاعدين)، وبين أفراد العينة في مهنة (موظف حكومي)، وذلك لصالح أفراد العينة في مهنة (موظف حكومي)، ووجود فروق بين أفراد العينة (المتقاعدين)، وبين

أفراد العينة في مهنة (موظف عسكري)، وذلك لصالح أفراد العينة في مهنة (موظف عسكري)، ووجود فروق بين أفراد العينة (المتقاعدين)، وبين أفراد العينة في مهنة (موظف قطاع خاص)، وذلك لصالح أفراد العينة في مهنة (موظف قطاع خاص)، ووجود فروق بين أفراد العينة (المتقاعدين)، وبين أفراد عينة (ربات المنازل)، وذلك لصالح أفراد عينة (ربات المنازل)، كما يبين اختبار (LSD) ووجود فروق بين أفراد العينة (المتقاعدين)، وبين أفراد العينة (الطلاب)، وذلك لصالح أفراد العينة (الطلاب)، ووجود فروق بين أفراد العينة (المتقاعدين)، وبين أفراد العينة اللذين (بدون عمل)، وذلك لصالح أفراد العينة اللذين (بدون عمل).

جدول رقم (١٥) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول دوافع متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وفقاً للمهنة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١٤,٦٦	٧	٢,١٠	٢,٦٢	٠,٠١١	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٧٠٦,٩٥	٨٨٥	٠,٨٠			

ولم تشر نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع

التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وفقاً لمتغير الجنس.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي تبعاً لسماتهم الديموغرافية:

وللتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي تبعاً لسماتهم الديموغرافية، يتضح من

جدول رقم (١٦) الفرق بين أفراد العينة في درجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وفقاً للجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
ذكر	٦٢٥	٢,٣٤	٠,٧٠	٣,١٩	٠,٠٠١	دالة عند مستوى ٠,٠١
أنثى	٢٦٨	٢,٥٠	٠,٦٨			

فيما يتعلق بالمهنة يشير الجدول رقم (١٧) أن قيمة (ت) دالة عند مستوى (٠,٠٥)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، تعود لاختلاف الحالة الاجتماعية لأفراد العينة حيث بلغت قيمة (ت) (٢,٠٠)، وكانت تلك الفروق لصالح عينة الغير متزوجين.

جدول رقم (١٧) الفرق بين أفراد العينة في درجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وفقاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
متزوج	٧٢٠	٢,٣٦	٠,٦٨	٢,٠٠	٠,٠٤٧	دالة عند مستوى ٠,٠٥
غير متزوج	١٧٣	٢,٤٩	٠,٧٦			

السعودي، تعود لاختلاف أعمار أفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (٠,٠٥) بين أفراد العينة في عمر (من ٣٠ سنة فما فوق)، وبين أفراد العينة في عمر (من ٢٠ إلى أقل من ٣٠

وفيما يتعلق بالسن يشير تحليل التباين الأحادي كما يتضح من الجدول رقم (١٨) أن قيمة (ف) بلغت (٥,٩٧) وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول درجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع

(سنة)، وذلك لصالح أفراد العينة في عمر (من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة).
جدول رقم (١٨) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول درجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وفقاً للسن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١١,٤٣	٤	٢,٨٦	٥,٩٧	٠,٠٠٠	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٤٢٤,٩٥	٨٨٨	٠,٤٨			

مستوى (٠,٠٥) بين أفراد العينة ذوي الدخل (أكثر من ١٥٠٠٠ ريال)، وبين أفراد العينة ذوي الدخل (من ٣٠٠١ إلى ٥٠٠٠ ريال)، وذلك لصالح أفراد العينة ذوي الدخل (من ٣٠٠١ إلى ٥٠٠٠ ريال)، ووجود فروق بين أفراد العينة ذوي الدخل (أكثر من ١٥٠٠٠ ريال)، وبين أفراد العينة ذوي الدخل (من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريال)، وذلك لصالح أفراد العينة ذوي الدخل (من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريال).

