

تأثير الممارسات التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي

"منصة إكس (X) أنموذجاً"

دراسة تحليلية على عينة من أفراد المجتمع السعودي مستخدمي منصة إكس (X) في ضوء نظرية رأس المال الاجتماعي

The impact of interactive practices in social media on social capital

(X platform as a model)

الباحث/ عبد الرحمن بن جميل سليم الجهني

باحث دكتوراه علم الاجتماع بجامعة الملك عبد العزيز

أ. د/ إسماعيل خليل كتبخانة

أستاذ علم الاجتماع بجامعة الملك عبد العزيز

المخلص

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن التأثير الذي تحدثه الممارسات التفاعلية التي تحدث بين أفراد المجتمع السعودي على منصة إكس (X) على رأس المال الاجتماعي، وذلك من خلال اتباع منهج المسح الاجتماعي بواسطة العينة القصدية، حيث طبق الاستبيان على عينة قدرها (404) مفردة، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS). وقد توصلت الدراسة إلى أن الممارسات التفاعلية لأفراد المجتمع السعودي على منصة إكس (X) قد أثرت بشكل إيجابي على رأس مالهم الاجتماعي من خلال تأثيرها الإيجابي على المتغيرات الوسيطة لرأس المال الاجتماعي المتمثلة بـ: توسيع وتقوية شبكة علاقاتهم الاجتماعية، وتقوية علاقاتهم الأسرية، وتعزيز مشاركتهم المجتمعية، بينما أثرت سلباً على رأس المال الاجتماعي السائد لدى أفراد المجتمع السعودي من خلال التأثير بشكل سلبي على المتغيرات الوسيطة: الثقة الاجتماعية، مستوى الرضا عن الحياة. وقد خرجت الدراسة بعدة توصيات، أبرزها: دعوة الجهات الخيرية ومراكز التطوع إلى الاستفادة من منصة إكس (X) وتوظيفها كمنصة تواصل بين تلك الجهات والأفراد الراغبين بالتطوع، ودعوة الهيئة العامة لتنظيم الإعلام إلى ربط فتح حساب بمنصة إكس (X) برقم الهاتف الشخصي، بما يحد من حالات انتحال الحسابات على منصة إكس (X).

الكلمات المفتاحية: منصة إكس (X) - الممارسات التفاعلية - العلاقات الاجتماعية - رأس المال الاجتماعي

Abstract

The current study aimed to reveal the impact that interactive practices that occur among members of Saudi society on the X platform have on social capital, by following the social survey approach using a purposive sample, where the questionnaire was applied to a sample of (404) individuals, The data were analyzed using (SPSS) Software. The study found that the interactive practices of Saudi community members on X platform had a positive impact on their social capital through their positive impact on the intermediate variables of social capital represented by: expanding and strengthening their network of social relationships, strengthening their family relationships and enhancing their community participation, while it negatively affected The social capital prevailing among members of Saudi society by negatively influencing the intermediate variables: social trust , level of life satisfaction.

The study concluded a set recommendation, such as: inviting charitable entities and volunteer centers to take advantage of the X platform and employ it as a communication platform between

those entities and individuals wishing to volunteer and inviting the Public Media Regulatory Authority to link the opening of an X-platform account to the personal telephone number, thereby reducing the incidence of fraudulent accounts on the X platform.

Keywords: X Platform, interactive Practices, Social relationship, Social Capital.

المقدمة

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد أشكال الفضاءات الافتراضية Virtual Spaces وأكثرها وضوحاً، والتي أسست لفضاءات تفاعلية تخطت الحدود الزمانية والمكانية، وتم فيها تجاوز المعايير والأعراف الاجتماعية التي ما لبثت تضبط ممارسات الأفراد منذ القدم، وتشكل فيها أنماط جديدة من التفاعلات والعلاقات الاجتماعية، والتي تداخلت إلى حد كبير مع الفضاء الواقعي للأفراد، فأصبحت حياة الأفراد على تلك المواقع تتقاطع مع حياتهم الواقعية إلى حد بعيد، حتى بات للكثير من الممارسات الاجتماعية الواقعية تمثالتها على صفحات تلك المواقع.

