

اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي لديهم

دراسة مسحية

د. محمد محمد عبده بكير

أستاذ مساعد - قسم الإعلام - كلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد
أستاذ مشارك بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

ملخص الدراسة

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من مدخل رأس المال الاجتماعي والذي ظهر كرد فعل لقوة وسائل الإعلام بهدف السيطرة على الجماهير المختلفة لوسائل الاتصال الحديثة؛ نتيجة تطور تقنيات الاتصال، وظهور المجتمعات الافتراضية على الإنترنت، فتقوم الدراسة على التحقق من وجود رأس المال الاجتماعي في تطبيقات الهواتف الذكية؛ بالتركيز على المستوى الفردي، ودراسة رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصلي في هذه التطبيقات، بالإضافة إلى الثقة وعلاقتها برأس المال، والتي تعد عنصراً أساسياً لتكوين رأس المال الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية، حيث تمكن الأفراد من التفاعل مع الآخرين خاصة في ظل غياب الاتصال المواجهي، وعلاقة ذلك بالثقة في العلاقات الاجتماعية، ومهارات التواصل الاجتماعي، وبتقدير الذات في رأس المال الاجتماعي عند الأفراد.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي لديهم، كما هدفت إلى الوقوف على الفروق في رأس المال الاجتماعي للشباب السعودي نتيجة استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية، وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع - العمر - التخصص) وأسفرت نتائج الدراسة عن أن مستوى رأس المال الاجتماعي الترابطي لدى الشباب السعودي، أعلى من مستوى رأس المال الاجتماعي التواصلي، مما يدل على ارتباطهم بتطبيقات الهواتف الذكية، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية، ورأس المال الاجتماعي بمستوييه (الترابطي والتواصلي)، وأنه كلما زادت كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية، تزايد ثققتهم في العلاقات الاجتماعية، ويزيد تقدير الذات، وتزيد مهارات التواصل الاجتماعي لديهم، وبالتالي يزيد رأس المال الاجتماعي.

مقدمة :

المستقبلين ، ويعنى ذلك بالطبع أن الاستحواذ على أكبر عدد ممكن من المتلقين هو ما تسعى إليه أى وسيلة اتصالية ، ليس هذا فحسب بل مع ضمان قضاء أطول وقت ممكن في استقبال رسائلها الاتصالية. ولا شك أن الشباب هم الفئة المستهدفة من تلك التطبيقات لما لها من تأثير على مجتمعاتهم سلباً أو إيجاباً ، فكان التركيز على تشويه أفكارهم وتحريف معتقداتهم وتهمس أدوارهم وطمس هويتهم ، من خلال هذا العالم الافتراضي والذي يجدوا فيه الفرصة للانفلات من واقعهم والرغبة في الهروب من عزلتهم والتسلية والضحك مع أشخاص يشبهونهم في الحياة اليومية .

وتعدّ تطبيقات الهواتف الذكية أدوات اتصال وتواصل بين كلّ الأفراد في جميع أنحاء العالم ، ويستخدم في الوقت الحالي مئات الملايين من الأشخاص شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت ؛ للتواصل ولمشاركة الخبرات مع الآخرين ، فهي تسمح للأشخاص بإنشاء صفحات تحمل لمحات ومعلومات شخصية عنهم ، كما أصبحت أداة مهمة لبناء الصداقات ، والحفاظ على العلاقات الأسرية ، وتكوين رأس مال اجتماعي عن طريق السماح للأشخاص أن يشاركون بسهولة أفكارهم الشخصية ، وصورهم ، وإنجازاتهم . (Wilcox and Stephen, 2013, p2)

ويصف مفهوم رأس المال الاجتماعي الفوائد التي يتلقاها الأفراد من العلاقات الاجتماعية والتفاعلات ، كالدعم المعنوي ، وعرض مختلف الأفكار ، والوصول إلى المعلومات غير المتكررة ، ويُعدّ رأس المال الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من البنية الأساسية لتطبيقات الهواتف الذكية ، وموقع الأفراد داخل هذه الهياكل ، وتخفيض تكاليف الاتصال ، ومن ثم تسهم وتستخرج الفوائد من هذه التطبيقات المختلفة ، وقد يكون لدى استخدامات تطبيقات الهواتف الذكية آثار لرأس المال الاجتماعي . (Ellison ,steinfield and lampe, 2010, p2)

ويشير مصطلح رأس المال الاجتماعي لجملة التفاعلات التي تربط بين الناس بالأمور الحياتية العادية ، كما يعكس العلاقات البشرية والدفء العاطفي الذي يربط بين أعضاء الجماعة الواحدة ، ويعكس الرابطة التي تجمع بين مجموعة من الناس في وحدة إنسانية واحدة . (السروجي، 2009، ص12).

وبالرغم من ظهور مفهوم رأس المال الاجتماعي منذ نهايات السبعينات من القرن العشرين ، إلا أنه لم يحظ باهتمام الباحثين في الدول النامية بشكل عام إلا في نهاية التسعينات ، وتزايد مع بداية اهتمام البرامج الإنمائية الدولية بدراسة رأس المال الاجتماعي بالمجتمعات العربية ، ومعرفة مدى إمكانية استغلاله في تنفيذ برامج إنمائية بديلة تقوم على مشاركة المجتمع المستهدف في عملية التنمية .

بات الإعلام في واقعنا المعاصر يشكل عصب الحياة ، وخاصة بعد الانتشار الواسع للبحث الإعلامي بأشكاله المختلفة : المقروء أو الإذاعي أو الفضائي ، أو الإلكتروني على «الإنترنت» ووسائل التواصل الاجتماعي. وتواجه العديد من الدول بصفة عامة ودول العالم الثالث بصفة خاصة مشاكل وأزمات خطيرة تهدد وحدتها الوطنية بالانهيار ، ومن أخطر هذه الأزمات بل وأكثرها جدلاً أزمة الهوية التي تتعلق بتكوين شعور مشترك بين أفراد المجتمع الواحد بأنهم متميزون عن باقي المجتمعات ، ومن هنا أصبحت الهوية المحور الرئيس للأمم والشعوب . هذا وتحولت وسائل الاتصال إلى مخاطبة الأفراد بدلاً من مخاطبة الجماهير العريضة بحيث تقدم تنوعاً في نقل وتداول المعلومات والأفكار بين الأفراد في المجتمع على نطاق واسع ، لدرجة أصبحت تغطي كافة جوانب الحياة الإنسانية ، فنجدها تتيح إمكانية الانتقاء والاختيار من بين المواد المعروضة ، فكل فرد يبحث من خلالها عما يرضى ذوقه الخاص كما أنه يتوقع دائماً أن يجد فيها ما يبحث عنه بل ونجده يسعى لإشباع رغباته ، تلك التي تختلف باختلاف ظروفه الحياتية ومكان ووقت التعرض . (Wafai , 2005 , p17)

وقد شهدت المجتمعات العربية في السنوات الأخيرة مجموعة من التغيرات السريعة والمتلاحقة في العديد من الجوانب الثقافية والفكرية والاجتماعية والاقتصادية ، كان لها آثارها في طمس معاني الحياة الإنسانية واضطراب منظومة القيم الحاكمة لسلوك الشباب وتصرفاتهم وعجزهم عن التواصل مع الآخر ، والعجز عن تحقيق الذات ، وظهر على مسرح الحياة الاجتماعية حالة تبني الذات لقيم اللامعيارية ، وبدأ المجتمع ينظر إلى الذات الملتزمة على أنها غير واعية ولا تعيش عصرها ، مما يدل على أن انقلاباً جذرياً قد حدث في معايير القيم . (عبد اللطيف خليفة، 2007)

ولعل من أهم التغيرات التي طرأت على المجتمعات العربية هو ذلك التطور التكنولوجي الهائل في مجال الإعلام الجديد ، الذي أصبح عصب الحياة في واقعنا المعاصر وسمه رئيسة للبيئة الاتصالية في العصر الحديث ، وأسفر عن الانتشار الواسع للقنوات الالكترونية بكم هائل من التطبيقات المختلفة والمتنوعة ، وبدأت تتسابق على إرضاء الجمهور العربي واجتذابه من خلال ما تقدمه من مواد متنوعة تتعارض مع التنشئة الاجتماعية ومقوماتها ، وإشاعة النماذج الغربية من خلال ثقافات متباينة على منصات الإعلام الإلكتروني بين مختلف الجمهور . حيث يمكن القول بأن الوسائل الاتصالية الحديثة تحصر على مسابرة كل جديد وتقدم المواد التي تحقق عنصر الجذب لجمهور

بحيث كلا منهم له مفهومه المتميز بحد ذاته. وأكثر المفاهيم الحديثة الخاصة برأس المال الاجتماعي هي نتاج لعمل (كولمان ، لين ، بوتنام) حيث عرف كولمان مفهوم رأس المال الاجتماعي في بحثه عن التحصيل والأداء العلمي بأنه بنية العلاقات بين الأشخاص والمؤسسة بحيث يظهر في شكل معنوي على الأفراد او في شكل مواد منفذة في الإنتاج . لقد ناقش كولمان عدة جوانب للعلاقات الاجتماعية والتي نتج عنها مصادر مفيدة مثل (قناة المعلومات كالأصدقاء او الشبكة للتفاعل و للاتصالات ، وتركيز رأس المال الاجتماعي في شخص واحد ، والمنظمات الاجتماعية ونتائجها) وهذا يعنى ان رأس المال الاجتماعي يتداخل في العلاقات الاجتماعية بكل انواعها وخاصة المنظمات الاجتماعية للأسرة او المجتمع .

وبناءً عليه فان رأس المال الاجتماعي يتغذى من مداخل كثيرة متداخلة في العلاقات الاجتماعية او محصله خارجية للتفاعل الاجتماعي بمعنى اخر فان رأس المال الاجتماعي هو الصالح العام الناتج من او المنتج من قبل العلاقات الاجتماعية .

كما تنص النظرية على أن الناس يتعاملون بشكل أفضل عندما يتصلون بالآخرين ؛ بسبب المنافع الكامنة في العلاقات الاجتماعية ، هذه المنافع تشمل الالتزامات التي قد يشعر بها الأشخاص المرتبطين تجاه بعضهم البعض ، والشعور بالتضامن ، والمعلومات الذين هم على استعداد لمشاركتها ، وبالتالي فالأشخاص المرتبطون اجتماعياً يملكون ملاذاً من مخزون «رأس المال» ، يمكنهم أن يستخدموه عند الحاجة (Small, 2009, p6). ويؤكد فوكاياما Fukuyama أن رأس المال الاجتماعي لا يتكون بشكل تلقائي أو عرضي ، وإنما يتكون عبر مجموعة من التفاعلات الاجتماعية والثقافية ، التي تفرز قيماً مختلفة تميز المجتمعات عن بعضها . (عبد الحميد ، 2010 ، ص 41)

وتنهض نظرية رأس المال الاجتماعي على عدد من الافتراضات ، أهمها:
- كلما زادت المشاركة التطوعية في الجمعيات ؛ نما رأس المال الاجتماعي في المجتمع.

- كلما زادت المساندة والدعم المتبادل في المنظمة ؛ نما رأس المال الاجتماعي.

- يؤدي الإعلام السلبي إلى غياب وتقليل رأس المال الاجتماعي .
- كلما ازداد مستوى ودرجة الثقة في الشبكات الاجتماعية ؛ ازداد التفاعل والاتصال والتعاون المتبادل بين الناس في المجتمع . (السروجي ، 2009 ، ص 75).

- كلما زادت الموارد الاجتماعية ذات الجودة العالية ، التي يمكن أن يكتسبها الفرد عن طريق شبكته ؛ كان رأس المال الاجتماعي الفردي

ومن هنا جاء التركيز على رأس المال الاجتماعي نظراً لأهمية تطبيقات الهواتف الذكية التي يمتلكها الشباب في حياتهم ، والتي تزداد أهميتها في المجتمعات العربية ، حيث تعلو قيمة الروابط الأسرية ، ويضطر الفرد للجوء إلي علاقاته وروابطه الأولية لتحقيق أهدافه وتلبية احتياجاته الأساسية ، وهو ما أطلق عليه فوكوياما المجتمعات التي تنعدم فيها الثقة المجتمعية ، وهي بدورها أساس تحقيق التقدم والازدهار في أي مجتمع .

وتسعى هذه الدراسة إلى التحقق من وجود رأس المال الاجتماعي بتطبيقات الهواتف الذكية لدى الشباب ؛ بوصفها من الأكثر استخداماً في المملكة ، وذلك من خلال دراسة العلاقة بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية ورأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصل ، وعلاقة الثقة وتقدير الذات ، ومهارات التواصل الاجتماعي برأس المال الاجتماعي ، ومعرفة أنماط الأنشطة الاجتماعية التي يمارسونها عبر هذه التطبيقات .

لذا كان موضوع هذه الدراسة حول اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي لديهم .

المنطلقات النظرية والفكرية للدراسة نظرية رأس المال الاجتماعي:

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من مدخل رأس المال الاجتماعي والذي ظهر كرد فعل لقوة وسائل الإعلام بهدف السيطرة على الجماهير المختلفة لوسائل الاتصال الحديثة ، فقوة رأس المال الافتراضي مستمدة من شبكة العلاقات التي تتم في رحاب الانترنت أو بالأحرى في تطبيقات الهواتف الذكية ، والتي تقوم على المصالح المتجانسة والتي يمكن الاستفادة منها في تحقيق مصالح متبادلة بين الأعضاء من ذوي الاهتمامات الواحدة ، وتجدر الإشارة إلى أن تفاعلات المجتمع الافتراضي - كمواقع التواصل الاجتماعي ، برامج التواصل المتعددة - لا ترتبط بوقت معين وهذا يعطي رصيد أكبر لشبكة العلاقات .

فعنصر العلاقات المتبادلة و تكامل الاهتمامات المشتركة بين الأفراد في هذه التطبيقات عوامل تساهم في تشكيل رأس المال الاجتماعي الافتراضي في تطبيقات الهواتف الذكية ، والتي تسهل عملية التنسيق والتعاون بين أفراد المجتمع وتشكل المنافع المتبادلة للأفراد والجماعات . (عبد الجليل ، 2013 ، ص 31)

الجذور والمفاهيم الرئيسية لرأس المال الاجتماعي :

هذا المفهوم له العديد من الجذور ذات التخصصات المختلفة

ص، 20) ، وترتبط السمعة بشكل مباشر بالثقة ، حيث تعد السمعة مدخلاً مهماً في قرارات الناس التي توفر الثقة تجاه الآخرين ، وتؤثر على خيارات الثقة في الآخرين على أساس يومي . (Daniel, 2009, pp80, 81)

3. الموارد الاجتماعية : يعد العنصران السابقان شروطاً مسبقة لتشكيل الموارد الاجتماعية (rostlla,2011,p327) ، وتعتمد مدى قدرة الفرد على الوصول إلى موارد عبر رأس المال الاجتماعي على شبكة علاقاته الاجتماعية : (معارفه ، وانتماءاته المختلفة ، وعضويته في روابط ومؤسسات مختلفة) ، وعلى قوة هذه العلاقات وثباتها ، وعلى الموارد المتوفرة لشبكة العلاقات التي يقيمها الفرد ، ويعدّ Lin مفهوم الموارد من المفاهيم الأساسية والمحورية لفهم نظرية رأس المال الاجتماعي ، ولقد ميز بين نوعين من الموارد ، يتمثل النوع الأول في : الموارد الشخصية ، والتي تقع في الحياة الشخصية للفرد ، وله كامل الحرية في استخدامها ، ونقلها ، وتقرير مصيرها ، دون أن يكون مسئولاً أمام الآخرين ، ويمكن اكتساب هذه الموارد وحيازتها من خلال الميراث والنسب ، المهارات الفردية ، والاستثمار فيما يملك ، كالتفوق والتعليم ، أما النوع الثاني : الموارد الاجتماعية ، كرأس المال الاجتماعي ، والتي يمكن للفرد أن يصل إليها من خلال العلاقات الاجتماعية . (أبو دوح ، 2014، ص 137).