وفيما يتعلق بالدخل الشهري يشير تحليل التباين الأحادي كما يتضح من الجدول رقم (١٩) أن قيمة (ف) بلغت (٥,٤٢) وهي دالة عند مستوى (٠,٠٥)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول درجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، تعود لاختلاف الدخل الشهري لأفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند

جدول رقم (١٩) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول درجة اعتمادهم

على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وفقاً للدخل الشهري

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١٠,٤٠	٤	٢,٦٠	٥,٤٢	٠,٠٠٠	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٤٢٥,٩٨	٨٨٨	٠,٤٨			

مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين نوعية القضايا التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي:

وللتعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا

ولم تشر نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعود وفقاً لمتغير المؤهل العلمي، والمهنة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على

المجتمع السعودي وبين نوعية القضايا التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي، يكشف معامل ارتباط (بيرسون) كما يبين الجدول رقم (٢٠) أن هناك علاقة طردية (موجبة) بين نوعية جميع القضايا (عدا القضايا الرياضية) التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بتلك القضايا عن المجتمع السعودي، وكانت تلك العلاقات دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، ويعني ذلك أنه كلما زادت درجة اعتماد الجمهور على مواقع

التواصل الاجتماعي في المعرفة بتلك القضايا زاد اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كما يتضح من الجدول رقم (٢٠) أن العلاقة شبه منعدمة بين (القضايا الرياضية) وبين درجة اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بتلك القضايا عن المجتمع السعودي، وكانت تلك النتيجة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، وهذا يعني أنه لا توجد علاقة بين درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل في المعرفة بالقضايا الرياضية ودرجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢٠) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين نوعية القضايا التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل

الاجتماعي

القضايا	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
القضايا الاجتماعية	٠,٢٤٥٠	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا الاقتصادية	٠,١٩٤٩	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا السياسية	٠,١٥٤٨	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا الرياضية	٠,٠٩٩٨	دالة عند مستوى ٠,٠١	شبه منعدمة
القضايا الثقافية	٠,٢٠٤٩	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا التعليمية	٠,٢١٧٠	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا الدينية	٠,٢٤٣٢	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا العسكرية والأمنية	٠,٢٠٠٣	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا الفنية	٠,٢٣٢٣	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا العلمية والتقنية	٠,٢٥٣١	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا الصحية	٠,٢٥٥١	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا

المجتمع السعودي وبين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي: وللتعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على

اعتماد الجمهور السعودي على تلك المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، اتفق دافعهم لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي. وكانت تلك العلاقات دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، ويعني ذلك أنه كلما زادت درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي زادت الدوافع التي تدفع الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع.

مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي، يكشف معامل ارتباط (بيرسون) كما يبين الجدول رقم (٢١) أن هناك علاقة طردية (موجبة) بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى أنه كلما زادت درجة

جدول رقم (٢١) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي

المواقع	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
تويتر	٠,٤٠٢٥	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
الفيس بوك	٠,١٣٧٩	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
الواتسب	٠,٢٣٤٨	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
تيلجرام	٠,١٨٣١	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
اليوتيوب	٠,٢٦٩٦	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
المنونات	٠,١٧٢٥	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
ماي سبيس	٠,١٦٠٢	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
لينكد إن	٠,١٤٢٨	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
انستجرام	٠,٢٢٢٥	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
سناپ شات	٠,٢٦٦٠	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
جوجل بلس	٠,٢٢٠٠	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)

يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي: وللتعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين نوعية القضايا التي

السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى أنه كلما زادت دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، زاد حرصهم على متابعة تلك القضايا في مواقع التواصل الاجتماعي. وكانت تلك العلاقات دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١).