فقد احتلت منصة إكس (X) مساحة واسعة من وقت واهتمام أفراد المجتمع السعودي، فعلى صفحاتها نشط الأفراد في نشر المحتوى المتنوع، وحرصوا على عرض تفاصيل حياتهم اليومية ومشاركتها مع الآخرين على حساباتهم، إذ تجاوزت نسبة مستخدميها في السعودية 71% من إجمالي مستخدمي الإنترنت خلال العام 2022م (وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، 2023، ص32)، الأمر الذي أوجد نوعاً جديداً من التفاعلات والعلاقات الاجتماعية التي نشأت في فضاء أكثر حرية وتنوعاً من الفضاءات العامة التقليدية، إذ جاءت حرية التعبير والتفاعل الاجتماعي في مقدمة الأسباب التي تقف خلف استخدام أفراد المجتمع السعودي لتلك المنصة (Al Jabri et al, 2015, p675).

ووفقاً لرؤية عديد الباحثين والتي ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تحمل الخير أو الشر بذاتها، وإن ما يحدد اتجاه تأثيرها على الفرد والمجتمع هو ما يمارسه الأفراد على صفحات تلك المواقع (الخميشي وآخرون، 2023، ص166) فإن ما يحدث على مواقع التواصل الاجتماعي من ممارسات تفاعلية وما ينتج عنها من علاقات والتزامات متبادلة، توجه بشكل كبير دفة التأثير الذي يحدثه تويتر على بنية وطبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة بين الأفراد، والتي تعد الأساس الذي يقوم عليه رأس المال الاجتماعي؛ الذي بدوره ينهض على فكرة رئيسية مؤداها ما يمكن أن يتحصل عليه الفرد من منافع وفوائد من خلال شبكة

العلاقات الاجتماعية التي يملكها، إذ يؤكد كولمان Coleman على أن حجم رأس المال الاجتماعي السائد في المجتمع إنما يتوقف على حجم شبكة العلاقات الاجتماعية التي يكونها الأفراد، ومعايير الثقة المتبادلة التي تنتج عن التفاعلات الاجتماعية التي تحدث بين الأفراد (Coleman,1988.p104).

وتماشياً مع الأهمية التي يحظى بها رأس المال الاجتماعي ودوره المهم في تحقيق التنمية الاجتماعية، حيث يلعب دوراً أساسياً في تحقيق برنامج جودة الحياة (أحد برامج رؤية المملكة 2030) الذي يهدف لرفع مستوى جودة حياة أفراد المجتمع السعودي، من خلال تعزيز مشاركتهم في البرامج والأنشطة التطوعية والترفيهية والمشاركة المجتمعية، و زيادة التفاعل وتعزيز الروابط الاجتماعية فيما بينهم(رؤية المملكة 2030،ص11) توجهت أنظار الباحثين من مختلف التخصصات إلى الاهتمام برصد و استكشاف العوامل التي قد يكون لها تأثير محتمل على بناء وتشكيل رأس المال الاجتماعي.

ظهرت على إثر ذلك العديد من الدراسات الاجتماعية التي تركز اهتمامها على سياق التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي، دون أن تقترب من مفهوم الاستخدام وما يحيل إليه من ممارسات تفاعلية، مع أن رأس المال الاجتماعي ومنذ ظهوره كمفهوم ارتبط بشكل مباشر بالتفاعلات التي تحدث بين الأفراد وما تنتج من علاقات، ليستمر بذلك الجدل حول تأثير ما يحدث على مواقع التواصل من ممارسات على رأس المال الاجتماعي، والانقسام حول ذلك التأثير بين من يرى أنه مصدر إثراء لرأس المال الاجتماعي ومقوماته، ومن يرى أنها أحد المهددات التي تقضي إلى تآكله واضمحلاله ، لتأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على التأثير الذي تحدثه تلك الممارسات على رأس المال الاجتماعي السائد لدى أفراد المجتمع السعودي.