أبعاد رأس المال الاجتماعي :

غالباً ما ينقسم رأس المال إلى أبعاد مختلفة لتحديد الفوائد والنتائج ، هذه الأبعاد تعطي صورة شمولية للطريقة التي يجب أن يدعم بها رأس المال الاجتماعي تطوير المعرفة ، وإنجاز الأهداف الشخصية والمهنية . (Huvila, et al.,2010,p 300)

ويعد أي بعد من أبعاد رأس المال الاجتماعي بمثابة بناء مستقل بالرغم من أن الخصائص المستخدمة لوصف الأبعاد الثلاثة لرأس المال الاجتماعي مترابطة للغاية ، فكل منها لديه مجموعة من الصفات الفريدة (Turner, 2011,p12)

يصف البعد الأول العلاقات الشخصية التي طورها الأفراد خلال تاريخ طويل من التفاعلات ، وتعكس تأثيرات الصداقة والاحترام ، وبمعنى آخر فهذا البعد يوضح العلاقات الشخصية بين الناس ، وتتطور عبر الزمن بينهم ، وينتج عنها الثقة والاحترام والتشخيص (العبادي ، 2014 ، ص 179) ويشمل هذا البعد عناصر ضرورية عديدة ، تشتمل على الثقة والثقة المتبادلة ، والمعايير والمبادئ والالتزامات والتوقعات ، وتعد فكرة الثقة الجوهر لبعد العلاقات المختص برأس المال الاجتماعي . (Edinger,2012,p13)

الذي يحصل عليه أفضل . (rostlla,2011,p 327)

- كلما زاد عدد الأشخاص الذين تعرفهم ، وزادت مشاركتك للتوقعات المشتركة معهم ؛ تكن ثرياً في رأس المال الاجتماعي . (filed,2008, p1) ومن المفاهيم التي تساعدنا على فهم الطريقة التي يتشكل بها رأس المال الاجتماعي :

1. رأس المال الاجتماعي الترابطي : يتميز هذا الشكل بالروابط الاجتماعية القوية التي تربط بين عناصره ، مثل : العلاقات بين أفراد الأسرة ، وهذه العلاقات تعتمد في كثير من الأحيان على درجة عالية من الثقة فيما بين الأفراد ، والتي تكون مفيدة في التغلب على تجاوز مصاعب الحياة (عبد الجليل ، 2013 ، ص 31).

2. رأس المال الاجتماعي التواصلي : هو رأس المال الاجتماعي القائم على الروابط التي يشكلها الأفراد خارج نطاق دائرتهم ، وتعرف بالروابط الضعيفة ، ويعدّ رأس المال الاجتماعي القائم على التواصل مسئولاً عن تنسيق العمل بين المجموعات المختلفة ، ويمد المجموعات الأكثر كثافة بالمعلومات الجديدة والموارد . (Hudson, Theocharis, 2015,p7) ، (Sajuria)

ويتشكل رأس المال الاجتماعي من خلال عدة عناصر ، أهمها :

1. الشبكات الاجتماعية : يعبر رأس المال الاجتماعي عن مجموعة من العناصر والموارد المتوفرة في إطار شبكة من العلاقات الاجتماعية (عبد الحميد ، 2010 ، ص 48) ، تتمثل في :

- عدد الأفراد الذين يكونون الشبكة الاجتماعية التي يمتلكها الفرد ، ومدى التزام هذا العدد من الأفراد بتقديم المساعدة عند اللجوء إليهم ، أو طلبها منهم .

- قوة العلاقة وطبيعتها ، والتي تؤثر على مدى الاستعداد للمساعدة .

- الموارد التي يحوزها هؤلاء الأفراد الذين يكونون الشبكة الاجتماعية . وعلى هذا تمثل الشبكة الاجتماعية مكوناً أساسياً من مكونات رأس المال الاجتماعي . (أبو دوح ، 2014 ، ص 147)

2. الثقة الاجتماعية : وتعد الثقة العنصر الأكثر شيوعاً في بحث جوانب علاقة رأس المال الاجتماعي (Edinger,2012,p30) ، حيث سمي بوتنام الثقة الاجتماعية باسم الملطف الضروري للحياة الاجتماعية (beaudoin,2008,p552) ، وفيما يتعلق برأس المال الاجتماعي ، ترتبط الثقة بمفاهيم أخرى ، تشمل التعاون ، والسمعة ، والتوصية ، فكلما زادت درجة الثقة داخل المجتمع ؛ زاد احتمال التعاون ، كما أن التعاون في حد ذاته يولد الثقة ، والثقة المطلوبة لاستدامة التعاون ، فالثقة تعتمد على المعلومات والخبرات السابقة للشخص ، وسلوكه في الماضي (عبد ، 2008

غيرها من الجماعات الاجتماعية ، وعلاقتها بالدولة (عبد الحميد، 2010 ، ص 55).

الآثار الإيجابية والسلبية لرأس المال الاجتماعي:

يشير الباحثون في مجال رأس المال الاجتماعي إلى تعدد أشكال وصور هذا المفهوم، مثل العلاقات الفردية مع الأصدقاء، أو الجيران، أو الأقارب، ويرتبط ذلك بتحقيق العديد من النتائج الشعورية الإيجابية، مثل احترام الذات، والرضا عن الحياة.

وتؤكد معظم نتائج الدراسات التي تم تحليلها على العوائد الإيجابية لرأس المال الاجتماعي على المستويات المختلفة، ومن ضمن هذه المردودات الإيجابية ما يلي :

- إن رأس المال الاجتماعي يدعم مكانة الفرد داخل البنية الاجتماعية، ويساهم في تحقيق الأهداف الفردية، والوصول إلى الموارد التي يمكن أن تمنح القوة والتميز.

- يقلل رأس المال الاجتماعي من مستويات الغموض والشك بين أعضاء الجماعات، أو على الأقل يزيد من مساحات التسامح بين الأفراد.

- يسهل رأس المال الاجتماعي عمليات التنسيق والتنظيم للأفراد؛ وذلك بسبب ارتباطه بعملية الاتصال الفعال والمتكرر بين أعضاء المجتمع (أبو دوح ، 2014 ، ص 80).

- إن العلاقات الاجتماعية التي يشملها رأس المال الاجتماعي ، تحدد توقعات الناس عن التعلم والإبداع وجودتها، كما أنها تؤدي إلى تنمية سمات الشخصية لدى المتفاعلين (السروجي ، 2009 ، ص 50 ، 51).

- إن رأس مال الاجتماعي يساعد المجتمعات على تقليل معدل الجرائم ، ويساعد الأطفال على تحقيق درجة علمية عالية ، ويساعد الناس على الوصول واكتساب المهارات التكنولوجية ، ويساعد على زيادة محو الأمية المعلوماتية ، وتوفير وعي عام أفضل بالقضايا التي تخص المجتمع . (Daniel,2009,p7)

- يزيد رأس المال الاجتماعي من كفاءة العمل ، وقد يدفع رأس المال الاجتماعي -أيضاً- التعلم ، والإبداع ، والابتكار ، وربما يُطور أشكال جديدة من التنظيم . (Dasgupta,2006,pp 495,496)

وعلى الرغم من النتائج الإيجابية لرأس المال الاجتماعي، يبدو أن رأس المال على المستوى الفردي والجماعي أحياناً يكون لهما نتائج سلبية تجاه الأفراد، وكذلك تجاه الهياكل الاجتماعية، على سبيل المثال : السلوكيات غير الصحية ، التوتر في العلاقات، الجريمة، الحصول على خدمات أو سلع، مع التهرب من دفع المقابل المادي الخاص بها، وعدم المساواة بين المجموعات الاجتماعية المختلفة في الموارد، بالتالي يبدو من المهم أن تهتم النظريات الخاصة برأس المال الاجتماعي بالظروف

ويشير البعد الثاني وهو رأس المال الاجتماعي المعرفي ويعد رأس المال الاجتماعي المعرفي منتجاً فرعياً من المعايير الثقافية، مثل : الدين، والتقاليد، والخبرات التاريخية المشتركة (Johnston, et,2013, p27)، وييسر البعد المعرفي الوصول إلى فهم مشترك للأهداف الجماعية، والطرق السليمة للعمل في النظام الاجتماعي، مثل هذا الفهم المشترك القابل للملائمة من قبل الجماعة؛ بصفته مورداً داخل الجماعة، وتساعد الرؤية المشتركة ومجموعة القيم المشتركة على تطوير هذا البعد من رأس المال الاجتماعي، والتي بدورها تسهل الإجراءات الفردية والجماعية، التي تعود بالنفع على عموم الجماعة، مثل : أعمال مشاركة المعرفة في المجتمعات الافتراضية . (zaho,2010,p28)

أما البعد الثالث وهو رأس المال الاجتماعي الهيكلي ويهتم بخصائص النظام الاجتماعي، وشبكة العلاقات ككل ، ويتعامل البعد الهيكلي مع الأفراد الذين نصل إليهم وكيفية الوصول إليهم، يشمل البعد الهيكلي مكونات الشبكة وجوانب أخرى، مثل وجود أو عدم وجود علاقات بين الطرفين، وتكوين شبكة مثل التسلسل الهرمي داخل المنظمة، ومفاهيم مثل كثافة العلاقات والفجوات الهيكلية في الشبكات، ووجود أو غياب علاقات الشبكة بين مختلف الناس، وتكوين الشبكات الرسمية أو غير الرسمية، وكثافة الشبكة وربطها، وتعمل الجهات الفاعلة على طرفي نقيض للفجوات الهيكلية في دوائر المعلومات المختلفة، وبالتالي هناك قيمة في تمدد هذه الدوائر المعلوماتية المستقلة، فتشارك المعلومات عبر هذه التدفقات المعلوماتية المستقلة وغير الزائدة عن الحاجة وتوفر القدرة على الابتكار، وتوليد رأس المال الفكري الجديد. (Johnston, et (al.,2013,p27)

وأشار فوكاياما Fukuyama إلى ثلاثة محددات، عدّها الأهم عند قياس رأس المال الاجتماعي للجماعات المختلفة :

1. درجة التجانس داخل الجماعة : يرفض فوكاياما Fukuyama استخدام العضوية كمؤشر لقياس رأس المال الاجتماعي، ويؤكد أن المهم هو درجة التجانس بين أعضاء الجماعة ، والتي يستدل عليها من خلال التعرف على طبيعة الأنشطة ومستوى التعاون ، والتعاون تحت الضغوط ، وطبيعة المشكلات التي تواجهها الجمعية.
2. محيط الثقة : تمثل الفائدة الأساسية التي تحققها أي جماعة اجتماعية، كنتيجة مباشرة للعمل الجماعي ، والتعاون بين أعضائها، إذ تستطيع الجماعات التي رسخت قيم التعاون والثقة والأمانة بين أعضائها، من خلال القيام ببعض الأنشطة -أن تستفيد من هذه القيم في تحقيق أهداف أخرى بعيداً عن هذا النشاط.
3. العوامل الخارجية : ترتبط بالبيئة الخارجية ، وتفاعل الجماعة مع

برأس المال الاجتماعي على المستوى الجماعي لم يتم تحديدها مطلقاً؛ مما أسفر عن الكثير من مغالطات إثبات المستلزمات (المنطق الدائري) ، بينما تفصل نظريات رأس المال الاجتماعي -على المستوى الفردي- مصادر رأس المال الاجتماعي عن تأثيراته بشكل واضح، ويفتقر رأس المال الاجتماعي على المستوى الجماعي إلى عملية الفصل البارزة تلك . (Rostlla, 2011, pp317, 318)

أيضاً لم يناقش أحد من الباحثين كيفية استخدام الرأسمال الاجتماعي في محاربة عدم المساواة ، كذلك لا تحتوي المفاهيم المقدمة على الجانب السلبي من الرأسمال الاجتماعي، والسبب في ذلك تأخر نظرية الرأسمال الاجتماعي الحالية، وصعوبة قياس العلاقات السلبية . (Hauberer, 2011, pp148, 149)

ويصف رينجولد Rheingold الثورة الاجتماعية التالية، والتي سوف تسمح للناس بالتواصل مع أي شخص، في أي مكان، وفي أي وقت، وكيف يتم تشكيل المجتمعات بالفعل في جميع أنحاء العالم ووصف كيف أعطت الاتصالات المتنقلة المتظاهرين وسيلة لتجميع الكتلة الحرجة اللازمة لنجاحها، إن التأثير الحقيقي للاتصالات المتنقلة لا تأتي من التكنولوجيا في حد ذاتها، ولكن كما هو الحال مع الثورات التكنولوجية الأخرى، من كيفية استخدام الناس لها، ومقاومتها، والتكيف مع ذلك، وفي نهاية المطاف استخدامها لتحويل أنفسهم ومجتمعاتهم والبيئة الاجتماعية والثقافية (8-Kisielnicki,2008,pp7) ، ويتوقع المحللون ازدهار المجتمعات الموجودة على الإنترنت؛ وذلك بسبب أن الأفراد سيكون لديهم القدرة على اختيار المجتمعات ذات الاهتمامات المشتركة، بغض النظر عن الموقع الجغرافي . (Huysman and Wulf, 2004, p9) ويفرض عنصر جهل الهوية في هذه المجتمعات الافتراضية تحدياً نظرياً وواقعياً أمام تشكل رأس المال الاجتماعي، فالعلاقات الاجتماعية الافتراضية في معظمها تجمعات خفية مجهولة الهوية، إلا في القليل منها، خاصة وأن عضوية التفاعلات التي تتم في الفضاء الرمزي لا تتطلب إبراز هوية أو قيم ولاء، بقدر ما تقتضي مصلحة، أو اهتماماً مشتركاً، لذلك يجب على الباحثين المعنيين تحليل المتغيرات في هذه المجتمعات، مثل فهم أشكال مختلفة من الوعي المشترك، وكيفية ارتباطها بالمنهج النظري، وقياس رأس المال الاجتماعي (Daniel,2009,p88) .

وهناك أدلة محدودة بخصوص نوع رأس المال الاجتماعي، الذي ينتج من خلال التواصل الاجتماعي الموجود عبر شبكات التواصل بالإنترنت، لذلك نفترض أن العلاقات عبر الإنترنت قد يكون لديها تأثيرات مختلفة عن تلك التأثيرات التي تنتج من خلال التفاعلات المباشرة وجهاً لوجه (125-Filed, 2008, pp124)، أما فيما يتعلق باستخدام الإنترنت نجد

المحددة ، والتي فيها يكون لرأس المال الاجتماعي تأثيرات خارجية سلبية . (Rostlla, 2011, p320)

وتجدر الإشارة إلى أن المستويات العالية من رأس المال الاجتماعي لا تشكل قرينة على القوة الكامنة للمجتمعات؛ لأنها بكل بساطة قابلة للاستخدام الاجتماعي في الاتجاهات السلبية، خاصة حينما تكون البنية الذهنية محكومة بالانتماءات الطائفية والدينية، ففي الجماعات الدينية يسود نمط من التضامن يقل نظيره في التنظيمات السياسية والمدنية، وكذلك الشأن بالنسبة إلى المجموعات العرقية والقبلية، ولكن الاستخدام الاجتماعي لرأس المال الاجتماعي قد يؤدي إلى كوارث اجتماعية (حروب أهلية، عداوات، نعرات طائفية وقبلية)، حينما تعجز البنية العقلية والانفعالية عن استيعاب الفضائل، فالصراع بين شخصين يمكن أن يفجر توتراً بين عدد كبير من المجموعات الاجتماعية (حوكا ، 2015، ص 165).