السعودي وبين نوعية القضايا التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي، يكشف معامل ارتباط (بيرسون) كما يبين الجدول رقم (٢٢) أن هناك علاقة طردية (موجبة) بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين نوعية القضايا التي يحرص الجمهور

جدول رقم (٢٢) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين نوعية القضايا التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل

الاجتماعي

القضايا	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
القضايا الاجتماعية	٠,٥٧٦٩	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا الاقتصادية	٠,٤٦٣٥	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا السياسية	٠,٤٦١٠	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا الرياضية	٠,٢٥٦١	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا الثقافية	٠,٣٩٤٢	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا التعليمية	٠,٤٥٧١	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا الدينية	٠,٤٧٣٣	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا العسكرية والأمنية	٠,٤٤٢٥	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا الفنية	٠,٣٩٦٦	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا العلمية والتقنية	٠,٤٤٩٥	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
القضايا الصحية	٠,٤٩٥٧	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)

وللتعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين مدى متابعتهم لتلك المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع، يكشف معامل ارتباط

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين مدى متابعتهم لتلك المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع:

(بيرسون) كما يبين الجدول رقم (٢٣) أن هناك علاقة طردية (موجبة) بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي: (دوافع معرفية، دوافع توجيهية، دوافع سلوكية)، وبين مدى متابعتهم لتلك المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، مما يشير إلى أنه كلما زادت دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، زاد مدى متابعتهم لتلك المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي. وكانت تلك العلاقات دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١).

كما يتضح من الجدول رقم (٢٣) أن هناك علاقة طردية (موجبة) بين الدرجة الكلية لدوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، وبين مدى متابعتهم لتلك المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، مما يشير إلى أنه كلما زادت دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، زاد مدى متابعتهم لتلك المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي. وكانت تلك العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١).

جدول رقم (٢٣) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين مدى متابعتهم لتلك المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي

الدوافع	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
دوافع معرفية	٠,٥١٨٧	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
دوافع توجيهية	٠,٤٧١٩	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
دوافع سلوكية	٠,٤٦٢٤	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)
الدرجة الكلية للدوافع	٠,٥١١٠	دالة عند مستوى ٠,٠١	طردية (موجبة)

مناقشة النتائج:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الدوافع والأهداف التي تدفع الجمهور السعودي للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، وما هي المواقع التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات حول قضايا المجتمع السعودي، ودرجة اعتماد الجمهور على هذه المواقع، والأسباب التي تدفعهم للاعتماد على مواقع

التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع، وقد تمت الدراسة بالتطبيق على الجمهور في مدينة الرياض، وانتهت الدراسة إلى النتائج التالية:

١- وجود اعتماد كبير على مواقع التواصل

الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع:

كشفت نتائج الدراسة عن وجود اعتماد كبير من قبل أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفتهم بقضايا المجتمع السعودي المختلفة، إذ فقط

(٦٪) من أفراد العينة لا يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة أمين (٢٠١٧) ودراسة محمد (٢٠١٦) ودراسة أبوسليم (٢٠١٥) والتي أكدت على ارتفاع اعتماد الجمهور على مواقع التواصل في الحصول على الأخبار والمعلومات حول القضايا والموضوعات، ويرى الباحث أن هذا أمر طبيعي في هذا العصر وذلك لعاملين الأول: أن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تفرض وجودها على الجمهور السعودي بمختلف فئاته، فهذا العصر يشهد نزوحاً من قبل الجمهور على اختلاف مستوياتهم نحو استخدام هذه المواقع، فعدد المستخدمين السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي وفق إحصائيات النصف الأول ٢٠١٨م (٢٥) مليون مستخدم (https://www.globalmediainsight.com, n.d.)، أما العامل الثاني فهو احتلال مواقع التواصل الاجتماعي لمكانة كبيرة لدى المستخدمين السعوديين، لما تتمتع به هذه المواقع كما جاء في الإطار النظري من ميزات مقارنة بالوسائل التقليدية حيث أتاحت هذه المواقع لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، كما مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل، وأصبحت الوسيلة الأساسية لدى السعوديين لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث، بالإضافة إلى ذلك قدرة مستخدمي مواقع

التواصل الاجتماعي على نشر أي تفسير لأي قضية سواء أكانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية أو غيرها دون الاضطرار للتعامل مع حراس البوابة في الإعلام التقليدي، ومما يؤكد ذلك ما بينه الدراسة الميدانية من أن أحد أهم أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي السرعة في تغطية هذه المواقع لمختلف القضايا والأحداث، وأنها أصبحت أحد أشكال الإعلام البديل في ظل تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية، ولأنها ساحة مفتوحة لمناقشة مختلف الموضوعات، وما سبق هو الذي أدى إلى حد كبير لاعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع.