مشكلة الدراسة

تشير الإحصائيات إلى أن منصة إكس (X) تعد أحد أهم منصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد المجتمع السعودي في التواصل، وفي تكوين علاقات اجتماعية مع الآخرين، فضلاً عن استخدامها في طرح ومناقشة القضايا والمواضيع الاجتماعية المتنوعة، من خلال إنشاء ما يعرف بـ"الهاشتاق"(الوسم) والتفاعل مع ما يطرح فيه من مواضيع وأخبار، إذ يشير تقرير المحتوى الرقمي الصادر عن وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات إلى أن نسبة مستخدمي منصة إكس قد بلغت ما يقارب 72% من إجمالي مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بين المواطنين والمقيمين في المملكة في العام 2022(2023، ص32). مما جعل من منصة إكس مسرحاً يناقش أفراد المجتمع السعودي على

صفحاتها مختلف قضاياها، ويتشكل من خلالها الرأي العام السعودي حول مختلف القضايا الاجتماعية والرياضية والاقتصادية.

ومما لاشك فيه أن لهذه الممارسات التفاعلية تأثيرات على حياة الأفراد الواقعية، فهي تحدث الكثير من التأثير في بنية شبكة العلاقات الاجتماعية، والتي بدورها تعد الأساس الذي يستند عليه رأس المال الاجتماعي، والذي يتشكل في إطار التشبيك والتفاعل الذي يحدث بين الافراد على منصة إكس، والذي يتحدد اتجاه تأثيره على طبيعة العلاقات التي تنشأ بين الافراد على منصة إكس وما تحمله من ثقة متبادلة والتزامات مشتركة (Filed,2003,p32).

ونظراً لعدد الممارسات التي قد تحدث على منصة إكس (X)، فإنه من الصعوبة بمكان شمول كافة الممارسات بالدراسة، لذا ركزت الدراسة الحالية على الممارسات التفاعلية التالية: (طرق تقديم الذات- التفاعلات الكتابية-القيم السائدة فيه-أساليب الضبط المتبعة فيه-العلاقات المتشكلة عبر صفحاته) كون تلك الممارسات تعد عنصراً أساسياً يوجه دفة التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع، فإثبات الهوية، والإيفاء بالالتزامات نحو المستخدمين الآخرين، و الالتزام بالمبادئ والقيم ، وترسيخ الثقة المتبادلة في هذا الفضاء تعد أبرز محددات تشكل رأس مال اجتماعي في مواقع التواصل الاجتماعي (Agren, n .d,p6-8) والذي بدوره يعول عليه من قبل قادة وأفراد المجتمع السعودي ومؤسساته الحكومية والأهلية في تحقيق تنمية مستدامة، و تشكيل الأساس الصلب للمجتمع السعودي، الذي يستند عليه في مواجهة التحديات الاقتصادية والأمنية والصحية، إذ يمثل الارتقاء برأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي والوصول به للمرتبة العاشرة عالمياً، أحد أهداف رؤية المملكة 2030(رؤية المملكة 2030،2016، ص 31).

ومن خلال ما سبق، تتبلور مشكلة الدراسة الحالية في وصف وتحليل التأثير الذي تحدثه الممارسات التفاعلية لأفراد المجتمع السعودي على منصة إكس (X) على رأس مالهم الاجتماعي.

الهدف من الدراسة:

ستحاول الدراسة الحالية تحقيق الهدف التالي: الكشف عن التأثير الذي تحدثه الممارسات التفاعلية لأفراد المجتمع السعودي على منصة إكس (X) على رأس مالهم الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

ستحاول الدراسة الحالية الإجابة عن التساؤلات التالية:

1- ما تأثير طرق تقديم الذات التي يتبعها أفراد المجتمع السعودي على منصة إكس (X) على رأس مالهم الاجتماعي؟

2- ما تأثير التفاعلات الكتابية التي تحدث بين أفراد المجتمع السعودي على منصة إكس (X) على رأس مالهم الاجتماعي؟

3- ما تأثير القيم السائدة بين أفراد المجتمع السعودي على منصة إكس (X) على رأس مالهم الاجتماعي؟

4- ما تأثير أساليب الضبط التي يتبعها أفراد المجتمع السعودي على منصة إكس (X) على رأس مالهم الاجتماعي؟

5- ما تأثير العلاقات المتشكلة بين أفراد المجتمع السعودي على منصة إكس (X) على رأس مالهم الاجتماعي؟

أهمية الدراسة (العلمية العملية):

1- تحاول هذه الدراسة أن تختبر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي عبر متغيرات وسيطة عدة (شبكة العلاقات الاجتماعية- الثقة الاجتماعية- المشاركة المجتمعية- الرضا عن الحياة) والتي لم تحظ باهتمام كافٍ من التحليل والتعمق المعرفي في سياق الدراسات العربية، بما يساهم في إثراء التراث السوسبيولوجي.

2- يمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة من قبل الجمعيات الخيرية ومراكز التطوع من خلال تقديم الفهم الدقيق لدوافع استخدام أفراد المجتمع السعودي لمنصة إكس وواقع استخدامها، بما يسمح لتلك الجهات باستخدامها وتوظيفها في التواصل مع الأفراد، وبما يمكن تلك الجهات من زيادة عدد منسوبيها وتوسع نطاق الخدمات التي تقدمها.

3- تناولت الدراسة الحالية أحد أهداف رؤية المملكة 2030، المتضمن الارتقاء برأس المال الاجتماعي في المملكة العربية السعودية من المرتبة 25 إلى المرتبة 10 عالمياً، من خلال رصد تأثير الممارسات التفاعلية للأفراد بمنصة إكس على رأس المال الاجتماعي السائد، حيث يمكن الاستفادة من النتائج التي تتوصل إليها هذه الدراسة من قبل المكاتب المتواجدة في الإدارات الحكومية والمعنية بمتابعة تحقيق برامج رؤية المملكة 2030..

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة في حدودها الموضوعية على تأثير الممارسات التفاعلية التالية (أساليب تقديم الذات- التفاعلات الكتابية-القيم السائدة على منصة إكس-أساليب الضبط المتبعة -العلاقات المتشكلة بين المستخدمين) على رأس المال الاجتماعي.
- الحدود الزمانية: تم إجراء الدراسة خلال الفترة: 2022 / 3/1 م حتى الفترة 2023/ 4 /10 م.
- الحدود المكانية: تقتصر الدراسة الحالية على منصة التواصل الاجتماعي " إكس X".
- الحدود البشرية: أفراد المجتمع السعودي مستخدمي منصة إكس (X).

مفاهيم الدراسة

منصة إكس (X):

تعرف منصة إكس إجرائياً في هذه الدراسة بأنها: أحد منصات التواصل الاجتماعي، القائمة على التواصل متعدد المستويات عبر أحرف ورموز ووسائط محدودة، يستخدمها الأفراد من أجل التواصل وبناء العلاقات مع الآخرين، بما يحقق إشباعاً لبعض حاجاتهم المادية والنفسية والاجتماعية، والذي تغير مسمى علامتها التجارية من تويتر إلى منصة (X) منذ يوليو لعام 2023م .

الممارسات التفاعلية:

يقصد بالممارسات التفاعلية في الدراسة الحالية أنها: مجموعة من السلوكيات المرتبطة بمنصة إكس وما توفره من أدوات وخصائص تتيح للأفراد التفاعل مع الآخرين من خلال أساليب جديدة من الممارسات التي تشبع حاجات اجتماعية محددة، والتي تتحدد في الدراسة الحالية بالممارسات التالية (طرق تقديم الذات- الردود والتعليقات -القيم السائدة على المنصة -أساليب الضبط التي تمارس من قبل المستخدمين -العلاقات المتشكلة عبر منصة إكس X).

العلاقات الاجتماعية:

تعرف العلاقات الاجتماعية إجرائياً في هذه الدراسة بأنها: " الروابط التي تجمع بين فردين أو أكثر، والتي تنشأ كنتيجة للتفاعل الاجتماعي المتبادل الذي يحدث فيما بينهم على منصة إكس، والذي يهدف إلى تحقيق منفعة مادية أو معنوية يسعى إليها أطراف العلاقة أو أحدها، والتي تصنف بعدة تصنيفات بناءً على ديمومتها وقوتها وما يترتب عليها من آثار.

تقديم الذات:

يعرف تقديم الذات إجرائياً في هذه الدراسة بأنه: الطريقة والأسلوب التي يتبعها الفرد عند تقديم نفسه للآخرين على منصة إكس (X)، من خلال ما يقوم به من أنشطة والتي تتحدد باسم المستخدم الذي يظهر به، وصورة العرض التي يضعها بحسابه، وما يعرضه في النبذة التعريفية (Bio) في حسابه.

