

اتجاه الشباب السوري نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات

إعداد

منير الشيخ حمود

دراسة من منشورات

مركز مداد للدراسات والبحوث التربوية

midadcenter.com

مؤسسة تعليم بلا حدود/مداد

مستخلص البحث

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاه الشباب نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات، استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، وتحقيق هدف البحث تكونت عينة البحث من (١٥٠) شاب / ة بالعام (٢٠٢١) في محافظة إدلب والريف الشمالي لمحافظة حلب، واختيرت بالطريقة العشوائية، واستخدم الباحث مقياس اتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وهو من بناء الباحث وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- هناك اتجاه إيجابي نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي.
 - توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في اتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لمتغير الجنس لصالح الذكور.
 - لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في اتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لمتغير المستوى التعليمي (تعليم ما دون الابتدائي - تعليم أساسي - تعليم الثانوي - تعليم الجامعي)
 - لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في معدل متابعة المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لمتغير الجنس (ذكر أنثى).
 - لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في معدل متابعة المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لمتغير المستوى التعليمي (تعليم ما دون الابتدائي - تعليم أساسي - تعليم الثانوي - تعليم الجامعي)
- الكلمات المفتاحية: الاتجاه - المحتوى التافه - مواقع التواصل الاجتماعي - الشباب.

Abstract

The study aimed to recognize the trend of young people towards trivial content on social media sites in light of some variables, the researcher used the descriptive survey approach, and to achieve the goal of research the research sample consisted of 150 young men in 2021 in Idlib Governorate and the northern countryside of Aleppo Governorate, selected in a random manner. The researcher used a trend scale towards trivial content on social media.

–There is a positive trend towards trivial content on social media.

–There are statistically significant differences between average scores of sample members in a trend towards trivial content on social media according to the gender variant in favour of males.

–There are no statistically significant differences between the average scores of members of the sample in the direction of trivial content on social media according to the educational level variable (sub–primary education, basic education, secondary education, university education)

–There are no statistically significant differences between average scores of sample members in the rate of follow–up of trivial content on social media sites according to the gender variant (female male).

–There are no statistically significant differences between the average scores of members of the sample in the rate of follow–up of trivial content on social media according to the educational level variable (undergraduate education, basic education, secondary education, university education)

Keywords: Trend – Trivial Content – Social Media Sites – Young People.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
.....	ملخص باللغة العربية
.....	ملخص باللغة الأجنبية
.....	فهرس المحتويات

الفصل الأول: الإطار المنهجي

٧.....	١-مقدمة البحث
٩.....	٢-مشكلة البحث
٩.....	٣-أهمية البحث
١٠.....	٤-أهداف البحث
١٠.....	٥-أسئلة البحث
١١.....	٦-حدود البحث
١١.....	٧-مصطلحات البحث

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

١٤.....	١-الدراسة السابقة
٢٠.....	٢-تغقيب على الدراسات السابقة

الفصل الثالث: الإطار النظري

مدخل إلى الاتجاهات

- ١- مفهوم الاتجاه..... ٢٣
- ٢- خصائص الاتجاه..... ٢٣
- ٣- أنواع الاتجاه..... ٢٤

مدخل مواقع التواصل الاجتماعي:

- ١- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي..... ٢٥
- ٢- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي..... ٢٦
- ٣- سمات مواقع التواصل الاجتماعي..... ٢٧
- ٤- تفسير تأثير مواقع التواصل الاجتماعي..... ٢٨

مدخل المحتوى التافه:

- ١- مفهوم المحتوى التافه:..... ٢٨
- ٢- الآثار السلبية للمحتوى التافه:..... ٢٩
- ٣- أنواع المحتوى التافه الذي يعرض على مواقع التواصل الاجتماعي:..... ٣٠

الفصل الرابع: إجراءات البحث

تمهيد

- ١- منهج البحث..... ٣٣
- ٢- مجتمع البحث وعينته..... ٣٣
- ٣- أدوات البحث..... ٣٤
- ٤- الأساليب الإحصائية..... ٣٤

الفصل الخامس: عرض النتائج ومناقشتها

- ١- عرض النتائج ومناقشة السؤال الأول..... ٤٢
- ٢- عرض النتائج ومناقشة السؤال الثاني..... ٤٣
- ٣- عرض النتائج ومناقشة السؤال الثالث..... ٤٤
- ٤- عرض النتائج ومناقشة السؤال الرابع..... ٤٦
- ٥- عرض النتائج ومناقشة السؤال الخامس..... ٤٧
- ٦- التوصيات والمقترحات..... ٤٩
- ٧- قائمة المراجع والمصادر..... ٥٠
- ٨- قائمة الملاحق ٥٩

الفصل الأول (الإطار المنهجي)

- مقدمة البحث
- مشكلة البحث
- أهمية البحث
- أهداف البحث
- أسئلة البحث
- حدود البحث
- مصطلحات البحث

مقدمة البحث:

إن التطور الذي حدث في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ساهم في إيجاد مجموعة من التغيرات التي وليدها تقنيات الاتصال السلكية واللاسلكية، وبالإضافة إلى شبكة الأنترنت التي ربطت جميع أنحاء العالم مع بعضها البعض، والتي تعد بحرا واسعا لا يمكن أن تدرك ما بداخله، فهي تحتوي على ملايين من الصفحات الرقمية التي تحتوي على معلومات ومعرفة، وكما أنها تخلق جوا من التواصل الافتراضي التقني وذلك من خلال ما توفره من وسائل التواصل التي يمكن من خلالها التواصل مع العائلة والأصدقاء وبالإضافة للاتصال بالثقافات الأخرى وذلك عبر برامج معينة تم برمجتها لهذا الغرض، ولا شك إن هذه التغيرات التي حدثت في مجال الاتصال وتقنية المعلومات لها تأثيرها المباشر على الأفراد من حيث عدم قدرتهم على تمييز ما هو صواب وما هو خطأ.

ولم يقف التطور الذي حدث في مجال تكنولوجيا المعلومات عند شبكة الأنترنت بل تعداها لكي ينتج ثورة رقمية أخرى عرفت باسم مواقع التواصل الاجتماعي التي نشأت في البداية لكي يتواصل الطلاب فيما بينهم، إلا إن مجالات استخدامها امتدت لتشمل جميع نشاطات المجتمع فأصبحت أحد أهم الأنشطة الإلكترونية انتشارا وظاهرة ثقافية لعشرات الملايين من الأفراد الذين يقضون وقتهم على شبكة الأنترنت. (موصلي، ٢٠١٥، ٣)

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر شيوعا وانتشارا على شبكة الأنترنت لما تمتلكه من مزايا وخصائص فنية وسهلة وممتعة تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، ولما تقدمه لمستخدميها ما لا تقدمه وسائل الإعلام التقليدية، مما شجع متصفح الأنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، وإن الإقبال عليها يزداد في الوقت الذي تراجع الإقبال فيه على باقي المواقع، وذلك لمتغيرات عديدة منها زيادة انتشار الأنترنت والتوسع في سرعته وقلّة التكاليف وسهولة التعامل معها، ولأنها غدت وسيلة اتصال لها العديد من الاستخدامات سواء استخدامات اتصالية شخصية أو استخدامات تعليمية أو استخدامات إخبارية، وأشارت احصائيات صادرة عن منصة هوتسوت المتخصصة في وسائل التواصل الاجتماعي (٢٠٢٠) بأن عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم (٣.٨) مليار مستخدم فاعل بما نسبته ٤٩٪ من مجمل سكان العالم.

ومن وسائل التواصل الاجتماعي التي تعد وليدة التطور الذي حدث في مجال تكنولوجيا المعلومات: المدونات، مواقع الصحف، قنوات اليوتيوب، الفيس بوك، التويتر، الإنستغرام..... وغيرها، ويأتي في مقدمة هذه الوسائل اليوتيوب والفيس بوك الذي يسمح بتبادل المقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات والتواصل

والتفاعل وغيرها من الأنشطة التي جعلته عامل جذب للشباب كي يتفاعل معه بشكل يومي وذلك لأغراض متنوعة.

أشارت الدراسات العربية والأجنبية أن أغلبية مستخدمي مواقع الفيسبوك هم من الشباب، ولقد أفاد موقع كارث (٢٠١٨) بإحصائية أجراها أن عدد مستخدمي الفيس بوك النشطين يقدر بنحو (٢.٢) مليار مستخدم شهريا و ١.٤ مليار مستخدم نشط يوميا وأفاد أيضا أن ما يقارب من ٣٠ ٪ من مستخدمي الفيس بوك هم من الشباب.

وفي هذا الصدد تعد شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للبشرية لتبادل والاتصال والمعرفة، ولكنها في المقابل تشكل كارثة ومصدر خطر حقيقي يتمثل في هدم القيم وتغيير الاتجاهات ومعايير المجتمع و بناء معرفة مشوهة مما يؤثر على شخصية الفرد وذلك عبر ما تعرضه من البرامج ذات محتوى غير هادفة عديم القيمة أقرب ما يكون إلى النفاهة والهزلة الاجتماعية، والتي أصبحت موضة جديدة فرضت نفسها في مواقع التواصل الاجتماعي لتلقى إعجابا كبيرا وتحظى باهتمام عظيم ولتستهوي فئات كثيرة من المجتمع وخاصة فئة الشباب لأن هذه الفئة أكبر الفئات المجتمع عددا و أكثر إقبالا على هذا النوع من البرامج .

إن سلوك الشباب إزاء مواقع التواصل الاجتماعي في تزايد مستمر وملحوظ خاصة في الآونة الأخيرة، وهذا ما يبين العلاقة بين الشباب ومواقع التواصل الاجتماعي وطيدة جدا لكون الشباب فئة مواكبة للتطور وروح العصر (فارس، دنيا ٢٠١٦، ١٥).

أشارت زينب (٢٠١٩) إن مواقع التواصل الاجتماعي وما تعرضه له تأثير كبير على كل الفئة العمرية في مختلف جوانب حياتهم وخاصة قيمهم الأخلاقية والاجتماعية من خلال ما ينشر عبر صفحاتها من الأفكار والأخلاق الفاسدة وإهمال للشعائر الدينية وتمرد على القواعد الاجتماعية.

وعلى الرغم من وجود الأنظمة والضوابط الأخلاقية للمواقع الاجتماعية فهي لا تعتبر ضوابط صريحة حيث إنه لا توجد طرق أو وسائل أو مناهج محددة يحذر منها، وعدم وجود تعليمات صريحة لكيفية استخدام هذه المواقع بشكل غير مسيء للمجتمع بكل جوانبها (مهدي، ٢٠١٧، ص٣)

إن معظم الصفحات صفحات الفيسبوك والقنوات اليوتيوب تتجسد بالنفاهة مثل صفحات لأشخاص اكتسبوا شهرة من خلال عمل جنوني أو فضيحة أو عمل غبي او ألعاب قتالية... وغيرها وكانت أبرز العوامل لانتشار لهذه الصفحات والقنوات ذات المحتوى التافه: سهولة إنتاجه، قلة تكلفته، ويسر إبعاله للمتابع.

ومما سبق يمكن الإشارة إلى ما وضعه الشاعر (٢٠٠٦): إن معطيات التقنيات الحديثة تعمقت جذورها في المجتمع فغيرت من سلوك الفرد وهذا التغيير لا بد من أن يواكبه شيء من الحذر.

ولذلك أصبح البحث حول الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي وما تعرضه من برامج ومن حيث اتجاهات الشباب ودافع استخدامها موضع اهتمام علماء الاجتماع والتربية.