التحديات المستقبلية لنظرية رأس المال الاجتماعي:

تطرح نظرية رأس المال الاجتماعي عدداً من التحديات المتعلقة بالمنهج والقياس، ومن أهم هذه التحديات أن أنصار النظرية قد فشلوا في إظهار كيف يمكن استخدامها لمعالجة المشاكل ، لذلك نحتاج أن نعرف كيف تأسس رأس المال الاجتماعي ، إذا أردنا أن نعرف كيف يمكن استخدامه . (Tripp, Payne, Diodorus,2009,p2)

والأسلوب الأفضل والأنسب لدراسة وتأسيس مفهوم رأس المال الاجتماعي، هو التعامل معه على أنه مفهوم متعدد الأبعاد، والتحدي الذي يواجه الباحثين في هذا الصدد، هو إمكانية دمج تلك الأبعاد المتنوعة في إطار مفاهيمي ونظري واحد، بحيث تشمل هذه الأبعاد الحياة الاجتماعية، لتتضمن شبكات العلاقات والمعايير والثقة . (علي ، 2014، ص 157)

حيث يرى دالي وسلفر Dali and Silver أن التركيز على الشبكات الاجتماعية مهم في دفع الأبحاث حول رأس المال الاجتماعي، ويزعمان أن هناك حاجة إلى بيانات عن تكوين الشبكات الاجتماعية؛ لتسمح بتحليل الأشكال المختلفة لرأس المال، والمستويات المختلفة لتلك الأشكال، كما لاحظنا أن هناك مجموعة كبيرة من مفاهيم التحليل للشبكات الاجتماعية، التي من المحتمل أن تكون مفيدة، لكنهما حذرا من أن هناك حاجة لبيانات نوعية عن الشبكات، حيث إن النهج الهيكلية قد يفتقر إلى المادة، والنوايا، والسياق التاريخي والثقافي للعلاقات الاجتماعية . (Lewis,2010, p51)

فضلاً عن ذلك أشار بورتس ports إلى أن الأسباب والتأثيرات الخاصة

فروق في رأس المال الاجتماعي، وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لطالبات الجامعات.

• أثبتت دراسة ويكين وزملاؤه (Wei Qin, et al., 2016) بعنوان «رأس المال الاجتماعي على الفيس بوك: تأثير الشخصية على سلوك الاتصال عبر الإنترنت»، أن الخصائص الشخصية لها تأثير على تكوين العلاقات عبر الإنترنت، حيث بينت أن الأشخاص الاجتماعيين كانوا أكثر نشاطاً على الفيس بوك في التفاعل مع الأصدقاء المعروفين؛ مما أدى إلى زيادة رأس المال الاجتماعي، كما أوضحت أن الأشخاص الانطوائيين الذين لديهم صعوبات في العلاقات الاجتماعية غير قادرين على زيادة رأس المال الاجتماعي من خلال الفيس بوك، وأن الشخصية الاجتماعية لديها رأس مال اجتماعي في العلاقات عبر الإنترنت، وأكدت على أن المبادرة بالاتصال مع الغرباء لم يؤدي إلى زيادة رأس المال الاجتماعي، بل أن استخدام الفيس بوك للحفاظ على الصداقات والعلاقات المحددة مسبقاً؛ أدى إلى زيادة رأس المال، واستخلاص المزيد من الموارد.

• وتوصلت دراسة (الحاييس، 2015) بعنوان «الآثار الاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي على بعض جوانب الشخصية الشابة»، إلى اعتماد معظم الشباب العماني على موقع الفيس بوك في التواصل، وأشارت الدراسة إلى انخفاض تأثير وسائل الإعلام الاجتماعي في تنمية رأس المال الاجتماعي لدى الشخصية الشابة العمانية، وهو تأثير غير متوقع؛ نظراً لإسهام الإنترنت في تكوين شبكات اجتماعية كثيفة، يمكن أن تسهم في تشكيل رأس المال الاجتماعي بشكل يسير.

• وأوضحت دراسة ساجوريا وزملاؤه (Sajuria, et al., 2015) بعنوان «رأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي في الشبكات المتصلة عبر الإنترنت، إمكانية الشبكات المتصلة بالإنترنت في تقديم ملامح تأسيسية لرأس المال الاجتماعي، وأن رأس المال الاجتماعي القائم على الترابط عبر الإنترنت يصبح أكثر فاعلية من التوقعات النظرية في تكوين الشبكات القريبة، وترى الدراسة بأنه يمكن للعلاقات عبر الإنترنت أن تعتمد إلى نقل المعلومات أكثر من اعتمادها على السمات الشخصية لتلك التفاعلات، مثل المواقع الجغرافية، والنوع، والعرق.

• وأشارت دراسة هوفر وأوبيرت (Hofer & Aubert, 2013) بعنوان «فهم رأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي على تويتر: الفرق بين التابعين والمتبوعين»، إلى أن أشكال رأس المال الاجتماعي يمكن أن تتولد على تويتر، وأن رأس المال الاجتماعي التواصلي يتأثر بعدد الاتباع، بينما يتأثر رأس المال التواصلي بأعداد المتبوعين، وبالتالي فإن نموذج الصداقة على شبكة تويتر يؤثر على مختلف أشكال رأس المال الاجتماعي وبشكل مختلف، وأشارت إلى أن مستويات رأس المال الاجتماعي التواصلي أعلى

أنه ليس بالضرورة أن كل استخدامات الإنترنت اجتماعية، قد لا يؤثر الإنترنت على رأس المال الاجتماعي، عندما يستخدم لأغراض المراسلة البريدية بين شخصين، ولكن من الممكن أن يؤثر على رأس المال الاجتماعي عندما يستخدم لأغراض أخرى، مثل المجتمعات الافتراضية، ولذلك يختلف التحليل عندما يطبق على الاستخدامات المختلفة للإنترنت، بالإضافة إلى ذلك اختلاف استخدام الإنترنت عبر العالم.

ومن خلال العرض السابق، وتتبع ما كتب عن رأس المال الاجتماعي، يرى الباحث أن رأس المال الاجتماعي يعبر عن الموارد والأرصدة التي يمتلكها الفرد، من خلال التفاعل مع الآخرين في شبكة من العلاقات الاجتماعية، وطبيعة هذه العلاقات بين الأفراد داخل تطبيقات الهواتف الذكية المختلفة، سواء كانت قوية أو ضعيفة، والقيم المشتركة التي تحدد هذه العلاقات، كالعادات، والتقاليد، والثقة.

ومع تطور تقنيات الاتصال، وظهور المجتمعات الافتراضية على الإنترنت، يسعى الباحث إلى التحقق من وجود رأس المال الاجتماعي في تطبيقات الهواتف الذكية؛ بالتركيز على المستوى الفردي، ودراسة رأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي في هذه التطبيقات، بالإضافة إلى الثقة وعلاقتها برأس المال، والتي تعد عنصراً أساسياً لتكوين رأس المال الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية، حيث تمكن الأفراد من التفاعل مع الآخرين خاصة في ظل غياب الاتصال المواجهي، وعلاقة ذلك بالثقة في العلاقات الاجتماعية، ومهارات التواصل الاجتماعي، وبتقدير الذات في رأس المال الاجتماعي عند الأفراد.

مراجعة بعض الدراسات السابقة :

يقوم الباحث باستعراض بعض الدراسات السابقة في محورين وهما :-

- 1- دراسات حول وسائل الاتصال الحديثة ورأس المال الاجتماعي .
 - 2- دراسات تناولت اتجاهات الشباب نحو تطبيقات الهواتف الذكية .
- المحور الأول : دراسات حول وسائل الاتصال الحديثة ورأس المال الاجتماعي:

• توصلت دراسة (العوفي، 2017م) بعنوان « استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر وعلاقته برأس المال الاجتماعي » وجود علاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر ورأس المال الاجتماعي التواصلي، ووجود علاقة بين كثافة استخدام الطالبات لموقع تويتر، مع الثقة في العلاقات الاجتماعية، ومهارات التواصل الاجتماعي، وتقدير الذات على رأس المال الاجتماعي، كما أوضحت الدراسة أنه توجد فروق في رأس المال الاجتماعي، لدى الطالبات لصالح من أعمارهن من 23 - 25 سنة، كما أنه لا توجد

، وبينت أن عوامل السن، والعرق، والجامعات المتعددة تؤثر على فوائد الفيس بوك نحو خلق رأس المال الاجتماعي.

• وأكدت دراسة ويلكوكس وستيفن (Wilcox & Stephen, 2013) بعنوان «الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وتقدير الذات وضبط النفس»، على أن تصفح شبكات التواصل الاجتماعي تعزز من تقدير الذات للمشاركين الذين يهتمون بالروابط القوية خلال تصفحهم لموقع الفيس بوك، ولم يؤثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تقدير الذات بشكل ملحوظ لهؤلاء الأشخاص، الذين يهتمون بالروابط الضعيفة خلال تصفح موقع الفيس بوك، كما أن تأثير استخدام شبكة التواصل الاجتماعي على تقدير الذات يرجع إلى تقدير الذات .

• وأسفرت دراسة (المصيلحي، 2012) حول «الفيس بوك، ورأس المال الاجتماعي في مصر»، على أن الفيس بوك لا يعد مجالاً لخلق رأس المال الاجتماعي الواقعي، وإنما يمارس الموقع دوره في تدعيم بعض صور العلاقات الاجتماعية التقليدية، كما بينت النتائج مدى ارتباط المبحوثين بموقع الفيس بوك، حيث يشكل جزءاً من نشاطهم اليومي، حيث يشعرون بالحزن إذا ما أغلق الفيس بوك، كما يشعرون بأنهم جزء من مجتمع أكبر محلياً أو عالمياً، وتجاوز الحدود الضيقة للفرد، وأن الغالبية يقومون بمشاهدة صفحات الآخرين، الأمر الذي يشير إلى قدر من الثقة والشعور بالأمان المتبادل في أن يطرح المستخدم أفكاره على صفحته الشخصية ليراهها الآخرون، الذين يسعون للتعرف على أفكاره وسماته الشخصية؛ لتشكيل رأس مال اجتماعي معه.

• وأظهرت دراسة براندتزايج (Brandtzaeg, 2012) حول «مواقع شبكات التواصل الاجتماعي: مستخدمو تلك المواقع، والآثار الاجتماعية-دراسة على المدى الطويل»، أن استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي له تأثير رئيسي على كافة أبعاد رأس المال الاجتماعي، كما أن استخدام الإناث لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي أكثر تكراراً وتفاعلاً اجتماعياً عن الذكور، وأن مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى عالٍ من رأس المال الاجتماعي عن غير المستخدمين، وأن استخدام الفيس بوك يدعم الروابط الضعيفة، أو رأس المال الاجتماعي التواصلي .

• وأشارت دراسة شينج وزملاؤه (Sheng, et al., 2012) حول «تأثير الفعالية الذاتية الاجتماعية على الثقة الاجتماعية، ورأس المال الاجتماعي»، إلى أن ارتفاع مستوى الكفاءة الاجتماعية على الفيس بوك يؤدي إلى أعلى مستوى من الثقة الاجتماعية، وبناء رأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي، حيث توجد علاقة ارتباط إيجابي بين الثقة الاجتماعية، وبين ترابط رأس المال الاجتماعي، وبناء رأس المال

من رأس المال الاجتماعي الترابطي، وعدم وجود علاقة بين استخدام تويتر، ورأس المال الاجتماعي الترابطي على الإنترنت.

• وخلصت دراسة (الشامي، 2013) بعنوان «مواقع التواصل الإلكتروني، ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي» ، إلى أن هناك ارتفاعاً ملحوظاً في معدلات استخدام الفيس بوك في المجتمع السعودي بشكل عام، وتبين أن الذكور يبدون معدلات استخدام أعلى من الإناث، وبينت وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام الفيس بوك، وبين معدلات تحقق مظاهر رأس المال الاجتماعي بمستوياته التواصلي، والترابطي، كما بينت إلى أنه لا يوجد تأثير لمتغير تقدير الذات على طبيعة العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك، وبين رأس المال الاجتماعي التواصلي، وأشارت إلى أن ارتفاع مهارات التواصل الاجتماعي بين مستخدمي الفيس بوك يؤدي إلى زيادة شدة العلاقة بين كثافة استخدامهم للفيس بوك، وبين معدلات رأس المال الاجتماعي الترابطي.

• وأسفرت دراسة (عاصم، 2013) تحت عنوان «ثقافة الفضاء الافتراضي ورأس المال الاجتماعي» أن ثقافة الفضاء الافتراضي تعمل على تعميق شبكة العلاقات؛ مما يمثل عظيم الأثر على رأس المال الاجتماعي الافتراضي والواقعي، وأن أكثر من نصف العينة يحرصون على وجود صفحات شخصية خاصة بهم؛ لمزيد من التواصل مع الأصدقاء، وتكوين علاقات جديدة، وأن الغالبية يرغبون في تعميق علاقاتهم الاجتماعية، والتشبيك مع مزيد من أعضاء فيس بوك؛ مما يساهم في تكوين نوعين من أنواع رأس المال الاجتماعي، هما رأس مال اجتماعي عابر ومتسلسل الروابط، واتضح أن الغالبية أعضاء في جماعات افتراضية على فيس بوك مما يؤكد دعم الفيس بوك لأنواع مختلفة من رأس المال الاجتماعي الافتراضي عبر هذه المجموعات التي تتلاقى في الأهداف والغايات .

• وأشارت دراسة جونستون وزملاؤه (Johnston, et al., 2013) حول «رأس المال الاجتماعي: فوائد الفيس بوك للأصدقاء»، إلى وجود علاقة قوية بين كثافة استخدام الفيس بوك، وبين رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصلي، كما يعد الفيس بوك مفيداً للطلاب الذين يعانون من تدني احترام الذات، وانخفاض الشعور بالرضا عن الحياة، كما بينت النتائج أن الطلاب الذين لديهم مستويات منخفضة من كثافة استخدام الفيس بوك، لديهم تدني في احترام الذات، أو رضا منخفض بالحياة، ورأس مال اجتماعي تواصلي أقل من أولئك الذين يترددون على الفيس بوك، وهذا الأمر لا يؤدي إلى انخفاض مستويات رأس المال الاجتماعي الترابطي، مع ارتفاع مستويات كثافة الفيس بوك، وأظهرت النتائج أن الذكور لديهم ترابط عالي برأس المال الاجتماعي عن الإناث

: استخدام موقع الفيس بوك، والرضا والثقة في حياة طلاب الكلية ومشاركتها» إلى أن حسابات الإنثا أكثر على موقع الفيس بوك من الذكور، ارتباط العمر والعام الدراسي بشكل كبير؛ بكونه مستخدماً لموقع الفيس بوك مع الفئات الأصغر سناً، ممن لديهم وجود كبير على الموقع أكثر من الفئات الأكبر سناً، وأظهرت أن هناك علاقات إيجابية بين كثافة استخدام موقع الفيس بوك، ورضا الطلاب بحياتهم، والثقة الاجتماعية، وأن الصفات الخاصة بموقع الفيس بوك تمكن المستخدمين من المشاركة في السلوكيات التي تشارك فيها رأسمالهم الاجتماعي، وان هناك علاقة بين رأس المال الاجتماعي، واستخدام الفيس بوك .

• وبينت دراسة ستينفلد وزملاؤه (Steinfeld, et al 2008). بعنوان «رأس المال الاجتماعي، واحترام الذات، واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت» أن العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك، ورأس المال الاجتماعي هو أعلى للطلاب ذوي احترام الذات المنخفض من الطلاب ذوي احترام الذات المرتفع، كما أن لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية مكاسب من رأس المال الاجتماعي، ولاسيما بالنسبة للطلاب ذوي تقدير الذات المنخفض، ورأت هذه الدراسة أن الفيس بوك يساهم في تقديم الدعم الاجتماعي والتقني للتفاعل الاجتماعي، وتدعيم احترام الذات، والرضا عن الحياة .

المحور الثاني : دراسات تناولت اتجاه الشباب نحو تطبيقات الهواتف الذكية:

• بينت دراسة مرزوق (2017م) بعنوان «تأثير تطبيقات الهواتف الذكية في مهارات التواصل الاجتماعي لدى الشباب في المجتمع السعودي» أن هناك اعتماداً كاملاً على تطبيقات الهواتف الذكية للحصول على المعلومات المعرفية، وأن الأغلبية العظمى كانوا يستخدمون أسماءهم الحقيقية في تطبيقات الهواتف الذكية، وأن ما يقارب من ثلاثة أرباع عينة الدراسة كانوا يوافقون على أن تطبيقات الهواتف الذكية تحقق ما لا تحققه الوسائل الإعلامية التقليدية، واثبت عدم وجود فروق بين الشباب في المجتمع السعودي الذين يعتمدون على تطبيقات الهواتف الذكية في الحصول على المعلومات المعرفية والذين لا يعتمدون، ومستوى مهارات التواصل الاجتماعي لديهم .