الثقة الاجتماعية:

يُقصد بالثقة الاجتماعية في الدراسة الحالية بأنها: مستوى الشعور بالأمان لدى الفرد أثناء تفاعله مع أصدقائه وجيرانه ومعارفه، بحيث يكون الفرد متأكداً من أن الآخرين لن يلحقوا به أذى مادي أو معنوي، إذ يستطيع أن يعبر عما يشاء بكل حرية ودون خوف أو تردد.

المشاركة المجتمعية:

يُقصد بالمشاركة الاجتماعية في الدراسة الحالية بأنها: معدل استعداد الفرد للتسجيل والمشاركة في الأنشطة والأعمال التطوعية والخيرية في المجتمع السعودي اختياريًا ودون أجر، سواء أكان التطوع من خلال التبرع بالمال، أو بالانضمام لعضوية أحد الجمعيات الخيرية، أو المشاركة بأي شكل في الفرص التطوعية التي تنظمها الجهات المختلفة.

الرضا عن الحياة:

تعرف الدراسة الحالية الرضا عن الحياة إجرائياً بأنه: الدرجة التي يحكم فيها الفرد إيجابياً على حياته التي يعيشها، ويتحقق في هذه الدراسة من خلال المظاهر التالية: السعادة، التفاعل الاجتماعي، الرضا عن الظروف الاجتماعية، والتقدير الاجتماعي.

مقاربة نظرية لما يحدث على صفحات تويتر في ضوء مفاهيم نظرية رأس المال الاجتماعي:

في ظل التداخل الكبير بين العالم الواقعي والعالم الافتراضي، وانتقال الكثير من الممارسات الاجتماعية إلى الفضاءات الافتراضية، للدرجة التي تجعل الفصل بينهما قد يكون مستحيلاً، الأمر الذي دفعنا لمحاولة تفسير التواجد الاجتماعي على منصة إكس (X) وما يحدث على فيها من ممارسات من خلال مقاربتها مع نظرية رأس المال الاجتماعي، والذي مهدت الإسهامات الفكرية لرواد النظرية "عالم الاجتماع الفرنسي "بيير بورديو" وعالم الاجتماع الأمريكي "جيمس كولمان " وعالم السياسة الأمريكي "روبرت بوتنام "إلى فتح المجال أمام

مختلف المجالات: الإعلامية- الاجتماعية-السياسية-الثقافية - الدينية مما ساهم في اتساع تطبيقها في مجالات عدة.

حيث يحدد "بورديو" حجم رأس المال الاجتماعي داخل الجماعة وفقا لعاملين رئيسيين، هما: مدى اتساع شبكة العلاقات الاجتماعية -مدى تنوع رأس المال الاجتماعي الناتج عن شبكة العلاقات الاجتماعية، كما فرق "كولمان" بين ثلاثة أنواع مختلفة من رأس المال هي: رأس المال المادي- رأس المال البشري-رأس المال الاجتماعي. بينما يرى بوتنام أن شبكات العلاقات الاجتماعية، هي الأساس الذي يقوم عليه رأس المال الاجتماعي، وهذا يعني أن رأس المال الاجتماعي يشمل أيضا، ما يتحقق للمجتمع من منافع وفوائد، تنتج من الشبكات الاجتماعية، كما يشير إلى أن رأس المال الاجتماعي لا يقتصر تواجد في المؤسسات المجتمع فحسب، بل يتواجد في الروابط والشبكات الاجتماعية أيضا، ومن هذا المنطلق، فإن رأس المال الاجتماعي يمكن أن يفعل وان ينمو ويزداد، كما يمكن تحقيق الاستفادة منه في التنمية الشاملة(السروجي،2009،ص 39).

ويرى (السروجي،2009،ص 39)،أنه يمكن تحليل رأس المال الاجتماعي استنادا على نظرية رأس المال الاجتماعي، من خلال ثلاثة مستويات مختلفة، هي:

1-المستوى الفردي: ويركز على الفرد كفاعل اجتماعي، وما يملكه من قدرات وما يمكن له أن يحققه من خلال انضمامه للشبكات الاجتماعية في المجتمع.

2-المستوى الجماعي: ويتم التركيز فيه على التفاعل الجماعي بين الشبكات الاجتماعية، وتحليل الروابط والتفاعلات التي تحدث بين الأفراد، وأساليب التبادل الاجتماعي.

3-المستوى الكلي: ويركز على العلاقات الاجتماعية، وما يمكن ان يؤثر عليها من النظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المحيطة بها.