مشكلة البحث:

تبرز أهمية مواقع التواصل كونها أضحت في وقتنا الحاضر الأكثر انتشارا واستعمالا بين كل المواقع الإلكترونية الأخرى، والتي أصبح جزء من الحياة اليومية لغالبية الشباب الشريحة الأقرب والأكثر تأثرا بها.

ومشكلة الخفية التي تمثلها مواقع التواصل الاجتماعي لها خطر يهدد قيم الشباب التي هي الضابط والمعيار الأساسي لسلوكياتهم، وذلك لعدم القدرة على السيطرة تماما على ما يعرض على صفحاتها وقنواتها، بالإضافة لآثارها السلبية التي تترتب على هدم البناء القيمي، التي هي نتاج البرامج ذات المحتوى التافه التي تنعكس سلبا على حياة الفرد النفسية والاجتماعية والأكاديمية والمهنية.

ولقد لاحظ الباحث من خلال اندماجه مع الشباب في المجتمع بفعل عمله في المنظمات غير الحكومية المعنية في هذه الفئة العمرية بالإضافة لعمله في قطاع التعليم العالي، إن هناك اهتمام مبالغ به بالبرامج ذات المحتوى التافه التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي التي يتوقف تأثيرها على اتجاه ودافع الفرد نحو استخدامها ونظرا لحدائثة الموضوع هذا البحث في المجتمع السوري تسنى للباحث الخوض في هذا المضمار ولذلك حدد الباحث مشكلة البحث بالإجابة على السؤال التالي:

ما اتجاه الشباب السوري نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات؟

الأهمية البحث:

تتضح أهمية دراسة الموضوع من عدة جوانب أبرزها:

- المساهمة في إثراء الأدبيات النظرية حول ظاهرة المحتوى التافه في مواقع التواصل الاجتماعي التي شاع انتشارها بمعدلات غير مسبوقه.
- قد تساعد في معرفة اتجاهات الشباب نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تسليط الضوء على فئة الشباب ولأنهم فئة حساسة في المجتمع يجب الحرص على أن يتم تنشئتها تنشئة صحيحة.

- قد تساعد هذه الدراسة في الكشف عن عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من فئة الشباب التي تستخدمه بكثرة.
- أنها تعد الأولى - على حد علم الباحث - في سوريا التي تعالج هذه القضية.
- إثراء الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لحدثة هذه الشبكات وتنوعها.
- قد تضيف هذه الدراسة شيئاً للمهتمين والباحثين.

الأهداف البحث:

- معرفة اتجاه أفراد عينة البحث نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الكشف على الفروق في اتجاهات أفراد عينة البحث نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (الجنس - المستوى التعليمي)
- الكشف عن الفروق في معدل مشاهدة أفراد عينة البحث للمحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (الجنس - المستوى التعليمي)

أسئلة البحث:

- ما اتجاه أفراد عينة البحث نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما فروق في اتجاهات نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير الجنس (ذكور - إناث)؟
- ما فروق في اتجاهات نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير المستوى التعليمي (تعليم ما دون الابتدائي - تعليم أساسي - تعليم الثانوي - تعليم الجامعي)؟
- ما فروق في معدل متابعة المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير الجنس (ذكور - إناث)؟
- ما فروق في معدل متابعة المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير المستوى التعليمي (تعليم ما دون الابتدائي - تعليم أساسي - تعليم الثانوي - تعليم الجامعي)؟

حدود البحث:

الحدود الموضوعية: يقتصر البحث على معرفة اتجاه الشباب نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات.

الحدود المكانية: طبق البحث في الشمال السوري.

الحدود الزمانية: طبق البحث في النصف الثاني من العام ٢٠٢١.

الحدود البشرية: أجري البحث على شريحة من الشباب المقيمين في الشمال السوري.

مصطلحات البحث:

الاتجاه:

يعرفه أبو النيل (٢٠٠٩): " استعداد نفسي تظهر محصلته في وجهة نظر الشخص حول الموضوع من الموضوعات سواء كان اجتماعيا أو اقتصاديا أو سياسيا أو حول قيمة من القيم كالقيمة الدينية او الجمالية أو حول جماعة من الجماعات كجماعة النادي أو المدرسة أو المصنع ويعبر هذا الاتجاه تعبيراً لفظياً بالموافقة عليه او عدم الموافقة أو الحيادة، ويمكن قياس الاتجاه بإعطاء درجة للموافقة أو المعارضة او المحايدة"

بينما عرفها كل من لامبرت ولامبرت (٢٠١٣): "هو أسلوب منظم منسق في التفكير والشعور وردود الفعل اتجاه الناس والجماعات والقضايا الاجتماعية او اتجاه أي حدث في البيئة بصورة عامة "

تعريف الإجرائي:

هو ميل نفسي متعلم ثابت نسبيا يتمثل في ردود الفعل التي تتناسب مع تقييمات الفرد للأشياء أو الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة، ويحدد بالدرجة التي يحصل عليها أفراد عينة البحث على المقياس.

المحتوى التافه:

عرفه الباحث: هو المحتوى الذي يحمل مضامين فكرية واجتماعية تؤثر سلبا على القيم وأنماط السلوك ويتم التعبير عنه عبر الانترنت من خلال أنماط عدة مكتوبة أو مسموعة أو مرئية من قبل أفراد يهدفون إلى زيادة المتابعين وكسب الأرباح المادية، ويحدد بالدرجة التي يحصل عليها أفراد عينة البحث على المقياس.

شبكات التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا:

"أنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية التي تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم اهتمام أو انتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات" (العوض، ٢٠١١، ص١٩)

تعريف الإجرائي:

هي مواقع على الانترنت توفر خدمة التواصل بشكل فعال ضمن تجمعات تربطها اهتمامات مشتركة، وبالإضافة لخدمة تنزيل الأغاني والأفلام ومشاركة الملفات.

الشباب:

اصطلاحا:

لغة: يعرف الشباب في اللغة على أنه الحداثة والشباب هو لغلام من سن البلوغ إلى سن الثلاثين.
(فارس، دنيا، ٢٠١٦، ص٣٦)

إجرائيا:

يعرف الشباب في هذه الدراسة على أنهم الفئة التي تقع بين سن ١٦ و ٢٨ سنة وذلك لاعتبارها الفئة الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي والتي بإمكانها أن تخدم هذه الدراسة في كافة جوانبها.

الفصل الثاني (الدراسات السابقة)

-الدراسات السابقة

-التعقيب على الدراسات السابقة

دراسة ميشيل (Meshel, ٢٠١٠): أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.

هدفت دراسة التعرف على أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامه (١٦٠٠) شاب من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي في بريطانيا، وقد أظهرت النتائج أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفايس بوك وبيبو ويوتيوب)، وقد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على موقع الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم، وأظهرت الدراسة أيضاً أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، ويلعبون عدد أقل من ألعاب الكمبيوتر، ويرسلون كمية من الرسائل النصية وكذلك البريدية، وقد بينت الدراسة أنه نحو (٥٣%) من الذين شاركوا في الدراسة المسحية، بأن موقع التواصل الاجتماعي على موقع الإنترنت تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة عن أن نصف مستخدمي الإنترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة ب (٢٧%) فقط في فرنسا، و(٣٣%) في اليابان، و (٤٠%) في الولايات المتحدة.

دراسة كيث هامتون (Keith N. Hampton ٢٠١١): مواقع التواصل الاجتماعي في حياتنا.

هدفت الدراسة إلى معرفة التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وكيف ارتبط استخدامها بمفهوم الثقة، التسامح، الدعم الاجتماعي. وكانت النتائج كما يلي:

- (٧٩%) من البالغين الأمريكيين يستخدمون الانترنت وتقريباً نصف عددهم يستخدمون على الأقل موقع واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية، هذا ما يقارب ضعف نسبة البالغين الذين استخدموا الشبكات الاجتماعية في (٢٠٠٨)، وحوالي نصفهم هم في عمر ٣٥، و٥٦% من المستخدمين هم إناث.

- Face book هو الشبكة الاجتماعية الأوسع استخداماً بحيث ٩٢% من العينة يستخدمونه في حين يستخدم ٢٩% موقع my space، 18% يستخدمون Linkdin و١٣% يستخدمون موقع Twitter.

- يوجد فرق كبير في طريقة استخدام الأشخاص لمختلف الشبكات الاجتماعية بحيث أن (٥٢%) مستخدمي Face book و(٣٣%) من مستخدمي Twitter يلجؤون إليهما بصورة يومية في حين (٧%) من مستخدمي my space، و Linkdin يفعلون ذلك.

- متوسط استخدام الفايس بوك في اليوم الواحد أسفر على: (٥%) يتحدثون صفحتهم الشخصية، (٢٠%) يعلقون على صفحات الآخرين الشخصية وعلى ما ينشره، (٢٦%) يحبون المضمون الذي يضعه الآخرون،

(١٠%) يرسلون رسائل خاصة للمستخدمين الآخرين العلاقات الاجتماعية في أمريكا أصبحت أكثر حميمية مما كانت (١٠%).

دراسة لخالد بن سليمان معتوق المعنونة (٢٠١٣): اتجاهات استخدام طلاب قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعية دراسة تحليلية.

هدفت هذه الدراسة الى قياس استخدام طلاب وطالبات قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي في السنة الجامعية ٢٠١٢-٢٠١٣ ولتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي مستعينا بالاستبانة الالكترونية، توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى النتائج الآتية: غالبية مجتمع الدراسة (٩٤ %) تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، كما توصلت الدراسة الى وجود فروق في معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لمتغير الجنس لصالح الإناث، إن الهواتف الذكية جاءت في المرتبة الأولى كأحد أدوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أما عن دواعي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فكانت أغراض الأغلبية هي التواصل مع الأصدقاء .

دراسة البشاشة (٢٠١٣): دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيسبوك وتويتر).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وتويتر) وإشباعاتها، وتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الوصفي، تكونت عينة الدراسة من (٤١٢) من طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البتراء، صمم الباحث استبانة لقياس دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج من أهمها: كان دافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل هو الأكبر بنسبة (٨٩.١٧٤%)، تلاه دافع الترفيه والتسلية بنسبة (٨٧.٠٣٨%). ومن بعد ذلك دافع الاستخدام الأغراض الدراسية بنسبة وصلت إلى (٧٩.٨٠%)، ومن ثم دافع البحث عن أصدقاء الطفولة بنسبة بلغت (٧٨.٥٩%)، أما أهم الإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي فيرى (٨٦.٢١%) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا اجتماعيا، ويرى (٨١.٠٦%) منهم أنها تحقق إشباعا معرفية من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة، بينما يرى (٨٠.٧٢%) أنها تشبعهم معرفية أيضا من خلال تزويدهم بمعلومات عن العالم، كما يعتقد (٨٠%) منهم أنها تشبع رغبة حب الاستطلاع لديهم، بينما يرى (٧٧.٨١%) أنها تشبع حاجتهم المعرفية في المواضيع من خارج تخصصهم

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا نفسية، وذلك من خلال تجاوز الخجل عند المنطوين نفسيا من الطلبة، وتحقق إشباعا روحيا لدى (٧٤.٧٠ %) من الطلبة في عينة الدراسة. كما بينت النتائج أن المواقع تحقق إشباع عاطفي لدى (٦٥.٣ %) من أفراد العينة.