• تبين من دراسة (الجديد 2016م) بعنوان: «مدى اعتماد النخب في المجتمع السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق الأمن الفكري» فيما يخص ترتيب المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث كثافة الاستخدام لها، أن تطبيق الواتس أب حصل على الترتيب الأول، وحل التويتر ثانياً، واليوتيوب في الترتيب الثالث، بينما

الاجتماعي التواصلي، وتتوسط الثقة الاجتماعية العلاقة بين الكفاءة الذاتية الاجتماعية، ورأس المال الاجتماعي، ويمتلك الأفراد الثقة للتفاعل مع الآخرين، وتكوين صداقات جديدة، وأشارت الدراسة إلى أن رأس المال الاجتماعي في المجتمع المتصل بشبكة الإنترنت لا يعني المزيد من الأصدقاء، لكن يشمل التفاعلات المتبادلة، والتمتع بقدرة التأثير على الآخرين .

• وأوضحت دراسة بورك وزملاؤه (Burke, et al., 2011) بعنوان «رأس المال الاجتماعي عبر الفيس بوك : تمييز الاستخدامات والمستخدمين» ارتفاع رأس المال الاجتماعي مع التواصل الموجه، وليس مع الاستفادة من الأخبار أو النشر، وأن هناك مؤثرات أساسية على مهارة التواصل الاجتماعي، وتقدير الذات، حيث إن الأشخاص الذين يتمتعون بمهارة تواصل أعلى أو تقدير أعلى للذات لديهم مستويات أعلى من رأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي.

• وأظهرت دراسة (كمال، 2011م) حول «استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية، وعلاقته برأس المال الاجتماعي: بالتطبيق على موقع فيس بوك»، زيادة دوافع استخدام الفيس بوك للاتصال بالأصدقاء الحاليين، والإبقاء على العلاقات بالأصدقاء القدامى، كما أسفرت النتائج عن وجود علاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك، ودرجة تقدير الفرد لذاته، والرضا عن الحياة على مستوى رأس المال الاجتماعي الذي يحوزه الطلاب من خلال الفيس بوك، كما أسفرت النتائج عن عدم وجود فروق بين المبحوثين في كثافة استخدامهم للفيس بوك، وفقاً للنوع، وطبيعة الدراسة، ونوع الجامعة، التي يلتحق بها المبحوث، وأشارت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك، ودرجة الثقة الاجتماعية لدى عينة البحث .

• وأكدت دراسة إليسون و زملاؤه (Ellison, et al., 2010) حول «إستراتيجيات الاتصال : الآثار المترتبة على رأس المال الاجتماعي لتمكين الفيس بوك من ممارسة الاتصالات» على أن الأصدقاء الذين لا يعدون أصدقاء فعليين من غير المرجح أن يوفرُوا فوائد رأس المال الاجتماعي، كما أنه ليس كل الأصدقاء الفعليين يكوّنون علاقات وثيقة حقاً، ومن المرجح أن يكون لديهم اتصال أقوى، كما أن الأصدقاء الفعليين هم أكثر عرضة ليكونوا منتجين من وجهة نظر رأس المال الاجتماعي، وبينت أن ممارسات الاتصال على الموقع تؤثر على نتائج رأس المال الاجتماعي، وأن المستخدمين لا يفرقون بين جميع أصدقاء الفيس بوك، والأصدقاء الفعليين .

• وأشارت دراسة فالينزويلا وزملاؤه (Valenzuela , et al., 2009) بعنوان «هل هناك رأس مال اجتماعي في مواقع الشبكات الاجتماعية؟

من المبحوثين أن التلفون المحمول مهم؛ مما يشير إلى مكانة التلفون المحمول لدى المبحوثين حيث تتراوح أهميته بين قضاء المصالح، والاطمئنان على الأهل والأصدقاء، وتوفير نفقات السفر، وسهولة الحمل، والاستعانة به في وقت الطوارئ، كما بينت نتائج الدراسة أن أكثر المجالات استخداماً للتلفون المحمول هو مجال العلاقات الاجتماعية، يليه العمل، ثم التسلية.

• وأظهرت دراسة روندا (Rhonda N. Mc Ewen, 2010) بعنوان «العالم أكثر حميمية: استكشاف دور الهاتف الجوال في المحافظة على شبكات التواصل الاجتماعي وتوسيعها» أن الهواتف النقالة تخفف من مشاعر الوحدة وتساعد في بناء وتطوير علاقات جديدة، ويعيد المساهم الرئيس في زيادة الشعور بالتمكين والاستقلالية لدى الشباب، يساعد في تكوين علاقات جديدة من خلال التواصل عبر وسائل الإعلام الاجتماعي فيعد الهاتف الجوال من خلالها أهم عنصر في تلك العلاقات، ويعيد الدخول المستمر لشبكات التواصل الاجتماعي دليلاً على الآثار واسعة النطاق في كيفية التأقلم مع العزلة والانفصال التي يعاني منها هذا الجيل.

• وتوصلت دراسة (عثمان 2009م) بعنوان «إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول» إلى اتفاق الجمهور والقائم بالاتصال في كثافة استخدام الخدمات المقدمة عبر الهاتف المحمول، وظهر اختلاف بين أفراد الجمهور الذكور، والإناث في طبيعة الخدمات التي تستخدم بشكل مكثف، وهناك تأكيد من قبل أفراد الجمهور والقائم بالاتصال على وجود دور تكاملي وتدعيمي يوفره الهاتف المحمول لوسائل الإعلام، وذلك للتعبير عن آرائهم في الأحداث الجارية في أي وقت وبأي مكان.

• ووجدت دراسة نكرسون وإيساق (Nickerson, Isaac & Mak, 2008) بعنوان «تأثير استخدامات الهاتف المحمول في الحياة الاجتماعية العامة في أكثر من دولة» أن اتجاه المبحوثين نحو منع استخدام الهاتف المحمول (الاتصال الصوتي) أثناء السياقة والمشى وفي الأماكن العامة مثل النقل العام، والسينما أو المسرح والمطاعم والفصول الدراسية أو القاعات يختلف حسب الدولة التي ينتمي إليها وعمر المبحوث، وجد أن الأمريكيين أكثر تشدداً في ضرورة منع استخدام الهاتف المحمول للاتصال داخل الفصول الدراسية وجاء الأتراك أقل تشدداً، كما توجد علاقة بين عمر المبحوث والتشدد نحو منع استخدام المكالمات الصوتية بواسطة

حل الفيس بوك رابعاً، يليه الإنستجرام في الترتيب الخامس، أما السناب شات فقد حل في الترتيب السادس.

• فقد توصلت دراسة (عيسائي، 2014م) بعنوان «استخدامات طلاب جامعة الشارقة للإنترنت والهواتف النقالة وتأثيراتها على تواصلهم الاجتماعي» إلى أن أكثر من نصف العينة يستخدمون الهاتف النقال للتواصل الاجتماعي، كما أشارت إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال لأغراض ترفيهية، وأكثر هذه الاستخدامات تنحصر في مشاهدة الأفلام، ومقاطع الفيديو، الاستماع إلى الأغاني، الألعاب، وتبين من استجابات أفراد العينة أن أكثر المواقع تصفحاً من طرفهم هي الشبكات الاجتماعية بالدرجة الأولى، ثم المواقع الترفيهية كالأغاني، مشاهدة الأفلام والمسلسلات، ثم المواقع الإخبارية، تليها المواقع التعليمية، وجاءت بقية المواقع في ترتيبات تالية وضعيفة من حيث نسب التصفح، وهي مواقع الدردشة، مواقع الألعاب الإلكترونية والمدونات.

• وبينت دراسة (الغامدي، 2014م) بعنوان «هواتف اللمس الذكية: أنماط ودوافع استخدامها وتأثيراتها الاجتماعية في فئة الشباب الجامعي السعودي» أن الترفيه والتسلية من أهم دوافع استخدام عينة الدراسة لهواتف اللمس الذكية، وأن معرفة ومتابعة الأحداث فور حدوثها وسهولة التواصل مع أشخاص يصعب التواصل معهم مباشرة من أهم التأثيرات الإيجابية، وجاء أن التعرض للحوادث المرورية والانحراف السلوكي من أبرز التأثيرات السلبية لاستخدام هواتف اللمس الذكية.

• أظهرت دراسة (العتيبي، 2013م) بعنوان «اعتماد طلاب جامعتي الملك سعود والأمير سلطان على وسائل الإعلام الجديد وقت الأزمات» أن البحث عن المعلومات يأتي في مقدمة أهداف أفراد العينة، ويليه التسلية والتواصل مع الأصدقاء، ومعرفة الأخبار والتعليم والتدريب ثم فهم الأحداث، كما كشفت نتائج الدراسة أن التويتير يأتي في المرتبة الأولى من حيث اعتماد العينة على استخدام وسائل الإعلام الجديد، يليه الواتس آب في المرتبة الثانية ثم يأتي الفيس بوك في المرتبة الثالثة، في حين احتلت تطبيقات الهاتف الجوال ومواقع اليوتيوب المركزين الرابع والرابع مكرر.

• وأوضحت دراسة (علي، 2011م) بعنوان «علاقة رسائل التلفون المحمول بالقيم في المجتمع المصري» وجود علاقة تأثر وتأثير بين الرسائل التي يحملها التلفون المحمول والقيم السائدة في المجتمع المصري في الوقت الراهن، كما ترى الغالبية العظمى

المحمول في الأماكن العامة.

• وأكدت دراسة كون (Chune,N,Whit,P&Susswx,R,2008) بعنوان « إمكانية استخدام الهاتف المحمول والإنترنت في تعلم مهارة الاستماع وجود فاعلية مرتفعة لاستخدام التقنيات الحديثة: من أجل رفع مستوى الطلبة في مهارات الاتصال الاجتماعي بين الأفراد، كما بينت النتائج أن استخدام هذه التقنيات زاد من اتجاهات الطلبة نحو عملية التعلم، وبينت الدراسة أيضا عدم وجود فروق جوهرية في مستوى مهارة الاتصال تبعًا لمتغيرات (الجنس، والسنة الدراسية، والتحصيل الأكاديمي).

• خرجت دراسة دونر (Donner,2007) بعنوان «استخدامات الهاتف المحمول في دول العالم الثالث». يرتبط استخدام الهاتف المحمول لإشباع دوافع نفسية أو عاطفية بنوع المبحوث وعمره، كما يرتبط استخدامه لخصائص معينه في هذه الوسيلة المتعددة الأغراض بعمره أيضا، وأشارت إلى أنه يقل استخدام الفرد للرسائل النصية (SMS) كلما تقدم به العمر، وأن النساء أكثر استخداما من الذكور للرسائل النصية وأنهن يرسلن رسائل طويلة نسبية مقارنة بالذكور، وأسفرت النتائج عن أن متابعة غالبية العينة لتلك البرامج لم تكن منتظمة .

• وأجرى وي ولو (Wei&Lo) 2006 دراسة بعنوان «العلاقة بين استخدامات طلبة الكليات في تايوان الهاتف المحمول وارتباطها بحياتهم الجامعية»، ووجدت أن الهاتف المحمول يكمل نظيره الهاتف الثابت في تعزيز العلاقات الاجتماعية وتوثيق علاقتهم بالآخر وتوسيع دائرة ارتباطاتهم العاطفية، وأن الهاتف المحمول انتقل من كونه أداة رفاهية بيد الأغنياء ورجال الأعمال إلى كونه أداة مهمة في الجوانب الاجتماعية، ووجد أن جنس المبحوث متغير مهم في تحديد درجة استخدام المحمول من أجل تعزيز العلاقات الاجتماعية .

• ووجد ران وي (wei,2006) في دراسة أخرى بعنوان «دوافع استخدام الشباب للهاتف المحمول المتطور في تايلاند» أن الدوافع النفسية كانت وراء استخدام الهاتف المحمول من أجل الحصول على الأخبار وتصفح الإنترنت، وارتبطت الحاجة إلى تضيئة الوقت باستخدام ألعاب الفيديو، ووجد أن الأفراد اللذين يكثرون من استخدام الهاتف المحمول للمكالمات الصوتية، يكثرون أيضا من استخدامه للبيانات النصية، ووجدت الدراسة أن الشباب أكثر استخداما للهاتف المحمول من أجل الحصول على الأخبار والتسلية والترفيه .

• وكشفت دراسة (Geser, 2004) بعنوان «دوافع استخدام الشباب من الجنسين للهاتف المحمول» أن الذكور يجرون مكالمات صوتية أكثر من الإناث والعكس صحيح بالنسبة للرسائل النصية إذ تتفوق الإناث على

الذكور، وبينت الدراسة أن الإناث أكثر استخداما للهاتف المحمول من أجل إشباع الرغبات العاطفية والعلاقات الحميمة، والتسلية ولتعزيز الشعور بالأمان، بينما يستخدمه الذكور لتنظيم أمورهم الحياتية وللجوانب النفسية، وأن الهاتف المحمول خلق أنماطا اجتماعية وساهم في تغيير مجموعة القيم والعادات والتقاليد السائدة في بعض المجتمعات، كما أن طبيعة المجتمع والعادات والتقاليد السائدة تساهم هي الأخرى في خلق استخدامات جديدة لهذه الوسيلة. ولذلك ينادي (Geser)، بنظرية اجتماعية تفسر استخدامات وتأثير الهواتف المحمولة على المجتمع

رؤية نقدية للتعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة التي قسمت على محورين ومراجعة التراث العلمي في مجال اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي لديهم، يتضح ما يلي :

التعقيب على دراسات المحور الأول حول وسائل الاتصال الحديثة ورأس المال الاجتماعي :

- استعرض الباحث العديد من الدراسات السابقة في المحور الأول من مراجعة التراث السابق، فمنها أحد عشر دراسة أجنبية، وخمس دراسات عربية، مما يدل على قلة الدراسات العربية في علاقة وسائل الاتصال الحديثة ورأس المال الاجتماعي، الأمر الذي دفع الباحث لاختيار موضوع هذا البحث .

- هدفت معظم الدراسات العربية والأجنبية على دراسة العلاقة بين الخصائص الشخصية للجمهور المتعرض للوسيلة الالكترونية الحديثة، ورأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي .

- أجمعت أغلب الدراسات على وجود علاقة بين تعرض الجمهور لوسائل الاتصال الحديثة والثقة في الوسيلة، والشعور بالأمان المتبادل مع الغير من المشتركين معهم للتعرف على أفكارهم وسمات شخصياتهم لتشكيل رأس مال اجتماعي معهم .

- ذهبت بعض الدراسات إلى أن رأس المال الاجتماعي في المجتمع الواقع الافتراضي (الانترنت) بمختلف قنواته ووسائله، لا يعني المزيد من الأصدقاء لكن يشمل التفاعلات المتبادلة، والتمتع بقدرة التأثير على الآخرين .

التعقيب على دراسات المحور الثاني حول اتجاه الشباب نحو تطبيقات الهواتف الذكية :

- جاء اتجاه الدراسات السابقة ملحوظًا نحو تطبيقات الإعلام الجديد

طبيعة التواصل من تطبيق إلى آخر، وبالتالي قد تؤثر مثل هذه الآليات الخاصة بالتطبيقات على تكوين رأس المال الاجتماعي وبشكل مختلف، من هنا تمثلت مشكلة البحث الحالي في دراسة اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية في علاقتها برأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي .]