ويمكن مقارنة ما يحدث على منصة إكس(X) من ممارسات من خلال ما تطرحه هذه النظرية من مفاهيم يمكن من خلالها تفسير الطرق والأساليب التي يستخدمها الأفراد لتقديم ذواتهم على منصة إكس، وما يتم نقله من رأس مال ثقافي واجتماعي إلى ملفات التعريف بالمنصة، من خلال استفادتهم من الخيارات والأدوات التي توفرها مثل(صورة العرض- اسم المستخدم - البايو)، كما تساهم هذه النظرية في زيادة فهمنا للكيفية التي يتشكل بها رأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، من خلال آليات دقيقة تقيس مخرجات رأس المال الاجتماعي من جهة، ورصد العوامل الوسيطة المؤثرة عليه من جهة أخرى.

ومن أهم تلك المفاهيم التي طرحتها هذه النظرية، والتي يمكن أن تستفيد منها الدراسة الحالية (الشامي، 2013، ص 94)، هي

- 1- رأس المال الاجتماعي التواصلي: والذي ينشأ من خلال العلاقات الاجتماعية السطحية أو الضعيفة.
 - 2- رأس مال الاجتماعي الترابطي: والذي ينشأ بفعل العلاقات الاجتماعية القائمة بالفعل بين أشخاص يرتبطون بعلاقات اجتماعية قوية.
- معدلات الثقة الاجتماعية بين الأفراد.

الرضا عن الحياة: تمثل التصورات التي يحملها الفرد عن حياته.

تقدير الذات: مفهوم نفسي يعكس اتجاهات الشخص نحو ذاته.

المشاركة المجتمعية: والتي ينظر لها بوصفها أحد أبرز مخرجات الاجتماعية رأس المال الاجتماعي.

الإجراءات المنهجية للدراسة

منهج الدراسة:

اتبعت الدراسة الحالية منهج المسح الاجتماعي، كونه يسهم في تحقيق أهداف الدراسة من خلال جمع بيانات من أعداد كبيرة من المبحوثين تمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً جيداً، كما أنها في ذات الوقت تسمح بتطبيق المقاييس الإحصائية على ما تم جمعه من بيانات، وذلك من خلال تصميم استبانة مقننة تحتوي على عدة محاور تم بناءها اعتماداً على الإطار النظري التي تستند عليه الدراسة الحالية. تم بعد ذلك تحكيم هذه الاستبانة من قبل مجموعة من المختصين، الذين رصدوا عدداً من الملاحظات التي تم الأخذ بغالبها، قبل أن يتم تحويل الاستبانة إلى استبانة الكترونية من خلال برنامج قوغل درايف Google Drive، ومن ثم قام الباحث بنشرها على عينة الدراسة عبر منصة إكس (X).

مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في جميع أفراد المجتمع السعودي مستخدمي منصة إكس (X) و الذين تجاوز عددهم حسب إحصائية هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات في حين إجراء هذه الدراسة 14 مليون مستخدماً.

عينة الدراسة:

تمثلت عينة المرحلة الكمية من الدراسة بعينة قوامها (404) مفردة من أفراد المجتمع السعودي مستخدمي منصة إكس(X)، وكونه من الصعوبة بمكان الوصول لعينة عشوائية في مجتمع متباين وفي تغير مستمر، إذ تجاوز عدد مستخدمي منصة إكس في السعودية 11 مليون متابع ومازال العدد في تغير مستمر، بالإضافة إلى انتشار الحسابات الوهمية و الإعلانية فيها، لذا عمد الباحثان إلى سحب العينة بطريقة العينة العمدية متبعاً أسلوب التعددية القصوى التي تراعي تباين مجتمع الدراسة، والتي ركزت علي (طبيعة اسم المستخدم، الجنس، مجال الاهتمامات، تاريخ الانضمام للمنصة) وذلك محاولة منهم الوصول لعينة تقترب من تمثيل مجتمع الدراسة تمثيلاً جيداً.