دراسة البوعمر سهيلة المعنونة (٢٠١٤): الاتجاهات النفسية والاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"

هدفت هذه الدراسة التعرف على طبيعة الاتجاهات النفسية والاجتماعية للطلبة بجامعة محمد خيضر بسكرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" طبقت هذه الدراسة على طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة بجميع كلياتها الموزعة على الجامعة المركزية والقطب الجامعي بالحاجب والقطب الجامعي بشتمه، اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي بأسلوبه المقارن لأنه يمكن من الكشف على نوع الاتجاهات النفسية والاجتماعية التي يحملها طلبة جامعة محمد خيضر نحو شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وتكونت العينة طلبة التدرج (ليسانس والماستر) للسنة الجامعية ٢٠١٢-٢٠١٣، وتوصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة الى النتائج الآتية: أغلب أفراد عينة البحث تراوحت اتجاهاتهم بين الإيجابي والمحايد نحو الفيسبوك، وتوصلت أيضا إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية للطلبة وفقا لمتغير الجنس لصالح الإناث - هناك أيضا فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية للطلبة وفقا لمتغير ساعات الاستخدام) نحو الفيس بوك .

دراسة الطيار (٢٠١٤): شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجا"

هدفت لدراسة إلى معرفة أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجا" من خلال التعرف على الأهداف الفرعية التالية: بيان الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، واستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة الحالية من طلاب جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية وبلغت العينة النهائية (٢٢٧٤) طالبة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في إجراء علاقات غير شرعية مع الآخر لإهمال في الشعائر الدينية، وأن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من تخطي حاجز الخجل، وأن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل ظهر في: تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة.

دراسة ساريانو أايالا وجونزاليس خيمينيث (٢٠١٤) Sariano Ayala &Gonzales Jimenez:
استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وفق متغير الجنس.

هدفت إلى معرفة استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وفق متغير الجنس، طبقت الدراسة على عينة قوامها (١٦٨٠) طالبا إسبانيا، باستخدام الاستبيان كأداة، كانت النتائج بأنه باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يقع الشباب في السلوكيات ذات المخاطر العالية كالاتصال بالغرباء وما يترتب على ذلك من مشكلات.

دراسة حسين (٢٠١٥): اتجاه الطلبة نحو شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك - التويتر).

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاه الطلبة نحو شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك - التويتر)، ولتحقيق هدف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من ١٢١ طالب المسجلين في ماستر علم الاجتماع التربوية وعلم الاجتماع إدارة العمل وبلغ عدد الذكور (١٠) والإناث (١١١) ، استخدم الباحث استبانة تضمنت عدة محاور وفقا لأهداف الدراسة، وكانت أهم نتائج الدراسة: شهرة وانتشار مواقع التواصل بشكل فعال بين الطلبة، توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاه نحو مواقع التواصل وفقا لمتغير الجنس لصالح الإناث، الغرض الأول لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو التعرف على الأصدقاء والتسلية والترفيه.

دراسة الحلاق (٢٠١٦): أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة " موقع فيسبوك " نموذجا

هدفت الدراسة إلى تعرف الباحث على أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة " موقع فيسبوك " ولتحقيق هدف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي، وضم مجتمع الدراسة جميع الطلاب المسجلين في جامعة دمشق في العام الدراسي ٢٠١٥-٢٠١٦ وتكونت عينة الدراسة من ٤٠٠٠ مفردة من طلاب الجامعة على اختلاف تخصصاتهم العلمية، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية. استخدم الباحث استبانة تضمنت عدة محاور وفقا لأهداف الدراسة، وكانت أهم نتائج الدراسة:

١- كشفت نتائج الدراسة أن النسبة الكبرى من طلبة جامعة دمشق يتمتعون بحرية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام في موقع فيسبوك بشكل خاص.

٢- إن أغلبية المبحوثين من طلاب الجامعة يعتقدون أن استخدامهم لموقع "فيسبوك" والتعرض لمحتوياته ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا ما يناقض الكثير من الفرضيات القائلة بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تقوم بنشر القيم وتعزيزها لدى الشباب.

٣- إن طلبة الجامعة في أغليتهم "ذكورا وإناث" يوافقون على أن موقع "فيسبوك" يساعدهم على الارتباط بالقيم، ولكن الإناث وبسبب دورهن في المجتمع كن أكثر اعتقادا بقدرة مواقع التواصل الاجتماعي على جعلهن يرتبطن أكثر بقيم الطموح، تقدير العلم واحترام الذات والمسؤولية.

٤- إن موقع "فيسبوك" لا يستطيع مساعدة الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية إذا كانت هذه الأخيرة موجهة بالقيم، وتحدث في البيئة الاجتماعية ينتمي إليها طلبة الجامعة ويعيشون فيها، فما يمنع من القيام بهذه السلوكيات هي المؤسسات الاجتماعية وثقافتها وتقاليدها وليست مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام في موقع فيسبوك بشكل خاص.

دراسة حسين (٢٠١٩): دور الانترنت في نشر الإشاعات مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" نموذجا، هدفت الدراسة لمعرفة دور الانترنت في نشر الإشاعات مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" نموذجا، استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، تكونت العينة من (١٠٠) شخص بمختلف الأعمار والانتماءات، استخدم استبانة تقيس السمات العامة والاتجاهات حول دور الانترنت في نشر الإشاعات، توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي ولاسيما الفيسبوك في نشر الإشاعات، طبيعة الإشاعات المنتشرة في المجتمع عبر الفيسبوك هي إشاعات ترتبط في الحياة الاجتماعية والسياسية.

دراسة بريكة (٢٠١٩): تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى عينة من تلاميذ المرحلة الثانوية.

هدف الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى عينة من تلاميذ المرحلة الثانوية، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، تكونت عينة الدراسة من (١٢٠) تلميذ وتلميذة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، تمثلت أداة البحث في مقياس تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، توصلت النتائج إلى: وجود تأثير إيجابي الاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، عدم وجود تأثير سلبي الاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، وعدم وجود تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل تلاميذ المرحلة الثانوية على القيم لديهم.

دراسة الخالدي وآخرون (٢٠١٩): إلى أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل منظومة القيم الإسلامية لدى طلبة المرحلة الأساسية الدنيا في الأردن.

هدفت الدراسة التعرف إلى أثر شبكات التواصل الاجتماعي واللغة المستخدمة في تشكيل منظومة القيم الإسلامية لدى طلبة المرحلة الأساسية الدنيا في الأردن، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتم توزيع استبانة على عينة الدراسة المكونة من (٣٨٤) طالبا وطالبة في مدارس البادية الشمالية الغربية، حيث تم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية ممن لديهم حساب أو أكثر على شبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى : أن أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل منظومة القيم الإسلامية لدى طلبة المرحلة الأساسية الدنيا في الأردن جاء بدرجة متوسطة، وبينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين درجات عينة الدراسة في المجالات الخلقية، الاجتماعية، العام، الشخصية والأداة ككل تبعا لمتغير الجنس، كما بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين درجات عينة الدراسة في الأداة ككل تبعا لتغير اللغة المستخدمة لصالح اللغة العربية بمتوسط حسابي (٣.١٨).

دراسة مهدي (٢٠١٧): تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية "طلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان"

هدفت الدراسة للتعرف على تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية لطلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان حيث سحبت منه عينة الدراسة من (٢٠٠) طالب وطالبة، طورت الباحثة استبانة كأداة لجمع البيانات، حيث تم توزيع (٢٠٠) استبانة واسترد منها (١٧٦) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي. توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

١. لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي جودة المواقع (جودة النظام)، جودة الخدمة على الوسيط (الاستخدام).

٢. يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي جودة المواقع (جودة النظام)، (جودة المحتوى جودة المعلومات)، جودة الخدمة على الوسيط (الرضا).

٣. يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي جودة المحتوى (جودة المعلومات)، الروابط الاجتماعية على الوسيط (الاستخدام).

دراسة التميمي (٢٠٢٠): تأثير مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) على القيم لدى طلبة المرحلة الإعدادية.

هدف الدراسة إلى الكشف عن درجة تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك على القيم لدى طلبة المرحلة الإعدادية، ونظرا لطبيعة البحث استخدام الباحث المنهج الوصفي، طبقت على عينة من (١١٠) طالبا وطالبة في المرحلة الإعدادية في مديرية تربية الرفاعي، جرى اختيارها بالطريقة العشوائية، و لتحقيق أهداف الدراسة، جرى بناء الاستبانة التي تكونت من (٢٦) فقرة موزعة على أربعة مجالات هي: المجال الأول: القيم الدينية، والمجال الثاني: القيم الأخلاقية، والمجال الثالث: القيم العلمية، المجال الرابع: القيم الاجتماعية وتوصلت الدراسة إلى النتائج إلى ما يأتي:

١. إن درجة تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك على القيم لدى طلبة المرحلة الإعدادية جاء بدرجة كبيرة لجميع مجالات الاداة (القيم الدينية، والقيم الأخلاقية، والقيم العلمية، والقيم الاجتماعية).
٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك على القيم لدى طلبة المرحلة لإعدادية تبعا لاختلاف الجنس لصالح الذكور.

بلبالي وآخرون (٢٠٢٠): تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع الجزائري:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع الجزائري الفيسبوك نموذجا من خلال الدراسة على عينة من طلبة الإعلام والاتصال جامعة أدرار، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، وتمثل مجتمع البحث من جميع طلبة الإعلام والاتصال بجامعة ادرار المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، وتكونت عينة الدراسة من (٩٤) مفردة بين الذكور والاناث منها (٣٤) ذكر و(٦٠) أنثى، وقد تم جمع البيانات من خلال استمارة الاستبيان، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: أن النسبة الأكبر من الطلبة المبحوثين تستخدم مواقع التواصل بصفة دائمة، ويتمثل الفيسبوك الموقع الأكثر استخداما، ويقضي معظمهم حوالي ٣ إلى ٤ ساعات في تصفحها، يتواصلوا مع أصدقائهم بأسماء حقيقية وأخرى وهمية بالإضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا هاما في تعزيز العديد من القيم منها: بر الوالدين، احترام الآخرين، أدب الحوار، الشجاعة، البشاشة والأمانة والبحث العلمي .

التعقيب على الدراسات السابقة:

يتضح من الدراسات السابقة التي تيسر للباحث الاطلاع عليها أنها تنوعت تنوعا كبيرا من جوانب عدة وارتبطت بعدة متغيرات، إذ هدف البحث إلى معرفة اتجاه الشباب نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل

الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات كما في دراسة حسين (٢٠١٥) التي هدفت لمعرفة اتجاه الطلبة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك -تويتر)، أما دراسة البشاشة (٢٠١٣):هدفت إلى معرفة دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيسبوك وتويتر)، و دراسة الطيار (٢٠١٤): التي هدفت إلى معرفة أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً"،ومثلها دراسة الحلاق (٢٠١٦) ودراسة بريكة (٢٠١٩) ودراسة دراسة الخالدي وآخرون (٢٠١٩) و دراسة التميمي (٢٠٢٠) التي هدفت جميعها إلى معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات، أما دراسة حسين (٢٠١٩): التي هدفت إلى معرفة دور الانترنت في نشر الإشاعات مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" نموذجاً، بلبالي وآخرون (٢٠٢٠): التي هدفت إلى معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع الجزائري، ودراسة ميشيل (Meshel, ٢٠١٠): هدفت إلى معرفة أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، ودراسة كيت هامتون (Keith (٢٠١١) N.Hampton: التي هدفت إلى معرفة التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وكيف ارتبط استخدامها بمفهوم الثقة، التسامح، الدعم الاجتماعي.