٢- أن اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي تركز في الدرجة الأولى على الدوافع النفسية

كشفت نتائج الدراسة أن اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي تركز في الدرجة الأولى على الدوافع النفسية بمتوسط حسابي (٣,٩١)، حيث تمثلت كما جاء في الدراسة الميدانية في البحث عن المعلومات الجديد لقضايا المجتمع السعودي، والاطلاع على هذه القضايا، والاسترشاد بما في مواقع التواصل الاجتماعي من آراء حول قضايا المجتمع السعودي، وإدراك الحقائق حول هذه القضايا، وما جاء في الدراسة الحالية يتفق مع دراسة كل من: الكافي والصالح (٢٠١٧)، وأمين (٢٠١٧) وأبوسليم

(٢٠١٥)، من أن للجمهور أهدافاً يسعى إلى تحقيقها بالمعلومات التي توفرها لهم مواقع التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة تؤكد ما جاء في الإطار النظري من أن الجمهور يسعى من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام إلى فهم البيئة المحيطة به وما يحدث فيها، وأفضل من يقدم ذلك هي وسائل الإعلام، إذ إن هذه الوسائل وفق نظرية الاعتماد تعتبر نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقق الأهداف الخاصة بالأفراد والمتمثلة في جمع المعلومات وتنسيقها ونشرها، (العبد، ٢٠٠٩: ٣٧١) بالإضافة إلى ذلك فإن الجمهور يحرص على استقاء مزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم والانفتاح بهذه المعلومات، (الطرايشي و السيد، ٢٠٠٦: ١٢٢)، وبالإضافة إلى ذلك فإن هذه النتيجة تتفق أيضاً مع ما جاء في الإطار النظري من أن الجمهور يسعى من خلال الاعتماد إلى تجاوز مشكلة الغموض في الموضوعات والنااتجة عن نقص أو عدم كفاية المعلومات التي يتعرض لها الفرد لفهم معنى الأحداث أو تحديد التفسيرات الصحيحة لها، وهو ما يتفق مع فروض نظرية الاعتماد من أن الأفراد يحتاجون للمعلومات لإشباع حاجاتهم وفهم ما يحدث من حولهم، ويرى الباحث أن نظام المعلومات الذي تتميز به الإنترنت بشكل عام ومواقع التواصل خاصة قد مكنت المستخدمين من الوصول إلى هذه المعلومات بكل يسر وسهولة واستخدامها وإزالة كما

ذكرنا أنفاً الكثير من الغموض الذي يكتنف بعض القضايا والأحداث وبالتالي تحقيق المنفعة من الكم الهائل من المعلومات حول الكثير من القضايا والأحداث.

٣- اعتماد الجمهور على تويتر بدرجة كبيرة جداً في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي:

بينت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي في الحصول على المعلومات عن قضايا المجتمع السعودي أن أفراد العينة يعتمدون على تويتر بدرجة كبيرة جداً بمتوسط حسابي (٤,٤٤) ثم الواتسب في الدرجة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٥٠)، كما بينت نتائج الدراسة عدم اعتماد أفراد العينة على الفيسبوك وتيلجرام والمدونات في المعرفة بقضايا المجتمع، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة أمين (٢٠١٧) والشايع (٢٠١٤)، في مجيء تويتر في المرتبة الأولى في اعتماد الجمهور في الحصول على المعلومات حول القضايا المختلفة، ولا تتفق مع دراسة الكافي والصالحي (٢٠١٧) ومنية إبراهيم (٢٠١٦) ومحمد (٢٠١٦) وأبو سليم (٢٠١٥) التي وجدت أن الجمهور يعتمد على الفيسبوك بالدرجة الأولى في الحصول على المعلومات، وهذا من وجهة نظر الباحث الطبيعي كون هذه الدراسات مطبقة على جمهور عربي إذ إن أغلب الجمهور في الدول العربية كما تؤكد العديد من الدراسات يستخدمون الفيسبوك، ويرى الباحث أن