ويمكن التعبير عن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي :

• ما علاقة اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية برأس المال الاجتماعية التواصلي والترابطي لديهم ؟

أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية مشكلة الدراسة الحالية فيما يلي :

- ١- ندرة الدراسات العربية التي تناولت تطبيقات الهواتف الذكية في موضوع الدراسة .
- ٢- أهمية دراسة تطبيقات الهواتف الذكية بوصفها ظاهرة عالمية قوبلت بالاهتمام الجماهيري على المستوى العالمي وتمثل نمطاً جديداً من الإعلام تتخذ اتجاهات متصاعداً من حيث عددها ومعدلات استخدامها خاصة من جانب جمهور الشباب .
- ٣- أهمية دراسة تأثير تعرض الشباب لتلك النوعية من التطبيقات حيث أن انتشار تلك التطبيقات يمثل ظاهرة اجتماعية خطيرة تدخلهم فيما يسمى بأزمة الهوية.
- ٤- أهمية تطبيق البحث على عينة من الشباب، حيث أن هذه المرحلة هي المستهدفة بالدرجة الأولى من العولمة الإعلامية بحكم طبيعتها الراضية، ورغبتها في الحصول على المعرفة من أي طريق بغير أن يكون مسلحاً بالمعرفة الصحيحة بقيم مجتمعهم، واحتياجاتهم وتراثهم الثقافي .
- ٥- أهمية دراسة قنوات الإعلام الجديد وبرامجها - خاصة المستنسخة من الغرب - في القيام بغرس القيم والمعتقدات التي تشكل السلوك خاصة لدى الشباب الذين يشعرون بواقعية ومصداقية المضمون المقدم من خلاله.

أهداف الدراسة :

الهدف الرئيس من الدراسة هو : الكشف عن اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي لديهم، ويندرج من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي :-

وما تحمله من تأثيرات اجتماعية، إلا أنه لا توجد دراسة تناولت العلاقة التي أنشأها الباحث بين اتجاهات الجمهور نحو تطبيقات الهواتف الذكية ورأس المال الاجتماعي .

- هناك تأكيد من الدراسات السابقة على اجماع الجمهور للدور التكاملي الذي توفره هذه التطبيقات للتعبير عن الآراء بحريته في أي وقت وأي مكان، مع زيادة الرغبة بالاشتراك في هذه التطبيقات لمتابعة كل ما يهمهم .

- أن الجمهور يدرك بطريقة تلقائية الوسائل الاتصالية الحديثة بطريقة متوافقة معهم والتي تدعم معتقداتهم، ويتجاهلون الوسائل التي تكون أقل توافقاً معهم و ضد معتقداتهم .

وبناءً على ما سبق - وفي حدود علم الباحث - ومن خلال استعراضه لهذا المحور لا توجد دراسة تناولت اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية، وعلاقتها برأس المال الاجتماعي لديهم وأخيراً استفاد الباحث من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية وصياغة الفروض وقياس المتغيرات ومقارنة النتائج السابقة بنتائج الدراسة الحالية .

مشكلة الدراسة :

مع انتشار قنوات الاتصال الحديثة المتزايدة واتساع دائرة الجمهور الذي يتعرض لها تزداد أهمية تلك القنوات ويتعاظم تأثيرها على كافة فئات الجمهور، وخاصة جمهور الشباب، والذي أثبتت الدراسات أنهم أكثر الفئات تعرضاً لتلك القنوات، وتبرز أهمية تلك القنوات في ظل المتغيرات المتلاحقة التي يعيشها العالم حالياً، ومن أهمها محاولة بعض الدول المتقدمة فرض نماذج جاهزة على الدول النامية وطمس هوية شبابها من خلال بث تطبيقات جديدة للهواتف الذكية من الغرب، لتقدم له نمط تنشئة جديد وتقدم له ثقافة استهلاكية قد تتنافى مع ثقافته وهويته العربية .

ويحتل الاتصال مكانة مهمة في حياة البشر، فهو العملية التي نقوم من خلالها بتبادل الأفكار والمعلومات مع الآخرين، وتحقيق العديد من الاحتياجات الإنسانية، كالحاجة إلى التفاعل والتواصل مع الآخرين، والتعبير عن النفس وتقدير الذات، وانطلاقاً من هذه الحاجة نلاحظ أن تطبيقات الهواتف الذكية أصبحت وسيلة مهمة للتواصل الاجتماعي، وتبادل المعلومات والأفكار بين المستخدمين، بل أصبحت أحد أهم الأنشطة اليومية في حياتهم .

وتسهم هذه التطبيقات في بناء العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها، وبهذه الطريقة تسهل التفاعلات على الإنترنت، ومع ذلك تختلف

٢- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية، ورأس المال الاجتماعي، مع المتغيرات الوسيطة (الثقة في العلاقات الاجتماعية - تقدير الذات - مهارات التواصل الاجتماعي).

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي للشباب السعودي نتيجة استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية، وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع - العمر - التخصص).

التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة :

• الاتجاه : أسلوب منظم وتنظيم مكتسب له صفة الاستمرار، ومنسق في التفكير والشعور ورد فعل الشباب تجاه الناس والجماعات، والقضايا الاجتماعية والمواقف المختلفة، أو أي حدث في البيئة الالكترونية بتطبيقات الهواتف الذكية المختلفة .

• مرحلة الشباب Youth : مصطلح يطلق على مرحلة عمرية تكون هي ذروة القوة والحيوية والنشاط بين جميع مراحل العمر، وتعتبر مرحلة الشباب من أهم المراحل التي يمر فيها الفرد لتبدأ شخصيته في التبلور، وتتضح معالم الشخصية من خلال ما يكتسبه الفرد من مهارات ومعارف وعلاقات اجتماعية يستطيع الفرد صياغتها ضمن اختياره الحر .
(http://en.wikipedia.org)

والتعريف الإجرائي للشباب في الدراسة : هم الفئة العمرية من 17 - 25 سنة لتمثل فترة المراهقة ومرحلة الرشد أو النضج معاً.

• تطبيقات الهواتف الذكية : هي تلك البرامج التي يمكن استخدامها من خلال هواتف أجهزة المحمول الحديثة، فهي تتمثل في تطبيقات اتصاليه يتم من خلالها التواصل بجميع أشكاله المختلفة، كالمحادثة والتواصل المسموع والمقروء والمكتوب، ومن أمثلة هذه التطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك والتويتير والإنستجرام، وبرنامج الواتس آب والسنايب شات والكيك واليوتيوب، وبرامج اتصال صوت وفيديو كثيرة كبرامج التانجو والسكايب والسوما والإيمو وغيرها الكثير؛ وذلك بناءً على دراسة استطلاعية قام بها الباحث على مجموعة من فئة الشباب في المجتمع السعودي الذين أشاروا إلى كثرة اعتمادهم على هذه التطبيقات .

• رأس المال الاجتماعي :

ويعرف رأس المال الاجتماعي إجرائياً في إطار هذه الدراسة بأنه : حصيله لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية المختلفة، وما ينشأ عنها من توسيع الأفراد لعلاقاتهم الاجتماعية، واكتساب صداقات جديدة، أو تدعيم العلاقات الواقعية القائمة بالفعل عبرها، وما ينتج عن هذا

١- التعرف على مدى اهتمام، وكثافة تعرض الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية، ومدى حرصهم وانتظامهم في التعرض لتلك التطبيقات .

٢- الكشف عن اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية .

٣- الكشف عن أكثر تطبيقات الهواتف الذكية استخداماً، ونوعية المضامين المعرفية التي يسعى الشباب السعودي للحصول عليها من هذه التطبيقات .

٤- التعرف على أنماط الأنشطة الاجتماعية التي يمارسها الشباب عبر تطبيقات الهواتف الذكية .

٥- التوصل إلى العلاقة بين اتجاه الشباب السعودي (إيجابي - محايد - سلبي)، نحو تطبيقات الهواتف الذكية، ورأس المال الاجتماعي لديهم بمستوييه (الترابطي - التواصلية) .

٦- تحديد العلاقة بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية، ورأس المال الاجتماعي، مع المتغيرات الوسيطة (الثقة في العلاقات الاجتماعية - تقدير الذات - مهارات التواصل الاجتماعي) .

٧- الوقوف على الفروق في رأس المال الاجتماعي للشباب السعودي نتيجة استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية، وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع - العمر - التخصص) .

تساؤلات الدراسة :

١- ما مدى اهتمام وكثافة تعرض الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية ؟

٢- ما مدى حرص وانتظام الشباب السعودي في التعرض لتطبيقات الهواتف الذكية ؟

٣- ما اتجاه الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية ؟

٤- ما أكثر تطبيقات الهواتف الذكية استخداماً؟ وما نوعية المضامين التي يسعى الشباب السعودي للحصول عليها من هذه التطبيقات ؟

٥- ما أنماط الأنشطة الاجتماعية التي يمارسها الشباب السعودي عبر تطبيقات الهواتف الذكية ؟

فروض الدراسة :

تسعى الدراسة لاختبار الفروض التالية :

١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه الشباب السعودي (إيجابي - محايد - سلبي) نحو تطبيقات الهواتف الذكية، ورأس المال الاجتماعي لديهم بمستوييه (الترابطي - التواصلية) .

• مجتمع وعينة الدراسة :

تم تطبيق الدراسة على عينة من طلاب وطالبات السنة التحضيرية بجامعة الملك سعود بقسيمه العلمي والأدبي لتمثل عينة من الشباب السعودي، وتم سحب العينة بطريقة عمدية، وهي من العينات غير الاحتمالية، ولجأ الباحث إليها حتى يتمكن من توفير بعض السمات الخاصة في أفراد العينة، مثل السن، التخصص، النوع، حيث تم اختيار الأفراد في مرحلة الشباب، واقتصر اختيار العينة على المستخدمين لتطبيقات الهواتف الذكية في حياتهم .
وقد تم توزيع (480) استبيان بواقع (240) استبيان لكل قسم، وتم استبعاد (31) استبيان لمبحوثين لا يهتمون بتطبيقات الهواتف الذكية، وبلغ عدد الاستبيانات الصحيحة (449) استبيان تمثل العمود الفقري لهذه الدراسة .

التفاعل من فوائد سواء في المجتمعات الافتراضية والواقعية . ويشير رأس المال الاجتماعي الترابطي إلى العلاقات القوية، كعلاقات الأهل والأصدقاء، بينما يشير رأس المال الاجتماعي التواصلي إلى العلاقات الضعيفة، والتي تكون خارج دائرة الأهل والأصدقاء .
الإجراءات المنهجية للدراسة :

• منهج الدراسة :

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح Survey وفي إطار هذا المنهج تم الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة، وذلك لصعوبة إجراء مسح شامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة.

جدول رقم (١)

توصيف عينة الدراسة مج = ٤٤٩

النسبة	العدد	الخصائص
٥٢.٣ %	٢٣٥	النوع / الذكور
٤٧.٧ %	٢١٤	الإناث
٧٩.١ %	٣٥٥	السن / من ١٧ سنة : ٢٠ سنة
٢٠.٩ %	٩٤	أكثر من ٢١ سنة : ٢٥ سنة
٥١ %	٢٢٩	التعليم / علمي
٤٩ %	٢٢٠	أدبي

• أدوات جمع البيانات :

وذلك بعد أسبوعين من تطبيق الاستمارة، وبلغت نسبة الثبات (0.925)، وهى قيمة عالية وتشير إلى ثبات المقياس ودقته .
المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة :
تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة من خلال البرنامج الإحصائي SPSS وتم استخدام الاختبارات والمعاملات الإحصائية التالية :
١- حساب التكرارات النسب المئوية لكافة متغيرات وأسئلة الدراسة.
٢- حساب المتوسطات (M) والانحرافات المعيارية (SD) للمتغيرات المختلفة.
٣- معامل ارتباط بيرسون Person Correlation لاختبار العلاقة بين المتغيرات.
٤- اختبار (ت) T.Test لدلالة الفروق بين متوسطات مجموعتين.

مجالات الدراسة :

تتحصر الحدود البشرية للدراسة الحالية في عينة طلاب وطالبات السنة التحضيرية بجامعة الملك سعود في الرياض، وينصب موضوع الدراسة حول اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي لديهم، وتم إجراء الدراسة الميدانية في الفترة من يناير - مارس 2017 م .

نتائج الدراسة ومناقشتها :

يتم عرض النتائج في محورين هما :
١- النتائج العامة للدراسة

٢- نتائج اختبار الفروض

أولاً : النتائج العامة للدراسة :-

• مدى اهتمام وانتظام وكثافة تعرض الشباب لتطبيقات الهواتف الذكية :
قام الباحث بصياغة كثافة التعرض في نتائج هذا المحور بالجدول التالي ليشمل : مدى الاهتمام، ومدى الحرص، ومدى الانتظام، وعدد أيام وساعات المتابعة، وأخيراً تصنيف إجمالي لكثافة التعرض بشكل عام .

تم جمع بيانات الدراسة باستخدام استمارة استبيان مقننة قام الباحث بتصميمها لقياس متغيرات الدراسة (المستقلة، التابعة، الوسيط) من خلال المحاور التالية :
- المتغيرات الديموجرافية : شملت النوع (ذكور - إناث)، والعمر الزمني وتراوحت الفئات العمرية للشباب عينة البحث (17 - 20 سنة)، (21 - 25 سنة)، والتخصص وتشتمل على فئتين (علمي - أدبي) .
- كثافة التعرض : تم قياسه من خلال ثلاثة أسئلة حول الانتظام في التعرض وعدد أيام التعرض وعدد ساعات التعرض، وتم تقسيم الإجابات إلى (كثيف التعرض، متوسط التعرض، منخفض التعرض) .
- طبيعة الأنشطة الاجتماعية : تم قياسه بسؤال مباشر للتعرف على أنماط الأنشطة التي يمارسها الشباب السعودي عبر تطبيقات الهواتف الذكية .

- الاتجاه : تم قياسه من خلال مقياس اتجاهات الشباب نحو تطبيقات الهواتف الذكية، وقسمت الإجابات إلى (إيجابي، محايد، سلبي) .
- رأس المال الاجتماعي : تم تقسيمه إلى مستويين ترايطي وتواصل، من خلال مقياس مقسم للمستويين .
- المتغيرات الوسيطى : والتي تساعد المتغير المستقل (كثافة التعرض) على التأثير في المتغير التابع (رأس المال الاجتماعي)، وقسمت إلى (الثقة في العلاقات الاجتماعية - تقدير الذات - مهارات التواصل الاجتماعي) .

• الصدق والثبات :

تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري من خلال عرض نموذج الاستمارة على مجموعة من أساتذة الإعلام (*)، الذين أقرروا بأن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه، وذلك بعد إجراء بعض التعديلات التى أبداها بعض المحكمين، ووصولاً للاتفاق بين المحكمين حول مدى تحقيق الاستمارة لأهداف الدراسة وتساؤلاتها .
ولقياس ثبات البيانات استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار على عينة عشوائية من 42 مفردة بواقع 10 % من إجمالي عدد الاستمارات

جدول رقم (٢)
محور كثافة تعرض الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية

تصنيف العينة		المتغيرات	المستويات
النسبة	التكرار		
%٦٥.٢ -	٣١٣ -	مدى الاهتمام ن=٤٨٠	- مهتم
%٢٨.٣ -	١٣٦ -		- إلى حد ما
%٦.٥ -	٣١ -		- غير مهتم (تم استبعادهم من البحث)
%٥٨.٤ -	٢٦٢ -	مدى الحرص ن=٤٤٩	- حريص
%٣٠ -	١٣٥ -		- إلى حد ما
%١١.٦ -	٥٢ -		- غير حريص
%٤٣.٤ -	١٩٥ -	مدى الانتظام ن=٤٤٩	- منتظم
%٢٩.٤ -	١٣٢ -		- إلى حد ما
%٢٧.٢ -	١٢٢ -		- غير منتظم
%٣٧.٩ -	١٧٠ -	عدد أيام المتابعة ن=٤٤٩	- كل أيام الأسبوع
%٣٦.١ -	١٦٢ -		- من ٣ أيام : ٥ أيام
%٢٦ -	١١٧ -		- يومي العطلة فقط
%٤٠ -	١٨٠ -	عدد ساعات المتابعة ن=٤٤٩	- ٥ ساعات فأكثر وعلى مدار اليوم
%٢٧ -	١٢١ -		- من ٣ : أقل من ٥ ساعات
%١٩.٦ -	٨٨ -		- من ساعة : إلى أقل من ٣ ساعات
%١٣.٤ -	٦٠ -		- أقل من ساعة
%٤٨.٦ -	٢١٨ -	تصنيف كثافة التعرض ن=٤٤٩	- كثيفو التعرض
%٣٣ -	١٤٨ -		- متوسطو التعرض
%١٨.٤ -	٨٣ -		- قليلو التعرض

يتضح من بيانات الجدول (2) ما يلي :-

- تشير نتائج الدراسة إلى أن (65.2%) من الشباب السعودي عينة الدراسة، يهتم بالتعرض لتطبيقات الهواتف الذكية، ويهتم بها (28.3%) منهم إلى حد ما، في مقابل لم يهتم بها نسبة بسيطة بلغت (6.5%) فقط، وتم استبعادهم من استكمال البحث وعددهم 31 مبحوث .
- كما أثبتت النتائج أن نسبة عالية أيضاً تصل (58.4%) من الشباب السعودي عينة الدراسة، تحرص إلى حد ما على التعرض لتطبيقات الهواتف الذكية، يليها نسبة (30%) تحرص إلى حد ما على التعرض في مقابل نسبة لا تتجاوز (11.6%) فقط لا تحرص على التعرض وتتابعها بالصدفة .