ولقد تشابهت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في كونها تتصل بالموضوع اتصالاً وثيقاً من حيث منهج البحث وأدواته، ومن حيث العينة تشابهت مع ودراسة ميشيل (Meshel, ٢٠١٠)، ولكنها اختلفت مع دراسة الطيار (٢٠١٤) ودراسة البشاشة (٢٠١٣) ودراسة حسين (٢٠١٩) دراسة الخالدي وآخرون (٢٠١٩) ودراسة بريكة (٢٠١٩) ودراسة التميمي (٢٠٢٠) في طبيعة العينة والمتغيرات.

استفاد الباحث من الدراسات السابقة من حيث توسيع قاعدة المعلومات، والتعرف على أبعاد البحث وجوانبه المتعددة، والتعرف على الجوانب التي لم تتناولها الدراسات السابقة، والعمل على استكمالها وتبسيط الضوء عليه، وتمتاز الدراسة الحالية عن غيرها من الدراسات السابقة بأنها الدراسة الأولى التي تعنى عن اتجاه الشباب نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي في الشمال السوري على حد علم الباحث، وتوجز الاستفادة من الدراسات السابقة بما يلي:

١-بلورة مشكلة البحث وإطارها المنهجي والإجرائي.

٢- توجيه الباحث الوجهة الصحيحة في الدراسة الحالية.

٣-ربط نتائج الدراسات السابقة بنتائج الدراسة الحالية.

الفصل الثالث (الإطار النظري)

- الاتجاه
- مواقع التواصل الاجتماعي
- المحتوى التافه

يتناول هذا الفصل الأدب النظري المتعلق بالاتجاهات مفهومها، خصائصها، أنواعها، كما يتناول مواقع التواصل الاجتماعي نشأتها، مفهومها، سماتها، تأثيرها، كما يتناول المحتوى التافه الذي يعبر عنه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال الدراسات، والأدب السابق والمراجع العلمية. وفيما يأتي استعراض لهم.

١-الاتجاه:

الاتجاهات من أسمى المفاهيم في علم النفس الاجتماعي المعاصر، ولم يظهر مثله مصطلح متكرر بشكل كبير في الأدبيات النظرية والتجريبية الحديثة لذلك كانت الاتجاهات محور دراسة العديد من التخصصات، وعليه أتى هذا الفصل متضمنا لأهم ما يتعلق بموضوع الاتجاهات: مفهوم الاتجاه:

تعددت التعاريف والآراء بموضوع الاتجاهات ومن هذه التعريفات:

تعريف (ألبرت Allport، نقلا عن لامبرت، لامبرت، ١٩٩٣) على أنه " الحالة العقلية والعصبية للاستعداد التي تنظم خلال الخبرة وتمارس تأثيرها الديناميكي على ردود الأفعال واتجاه كل الموضوعات والمواقف المرتبطة به "

تعريف أبو النيل (٢٠٠٩): استعداد نفسي تظهر محصلته في وجهة نظر الشخص حول الموضوع من الموضوعات سواء كان اجتماعيا أو اقتصاديا أو سياسيا أو حول قيمة من القيم كالقيمة الدينية او الجمالية أو حول جماعة من الجماعات كجماعة النادي أو المدرسة أو المصنع ويعبر هذا الاتجاه تعبيراً لفظياً بالموافقة عليه او عدم الموافقة أو الحيادة، ويمكن قياس الاتجاه بإعطاء درجة للموافقة أو المعارضة او المحايدة.

تعريف (بوجا درس، نقلا عن أبو النيل، ٢٠٠٩): " هو محصلة ضغوط البيئة الاجتماعية والمادية والبشرية على الفرد وذاك من خلال المعايير والعادات والتقاليد التي تمثل هذه القوى وهذه الضغوط".

تعريف السيد وعبد الرحمن (١٩٩٩): تركيب عقلي نفسي أحدثته الخبرة الحادة المتكررة وهو تركيب يتميز بالثبات والاستقرار النسبي ويوجه سلوك الأفراد قريبا أو بعيدا عن عنصر من عناصر البيئة.

ومن خلال التعريفات السابقة يستخلص الباحث تعريف الاتجاه: هو ميل نفسي متعلم ثابت نسبيا يتمثل في ردود الفعل التي تتناسب مع تقييمات الفرد للأشياء أو الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة.

خصائص الاتجاه:

تتميز الاتجاهات بعدة خصائص عددها علماء النفس والاجتماع وهي بالآتي:

١.الاتجاه مكتسب ويتم تعلمه من البيئة التي يعيش فيها الفرد، وما يتعرض له في حياته من خبرات وتجارب تؤثر عليه.

٢.الاتجاه ثابت نسبيا لا يتغير بسرعة وإنما يستقر ويستمر، وهذا لا يعني أنه لا تغير.

٣.يتكون ثلاثة عناصر وهي: المعرفية، والانفعالية، والسلوكية.

٤.تتباين قوة الاتجاه فأحيانا يكون ضعيفا أو قويا وأحيانا يكون واضحا أو غامضا.

٥.ترتبط الاتجاهات بوسائل الاتصال الجماهيرية كالتلفزيون الذي يعتبر أكثر وسائل الإعلام تأثيرا على المتلقين (أبو النيل,٢٠٠٩).

أنواع الاتجاهات:

تعددت التقسيمات الاتجاه وأنواعها باختلاف الزاوية التي ينظر منها الباحثين للاتجاه ومن هذه الأنواع ما يلي:

١.الاتجاه العام والاتجاه النوعي:

الاتجاه العام: وهو ذلك الاتجاه الذي يشمل كلية الموضوع الذي يتناوله هذا الاتجاه وذلك بغض النظر كونه سلبا وموجبا مثل اتجاه الفرد نحو بلد معين فهو يعبر عن اتجاهه السالب أو الموجب نحو شعب هذا البلد وطرز المسكن والطرق المواصلات ونوع الأطعمة، وبذلك يكون الاتجاه عاما نحو هذا البلد.

الاتجاه النوعي هو الذي يتصب على جزئية من الموضوع الذي يدور حوله الاتجاه فعل اتجاه الفرد نحو طعام شعب معين على سبيل لمثال.

٢. الاتجاه الفردي والاتجاه الجماعي:

الاتجاه الفردي: هو ذلك الاتجاه الذي يتبناه أو يؤكده فرد واحد من الأفراد الجماعة وهذا من النوعية أو الدرجة.

الاتجاه الجماعي: هو ذلك لاتجاه الذي يشترك فيه عدد كبير من أعضاء الجماعة مثل اتجاهاتهم نحو نوع خاص من أنواع الرياضيات.

٣. الاتجاه العلني والاتجاه السري:

الاتجاه العلني هو ذلك الاتجاه الذي يسلك الفرد بمقتضاه في مواقف حياته اليومية دون حرج أو تحفظ.

الاتجاه السري: هو ذلك الاتجاه الذي يحرص الفرد على إخفائه في قرارة نفسه ويميل في كثير من الأحيان إلى إنكاره ظاهرياً. (السيد، عبد الرحمن، ١٩٩٩، ص ٢٥٨-٢٥٩).

٢ - مواقع التواصل الاجتماعي:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب، وألغى الحدود، وزوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس بعدة تسميات منها (مواقع التواصل الاجتماعي / شبكات التواصل الاجتماعي / مواقع التواصل الإلكترونية / موقع الشبكة الاجتماعية / شبكات اجتماعية)، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين.

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مواقع التواصل الاجتماعي في الظهور في منتصف التسعينيات حيث أنشئ موقع (classmates.com)، عام ١٩٩٥ للربط بين زملاء الدراسة، وموقع SixDegrees.com عام ١٩٩٧ الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. (خالد، ٢٠٠٨، ص ٥).

وعلى الرغم من توفير تلك المواقع الخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن ترربحاً لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام ١٩٩٩ و ٢٠٠١ وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي كما

نعرفها اليوم كان سنة ٢٠٠٢. فمع بداية العام ظهرت Friendster التي حققت نجاحا دفع (جوجل) إلى محاولة شرائها سنة ٢٠٠٣، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من العام نفسه، ظهر في فرنسا موقع (sky rock) كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة ٢٠٠٧، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل، حسب إحصائيات يناير ٢٠٠٨، إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين. (عمار، ٢٠١٠، ص ٩).

ومع بداية عام ٢٠٠٥ ظهر موقع (Myspace) الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حيث وصل عدد المشتركين في فيس بوك بعد ست سنوات من عمره أكثر من ٨٠٠ مليون مشترك من كافة أنحاء العالم. (السيد، ٢٠٠٩، ص ١١).

لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا وفعالا في تحقيق المسؤولية الاجتماعية إذا ما أحسن استثمارها واستغلالها وتوجيهها بشكل جيد، لذا لا يمكن أن يعد التواصل الاجتماعي عبر هذه المواقع بمختلف فروعها موضة يستخدمها الشباب فقط وتتغير مع مرور الزمن.

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من التعريفات التي تناولت وعرفت مواقع التواصل الاجتماعي ومنها:

التواصل يعرف في اللغة كما أشار الفيومي (٢٠٠٠) بقوله: «وصلت الشيء بغيره وصلا فاتصل به، والوصل ضد الهجر، وبينها تواصل أي اتصال مستمر لا ينقطع.

مواقع التواصل الاجتماعي: social Networking

يعرفها قنديلجي (٢٠١٢) بأنها: هي عبارة عن مجموعة من البرامج والأدوات على الإنترنت يستخدمها جمهور المستخدمين لتبادل المحتوى، والآراء والأفكار والخبرات ووجهات النظر عبر وسيلة اعلام تعمل على تسهيل المحادثات والتفاعلات بين مجموعات من الناس عبر الإنترنت.

تعرفها إيمان (٢٠١٥): بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو أصدقاء من الجامعة أو الثانوية.

ويعرفها (عواد، نقلا عن المنصور، ٢٠١٢) بأنها: تركيبة اجتماعية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات ويتم تسمية الجزء التكويني الأساسي باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات تشكل فريق معين، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمق كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.

يعرفها العوض (٢٠١١): "بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية التي تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم اهتمام أو انتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات".

عرف بعض الباحثين شبكات التواصل الاجتماعي: أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك بتجهيز وإعداد موقع خاص به، يتم بعد ذلك عملية توصيله بنظام اجتماعي إلكتروني أوسع وأكبر مع أعضاء آخرين لديهم ذات الاهتمامات، (راضي، ٢٠٠٣، ص ٢٣).

ويعرفها (Boyd & Ellison 2007): أنها خدمات قائمة على الشبكة العنكبوتية تتيح للأفراد إنشاء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن نظام محدود، وتوضح قائمة المستخدمين الآخرين الذين يشاركون معهم الاتصال، ويتم عرض واختبار قائمة.

ورغم تعدد هذه التعريفات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن جميعها ركزت في تعريفها على وجود موقع خاص أو قيام الفرد بإنشاء موقع خاص يتم ربطه بنظام إلكتروني اجتماعي يتم من خلاله التواصل مع الآخرين بغض النظر عن الهدف من هذا التواصل.