ارتفاع استخدام أفراد العينة لتويتر يعود إلى أن تويتر هو الموقع الاجتماعي المفضل لدى السعوديين حيث يصل عدد مستخدمي تويتر في السعودية خلال النصف الأول من هذا العام (٢٠١٨) (١٨) مليون مستخدم نشط،

(<https://www.globalmediainsight.com>, n.d.)

ومما يعزز هذه النتيجة أن السبب الأول في اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي كما جاء في الدراسة الميدانية كان السرعة في تغطية القضايا والأحداث، وهذا ما توفرت مواقع التواصل وبالدات تويتر ولذلك نجد أن التلفزيون السعودي والصحف السعودية اليومية، وحتى مواقعها الإخبارية كما بينت نتائج الدراسة جات بدرجة متوسطة في الاعتماد، ويرى الباحث أن تويتر استطاع أن يفرض نفسه على المستخدمين السعوديين لعدة أسباب من أهمها أن تويتر أصبح بالنسبة للمستخدمين لسعوديين المتنفس كي يعبروا عن اهتماماتهم وهموم المتنوعة، بالإضافة إلى ذلك سهولة الاستخدام حيث وفر ذلك استخدام الهواتف الذكية، إذ إن هذا الاستخدام يجعل التعرض للأخبار والقضايا المتعددة مستمراً طوال الوقت بخلاف الوسائل التقليدية التي يتعرض الجمهور لموادها بأوقات محددة، كما أن تويتر في المملكة العربية السعودية استطاع يخلق إعلاماً مختلفاً عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة،

ففي الظروف الطارئة والأحداث التي تقع في السعودية استطاع تويتر بشكل خاص من التفاعل مع هذه الأحداث على مدار الساعة ونقل الحدث أولاً بأول ومن مكان حدوثه ويواكب هذا النقل سرعة انتشار مذهلة لا يستطيع الإعلام التقليدي مجاراتها بأي حال من الأحوال وتحت أي ظرف من الظروف، وقد اثبتت ذلك التجارب الخاصة بقضايا حدثت في السعودية فقد بات تويتر الآن يعبر عما بداخل السعوديين بطرح العديد من القضايا من خلاله، فعلى سبيل المثال طرح المغردون قضية انتشار الجرب في عدد من مناطق المملكة، وقضية الإسكان، وقضايا اجتماعية متعددة، وقضايا اقتصادية وسياسية، ما كان لها أن تطرح في الإعلام التقليدي، ولذلك ليس غريباً أن يتم استخدام تويتر من قبل قادة دول العالم وعلى رأسهم الرئيس الأمريكي دونالد ترامب، ومسؤولين وغيرهم بهدف إيصال رسائل معينة بشكل سريع حيث أدركوا أنه وسيلة سريعة في إيصال ما يريدون.

٤- اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية بشكل كبير، وعلى مواقع الجهات الحكومية بشكل متوسط، وبشكل ضعيف على مواقع الصحف الورقية في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي:

أظهرت نتائج الدراسة اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية بشكل كبير بمتوسط حسابي (٣,٤٦)، وعلى مواقع الجهات الحكومية بشكل متوسط بمتوسط حسابي (٣,٣٤) وهذا يتفق مع دراسة أمين

(٢٠١٧) وطر (٢٠١٤)، كما بينت النتائج ضعف اعتماد أفراد العينة على مواقع الصحف الورقية بمتوسط حسابي (٢,٣٨) وهذا يؤكد أن الصحف الورقية لم تعد خياراً مطروحاً أمام الجمهور بعد ظهور بدائل تمثلت في مواقع التواصل الاجتماعي حيث قامت بكسر احتكار الصحف الورقية والقنوات التلفزيونية الكبرى للمعلومات بعد أن كانت تلك القنوات والصحف تسهم في تكوين الرأي العام باعتبار أنها أول وأهم مصدر إخباري بالنسبة للجمهور.