- انتظم (43.4%) من أفراد العينة إلى حد ما في متابعة تطبيقات الهواتف الذكية، يليها (29.4%) منهم يتابع بشكل منتظم ثم نسبة (27.2%) يشاهدونها بشكل غير منتظم أي بشكل عابر.

- بلغ عدد الشباب السعودي الذين يتابعون تطبيقات الهواتف الذكية المختلفة كل أيام الأسبوع (170) مفردة بواقع (37.9%) من حجم العينة، يليها (162) بواقع (36.1%) يتابعون تلك التطبيقات من ثلاث إلى خمسة أيام، في حين يتابعها (117) من الشباب عينة البحث بواقع (26%) يومي العطلة الأسبوعية .

- يتابع الشباب السعودي تطبيقات الهواتف الذكية بكثافة خمس ساعات فأكثر، وعلى مدار اليوم وبشكل غير محدد من خلال (40%) من عينة الدراسة، يليها نسبة (27%) يتابعها من ثلاث ساعات إلى أقل من خمسة ساعات يومياً، ويتابعها من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً (19.6%) من أفراد العينة، في حين بلغت نسبة المتابعين منهم لأقل من ساعة (13.4%) فقط .

- وبتصنيف العينة إلى ثلاثة مستويات في كثافة التعرض (كثيفو التعرض - متوسطو التعرض - قليلو التعرض)، انضح ارتفاع معدل كثيفو التعرض للتطبيقات محل الدراسة بنسبة (48.6%)، يليهم متوسطو التعرض بنسبة (33%)، في حين يمثل قليلو التعرض (18.4%) من مفردات العينة .

ويرى الباحث أن نسبة كثيفو التعرض ومتوسطو التعرض تتفوق على

نسبة قليلة التعرض مما يشير إلى ارتفاع معدلات المتابعة بشكل عام لتطبيقات الهواتف الذكية، ويرجع الباحث سببية ذلك إلى أن أغلب عينة الدراسة هم من فئة الشباب للجنسين من الطلاب الجامعيين، الذين تتراوح أعمارهم من 17 إلى أقل من 25 سنة، وهذه المستويات عادة ما تكون شغوفة لمتابعة كل ما هو جديد في تطبيقات الهواتف الذكية، حيث تميل للمضامين المتنوعة التي تستقطع جزءاً كبيراً من أوقاتهم، وتجعلهم يدمنون على هذه التطبيقات، فضلاً عن امتلاكهم لحسابات تواصلية مختلفة على تطبيقات الهواتف الذكية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أثبتته دراسة العديد من الدراسات السابقة التي استعرضها الباحث ومنها (العتيبي، 2017م)، (عيسائي، 2014م)، (عثمان، 2009م)، (Geser,2004)، (Wei,2006)، من ارتفاع معدل تعرض الجمهور لتطبيقات الهواتف الذكية، وإن كان البعض منتظم في التعرض والبعض الآخر أقل انتظاماً .

في حين تتعارض تلك النتيجة مع دراسة (Donner,2007) حيث أسفرت النتائج عن أن متابعة غالبية العينة لتلك البرامج لم تكن منتظمة .

وخلاصة القول فتؤكد هذه النتيجة ما انتهت إليه الدراسات السابقة من نجاح تطبيقات الهواتف الذكية بشكل عام في جذب الشباب، من خلال الواقع الافتراضي والفعل على حد سواء، الذي قد يخالف أو يتشابه مع الواقع الذي يعيشونه إلى جانب التمتع بحرية الرأي والتعبير التي يفقدها الشباب مع وسائل الاتصال التقليدية المفروضة عليهم .

• اتجاه الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية :

تشير بيانات الدراسة المسحية أن نسبة (48.8%) من الشباب عينة البحث لديهم اتجاهات ايجابية نحو تطبيقات الهواتف الذكية، يليهم نسبة ذوي الاتجاهات المحايدة (30.3%) من العينة، وهي نسب عالية إذا ما قورنت بنسبة ذوي الاتجاهات السلبية نحو تلك التطبيقات، حيث لم تتجاوز نسبتهم (20.9%) فقط .

والجدول التالي يوضح استجابات المبحوثين على عبارات مقياس الاتجاه :

جدول رقم (٣)
اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية
مج = ٤٤٩

درجة العلاقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	أحياناً	موافق	موافق بشدة	اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية
موافق بشدة	٠.٨٧	٤.٢٧	١٠	٢٥	٧٥	١٤٣	١٩٦	ك سريعة في نقل الأحداث فور وقوعها
			٢.٢	٥.٦	١٦.٧	٣١.٨	٤٣.٧	%
موافق بشدة	٠.٨٦	٤.٢٤	١٢	٢٦	٧٤	١٤٢	١٩٥	ك من خلالها يتم إنشاء علاقات و صداقات جديدة
			٢.٧	٥.٨	١٦.٥	٣١.٦	٤٣.٤	%
موافق بشدة	١.٠٢	٤.١٩	١٣	٢٥	٧٦	١٤٠	١٩٥	ك قد تتسبب في وقوع حوادث مرورية
			٢.٩	٥.٦	١٦.٩	٣١.٢	٤٣.٤	%
موافق	٠.٩٠	٤.١١	١١	٥٥	٤٥	١٤٢	١٩٦	ك سهلت من نشر الانحراف السلوكي والأخلاقي
			٢.٥	١٢.٢	١٠	٣١.٦	٤٣.٧	%
موافق	٠.٨٩	٤.٠٧	١٠	٥٧	٥٠	١٤٢	١٩٠	ك تكون سبب في التعرض للإصابة بأمراض عضوية في النظر والأعصاب
			٢.٢	١٢.٧	١١.١	٣١.٦	٤٢.٣	%
موافق	١	٤.٠٢	١٢	٥٥	٤٨	١٤٠	١٩٤	ك تغير النظرة التقليدية في العلاقة بين الجنسين بشكل أكثر حرية وإيجابية
			٢.٧	١٢.٢	١٠.٧	٣١.٢	٤٣.٢	%
موافق	١.٠٣	٣.٨٧	٣٩	٢٠	٩٠	١٣٠	١٧٠	ك تعد متنفساً للشباب ومخرجاً للمشكلات الاجتماعية والنفسية
			٨.٧	٤.٥	٢٠	٢٩	٣٧.٩	%
موافق	١.١٠	٣.٨٢	١٩	٤٨	٨٥	١٤٢	١٥٥	ك الإصابة بالعزلة عن المجتمع الخارجي المباشر
			٤.٢	١٠.٧	١٨.٩	٣١.٦	٣٤.٥	%
موافق	٠.٩٦	٣.٧٥	٥٧	٢٦	٩٠	١٢٠	١٢٧	ك لا تضعف العلاقات الاجتماعية المباشرة
			١٢.٧	٥.٨	٢٠	٢٦.٧	٢٨.٣	%
موافق	١.٢٠	٣.٧٣	٥٥	٢٥	٩٠	١٢٣	١٢٧	ك تساعد على التمرد على قيم المجتمع
			١٢.٢	٥.٦	٢٠	٢٧.٤	٢٨.٣	%
٤.٠١ (موافق)			المتوسط الحسابي العام					

بالمقياس، فجاءت عبارة « قد تتسبب في وقوع حوادث مرورية» في المقام الأول بمتوسط (4.19)، تليها «سهلت من نشر الانحراف السلوكي والأخلاقي» بمتوسط (4.11)، ثم عبارة «تكون سبب في التعرض للإصابة بأمراض عضوية في (النظر/ الأعصاب)» بمتوسط (4.07)، تليها عبارة «الإصابة بالعزلة عن المجتمع الخارجي المباشر» بمتوسط (3.82)، وأخيراً عبارة «تساعد على التمرد على قيم المجتمع» بمتوسط (3.73) من الشباب عينة البحث.

• أكثر تطبيقات الهواتف الذكية استخداماً، ونوعية المضامين المعرفية التي يسعى الشباب السعودي للحصول عليها من هذه التطبيقات :

مراجعة بيانات الجدول السابق رقم (3) اتضح ارتفاع نسبة الموافقة على العبارات الإيجابية لمقياس ليكرت، فجاء في المركز الأول عبارة «سريعة في نقل الأحداث فور وقوعها» بمتوسط (4.27)، تلاها عبارة «من خلالها يتم إنشاء علاقات و صداقات جديدة» بمتوسط (4.24)، كما وافق على عبارة «تغير النظرة التقليدية في العلاقة بين الجنسين بشكل أكثر حرية وإيجابية» بمتوسط (4.02)، ثم عبارة «تعد متنفساً للشباب ومخرجاً للمشكلات الاجتماعية والنفسية» بمتوسط (3.87)، وأخيراً عبارة «لا تضعف العلاقات الاجتماعية المباشرة» بمتوسط (3.75) من الشباب عينة الدراسة .

من ناحية أخرى ارتفعت نسبة المعارضة على العبارات السلبية

جدول رقم (٤)

نوعية التطبيقات والمضامين المفضلة لدى الشباب (اختيار متعدد) مج = ٤٤٩

النسبة	التكرار	نوعية المضامين	النسبة	التكرار	نوعية التطبيقات
٧٩.١%	٣٥٥	(١) الترفيهية	١٠.٠%	٤٤٩	(١) واتس آب
٧١.٣%	٣٢٠	(٢) الاخبارية	٩٣.٥%	٤٢٠	(٢) تويتر
٦٦.٤%	٢٩٨	(٣) السياسية	٨٩.١%	٤٠٠	(٣) انستجرام
٦٥.٧%	٢٩٥	(٤) الرياضية	٨٧.٣%	٣٩٢	(٤) سناب شات
٥٥.٧%	٢٥٠	(٥) دينية	٨٧.٣%	٣٩٢	(٥) يوتيوب
٤٥%	٢٠٢	(٦) الاجتماعية	٧٧.٥%	٣٤٨	(٦) فيس بوك
٤٣.٤%	١٩٥	(٧) الفنية	٦٦.٨%	٣٠٠	(٧) سكايب
٣٢.٣%	١٤٥	(٨) الاقتصادية	٥٥.٧%	٢٥٠	(٨) تانجو
٢٢.٣%	١٠٠	(٩) العلمية	٣٢.٣%	١٤٥	(٩) تطبيقات أخرى

ثم المضامين الاقتصادية بنسبة (32.3%)، وأخيراً المضامين العلمية لدى (22.3%) من الشباب السعودي .

وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة (مرزوق، 2017م) (الجديد، 2016م)، (العتيبي، 2013م)، التي توصلت إلى أن العدد الأكبر من أفراد الجمهور يفضل تطبيقات الواتس آب، والتويتر بالمقام الأول .

ويرى الباحث توافق هذه النتيجة، المتمثلة في تصدر نسبة امتلاك الحسابات في تطبيق الواتس آب مع ما جاء في تقرير إحصائيات تطبيقات الهواتف الذكية في المملكة العربية السعودية للعام 2016م، الذي يفيد أن نسبة امتلاك الحسابات لتطبيق الواتس آب في المملكة العربية السعودية بلغت 91% كأول تطبيق بين تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي .

كما اتفقت مع دراسة (مرزوق، 2017م)، ودراسة (عسائي، 2014م) و(الغامدي، 2014م) وذلك في كون مضامين الترفيه تأتي بالمقام الأول لدى تفضيلات جمهور تطبيقات الهواتف الذكية .

بينما اختلفت مع دراسة (العتيبي، 2014م) ودراسة وي ولو (2006) (Wei&Lo) في انتقال الهاتف المحمول من كونه أداة ترفيهية إلى كونه أداة مهمة في الجوانب الاجتماعية، حيث جاء تفضيل عينة الدراسة للجوانب الترفيهية على حساب الجوانب الاجتماعية التي جاءت في ترتيب متأخر .

يتضح من بيانات الجدول (4) ما يلي :-

- أن أكثر تطبيقات الهواتف الذكية استخداماً من قبل الشباب السعودي عينة الدراسة، في المقام الأول وبالإجماع لدى 100% من الشباب السعودي عينة الدراسة، أنهم يمتلكون حساب على تطبيق الواتس آب، يليه في المركز الثاني تطبيق تويتر بنسبة 93.5%، ثم تطبيق انستجرام بنسبة 89.1%، يليها تطبيقات السناب شات واليوتيوب بنسبة 87.3%، ثم تطبيق الفيس بوك بنسبة (77.5%)، ثم تطبيق سكايب بنسبة (66.8%)، يليه تطبيق التانجو بنسبة (55.7%)، وأخيراً جاءت بعض التطبيقات الأخرى التي تتمثل في تطبيق التليجرام، وتطبيق السوما، وتطبيق أون لاين، وتطبيق اوبر، وتطبيق الإيمو بعدد محدود جداً لا يتجاوز 145 مستخدماً من الشباب السعودي .

- وأيضاً يتضح من الجدول السابق نوعية المضامين المعرفية التي يسعى الشباب السعودي عينة الدراسة للحصول عليها، أن المضامين الترفيهية تأتي بالمقام الأول لدى (79.1%) من الشباب، يليها المضامين الإخبارية لدى (71.3%) منهم، ثم المضامين السياسية بنسبة (66.4%)، ثم المضامين الرياضية لدى (65.7%)، ثم المضامين الدينية بنسبة (55.7%)، ثم المضامين الاجتماعية بنسبة (45%)، يليها المضامين الفنية بنسبة (43.4%)

• أنماط الأنشطة الاجتماعية التي يمارسها الشباب السعودي عبر تطبيقات الهواتف الذكية :

جدول (٥)

أنماط الأنشطة الاجتماعية التي يمارسها الشباب السعودي عبر تطبيقات الهواتف الذكية :
(اختيار متعدد) عبر تطبيقات الهواتف الذكية مج=٤٤٩

النسبة	التكرار	أنماط الأنشطة الاجتماعية
٨٣.٥ %	٣٧٥	التواصل الصوتي مع الأهل والأصدقاء
٨٣.٥ %	٣٧٥	التفاعلات المتبادلة والتأثير على الآخرين
٧٧.٧ %	٣٤٩	متابعة الأخبار الاجتماعية
٧٧.٧ %	٣٤٩	متابعة الأحداث الجارية
٧٣.٥ %	٣٣٠	التغريد والإعجاب والمشاركة عبر مواقع التواصل
٧٢.٤ %	٣٢٥	التواصل بالفيديو مع الأهل والأصدقاء
٧١.٣ %	٣٢٠	التعرف على أصدقاء جدد
٢٧.٦ %	١٢٤	التسويق الإلكتروني ومتابعة الحقائق العلمية

بينما اختلفت مع دراسة (العوفي, 2017م) حيث أكدت على متابعة الأخبار الاجتماعية والتغريد يكون بالمقام الأول بين الأنشطة الاجتماعية للطالبات عينة دراستها، ودراسة ويكين وزملاؤه (Wei Qin, et al., 2016) ودراسة (المصليحي, 2012م) والذي جاء أهم نشاط يبدل في سعي الأفراد للتعرف على أفكار وسمات الشخصية المشاركين معها في صفحاتهم الإلكترونية، وذلك بالمقام الأول .