ومن خلال التعريفات السابقة يستخلص الباحث تعريف مواقع التواصل الاجتماعي: هي مواقع على الانترنت توفر خدمة التواصل بشكل فعال ضمن تجمعات تربطها اهتمامات مشتركة، وبالإضافة لخدمة تنزيل الأغاني والأفلام ومشاركة الملفات.

ويرى الباحث أيضا هي مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين المجموع من المعارف والأصدقاء، كما تسمح أيضا بالتواصل المتعدد والمختلف أي التواصل المرئي والمسموع مع إمكانية تبادل الصور وما يساعد على توطيد العلاقة بين الأصدقاء وتمتينها.

السمات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي:

من الممكن أن نذكر بعض السمات والمعالم الأساسية التي تستطيع أن ننسبها الي مواقع التواصل الاجتماعي والمتمثلة بالفيس بوك، اليوتيوب، الإنستغرام، وأخرها التيك توك كما يلي:

١. وسائل الاعلام الاجتماعية تؤمن وتمكن قواعد ومنصات تفاعلية على شبكة الأنترنت عالميا، مثلا خلال مشاركة المستخدمين في التعليق على المحتوى.

٢. وسائل الاعلام الاجتماعية تمتلك خصائص عدة تشتمل على مجموعة واسعة من المحتوى بما في ذلك النص، الفيديو، الصور، الصوت.

٣. تمتاز بسرعة تبادل المعلومات معززة باتساع نطاق نشر مثل تلك المعلومات.

٤. مواقع التواصل الاجتماعي تسمح للمستخدمين بالعثور على أشخاص لهم مصالح مشتركة ويجتمع الناس الذين يمكن أن يصبحوا أصدقاء أو أن يكونوا زبائن وعملاء عبر شبكة المعلومات العالمية والانترنت. (قنديلجي، ٢٠١٢، ص ٣٣٩)

تفسير تأثير مواقع التواصل الاجتماعي:

ارتكزت البحوث العلمية حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على نموذجين تفسيريين، الأول يتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والمؤيدون للتكنولوجيا يرون بأنها رمز لتقدم البشرية، وعامل لتجاوز إخفاقاتها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تقاسمه البشرية، والمتشائمون من التكنولوجيا يرون بأنها وسيلة للهيمنة على الشعوب الفقيرة، وأداة تفكك علاقات الفرد الاجتماعية. (العياضي، ٢٠٠٩، ص ١٨)

ويشير العياضي (٢٠٠٩) أيضا هناك نموذج آخر يرى أن البنية الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التقنية الحديثة وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها.

٣- المحتوى التافه:

تحولت مواقع التواصل الاجتماعي في عصرنا الحالي إلى أدوات ذوي حدين بسبب ما تكرسه من عادات واتجاهات وما تحمله من مضامين فكرية واجتماعية جديدة تلح على التغيير في أنماط السلوك والتغير الاجتماعي، ومن هنا تأتي أهمية متابعة محتوياتها وما يطرأ من تغير أو تطور على أدواتها وكيفية التعاطي معها واستخدامها.

مفهوم المحتوى التافه:

تعرف النفاهة باللغة كما أشارت المعاجم والقواميس: بأنه مشتق من «نقه» و«نقه الطعام أي صار بلا طعم أو ذوق»، ويقال رجل تافه: غير متزن، قليل العقل لا قيمة لأعماله، حقير، وقد وصف من يمارس مثل هذا الفعل بأنه «التافه الذي يتكلم بأمر العامة» (موقع المعاني).

بعد إطلاع الباحث على الدراسات السابقة المتعلقة بالمحتوى التافه لم يجد من تطرق لهذا المتغير، لذلك انطلق الباحث من استقراء المحتويات التي تقدم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لتعريفه بما يلي: هو المحتوى الذي يحمل مضامين فكرية واجتماعية تؤثر سلبا على القيم وأنماط السلوك ويتم التعبير عنه عبر الانترنت من خلال أنماط عدة مكتوبة أو مسموعة أو مرئية من قبل صنع المحتوى هدفهم زيادة عدد المتابعين.

-الآثار السلبية للمحتوى التافه:

الآثار السلبية الناتجة عن المحتوى التافه الذي يعرض على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد أشارت دراسة أبو عبيدة، والمشهداني (٢٠٠٤) إلى أن الإنترنت يعد من أهم وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة، التي تنقل الأفكار والآراء والثقافات العالمية بكل أبعادها، ومنها الظواهر السلبية التي تؤدي إلى تغيير القيم والاتجاهات والتقاليد والأعراف السائدة في المجتمعات، وقد ينتج عنها صعوبة النوعية لتغيير سلوك الأفراد، والتأثير والتأثر بهذه التقنية، وبخاصة قيم الأفراد واتجاهاتهم؛ لأنها بمثابة صام الأمان لأي نظام اجتماعي.

ويلحق المحتوى التافه العديد من آثار السلبية يمكن تلخيصها فيما يلي:

١. الأخطار الصحية: هنالك العديد من الأخطار الصحية التي يتعرض لها الشخص نتيجة لمتابعته لهذه المحتويات على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن هذه الأخطار:

ارهاق العين وما يسمى بالإجهاد البصري بسبب الإشعاعات المنبعثة من جهاز المستخدم، تعلم عادات صحية مغلوبة قد تلحق الضرر بصاحبها، الجلوس بالشكل الخاطئ لفترات طويلة تؤدي الى التقوسات، والام في أسفل الظهر، والمشكلات العضلية الهيكلية.

٢.تمزيق النظام الأخلاقية والقيمة نتيجة مشاهدة هذه المحتويات التي تحتوي على صور أو مقاطع غير لائقة، ولما تحمله من كذب وتزييف للحقيقة وتصنع، كما تساعد في تكوين علاقات، وصدقات وهمية، وخيالية مع الجنس الآخر.

٣.من ناحية اجتماعية: تقلل من التواصل مع المجتمع الحقيقي كالأهل، والأصدقاء، التدني للمستوى الدراسي، اعطاء بيانات شخصية عن الغير، تغيير الثقافات، والاهتمامات لدى المتابعين.

٤.الانعزال عن العالم الواقعي: حيث تصفح هذه المحتويات يؤدي الى عزل الشباب عن واقعهم الأسري، وفريتهم عنه، وعادة ما تؤدي هذه العزلة إلى الاكتئاب، والهروب من مسؤوليات، وأنهم يتعايشون مع العالم الوهمي، والافتراضي الذي يحتوي على الكذب، والوهم بشكل أكبر.

٥.التعرف على أساليب، والتخريب، والإنسلاك نحو تعلم سلوكيات الهدامة وغير مرغوب بها.

٦. ترويج الأفكار الضالة، والسيئة، وهذا ما يؤدي إلى الانحرافات الفكرية لدى الشباب، وانتشار الفساد، وزرع القيم الفاسدة.

-أنواع المحتوى التافه الذي يعرض على مواقع التواصل الاجتماعي:

بعد قيام الباحث من استقراء المحتويات التي تقدم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وجد هنالك خمسة من أنواع التي يقدم من خلالها المحتوى التافه وهي:

١. المحتوى الفكاهي: مثل هذا المحتوى يستغل التسلية، والمرح، وخلق روح الدعابة، عند القيام بإعداد مادة التافهة لجذب المتابعين.

٢.المحتوى التعليمي المهاري: مثل هذه المحتوى يستغل الأسلوب التعليمية فيديوهات تعليم مهارة معينة مثلاً، وصفة طبخ معينة عند القيام بإعداد مادة التافهة وعرضها.

المحتوى النقاشي: مثل هذا المحتوى يستغل جلسات حوارية عند القيام بإعداد المادة التافهة وعرضها.

المحتوى الإخباري: مثل هذا المحتوى يستغل الأسلوب الإخباري عند القيام بإعداد المادة التافهة وعرضها.

٥. المحتوى الترويجي: مثل هذا المحتوى يستغل الأسلوب التسويقي في إعداد المادة التافهة وعرضها كما إنه يسوق المنتجات من خلاله بشكل فعلي.

الفصل الثالث

إجراءات البحث

تمهيد:

منهج البحث:

الدراسة الاستطلاعية:

مجتمع البحث وعينته:

أدوات البحث:

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تمهيد:

يتناول هذا الفصل وصفا مفصلا للإجراءات التي اتبعتها الباحثة في تنفيذ البحث ومن ذلك تعريف منهج البحث ووصف مجتمع البحث وعينته وإعداد أداة البحث (الاستبانة) والتأكد من صحة صدقها وثباتها وبيان إجراءات الدراسة والأساليب الإحصائية التي استخدمت في معالجة النتائج وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات:

منهج البحث:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي الذي من خلاله يصف الظاهرة موضع الدراسة (اتجاه الشباب نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته ببعض المتغيرات) وتحليل بياناتها وبيان العلاقة بين مكوناتها وهو أحد التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف الظاهرة أو المشكلة.

مجتمع البحث وعينته:

ويقصد بالمجتمع الذي يسحب الباحث منه عينة بحثه، وهو الذي يكون موضع الاهتمام في البحث والدراسة.

يتكون مجتمع البحث من جميع الشباب الموجودين في الشمال السوري في العام (٢٠٢١م)، وقد جرى اختيار عينة البحث بطريقة غير عشوائية متيسرة وبالبالغ عددها (١٥٠) شاب /ة.

الجدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس والمستوى التعليمي:

المتغير	مستوى المتغير	العدد
الجنس	ذكر	٦٦
	أنثى	٨٤
المستوى التعليمي	تعليم ما دون الابتدائي	٤٨
	تعليم أساسي	٢٩
	تعليم الثانوي	٢٥
	تعليم الجامعي	٤٨

أدوات البحث:

بهدف جمع البيانات اللازمة لهذا البحث استخدم الباحث أداة، لقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يلي توضيح لذلك:

أولاً: مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي (إعداد الباحث)

خطوات إعداد المقياس:

قام الباحث بالعديد من الخطوات لإعداد مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي، وتشمل هذه الخطوات ما يلي:

١. الاطلاع على الدراسات السابقة والمقاييس ذات الصلة بمتغيرات الدراسة، مثل مقياس حسين (٢٠١٥) ومقياس البشاشة (٢٠١٣) ومقياس الطيار (٢٠١٤)، للاستفادة منها في بناء مقياس جيد، أكثر ملائمة لظروف وطبيعة العينة، وأكثر تحقيق الأغراض الدراسة.

٢. في ضوء ذلك تم تحديد الأبعاد التي يتكون منها مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي واشتقاق الفقرات.

٣. تم التأكد من الخصائص السيكومترية للمقياس بعد تطبيقه على عينة الدراسة الاستطلاعية.

٤. اشتمل المقياس في صورته النهائية على مجالين وكل مجال (١٧) فقرة موزعة على بعدين وعلى النحو الآتي:

١. مجال فيديوهات الألعاب على مواقع التواصل الاجتماعي مثل: ببجي - فري فاير -

فورنا يد - كونتر ستارك... وغيرها. /١٧/ بند.

- بعد أنماط استخدام /١.٤.٨.١٢.١٣/

- بعد الفائدة والأثر /٢.٣.٥.٦.٧.٩.١٠.١١.١٤.١٥.١٦.١٧/

٢. مجال فيديوهات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي مثل نيودس - الحنش - أم سيف

... وغيرهم (١٧) بند.