٥- تركيز الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا المجتمع السعودي على القضايا الاجتماعية:

كشفت نتائج الدراسة أن أبرز القضايا التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي هي القضايا الاجتماعية بمتوسط حسابي (٤,١٦) ثم بدرجة ثانية القضايا السياسية ثم الصحية وبعدها بالدرجة الرابعة القضايا الاقتصادية، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة الشايع (٢٠١٤)، التي أكدت على اهتمام المبحوثين بالقضايا الاجتماعية، ومع دراسة طر (٢٠١٤) بالنسبة للقضايا السياسية، ودراسة أبوطالب (٢٠١٣) فيما يتعلق بالقضايا الصحية، كما أن هذه الدراسة لا تتفق مع دراسة منية إبراهيم (٢٠١٦) التي وجدت في دراستها أن المبحوثين يهتمون بالمضامين الرياضية والفنية، ويرى الباحث أن تركيز اعتماد أفراد العينة على مواقع

التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا الاجتماعية يعود إلى أن هذه القضايا أكثر أهمية بالنسبة لمعظم أفراد العينة كونها تختلط بالواقع اليومي المعاش للفرد وتلامس همومه بوصفه فرداً وبوصفه عضواً في أسرة أي كان موقعه داخلها، كما أن توالي القضايا الثلاث السياسية والصحية والاقتصادية على الترتيب بعد القضايا الاجتماعية يشير إلى أن هذه القضايا ذات اهتمام مشترك بين فئات وشرائح متفاوتة من الجمهور دون استثناء فحجم القضايا والمشكلات الاجتماعية والاقتصادية والصحية في مجتمعنا الذي يمر بتحولات حضارية متعددة كبير، وعموماً فإن هذه النتيجة تؤكد أن الجمهور يبحث دائماً عن المضمون الذي يحتاج إلى اشباعه ويعبر عن احتياجاته واهتماماته، وهذا يتفق أيضاً مع ما أكدته الإطار النظري من أن الأفراد يعتمدون على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام لتحقيق مجموعة من الدوافع والتي من أهمها الحصول على المعلومات حول موضوع معين وتحقيق أهداف يسعى لها من هذا الاعتماد. (العبد، ٢٠٠٩: ٣٧١)

٥- السرعة في تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا والأحداث، وتراجع دور وسائل الإعلام التقليدية، وتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة من الحرية، وقدرة المستخدمين لمناقشة كافة القضايا أهم أسباب اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي:

بينت نتائج الدراسة أن من أسباب اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع تركزت في عدة أسباب منها: السرعة في تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا والأحداث، وتراجع دور وسائل الإعلام التقليدية لأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أحد أشكال الإعلام البديل، وتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة من الحرية، وقدرة مستخدمي مواقع التواصل على مناقشة كافة القضايا، وهذا يتفق مع دراسة الكافي والصالحي (٢٠١٧)، وأمين (٢٠١٧) وأبوسليم (٢٠١٥)، والشايع (٢٠١٤) بأن السرعة في نقل الأحداث من أهم أسباب متابعة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويرى الباحث أن هذه الأسباب هي التي جعلت أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، فهذه المواقع تتميز بالتفاعلية إذ خلقت نوعاً من التفاعل بين السعوديين أنفسهم والعالم بعد العزلة التي كانت تفرضها عليه ظروف الحياة، كما أدت مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وانتشار أجهزة الهواتف الذكية وتطورها والقدرة على الارتباط بالإنترنت من أي مكان إلى رفع سقف حرية التعبير والحصول على المعلومة والقدرة على الاتصال بشكل غير مسبوق وقد مكن الإعلام الجديد الأمر الذي مكن المستخدمين من مناقشة أي موضوع يخطر على

بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم بدون قيود وبحرية كاملة. وفيما يتعلق بنتائج اختبار الفروض تؤكد الدراسة على الآتي:

١- بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وفقاً للحالة الاجتماعية، والسن، والدخل الشهري، والمؤهل العلمي، والمهنة.