ثانياً: نتائج اختبار الفروض :-

١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه الشباب السعودي (إيجابي - محايد - سلبي) نحو تطبيقات الهواتف الذكية، ورأس المال الاجتماعي لديهم بمستوياته (التراطيبي - التواصلية). لاختبار صحة الفرض سيتم حساب مستوى رأس المال الاجتماعي (التراطيبي والتواصلية) لدى الشباب السعودي، ثم اختبار علاقته باتجاههم نحو تطبيقات الهواتف الذكية .

• مستوى رأس المال الاجتماعي (التراطيبي والتواصلية) عند الشباب السعودي :

يتضح من الجدول (5) أن النسبة الأعلى لأنماط الأنشطة الاجتماعية التي يمارسها الشباب السعودي عينة الدراسة عبر تطبيقات الهواتف الذكية، يتمثل بالمركز الأول في التواصل الصوتي مع الأهل والأصدقاء، التفاعلات المتبادلة والتأثير على الآخرين، بنسبة (83.5%)، يليها متابعة الأخبار الاجتماعية، ومتابعة الأحداث الجارية لدى (77.7%)، ثم التغريد والإعجاب والمشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (73.5%)، يليها التواصل بالفيديو مع الأهل والأصدقاء لدى (72.3%)، ثم التعرف على أصدقاء جدد بنسبة (71.3%)، وأخيراً جاء التسويق الإلكتروني، ومتابعة الحقائق العلمية، لدى (27.6%) لدى الشباب السعودي .

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه (الحايس, 2015م)، و (عاصم, 2013م)، في كون التواصل الصوتي عبر الهواتف يأتي بالمقام الأول لدى جمهور الوسيلة، ودراسة شينج وزملاؤه (Sheng, et al., 2012) التي أكدت على التفاعلات المتبادلة والتأثير على الآخرين، تأتي في أولويات الجمهور .

جدول (٦)

مستوى رأس المال الاجتماعي لدى الشباب السعودي (الترابطي والتواصلي) مج=٤٤٩

الانحراف المعياري	المتوسط	درجة الموافقة			العبارة	رأس المال الاجتماعي	
		معارض	محايد	موافق			
١.٢٦	٢.٩٧	١٥٠	٧٩	٢٢٠	ك	(الترابطي) بمتوسط عام (٢.٥٩)	
		٣٣.٤	١٧.٦	٤٩	%		
١.٢١	٢.٤٩	١٧٤	٨٥	١٩٠	ك		
		٣٨.٨	١٨.٩	٤٢.٣	%		
١.١٨	٢.٤٦	١٨٦	٨١	١٨٢	ك		
		٤١.٤	١٨	٤٠.٥	%		
١.٢٣	٢.٤٤	١٧٩	١٠٠	١٧٠	ك		
		٣٩.٩	٢٢.٣	٣٧.٩	%		
٠.٩٠١	٢.٢٤	١٥٠	٩٩	٢٤٠	ك		(التواصلي) بمتوسط عام (٢.١٦)
		٣٣.٤	٢٢.١	٥٣.٥	%		
٠.٩٢١	٢.١٧	١٧٤	١٣٥	١٤٠	ك		
		٣٨.٨	٣٠.١	٣١.٢	%		
٠.٩٩٨	٢.١٢	١٨٠	١٣٧	١٣٢	ك		
		٤٠.١	٣٠.٥	٢٩.٤	%		
١.٠١	٢.٠٩	١٦٠	١١٩	١٧٠	ك		
		٣٥.٦	٢٦.٥	٣٧.٩	%		

عينة دراستها على طلب المساعدة من الآخرين، واستخدام التطبيقات بغرض الاتصال مع الآخرين والارتباط بهم، واتفقت مع (المصلي (2012)، حيث أشارت إلى أن أغلب عينة دراسته يشعرون بأنهم جزء من مجتمع أكبر محلياً أو عالمياً، وتجاوز الحدود الضيقة للفرد، ويرى الباحث أن بهذه النتيجة، يمكن أن تتيح تطبيقات الهواتف الذكية للمستخدمين الفرصة للتواصل مع الناس، كالمشاهير، والمؤثرين؛ مما يؤدي إلى شعور الأفراد بأنهم جزء من مجتمع واسع .

• ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة ألاتباطيه بين متغيرين الأول اتجاه الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية، والثاني رأس المال

- اتضح من الجدول (6) أن المتوسط العام لرأس المال الترابطي لدى الشباب السعودي (2.59) أعلى من المتوسط العام لرأس المال التواصلي لديهم (2.16)، وهذا يدل على مدى ارتباط عينة الدراسة من الشباب السعودي بتطبيقات الهواتف الذكية المختلفة، حيث جاءت عبارة «أطلب المساعدة من بعض الأصدقاء من خلال تطبيقات الهواتف الذكية؛ لحل مشكلة ما أو أوجهها»، في مقدمة مقياس رأس المال الترابطي، بمتوسط (2.97)، وجاءت عبارة «تطبيقات الهواتف الذكية جعل العالم كله في تواصل مستمر»، في مقدمة مقياس رأس المال التواصلي، بمتوسط (2.24).

- وتتفق هذه النتيجة مع (العوفي، 2017م) حيث توصلت إلى موافقة

الاجتماعي (الترابطي والتواصلي) لديهم، وذلك كما يلي :-

جدول رقم (٧)

رأس المال الاجتماعي	معامل بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
الترابطي	*٠.٤١٦	٠.٠٠٠	دالة
التواصلي	*٠.٣٧٨	٠.٠٠٠	دالة

وهي علاقة ارتباطيه متوسطة القوة ، واتفقت الدراسة مع ما توصلت إليه جونستون وزملاؤه (Johnston,et.al.,2013) ودراسة (الشامي،2013م) حيث بينت الدراسات وجود علاقة ارتباطيه إيجابية بين استخدام الفيس بوك ، وبين معدلات تحقق مظاهر رأس المال الاجتماعي بمستوييه التواصلي، والترابطي .

٢- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية ، ورأس المال الاجتماعي ، مع المتغيرات الوسيطة (الثقة في العلاقات الاجتماعية - تقدير الذات - مهارات التواصل الاجتماعي).

لاختبار صحة الفرض سيتم حساب مستوى الثقة في العلاقات - تقدير الذات - مهارات التواصل الاجتماعي .
 • مستوى الثقة في العلاقات ، تقدير الذات ، مهارات التواصل الاجتماعي عند الشباب السعودي:

يتضح من بيانات الجدول (7) صحة الفرض فيما يتعلق :-
 بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية ، ورأس المال الاجتماعي بمستوييه (الترابطي والتواصلي) ، حيث جاء معامل ارتباط رأس المال الاجتماعي الترابطي في علاقته باتجاهات الشباب نحو التطبيقات 0.416، ومستوى معنوية 0.000 ، وعند رأس المال التواصلي في علاقته باتجاهاتهم نحو التطبيقات 0.378 ، ومستوى معنوية 0.000 ، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 ،

جدول (٨)

مستوى الثقة في العلاقات ، تقدير الذات مهارات التواصل الاجتماعي مج=٤٤٩

الانحراف المعياري	المتوسط	درجة الموافقة			العبرة	المتغيرات الوسيطة
		معارض	محايد	موافق		
٠.٨٨٩	٣.٥٦	١٥٣	٨١	٢١٥	ك	الثقة في العلاقات بمتوسط عام (٣.٢٨)
		٣٤.١	١٨	٤٧.٩	%	
١.٠٣	٣.١٦	١٧٤	٩٠	١٨٥	ك	تقدير الذات بمتوسط عام (٤.٢٥)
		٣٨.٨	٢٠	٤١.٢	%	
١.١٢	٣.١٢	١٧٦	٨١	١٩٢	ك	مهارات التواصل الاجتماعي بمتوسط عام (٣.٧٥)
		٣٩.٢	١٨	٤٢.٨	%	
٠.٦٩٢	٤.٣٢	١٤٠	٨٩	٢٢٠	ك	مهارات التواصل الاجتماعي بمتوسط عام (٤.٢٥)
		٣١.٢	١٩.٨	٤٩	%	
٠.٨٥٧	٤.٣١	١٧٤	٣٥	٢٤٠	ك	مهارات التواصل الاجتماعي بمتوسط عام (٤.٢٥)
		٣٨.٨	٧.٨	٥٣.٥	%	
٠.٦٩٤	٤.١٢	١٦٠	١٠٧	١٨٢	ك	مهارات التواصل الاجتماعي بمتوسط عام (٤.٢٥)
		٣٥.٦	٢٣.٨	٤٠.٥	%	
٠.٨٦٤	٤.٠٣	١٦٠	٨٩	٢٠٠	ك	مهارات التواصل الاجتماعي بمتوسط عام (٤.٢٥)
		٣٥.٦	١٩.٨	٤٤.٥	%	
٠.٩٧٠	٣.٦٧	٢١٨	٨١	١٥٠	ك	مهارات التواصل الاجتماعي بمتوسط عام (٤.٢٥)
		٤٨.٦	١٨	٣٣.٤	%	
١.٠٢	٣.٥٦	١٧٤	٩٠	١٨٥	ك	مهارات التواصل الاجتماعي بمتوسط عام (٤.٢٥)
		٣٨.٨	٢٠	٤١.٢	%	

من الشباب السعودي، بتطبيقات الهواتف الذكية المختلفة .
 • ولاحظت صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين الأول كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية، والثاني رأس المال الاجتماعي، وفي ضوء المتغيرات الوسطى (الثقة في العلاقات - تقدير الاجتماعي لديهم (3.75)، وهذا يدل على مدى ارتباط عينة الدراسة - اتضح من الجدول (8) أن المتوسط العام لمستوى الثقة في العلاقات لدى الشباب السعودي عبر تطبيقات الهواتف الذكية (3.28)، ومتوسط مستوى تقدير الذات لديهم (4.25)، ومتوسط مستوى مهارات التواصل الاجتماعي لديهم (3.75)، وهذا يدل على مدى ارتباط عينة الدراسة

جدول رقم (٩)

علاقة كثافة استخدام الشباب لتطبيقات الهواتف الذكية ورأس المال الاجتماعي (في ضوء المتغيرات الوسطى) (الثقة في العلاقات، تقدير الذات، مهارات التواصل الاجتماعي)

رأس المال الاجتماعي	المتغيرات الوسيطة	
٠.٤٢٨	معامل الارتباط (بيرسون)	الثقة في العلاقات الاجتماعية
* ٠.٠٠٠	الدلالة الإحصائية	
٠.١٢٨	معامل الارتباط (بيرسون)	تقدير الذات
* ٠.٠٣٢	الدلالة الإحصائية	
٠.٥٣٢	معامل الارتباط (بيرسون)	مهارات التواصل الاجتماعي
* ٠.٠٠٠	الدلالة الإحصائية	

وزملاؤه (Burke,et.al.,2011)، والتي أشارت إلى أن الأشخاص الذين يتمتعون بتقدير ذات عالٍ لديهم مستويات عالية من رأس المال الاجتماعي، بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة ستينفلد وزملاؤه (Steinfeld,et.al 2008)، والتي بينت أن العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك، ورأس المال الاجتماعي، هو أعلى للطلاب ذوي احترام الذات المنخفض من الطلاب ذوي احترام الذات المرتفع، كما أن لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية مكاسب من رأس المال الاجتماعي، ولا سيما بالنسبة للطلاب ذوي تقدير الذات المنخفض.

توجد علاقة طردية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية، ورأس المال الاجتماعي، مع متغير مهارات التواصل الاجتماعي، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.532) عند مستوى دلالة (0.01)، ونستنتج من ذلك أنه كلما زادت كثافة استخدام الشباب لهذه التطبيقات، زادت مهارات التواصل الاجتماعي، وبالتالي يزيد رأس المال الاجتماعي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (العوفي، 2017م)، ودراسة ويكين وزملاؤه (Wei Qin,et.al.2016)، والتي أشاروا إلى أن الشخصية الاجتماعية يتراكم رأس المال لديها في العلاقات عبر الإنترنت، وكذلك مع دراسة (الشامي، 2013)، ودراسة بورك وزملاؤه (Burke,et.al.,2011)، والتي أشارت إلى أن الأشخاص الذين يتمتعون بمهارات تواصل عالية، لديهم مستويات أعلى من رأس المال الاجتماعي.

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي للشباب السعودي نتيجة استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية، وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع - العمر - التخصص)، لاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار T.Test، وتقسيم الشباب السعودي إلى النوع (ذكور / إناث)، العمر (الأصغر سناً / الأكبر سناً)، التخصص

الذات - مهارات التواصل الاجتماعي)، وذلك كما يلي :-
يتضح من بيانات الجدول (9) صحة الفرض فيما يتعلق :-

توجد علاقة طردية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية، ورأس المال الاجتماعي، مع متغير الثقة في العلاقات الاجتماعية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.428)، عند مستوى دلالة (0.01)، ونستنتج من ذلك أنه كلما زادت كثافة استخدام الشباب السعودي لهذه التطبيقات؛ زادت الثقة في العلاقات الاجتماعية من خلالها، وبالتالي يزيد رأس المال الاجتماعي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة شينغ وزملاؤه (Sheng,et.al.,2012)، ودراسة فالينزوويلا وزملاؤه (Valenzuela,et.al.2009) والتي أشاروا إلى أنه توجد علاقة ارتباط إيجابية بين الثقة الاجتماعية، وبين رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصل، بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (كمال، 2011م)، والتي أشارت إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام الفيس بوك، ودرجة الثقة الاجتماعية لدى عينة البحث.

توجد علاقة طردية بين كثافة استخدام الشباب لتطبيقات الهواتف الذكية، ورأس المال الاجتماعي، مع متغير تقدير الذات، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.128) عند مستوى دلالة (0.01)، ونستنتج من ذلك أنه كلما زادت كثافة استخدام الشباب لهذه التطبيقات؛ زاد تقدير الذات، وبالتالي يزيد رأس المال الاجتماعي، وتعد التطبيقات مفيدة للشباب الذين يعانون من تدني احترام الذات، وانخفاض الشعور بالرضا عن الحياة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (العوفي، 2017م)، ودراسة (كمال، 2011م) والتي أشاروا بوجود علاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك، ودرجة تقدير الفرد لذاته على مستوى رأس المال الاجتماعي للطلاب، عينة البحث من خلال الفيس بوك وتويتر، وكذلك مع دراسة بورك

جدول رقم (١٠)
علاقة الخصائص الديموغرافية برأس المال الاجتماعي
مج = ٤٤٩

محور الدراسة	النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى الدلالة
رأس المال الاجتماعي	ذكور	١.٥١	١.٧٧٧	٠.٧٤٦	١٤٨	٠.٠٤ * دالة
	إناث	١.٦٨	١.٦٩٧			
	أصغر سناً	١.٧١	١.٦٧٧	٠.٤٦٥	١٢٤	٠.٠٧ غير دالة
	أكبر سناً	١.٩٣	١.٣٣٥			
	علمي	١.٨١	١.٦٧٧	٠.٤٥٧	١٣٢	٠.١٤ غير دالة
	أدبي	١.٩٣	١.٤٣٥			

(علمي /أدبي) وذلك كما يلي :
يتضح من بيانات الجدول (10) فيما يتعلق بصحة الفرض :-
يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي للشباب السعودي نتيجة استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية، وفقاً للنوع (ذكور - إناث)، لصالح الإناث فهي الفئة الأعلى في المتوسط الحسابي، حيث نجد أن قيمة ت = 0.746، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، حيث تشير النتائج إلى أن مستوى الدلالة للنوع (0.04) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05).
كما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي للشباب السعودي نتيجة استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية، وفقاً للعمر (أصغر - أكبر)، حيث نجد أن قيمة ت = 0.465، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، حيث تشير النتائج إلى أن مستوى الدلالة للعمر (0.07) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05).
كما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي للشباب السعودي نتيجة استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية، وفقاً للتخصص (علمي - أدبي)، حيث نجد أن قيمة ت = 0.457، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، حيث تشير النتائج إلى أن مستوى الدلالة للعمر (0.14) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05).