- أنماط استخدام /١.٤.٨.١٢.١٣/

- بعد الفائدة والأثر /٢.٣.٥.٦.٧.٩.١٠.١١.١٤.١٥.١٦.١٧/

صدق الأداة:

حساب صدق المقياس وفق ثلاثة طرق هم:

- صدق المحكمين:

تم عرض المقياس في صورته الأولية على (٥) من الأساتذة الجامعيين في التربية وعلم النفس مما يعملون في جامعة حلب في المناطق المحررة، حيث قاموا بأبداء آرائهم وملاحظاتهم حول مناسبة فقرات المقياس وصلاحيته، لتحقيق هدف البحث، وتم إجراء بعض التعديلات وإعادة صياغة بعض الفقرات من المقياس، ليخرج المقياس بصورته النهائية. انظر ملحق (٢).

جدول (٢) العبارات التي تم تعديلها على المقياس

مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي	
العبارة قبل التعديل	العبارة بعد التعديل
أتابع هذه الفيديوهات لأنها ممتعة.	أستمتع بمتابعة هذا الفيديوهات
أنضم لمجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي تعرض هذه الفيديوهات.	أسعى للانضمام للمجموعات التي تعرض هذه الفيديوهات.
أتابع هذه الفيديوهات حتى لا أشعر بالوحدة.	أستمتع بمتابعة هذه الفيديوهات حتى لا أشعر بالوحدة.
أتابع هذه الفيديوهات لتخفيف الضغوط التي أعاني منها.	أسيطر على ضغوطتي عندما أتابع هذه الفيديوهات.
أعمل على مشاركة جميع المنشورات التي تتضمن هذه الفيديوهات.	أهتم بمشاركة جميع المنشورات التي تتضمن هذه الفيديوهات.
أتابع هذه الفيديوهات لأزيد ثقتي بنفسي.	تزيد ثقتي بنفسي متابعة هذه الفيديوهات.

- الدراسة الاستطلاعية:

تم تطبيق المقياس بصورته النهائية على عينة استطلاعية قوامها (١٦) شاب وشابة، من خارج عينة الدراسة الأساسية، بهدف التعرف مدى ملائمة ووضوح عبارات المقياس لدى أفراد عينة الدراسة، ويتمكن الباحث من خلالها من معرفة مجال الدراسة والكشف عن خصائص المجتمع وضبط نوع العينة وطريقة اختيارها والتأكد من الدقة العلمية لأدوات البحث.

- الصدق البنوي:

تم حساب صدق الاتساق الداخلي لمقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال القيام بالإجراءات الآتية:

أ- إيجاد معاملات الارتباط بين كل بعد من أبعاد مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه والأبعاد الأخرى وكذلك إيجاد معاملات الارتباط بين أبعاد مقياس ودرجته الكلية.

جدول (٣) معاملات الارتباط بين كل بعد من أبعاد مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه وبين الأبعاد

الأخرى وبين أبعاد المقياس والدرجة الكلية:

الدرجة الكلية	مجال فيديوهات المشاهير التي متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي	مجال فيديوهات الألعاب على مواقع التواصل الاجتماعي	عدد الفقرات	أبعاد المقياس
١,٠٠٠**	.٧٦٨**	١	١٧	مجال فيديوهات الألعاب على مواقع التواصل الاجتماعي
.٠٠٠٠	.٠٠٠٠			
.٩٢١**	١	.٧٦٨**	١٧	مجال فيديوهات المشاهير التي متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي
.٠٠٠٠		.٠٠٠٠		
١	.٩٢١**	١,٠٠٠**	٣٤	الدرجة الكلية
	.٠٠٠٠	.٠٠٠٠		

***دال عند مستوى الدلالة (٠.٠١)

يلاحظ من الجدول (٢) أن معاملات الارتباط بين أبعاد مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي مع بعضها بعضاً وبين الأبعاد والدرجة الكلية كانت جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) مما يشير إلى أن هذه الأبعاد مرتبطة مع بعضها بعضاً ومرتبطة أيضاً مع الدرجة الكلية، وأنها تقيس ما وضعت لقياسه.

ب- إيجاد معاملات الارتباط بين كل بند من بنود المقياس مع درجته الكلية، والجدول الآتي يوضح نتائج معاملات الارتباط:

جدول (٤) معاملات الارتباط بين كل بند من البنود المقياس ودرجته الكلية:

رقم البند	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	رقم البند	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
١	.٧٥٤**	.٠٠١	١٩	.٥٩٥*	.٠١٢
٢	.٧٦٧**	.٠٠٠	٢٠	.٧٨٧**	.٠٠٠
٣	.٦٦٦**	.٠٠٤	٢١	.٤٤١	.٠٧٧
٤	.٨١٨**	.٠٠٠	٢٢	.٧٩٧**	.٠٠٠
٥	.٨٠٣**	.٠٠٠	٢٣	.٤٥٧	.٠٦٥
٦	.٦٧٠**	.٠٠٣	٢٤	.٦٥٨**	.٠٠٤
٧	.٧٧٣**	.٠٠٠	٢٥	.٥٥٧*	.٠٢٠
٨	.٦١٦**	.٠٠٣	٢٦	.٧٣٢**	.٠٠١
٩	.٣١٣	.٢٢١	٢٧	.٦٨٨**	.٠٠٢
١٠	.٧٧٥**	.٠٠٠	٢٨	.٦٥٩**	.٠٠٤
١١	.٧٣٠**	.٠٠١	٢٩	.٥٤٩*	.٠٢٢
١٢	.٦٧٧**	.٠٠٣	٣٠	.٤٩٠*	.٠٤٦
١٣	.٧٦٧**	.٠٠٠	٣١	.٦١٠**	.٠٠٩
١٤	.٥٥٢*	.٠٢٢	٣٢	.٥٨٧*	.٠١٣
١٥	.٥٥٣*	.٠٢١	٣٣	.٦٣٦**	.٠٠٦
١٦	.٣٢٥	.٢٠٣	٣٤	.٦١٤**	.٠٠٩
١٧	.٧٠٦**	.٠٠٢			
١٨	.٥٩٤*	.٠١٢			
١٩	.٥٩٥*	.٠١٢			
٢٠	.٧٨٧**	.٠٠٠			

**دال عند مستوى الدلالة (٠.٠١)

يتبين من الجدول (٣) وجود ارتباط بين درجة أغلب بنود مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي مع درجته الكلية وهذه الارتباطات موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١). مما يشير إلى أن بنود مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي تقيس ما وضعت لقياسه.

الصدق التمييزي:

تم حساب صدق التمييزي من خلال ترتيب بيانات أفراد العينة تصاعدياً، ثم أخذت أعلى (٢٥%) منها وأدنى (٢٥%) منها، وبعدها حسبت متوسطي هاتين المجموعتين وانحرافاتهما المعيارية، وبعد ذلك تم استخدام اختبار (t.test) لبيان دلالة الفروق بين متوسطات درجات المجموعتين على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي، والجدول الآتي يبين النتائج التي تم التوصل إليها.

جدول (٥) نتائج اختبار (t.test) لحساب دلالة الفروق بين الفئة العليا والفئة الدنيا لدرجات أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية على مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي:

مقياس نحو المحتوى التافه	الاتجاه	الفئة	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة t.test	القيمة الاحتمالية	القرار
		الدنيا	٤	١٣٥,٧٥	٦,٣٤٤	٦	-	٠,٠٠٠	دال
		العليا	٤	١٩٠,٢٥	٦,٠٢١		-٥٤,٥٠٠		

**دال عند مستوى الدلالة (٠.٠١)

يتبين من الجدول (٤) وجود فروق بين درجات الفئة العليا درجات الفئة الدنيا لأفراد العينة الاستطلاعية على الدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه، حيث كانت القيمة الاحتمالية للدرجة الكلية للمقياس ككل (٠.٠٠٠)، وهي أقل من مستوى الدلالة الافتراضي لها (٠.٠٥)، وهذا يشير إلى وجود فروق بين أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية على المقياس ككل وهذه الفروق كانت لصالح درجات الفئة العليا لأن المتوسطات الحسابية لها أكبر من متوسطات درجات الفئة الدنيا، وهذا يدل على تمتع مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه بالصدق بدلالة الفروق، أي تمتلك بنود المقياس القدرة التمييزية بين إجابات أفراد العينة الاستطلاعية.

ثبات الأداة:

طريقة الاتساق الداخلي (ألفا كرو نباخ):

بعد التحقق من صدق المقياس، إتباع الباحث طريقة الاتساق الداخلي باستخدام معادلة الثبات ألفا كرو نباخ وذلك على أفراد عينة الاستطلاعية، وكان معامل الثبات لمقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه قد بلغت (٠.٩٤٨) وهي معاملات ثبات مرتفعة ومناسبة لأغراض البحث الحالي.

طريقة التجزئة النصفية:

قام الباحث باستخراج معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية لمقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه من خلال تجزئة المقياس لنصفين (بنود فردية وزوجي) وجرى استخراج معامل الثبات عن طريق حساب معامل الارتباط بين الجزء الأول والذي يمثل البنود الفردية والجزء الثاني الذي يمثل

البند الزوجية كما تراوحت معاملات الثبات بهذه الطريقة (٠.٩٢١) وهي أيضاً معاملات ثبات مرتفعة ومناسبة لأغراض البحث الحالي.

طريقة تصحيح مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه:

يقصد به وضع درجة استجابة المفحوصة على كل فقرة من فقرات المقياس، ومن ثم جمع هذه الدرجات لإيجاد الدرجة الكلية لكل فقرة، وقد تم تصحيح المقياس على أساس (٣٤) فقرة موزعة على مجالين كل مجال (١٧) فقرة بعد أن أعطيت أوزان تراوحت ما بين (خمس درجات، ودرجة واحدة)، بمعنى إذا كانت الإجابة، دائماً: ٥ ، كثيراً: ٤ ، أحياناً: ٣ ، نادراً: ٢ ، أبداً: ١، لذا فإن أعلى درجة يمكن الحصول عليها هي (١٧٠) درجة، وأدنى درجة هي (٣٤) درجة، ولكون جميع فقرات وأبعاد المقياس إيجابية، فالدرجة المرتفعة على المقياس تشير إلى اتجاه إيجابي نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث، بينما الدرجة المنخفضة تشير إلى اتجاه سلبي نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث.

مقياس اتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي:

عدد البنود (٣٤) بند.

وبدائل الإجابة (دائماً = ٥، كثيراً = ٤، أحياناً = ٣، نادراً = ٢، أبداً = ١)

أعلى درجة على المقياس = ١٧٠ درجة.

أقل درجة على المقياس = ٣٤ درجة

المتوسط الفرضي = $3 \times 34 = 102$ درجة

ولتحديد الاتجاه نحو المحتوى التافه لدى أفراد عينة البحث، يمكن وضع المعيار التالي، من خلال الخطوات الآتية:

- حساب المدى وذلك بطرح أكبر قيمة في المقياس من أصغر قيمة (٥-١) = ٤ .

- حساب طول الفئة وذلك بتقسيم المدى وهو (٤) على أكبر قيمة في البند وهي (٥)

$0.8 = 5 \div 4$ (طول الفئة).

- إضافة طول الفئة وهو (٠.٨) إلى أصغر قسمة في المقياس وهي (١)، وذلك للحصول على

الفئة الأولى، لذا كانت الفئة الأولى من (١-١.٨)، ثم إضافة طول الفئة إلى الحد الأعلى من

الفئة الأولى، وذلك للحصول على الفئة الثانية وهكذا للوصول إلى الفئة الأخيرة.