٢- بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة طردية (موجبة) بين نوعية جميع القضايا (عدا القضايا الرياضية) التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بتلك القضايا عن المجتمع السعودي، ووجود علاقة شبه منعقدة بين (القضايا الرياضية) وبين درجة اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بتلك القضايا عن المجتمع السعودي.

٣- بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة طردية (موجبة) بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي

٤- بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة طردية (موجبة) بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا

تداول معلومات من مواقع قد لا تتسم بالمصداقية أو غير دقيقة.

٢- انطلاقاً مما أظهرته نتائج الدراسة من ضعف في اعتماد الجمهور من أفراد العينة على مواقع الصحف الورقية في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، مما يؤكد على تراجع الإعلام المهني أمام إعلام الهواية الشخصية، وأن الصحافة عامة والورقية بصفة خاصة في مأزق وهذا المأزق لن يحل إلى من خلال اهتمام الصحف الورقية بتطوير أدواتها المهنية، والتحول التدريجي نحو الإعلام الرقمي لكي يكون لها حضور في المشهد الإعلامي الحالي.

يوصي الباحث بالاهتمام بعدد من الموضوعات البحثية التي تثيرها نتائج هذه الدراسة من مثل:

١- دراسة المضامين المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- دراسة مستقبل الصحافة الورقية والتحديات التي تواجهها.

٤- دراسات عن مواقع التواصل الاجتماعي والبناء الاجتماعي والثقافي والسياسي.

٥- دراسات عن تأثيرات الإعلام الجديد على الممارسات الاجتماعية والسياسية .

المراجع

بسمة قائد البناء. (٢٠١٤). تويتر والبناء الاجتماعي والثقافي لدى الشباب . ط١. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

المجتمع السعودي وبين نوعية القضايا التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي.

٥- بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة طردية (موجبة) بين دوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي: (دوافع معرفية، دوافع توجيهية، دوافع سلوكية)، وبين مدى متابعتهم لتلك المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، ووجود علاقة طردية (موجبة) بين الدرجة الكلية لدوافع متابعة الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي، وبين مدى متابعتهم لتلك المواقع في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي.

التوصيات

بالرغم من أن الباحث يرى أن كل نتيجة تم التوصل إليها تعد توصية في حد ذاتها إلا أن النتائج التي توصلت إليها الدراسة تثير العديد من التوصيات على النحو الآتي:

١- في ضوء ما كشفت عنه نتائج الدراسة من ارتفاع استخدام الجمهور من أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع فإن الباحث يدعو الجهات الحكومية وبالذات الخدمية إلى تكثيف نشاطها في مواقع التواصل وإمداد الجمهور بالمعلومات التي تزيل الغموض عن الكثير من القضايا والأحداث بحيث لا تترك المستخدمين إلى

الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، دراسة مسحية تحليلية -رسالة ماجستير غر منشورة. عمان: كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط.

شروق محمد الشايع. (٢٠١٤). دور الشبكات الاجتماعية في تنمية مشاركة الشباب السعودي في القضايا المجتمعية: دراسة مسحية على شبكة تويتر-بحث مكمل للماجستير. قسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة الملك سعود.

صابر حسن محمد طر. (٢٠١٤). العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمني. قسم الإذاعة والتلفزيون: كاية الإعلام، جامعة القاهرة.

صالح بن حمد العساف. (١٩٨٩). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية. ط١. الرياض: العبيكان.

عادل عبدالغفار. (يوليو - أكتوبر، ٢٠٠٩). العلاقة بين متابعة الشباب الجامعي لتطورات الإصلاح السياسي كما يعرضها التلفزيون واتجاهاتهم نحو مستقبل العمل السياسي في مصر. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (٣٤) ٤٤ - ١.

علي بن شويل القرني. (٢٠١١). الإعلام الجديد من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن. الرياض: د. ن.