من هنا يمكن قبول الفرض فيما يتعلق بالنوع، في حين يرفض الفرض فيما يتعلق بالعمر والتخصص
ولهذا يعدل الفرض إلى «لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي للشباب السعودي نتيجة استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية، وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (العمر - التخصص) في مقابل توجد فروق ذات دلالة في رأس المال الاجتماعي لنوع الشباب السعودي (الذكور والإناث) عينة الدراسة لصالح الإناث .
واختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (العوفي، 2017م) حيث وجدت أن هناك فروق بين عينة دراستها فيما يتعلق بالسن وتكوين رأس المال الاجتماعي، كما اختلفت مع دراسة جونستون وزملاؤه (Johnston, et al., 2013)، حيث أظهروا أن الذكور لديهم ترابط عالي برأس المال الاجتماعي عن الإناث، وأن عامل السن يؤثر على خلق رأس المال الاجتماعي .

الخاتمة وأهم النتائج

- جاءت اتجاهات الشباب السعودي ايجابية نحو تطبيقات الهواتف الذكية لدى (48.8%)، يليهم ذوي الاتجاهات المحايدة (30.3%) من العينة، وهي نسب عالية إذا ما قورنت بنسبة ذوي الاتجاهات السلبية نحو تلك التطبيقات، حيث لم تتجاوز نسبتهم (20.9%) فقط .
- تمثلت أهم تطبيقات الهواتف الذكية التي يحرص الشباب السعودي

كما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي للشباب السعودي نتيجة استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية، وفقاً للتخصص (علمي - أدبي)، حيث نجد أن قيمة ت = 0.457، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، حيث تشير النتائج إلى أن مستوى الدلالة للعمر (0.14) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05).

عليها بالمقام الأول ،في الواتس آب والتويتر والانستجرام ،بينما تأخرت بعض التطبيقات كالكسايب والتانجو والتليجرام .

- يحرص الشباب السعودي على التعرض للمضامين (الترفيهه ،الاخبارية) ،من خلال تطبيقات الواتس الذكية ،بينما تأخرت المضامين الاقتصادية والعلمية في تفضيلاتهم .

- من أهم أنماط الأنشطة الاجتماعية التي يمارسها الشباب السعودي ،التواصل الصوتي مع الأهل والأصدقاء ،والتفاعلات المتبادلة والتأثير على الآخرين .

- جاء مستوى رأس المال الاجتماعي الترابطي لدى الشباب السعودي ،أعلى من مستوى رأس المال الاجتماعي التواصلي ،مما يدل على ارتباطهم بتطبيقات الواتس الذكية .

- أثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه الشباب السعودي نحو تطبيقات الواتس الذكية ،ورأس المال الاجتماعي بمستوييه (الترابطي والتواصلي) .

- كلما زادت كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيقات الواتس الذكية ،تزيد ثقتهم في العلاقات الاجتماعية ،ويزيد تقدير الذات ،وتزيد مهارات التواصل الاجتماعي لديهم ،وبالتالي يزيد رأس المال الاجتماعي .

- أثبتت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي للشباب السعودي نتيجة استخدامهم لتطبيقات الواتس الذكية ،وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (العمر - التخصص) ،في مقابل وجود فروق دالة في رأس المال الاجتماعي لنوع الشباب السعودي (الذكور والإناث) عينة الدراسة لصالح الإناث .

مقترحات الدراسة

- تقديم مجموعة من الدورات التدريبية الموجهة للشباب في مختلف المؤسسات التعليمية ؛لتعليمهم كيفية التعامل الإيجابي مع تطبيقات الواتس الذكية ،وذلك لمساعدتهم على استخدام هذه التطبيقات ،واستثمارها لمصلحتهم بشكل إيجابي .

- أن تعمل الكليات والجامعات على المشاركة في تطبيقات الواتس الذكية ،والعمل على ربط الطلاب بكلياتهم ، لتشعرهم بأنهم جزء من مجتمعهم .

- إجراء المزيد من الدراسات عن فرضيات نظرية رأس المال الاجتماعي ،وتطبيقها في مجال الدراسات الميدانية علي فئة الشباب ،خاصة من تنامي التطور السريع لشبكة الانترنت .

- استحداث أفكار بحثية جديدة للباحثين للعمل عليها بالمستقبل ،كدراسة علاقة تطبيقات الواتس الذكية بالتابعين والمتابعين ،من خلال نموذج تأثيرية الآخرين .

- ضرورة الانتباه لخطورة تأثير تطبيقات الواتس الذكية بإجراء المزيد من الأبحاث ،خاصة وان التوقعات المستقبلية في ضوء النتائج العامة لهذه الدراسة ،وكذلك اختبار فروضها تؤكد استمرار استخدامها والاعتماد عليها .

- تدعيم قيم الانتماء والحفاظ على الهوية والشخصية العربية في مدارسنا وجامعاتنا العربية ،والعمل على تدعيم رأس المال الاجتماعي ،من خلال التواصل الإيجابي ،عبر تطبيقات الواتس الذكية .

- أن تقوم الأسرة بدورها في توجيه أبنائها ،وانتقاء تطبيقات هادفة عبر الواتس الذكية ،والتي تدعم القيم الاجتماعية والدينية ،مما يساهم في

تنمية الشخصية الواعية لأبنائها .

المراجع

أولاً المراجع العربية :

- ١- أبرار منصور الجديد، (٢٠١٦م). مدى اعتماد النخب في المجتمع السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق الأمن الفكري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الملك سعود .
- ٢- أحمد حوكا، (٢٠١٥م). الرأس المال الاجتماعي ورابطة العيش المشترك. مجلة إضافات. العدد ٣٠ .
- ٣- آمال كمال، (٢٠١١م). استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية، وعلاقته برأس المال الاجتماعي بالتطبيق على موقع الفيس بوك. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. العدد ٤ .
- ٤- إنجي عبد الحميد، (٢٠١٠م). دور المجتمع المدني في تشكيل رأس المال الاجتماعي. سلسلة أبحاث ودراسات. القاهرة. المركز المصري للحقوق الاقتصادية والاجتماعية.
- ٥- حلمي خضر ساري، (٢٠٠٥م). ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، (عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع) .
- ٦- خالد أبو دوح، (٢٠١٤م). رأس المال الاجتماعي آفاق جديدة في النظرية الاجتماعية، القاهرة: دار إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع.
- ٧- داليا عاصم، (٢٠١٣م). ثقافة الفضاء الافتراضي ورأس المال الاجتماعي. رسالة ماجستير. كلية الآداب. جامعة القاهرة.
- ٨- رحيمة الطيب عسائي، (٢٠١٤م)، «استخدامات طلاب جامعة الشارقة للإنترنت والهواتف النقالة وتأثيراتها على تواصلهم الاجتماعي»، المجلة العربية للإعلام والاتصال، كلية الآداب، جامعة الملك سعود ، العدد ١١.
- ٩- سعود شبيب العتيبي، (٢٠١٣م) مدى اعتماد طلاب جامعتي الملك سعود والأمير سلطان بن عبدالعزيز على وسائل الإعلام الجديد، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود .
- ١٠- صفاء محمود عثمان (٢٠٠٩م)، إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول، واقع المؤتمر الدولي السنوي الرابع عشر الجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، ٧-١٠ نوفمبر .
- ١١- طلعت السروجي، (٢٠٠٩م). رأس المال الاجتماعي. (القاهرة. مكتبة الأنجلو المصرية)
- ١٢- عباس علي، (٢٠١٤م). دراسة النتائج الاجتماعية والأكاديمية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك.

المجلة العلمية للتجارة والتمويل. العدد ٢ المجلد ٢ .

- ١٣- عبد اللطيف محمد خليفة (٢٠٠٧م). التغير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي : مظاهره وأسبابه على الموقع الالكتروني
- ١٤- عبد الله مرزوق، (٢٠١٧م) ، تأثير تطبيقات الهواتف الذكية في مهارات التواصل الاجتماعي لدى الشباب في المجتمع السعودي، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الملك سعود .
- ١٥- عبد الوهاب الحاييس، (٢٠١٥م). الآثار الاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي على بعض جوانب الشخصية الشابة. مجلة شؤون اجتماعية. العدد ١٢٦.
- ١٦- عصام عبد الجليل، (٢٠١٣م). المشاركة المدنية كمتغير لتنمية رأس المال الاجتماعي بالمناطق العشوائية : دراسة مطبقة على منطقة غرب البلد بمحافظة أسيوط. المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرون للخدمة الاجتماعية وتطوير العشوائيات. مصر. كلية الخدمة الاجتماعية. جامعة حلوان.
- ١٧- علاء الشامي، (٢٠١٣م). مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي. المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد ١٠.
- ١٨- نجلاء المصيلحي، (٢٠١٢م). الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر. مجلة شؤون اجتماعية. العدد ١١٥.
- ١٩- هاشم العبادي، (٢٠١٤م). دراسة العلاقة بين رأس المال البشري ورأس المال الاجتماعي. مجلة الدراسات الاقتصادية والإدارية. العدد ٣١ المجلد ٨.
- ٢٠- هاني عبده، (٢٠٠٨م). رأس المال الاجتماعي. سلسلة مفاهيم. مصر. المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية.
- ٢١- هناء السيد علي، (٢٠١١م) «علاقة رسائل التليفون المحمول بالقيم في المجتمع المصري»، مجلة الآداب، جامعة الملك سعود، العدد ٢ .
- ٢٢- وجدان فيصل العوفي، (٢٠١٧م) ، استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر وعلاقته برأس المال الاجتماعي، رسالة ماجستير ، كلية الآداب، جامعة الملك سعود .

ثانياً : المراجع الأجنبية

- 23- Brandtzæg , PB .(2012). Social Networking Sites: Their Users And Social Implications — A Longitudinal Study. Journal Of Computer Mediated Communication . VOL.17(4) .
- 24- Beaudoin.CE.(2008). Explaining The Relationship Between Internet Use And Interpersonal Trust:Taking Into Account Motivation And Information Overload. Journal Of Computer Mediated Communication VOL.13 (3).
- 25- Burke. M., Kraut. R.,Marlow.C (2011).Social Capital On Facebook Differentiating Uses And Users. Paper Presented At The Conference On Human Factors In Computing System .Vancouver. BC. Canada .
- 26- Chune,N,Whit,P&Susswx,R (2008). The potential of using amobile phone to access the internet for learning EFL listening skills with in Korean context,
- 27- Dasgupta , S.(2006).Encyclopedia Of Virtual Communities And Technologies .USA .Idea Group Reference
- 28- Daniel , B.(2009). Social Capital Modeling In Virtual Communities: Bayesian Belief Network Approaches. Hershey .New York. IGI Global
- 29- Donner, Jonathan.(2007) «Research Approaches to Mobile Use in the Developing World: A Review of the Literature.» The Information Society 24(3)» .
- 30- Edinger. S. (2012). Transferring Social Capital From Individual To Team: An Examination Of Moderators And Relationships To Innovative Performance. Doctor Of Philosophy. Business And Management. University Of Maryland
- 31- Ellison, NB ., Steinfield, C.,Lampe.C .(2010). Connection Strategies: Social Capital Implications Of Facebook-Enabled Communication Practices. New Media & Society. Vol. 13 (6).
- 32- Fild,J.(2008).Social Capital. New York. Routledge Taylor & Francis Group.
- 33- Geser, Hans. Towards a Sociological Theory of the Mobile Phones. Sociology of the Mobile Phone an Internet-based Journal. (May 2004) <http://socio.ch/mobile>
- 34- Hauberer , J .(2011). Social Capital Theory: Towards A Methodological Foundation. Germany. Springer Science & Business Media.
- 35- Hofer, M., Aubert. V.(2013). Perceived Bridging And Bonding Social Capital On Twitter: Differentiating Between Followers And Followees. Computers In Human Behavior. VOL.29 (6)
- 36- Huvila J ., Holmberg, K ., Ek, S ., Wulff, G.(2010). Social Capital In Second Life .Online Information Review. Vol. 34 (2) .
- 37- Huysman. M., Wulf.V.(2004). Social Capital And Information Technology. London. MIT Press.
- 38- Johnston ,K., Tanner .M.,Lalla.N.,Kawalski.D. (2013). Social Capital: The Benefit Of Facebook 'Friends'. Behaviour & Information Technology. Vol. 32 (1) .
- 39- Kisielnicki , J .(2008).Virtual Technologies: Concepts, Methodologies, Tools, And Applications. Hershey .New York. IGI Global.
- 40- Lewis, J (2010). Connecting And Cooperating : Social Capital And Public Policy . UNSW Press .Australia
- 41- Mohamed Wafai.(2005). Computer Technology and Mass Media Consumption, Communication Research, Cairo University, faculty of Mass communication, Vol. (4), P. 17.
- 42- Nickerson, R.C., Isaac, H., Mak, B (2008). «A Multi-national Study of Attitudes About Mobile Phone Use in Social Settings», Internatoinal Journal of Mobile Communications, Vol. 6, No. 5.
- 43- Rhonda N. McEwen (2010)A World More Intimate: Exploring the Role of Mobile Phones in Maintaining and Extending Social Networks.Athesis submitted for the degree of doctor of philosophy, Faculty of Information, University of Toronto.
- 44- Rostila .M.(2011).The Facets Of Social Capital. Journal For The Theory Of Soscial Behaviour Vol. 41 (3).
- 45- Sajuria, J., Hudson, J., Theocharis, Y.(2015). Tweeting Alone? An Analysis Of Bridging And Bonding Social Capital In

- Online Networks. American Politics Research.Vol.43 (4).
- 46- Sheng, Wu., Wang, Shih-Ting ., Liu, Feng., Hu, Da-Chain., Hwang, Wu-Yuin. (2012).The Influences Of Social Self-Efficacy On Social Trust And Social Capital –A Case Study Of Facebook. Turkish Online Journal Of Educational Technology. Vol. 11(2).
- 47- Small, M.(2009). Unanticipated Gains : Origins Of Network Inequality In Everyday Life.USA. Oxford University Press.
- 48- Steinfield,Ch.,Ellison,NB.,Lampe,C.(2008).Social Capital,Self-Esteem And Use Of Online Social Network Sites: A Longitudinal Analysis. Journal Of Applied Developmental Psychology. Vol 29.
- 49- Tripp, G., Payne, M. And Diodorus, Ed(2009). Social Capital. Nova Science Publishers. New York.
- 50- Turner , J.(2011).Social Capital: Measurement, Dimensional Interactions. And Performance Implications . Doctor Of Philosophy. Department Of Management .Clemson University.
- 51- Valenzuela ,S., Park, N.,Kee,K (2009). Is There Social Capital In A Social Network Site?: Facebook Use And College Students 'Life Satisfaction, Trust, And Participation. Journal Of Computer Mediated Communication.Vol.14 (4).
- 52- Weiqin,EL., Campbell ,M., Kimpton,M., Wozencroft,K., Orel,A.(2016).Social Capital On Facebook: The Impact Of Personality Andonline Communication Behaviors. Journal Of Educational Computing Research. Vol. 54(6) .
- 53- Wei, Ran»(2006). «Motiation for Using the Mobile Phone for Mass Communication and Entertainment».
- 54- Wei, Ran & Lo, Ven-Hwei (2006), «Cell Phone and Social Connectedness». New media and Society, Vol. 8, No. 1.
- 55- Wilcox , K., Stephen , A. (2013). Are Close Friends The Enemy? Online Social Networks, Self-Esteem, And Self-Control. Journal Of Consumer Research. Vol.40.
- 56- Zhao, Li. (2010).Sharing Knowledge In Virtual Communities: Factors Affecting A Member's Intention To Share. Doctor Of Philosophy. Department Business Administration. McMaster University .

ثالثاً الروابط :

- 1- <http://ar.wikipedia.org/wiki/>
- 2- <http://www.go-gulf.com/blog/social-media-saudi-arabia>
- 3- <http://journals.org/action/displayAbstract> from page-online&aid-2153124
- 4- <http://reserach.microsoft.com/~jdonner/>
- 5- <http://www.sciencedirect.com>