واستناداً إلى قاعدة التقريب الرياضي يمكن التعامل مع قيم المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة البحث كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول (٦) معيار تحديد اتجاه نحو المحتوى التافه

التقدير في الأداة	فئات قيم المتوسط الحسابي الرتبي
اتجاه إيجابي جدا	٥ - ٤.٢١
اتجاه إيجابي	٤.٢ - ٣.٤١
محايد	٣.٤ - ٢.٦٢
اتجاه سلبي	٢.٦ - ١.٨١
اتجاه سلبي جدا	١.٨ - ١

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تمت معالجة البيانات حسب برنامج SPSS (برنامج الحزمة الإحصائية)، بهدف الإجابة عن تساؤلات البحث وذلك بالطرق الإحصائية التي استدل عليها الباحث بعد الكشف عن نوع التوزيع لأفراد عينة البحث الذي جاء توزعاً طبيعياً وفقه نستخدم الطرق الإحصائية الأتية:

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية
- معامل الارتباط بيرسون: استخدم للكشف عن الصدق البنوي، كما استخدم لدراسة العلاقة بين متغيرات البحث.
- معادلة ألفا كرو نباخ.
- اختبار "ت" T-TEST لعينتين مستقلتين.
- اختبار تحليل التباين الأحاد.

الفصل الخامس

نتائج البحث وتفسير الأسئلة

- النتائج المتعلقة بالسؤال الأول
- النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني
- النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث
- النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع
- التوصيات والمقترحات.

سعت إلى الإجابة عن عدة أسئلة، وذلك لبلوغ أهدافها، حيث يتم من خلال هذا الفصل عرض نتائج الإجابة عن الأسئلة، في ضوء إجابات أفراد عينة البحث.

- أولاً- نتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول من أسئلة الدراسة، ما اتجاه أفراد عينة البحث نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي؟

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية اتجاه نحو المحتوى التافه لأفراد عينة البحث

مجال	أبعاد	عدد الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة المتوسطات	القرار
مجال فيديوهات الألعاب على مواقع التواصل الاجتماعي	أنماط استخدام	٥	١٩.٠٩	٢.٧١٢	٣.٨١	إيجابي
	أثر	١٢	٤٥.١١	٤.١١٧	٣.٧٥	إيجابي
الدرجة الكلية للمجال						
مجال فيديوهات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي	أنماط الاستخدام	٥	٢٠.٢١	٢.٠٣٤	٤.٠٠٤	إيجابي
	أثر	١٢	٤٧.٨٥	٤.٢٨٢	٣.٩٨	إيجابي
الدرجة الكلية للمجال						
الدرجة الكلية للمقياس						
		٣٤	١٣٢.٩٥	٨.٩٩٥	٣.٩١	إيجابي

**دال عند مستوى الدلالة (٠.٠١)

يتضح من خلال الجدول (٧) أن درجات متوسطات أبعاد اتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة البحث كانت جميعها مرتفعة حيث تراوحت المتوسطات لأفراد عينة البحث بين (٣,٧٧ – ٤,٠٤)، حيث حصل مجال فيديوهات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي على أعلى قيمة وهي (٤,٤٥) وهي قيمة مرتفعة، وحصل بعد أنماط الاستخدام (٤,٠٤)، تلاه بعد الأثر في هذا مجال على قيمة (٣,٩٨)، أما مجال فيديوهات الألعاب على مواقع التواصل الاجتماعي حصل على قيمة (٣,٧٧) وهي قيمة مرتفعة، وحيث حصل بعد أنماط الاستخدام لمجال فيديوهات الألعاب على قيمة (٣,٨١)، وبعد الأثر حصل على قيمة (٣,٧٥).

وكما يشير الجدول (٧) أيضا إلى قيمة الدرجة الكلية للمقياس التي بلغت (٣,٩١) وهذه القيمة مرتفعة مما يدل على إن هناك اتجاه إيجابي نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة البحث كان.

يعزو الباحث هذه النتيجة إلى توافر شبكات الانترنت وإدمان الشباب عليها الأمر الذي يؤثر بنائهم الاجتماعي وشعورهم بالوحدة في مقابل بقائهم في المنزل نتيجة الأزمة التي يعيشونها من قصف وتفجير وما شابها التي تمتن صلة الصداقة مع المحتوى التافه الذي يعرض على التواصل الاجتماعي كرد فعل طبيعة في ضوء انهيار ثقافة التغيير والتطوير لدى الشباب للاستفادة من الانترنت بما هو مفيد، بالإضافة إلى إن المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي يعمل

على عامل جذب الانتباه من خلال العمل على محتويات تحقق إشباعاً للفرد من الناحية النفسية وأشار لذلك البشاشة (٢٠١٣) إلى إن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً نفسياً وعاطفياً.

ولقد اتفقت هذه الدراسة دراسة حسين (٢٠١٥)، التي وضحت إن هناك اتجاه إيجابي نحو مواقع التواصل الاجتماعي، ومع الدراسة لينهارت ومادين (Lenhart A.and Madden) المشار إليها في دراسة عبد الصادق حسن (٢٠١٤) إن الشباب هم أكثر الفئات استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، ومع دراسة كيت هامتون (٢٠١١) Keith N. Hampton التي أشارت إن هناك اتجاه إيجابي نحو استخدام الفيسبوك.

ثانياً- نتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني من أسئلة، ما فروق في اتجاهات نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير الجنس (ذكور - إناث)؟

نتائج اختبار "ت" للعينات المستقلة لاختبار مستوى دلالة الفروق لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير الجنس

مقياس	الأبعاد	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة "ت" المحسوبة	مستوى الدلالة
مجال فيديوهات الألعاب	أنماط الاستخدام	ذكر	٦٦	١٩.٧٠	٣.٠٤٣	١٤٨	٢.٤٨٥	٠.٠١٤
		أنثى	٨٤	١٨.٦١	٢.٣٢٩			
	أثر	ذكر	٦٦	٤٦.١٤	٤.٨٩٩			
		أنثى	٨٤	٤٤.٣١	٣.١٨٥			
الدرجة الكلية للمجال		ذكر	٦٦	٦٥.٨٣	٦.٥٣٧	١٤٨	٣.٢٦٨	٠.٠٠١
		أنثى	٨٤	٦٢.٢٢	٤.٣٦١			
مجال فيديوهات مشاهير مواقع التواصل مثل: نيودس.. وغيرهم.	أنماط الاستخدام	ذكر	٦٦	٢٠.١٦٩	٢.١٠٩	١٤٨	-٠.٦٣٢	٠.٥٢٨
		أنثى	٨٤	٢١.٩٨٢	١.٩٨٢			
	أثر	ذكر	٦٦	٤٧.٧٧	٤.٤٦٨			
		أنثى	٨٤	٤٧.٩٠	٤.١٥٥			
الدرجة الكلية للمجال		ذكر	٦٦	٦٨.٥٦	٥.٥٥٠	١٤٨	-٠.٣٩٦	٠.٦٩٣
		أنثى	٨٤	٦٨.٩٠	٥.٠٦٠			
الدرجة الكلية للمقياس		ذكر	٦٦	١٣٤.٣٩	١٠.٢٤٨	١٤٨	١.٧٥١	٠.٠٠٨
		أنثى	٨٤	١٣١.٦٢	٧.٧٥١			

**دال عند مستوى الدلالة (٠.٠١)

يتضح من الجدول (٨) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)، في متوسطات درجات مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس، إذ بلغ مستوى الدلالة (٠.٠٨)، وهي أصغر من (٠.٠٥)، مما يعني وجود فروق لدى في متوسطات درجات مقياس الاتجاه نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير الجنس وكانت لصالح الذكور، فقد تبين إن متوسط الدرجة الكلية للذكور تساوي (١٣٤.٣٩) درجة و متوسط درجة الكلية للإناث. (١٣١.٦٢) درجة، أي أن الذكور لديهم اتجاه إيجابي نحو المحتوى التافه أكثر من الإناث، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)، في متوسطات درجات مجال فيديوهات الألعاب على مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الذكور، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) في متوسطات درجات مجال فيديوهات مشاهير مواقع التواصل مثل: نيودس.. وغيرهم.

ويعزو الباحث وجود الفروق في مجال فيديوهات الألعاب على مواقع التواصل الاجتماعي لسبب عدم ميل الإناث إلى فيديوهات الألعاب في قابل اهتمامهم بفديوهات التي تعرض محتوى تعليمي مثل التعليم الطبخ وتعليم العزف وغيره من هذا القبيل.

ومن ناحية أخرى يعزو الباحث عدم وجود الفروق في مجال فيديوهات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن كل من الذكور والإناث يجدون فيها جانباً من الترفيه والتسلية وتقليل الشعور بالنعص وتحقيق الإشباع العاطفي.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة حسين (٢٠١٥) التي أشارت إلى وجود فروق في الاتجاه نحو مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير الجنس لصالح الإناث. ومع دراسة أبو عمر سهيلة المعنونة (٢٠١٤): التي أشارت إلى وجود فروق وفقاً لمتغير الجنس لصالح الإناث.

ثالثاً- نتائج المتعلقة بالإيجابية عن السؤال الثالث من أسئلة، ما فروق في اتجاهات نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير المستوى التعليمي (تعليم ما دون الابتدائي - تعليم أساسي - تعليم الثانوي - تعليم الجامعي)؟

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار مستوى دلالة الفروق لاستجابات أفراد عينة البحث

وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.

مستوى الدلالة	قيمة "ف" المحسوبة	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصدر التباين	أبعاد	مجالات
٠.٦٠٢	٠.٦٢٢	٣	٤.٦٠٨	١٣.٨٢٥	بين المجموعات	أنماط استخدام	مجال فيديوهات الألعاب على مواقع التواصل الاجتماعي
		١٤٦	٧.٤١١	١٠٨٢.٠٤٨	داخل المجموعات		
٠.٢٣٣	١.٤٤٢	٣	٢٤.٢٢١	٧٢.٦٦٢	بين المجموعات	أثر	
		١٤٦	١٦.٧٩٧	٢٤٥٢.٤١٢	داخل المجموعات		
٠.٨٥٢	٠.٢٦٣	٣	٨.٣٨٤	٢٥.١٥١	بين المجموعات		الدرجة الكلية للمجال
		١٤٦	٣١.٨٢٨	٤٦٤٦.٨٤٩	داخل المجموعات		
٠.٨٥٥	٠.٢٥٩	٣	١.٠٨٩	٣.٢٦٦	بين المجموعات	أنماط الاستخدام	مجال فيديوهات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي
		١٤٦	٤.٢٠٢	٦١٣.٤٢٧	داخل المجموعات		
٠.٢٦٧	١.٣٣٠	٣	٢٤.٢١٢	٧٢.٦٣٧	بين المجموعات	أثر	
		١٤٦	١٨.٢١١	٢٦٥٨.٨٣٦	داخل المجموعات		
٠.٥٧٢	٠.٦٧٠	٣	١٨.٧١٣	٥٦.١٣٩	بين المجموعات		الدرجة الكلية للمجال

		١٤٦	٢٧.٩١٦	٤٠٧٥.٧٣٥	داخل المجموعات		
٠.٧٢٧	٠.٤٣٧	٣	٣٥.٧٣٧	١٠٧.٢١١	بين المجموعات	الدرجة الكلية للمقياس	
		١٤٦	٨١.٨٤٦	١١٩٤٩.٤٦٢	داخل المجموعات		

**دال عند مستوى الدلالة (٠.٠١)

يتضح من الجدول (٩) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) في اتجاه الأفراد عينة البحث نحو المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للمستوى التعليمي، إذ بلغ مستوى الدلالة (٠.٧٢٧)، وهي أكبر من (٠.٠٥)، مما يعني عدم وجود فروق لدى في متابعة الأفراد عينة البحث للمحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للمستوى التعليمي.