حسن عماد مكاي، و ليلي حسين السيد. (١٩٨٨). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط١. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

حسنين شفيق. (٢٠١٣). نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي. القاهرة: دار فكر وفن

حمزة محمد سعد. (يوليو - ديسمبر، ٢٠١٦). اعتماد الجالية المصرية بالإمارات على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات عن قضية جزيرتي تيران وصنافير. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، الصفحات ٨٢- ١٠٩.

دانييل جوني. (٢٠١٥). أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية. (طارق عطية عبدالرحمن، ترجمة) الرياض: معهد الإدارة العامة.

رضا عبدالواجد أمين. (يونيو، ٢٠١٧). اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على الجمهور البحريني. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (١٧) ١ - ١٠.

زينب مثني أبوطالب. (مايو، ٢٠١٣). شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي. المجلة العربية للإعلام والاتصال، صفحة ٥٩.

شرحبيل غالب حميد أبو سليم. (٢٠١٥). اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل

- مصعب حسام قتلوني(٢٠١٤) ثورات الفيسبوك : مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير ط١. بيروت :شركة المطبوعات للنشر والتوزيع. كاظم المقدادي. (٢٠١٣). الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة. ط١. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- محمد عبدالحميد. (٢٠١٥). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط٤. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبدالوهاب الفقيه الكافي، و حاتم علي الصالحي . (مايو، ٢٠١٧). دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب: دراسة مقارنة بين الشباب في أربع دول عربية. المجلة العربية للإعلام والاتصال، (١٧) ٢٠٧٣-٣٢٠.
- محمود علم الدين. (٢٠١٤). الإعلام الرقمي الجديد البيئة والوسائل. ط١. القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع.
- مرفت الطرابيشي، و عبدالعزيز السيد. (٢٠٠٦). نظريات الاتصال. القاهرة: دار النهضة العربية. ملفين ديفلير، و ساندرا بول روكيتش. (١٩٩٢). نظريات وسائل الإعلام. (كمال عبدالرؤوف، المترجمون) القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع. منية اسحق إبراهيم. (٢٠١٦). اعتماد الشباب الجامعي المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار دراسة تطبيقية على موقعي الفيسبوك وتويتر: رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- مي عبدالله. (٢٠١٠). نظريات الاتصال. ط١. بيروت: دار النهضة العربية.
- نهى عاطف العبد. (يناير-يونيه، ٢٠٠٩). اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات بالتطبيق على أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد: ٣٣.

Amer Aldahmashi F, Reliance of the Saudi Youth on Social Media as a Source of Information about Al-Hazem Storm, J Mass Communicat Journalism 2017, 7:5.
Ball, J. S., & Defleur, M. L. (1992). Thories of Mass Communication (Vol. 4). New York: Longman.

<https://wearesocial.com> .
<https://www.globalmediainsight.com>. (n.d.).
<https://www.globalmediainsight.com> .
<https://www.stats.gov.sa/ar> .

The extent to which the Saudi public relies on social networking sites to obtain information on the issues of the Saudi society: A survey study in the city of Riyadh

Dr. Abdulmalik Abdulaziz Shalhoob
Associate Professor Media Department
King Saud University Riyadh, Saudi Arabia

Summary. this study aims to identify the motives and objectives that drive the Saudi public to rely on the social networking sites to obtain information on the issues of the Saudi society. The study also aims to identify which of these social networking sites the public depends on and the reasons that drive the Saudi public reliance on the social networking sites to obtain information on the issues of the Saudi society. This study also aims to find whether there are statistically significant differences in the motivation of the Saudi public to follow the social networking sites to obtain information on the issues of the Saudi society according to their demographic characteristics, and the extent of a significant statistical correlation between the degree of the Saudi public's reliance on social networking sites to obtain information on the issues of the Saudi society and the use of the social networking sites for networking. Survey and questionnaire method were used to obtain information with a sample size of (893) Saudi Riyadh-resident individuals. The results of the study showed the reliance of the sample size individuals on the social networking sites to obtain information on the issues of the Saudi society as the primary reason for the use of these social networking sites. The results also showed the public's reliance on Twitter to a great extent in obtaining information about the issues of Saudi society.