يعزو الباحث نتيجة عدم وجود فروق لدى في اتجاه أفراد عينة البحث نحو لمحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للمستوى التعليمي، إلى أن أغلب الشباب بغض النظر عن مستواهم التعليمي يشعرون بالضيق والتوتر والضجر والوحدة ناتج عن افتقارهم للتفاعل الاجتماعي مع الوسط الاجتماعي المحيط نتيجة الظروف والأوضاع التي يعيشونها، الأمر الذي يمتن صلتهم في المحتويات التافه التي يجدون في متابعتها ما يعرف بالاجتماعية الإلكترونية التي تحقق جانبا من الترفيه والتسلية وتقليل الشعور بالنقص وتحقيق الإشباع العاطفي.

الرابع- نتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع من أسئلة، ما فروق في معدل متابعة المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث وفقا لمتغير الجنس (ذكور - إناث)؟

نتائج اختبار "ت" للعينات المستقلة لاختبار مستوى دلالة الفروق لاستجابات أفراد عينة البحث وفقا لمتغير الجنس

مقياس	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة "ت" المحسوبة	مستوى الدلالة
	ذكور	٦٦	٢.٠٥	١.٠١٤	١٤٨	١.٨٥٧	٠.٠٦٥
	إناث	٨٤	٢.٣٦	١.٠٢٥			

**دال عند مستوى الدلالة (٠.٠١)

يتضح من الجدول (١٠) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)، في متوسطات درجات متابعة المحتوى التافه وفقا لمتغير الجنس، إذ بلغ مستوى الدلالة (٠.٠٦٥)، وهي أصغر من (٠.٠٥)، مما يعني وجود فروق في متوسطات درجات معدل متابعة المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث وفقا لمتغير الجنس وكانت لصالح الإناث، فقد تبين إن متوسط الدرجة الكلية للإناث تساوي (٢.٣٦) درجة ومتوسط درجة الكلية للذكور (٢.٠٥) درجة، أي أن الإناث لديهن معدل متابعة أكثر من الذكور.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الذكور غالبا لديهم نشاطات خارج المنزل مثل: أعمال حرة ممارسة الرياضة، تسوق، زيارة الأصدقاء، في المقابل إن الإناث ليس لديهم ذلك حيث يبغون في المنزل بفعل الثقافة المحلية التي تفرض على الفتاة البقاء في المنزل وعدم الخروج منه إلا للضرورة وهذا ما يجعلها أكثر إقبالا ومتابعة للمثل هذه المحتويات التي فرضت نفسها على مواقع التواصل الاجتماعي مع انشغال الوالدين عن أبنائهم ومتابعتهم في عصر العولمة الذي باتت فيه مواقع التواصل تستخدم بكثرة.

وبما إن المحتوى التافه يعرض على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن اعتبار معدل متابعة هذه المحتويات هي متابعة لمواقع التواصل الاجتماعي، واتفقت هذه الدراسة مع دراسة خالد بن سليمان معتوق المعنونة (٢٠١٣): التي أشارت إلى وجود فروق في معدل متابعة مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث وفقا لمتغير الجنس وكانت لصالح الإناث.

خامسا- نتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس من أسئلة، ما فروق في معدل متابعة المحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة البحث وفقا لمتغير المستوى التعليمي (تعليم ما دون الابتدائي - تعليم أساسي - تعليم الثانوي - تعليم الجامعي)؟

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار مستوى دلالة الفروق لاستجابات أفراد عينة البحث وفقا لمتغير المستوى التعليمي.

مقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
الاتجاه نحو المحتوى التافه	بين المجموعات	٣.٥٨٩	١.١٩٦	٣	١.١٣٣	٠.٣٣٨
	داخل المجموعات	١٥٤.١٥١	١.٠٥٦	١٤٦		

**دال عند مستوى الدلالة (٠.٠١)

يتضح من الجدول (١١) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) في متابعة الأفراد عينة البحث للمحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للمستوى التعليمي، إذ بلغ مستوى الدلالة (٠.٣٣٨)، وهي أكبر من (٠.٠٥)، مما يعني عدم وجود فروق لدى في متابعة الأفراد عينة البحث للمحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للمستوى التعليمي. يعزو الباحث نتيجة عدم وجود فروق لدى في متابعة الأفراد عينة البحث للمحتوى التافه على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للمستوى التعليمي، إلى إن الشباب بغض النظر عن مستواهم التعليمي لديهم التزامات يقومون بها من أعمال منزلية وأكاديمية ومهنية مختلفة وذلك لتشابه الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي يعيشها أفراد عينة البحث.

التوصيات والمقترحات:

التوصيات:

- الالتزام بقوانين محددة ومراعاة جوانب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الجانب الأخلاقي لدى المستخدمين خاصة الشباب منه.
- توفير مجالات أكبر للشباب لترفيهه عن النفس مثل المسابقات الرياضية والثقافية لإخراجهم من العزلة الافتراضية.
- محاولة وضع ضوابط وقوانين لمراقبة المحتوى الذي تعرضه مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إقامة مراكز متخصصة بذلك.
- ضرورة تحصين الشباب من مضار الاستخدامات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي لتفادي الانحرافات المختلفة، وذلك من خلال الوعظ والإرشاد، عقد الندوات التوعوية.

المقترحات:

- إجراء مزيد من الدراسات المشابهة مع هذه الدراسة على شرائح المجتمع المختلفة.
- دراسة العلاقة بين المحتوى التافه والفراغ الوجودي لدى الشباب.

قائمة المصادر والمراجع:

- إيمان، حنين شين. (٢٠١٥). لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في الجذب السياحي. [رسالة ماجستير جامعة محمد خضيرة بسكر]. قاعدة المعلومات دار المنظومة.
- أبو النيل، محمود السيد. (٢٠٠٩). علم النفس الاجتماعي عربيا وعالميا. مكتبة الأنجلو المصرية.
- بريكة، زينب بن. (٢٠١٩). تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى عينة من تلاميذ المرحلة الثانوية، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع - جامعة جيجل، ٢(٢)، ٨٦-١١١.
- البشابشة، وسام طایل. (٢٠١٣). دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (الفييس بوك وتويتر)، دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البتراء أنموذجا [رسالة ماجستير منشورة، جامعة البتراء]. قاعدة المعلومات الباحث العلمي.
- التميمي، رائد رمثان حسين. (٢٠٢٠). تأثير موقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) على قيم لدى طلبة المرحلة الإعدادية. مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، (٤٨)، ٦٣٥-٦٤٧.
- الحلاق، بطرس. (٢٠١٦). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة " موقع الفيسبوك " نموذجا. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، ٣٨(٣)، ٢٣١-٢٥٣.
- حسين، يوسف محمد. (٢٠١٩). دور الانترنت في نشر الإشاعات مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " أنموذجا للمدة من ١ / ٩ / ٢٠١٧ لغاية ٣٠ / ١١ / ٢٠١٧. مجلة الأكاديمية، العدد (٩٣).
- خالد، هبة محمد. (٢٠٠٨). مواقع الشبكات الاجتماعية. ماهي؟ منتديات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات. ١٧٩-١٩٤.
- الخالدي، إبراهيم خلف سليمان، عبيسي، عبد الرؤوف أحمد بني، أبو الهول، محي الدين يعقوب. (٢٠١٩). أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل منظومة القيم الإسلامية لدى طلبة المرحلة الأساسية الدنيا في الأردن. مجلة دراسات العلوم التربوية، ٢(٤٦)، ١٥-١٧٣.
- راضي، زاهر. (٢٠٠٣). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. مجلة التربية جامعة عمان الأهلية، (١٥).
- السيد، عامر محمد. (٢٠٠٩). دراسة بعض الآثار السلبية للإنترنت ودور الخدمة الاجتماعية فيها. مجلة مصر، (١١).

- السيد، فؤاد البهي، عبد الرحمن، سعد. (١٩٩٩). علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة. دار الفكر العربي.
- الشاعر، عبد الرحمن بن إبراهيم. (٢٠٠٦). الأمن الفكري في مواجهة العولمة. مجلة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، د(ع)، ص ٢٦٢ - ٢٩٢.
- العبري، شفيق بن درويش، (٢٠٢١، أبريل ١٩). وسائل التواصل الاجتماعي بعد آخر مهم للحكومة الإلكترونية، صحيفة عمان الإلكترونية. <https://www.omandaily.om/article/20528>
- عمار، صلاح. (٢٠١٠). أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لفيس بوك. مجلة الأهرام، (٢٢).
- عوض، حسني. (٢٠١١). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية لدى الشباب تجربة مجلس شباب عرار أنموذجا. جامعة القدس المفتوحة.
- العياضي، نصر الدين. (٢٠٠٩). الرهانات الأبتيمولوجيا والفلسفية للمنهج الكيفي / نحو أفاق جديدة لبحوث والإعلام والاتصال في المنطقة العربية. أبحاث المؤتمر الدولي. جامعة البحرين، ١٨ - ٢٩.
- الطيار، فهد بن علي. (٢٠١٤). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتز نموذجا) دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود. المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، ٣١ (٦١)، ١٩٣ - ٢٢٤.
- فارس، كاتب، دنيا، عقون. (٢٠١٦). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري "دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب - أم البواقي -] مذكرة لنيل شهادة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي -]. موقع الباحث العلمي.
- الفيومي، أحمد بن محمد علي. (٢٠٠٠). المصباح المنير. ط١. الدار النموذجية للنشر.
- قنديلجي، عامر إبراهيم، السامرائي، إيمان فاضل. (٢٠١٢). شبكة المعلومات والاتصال. ط٢. دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- لامبرت، وليم، لامبرت، ولاس. (١٩٩٣). علم النفس الاجتماعي (سلوى الملا، مترجم). دار الشروق
- موصللي، إبراهيم. (٢٠١٥). دور محددات اتجاه العملاء نحو الإعلان عبر شبكة الانترنت في سلوكهم الاستجابي "دراسة ميدانية على عملاء الأسواق التجارية عبر الشبكات الاجتماعية Facebook". [رسالة ماجستير، جامعة حلب]. موقع جامعة حلب.

- المنصور، محمد. (٢٠١٢). "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين" دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية " العربية أنموذجاً" [رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية في الدنمارك] . قاعدة المعلومات شمعة.

- موقع معجم المعاني، استرجع في ٢٠/٦/٢٠٢١. /<https://www.almaany.com/ar/dict/ar>.

المراجع الأجنبية:

- Keith N. Hampton (2011), Social networking sites and our lives, Pew Research Center's Internet & American Life Project.

- Mecheel (2010), Face book and invasion of technological communities, New York.

- Sariano Ayala &Gonzales Jimenez (2014), Spanish and Moroccan youth on social networks: A quantitative study in Spain, 6th International Conference on Intercultural Education, Education and Health, from transcultural perspective, Procedia Social and Behavioral Sciences.



مركز مداد للدراسات والبحوث التربوية

<https://midadcenter.com>

مؤسسة تعليم بلا حدود/مداد



<https://edumidad.org>