أدوات الدراسة:

اختر الباحثان أداة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات في الدراسة الحالية، كونه يمكن الباحثان من الوصول إلى عينة الدراسة، وجمع بيانات من أعداد كبيرة من المبحوثين المتوزعين في مناطق جغرافية متباعدة، كما أنها تسمح لهما بجمع بيانات يمكن تكميمها وتطبيق الاختبارات الإحصائية عليها. تم ذلك من خلال قيام الباحثان ببناء وتصميم استبيان بالصيغة الرقمية، ومن ثم قام الباحثان بعد التحقق من خصائصه السيكو مترية بإرساله إلى عدة حسابات سعودية تنشط بمنصة إكس(X) وذلك لغرض نشره بالحساب، وقد فضل الباحثان تطبيق الاستبيان الرقمي بهذه الأسلوب، لأنه يمكنهما من التأكد من أن الأفراد الذين استجابوا للاستبيان هم المبحوثين المستهدفون بالبحث وليس غيرهم، كما أنه في ذات الوقت يعطي كافة أفراد مجتمع الدراسة الفرصة في الظهور في عينة الدراسة، واختيار الوقت المناسب لهم لتسجيل استجاباتهم إلكترونياً ومن ثم إعادتها.

إجراءات التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة:

أولاً: إجراءات الصدق validity:

قام الباحثان بعرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من أساتذة علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية بجامعة الملك عبدالعزيز وذلك من أجل التحقق من الصدق الظاهري للأداة، والتعرف على مدى قدرتها على قياس ما صممت من أجله ومدى توافق فقراتها مع أهداف وتساؤلات المرحلة الكمية من الدراسة، والتأكد من خلوها من الأخطاء اللغوية والنحوية وقد استفاد الباحثان من ملاحظات المحكمين، حيث قام الباحثان بتعديل الاستبانة وزيادة عدد فقراتها في ضوء ملاحظات المحكمين.

ثانياً: إجراءات الثبات Reliability :

لقياس مدى ثبات الاستبانة قام الباحثان بحساب معامل ارتباط (كرونباخ ألفا Cronbach Alpha) على عينة استطلاعية تكونت من (40) مبحوثاً من خلال الاستبانة ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package For Social Sciences) والذي يعرف بالاختصار (SPSS)، حيث تم حساب الارتباط لكل محور من محاور الاستبانة، والارتباط العام للاستبانة جدول رقم (3-1) يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة.

جدول رقم (3-1) معاملات ثبات أداة الدراسة

ثبات المحور	عدد الفقرات	محاور الاستبانة
0,71	6	1-محور تقديم الذات
0,72	7	2- محور التفاعلات الكتابية
0,72	7	3- محور القيم السائدة على تويتر
0,76	7	4-محور أساليب الضبط المتبعة من قبل المستخدمين
0,73	7	5- محور العلاقات التي تنشأ على تويتر
0,91	34	الثبات العام للاستبانة

حيث يتضح من الجدول أعلاه أن معامل الثبات العام للأداة مرتفع، حيث بلغ (0,91) لإجمالي فقرات الاستبانة البالغ عددها (34) فقرة، في حين يتراوح ثبات محاور الاستبانة بين (0,71) كحد أدنى و (0,76) كحد أعلى ، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها كأداة لجمع بيانات المرحلة الكمية من الدراسة.

نتائج الدراسة

• محور تأثير طرق تقديم الذات على رأس المال الاجتماعي:

جدول رقم (4-1) التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والاتجاه العام لاستجابات المبحوثين، وقيمة اختبار T على محور طرق تقديم الذات

اختبار T	الاتجاه العام	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	غير موافق	النسب التكرارات	الفقرات
**8.22	مرتفع	2.33	216	104	84	ك	ساعدني تويتر في العثور على بعض أصدقائي وزملاء الدراسة من خلال حساباتهم التي حملت أسمائهم الحقيقية
			53.5	25.7	20.8	%	
**8.10	متوسط	2.29	183	156	65	ك	شجعتني ظهور الكثير من مستخدمي تويتر بصورهم الشخصية كصورة عرض على أن أحسن الظن بنوايا من أقابلهم بالواقع
			45.3	38.6	16.1	%	
**5.70	متوسط	2.21	179	129	96	ك	دفعني انتشار الأسماء المستعارة بتويتر إلى عدم الارتياح لنوايا من أقابلهم في الواقع
			44.3	31.9	23.8	%	
**2.24	متوسط	2.10	180	84	140	ك	منحتني الدخول باسم مستعار حرية المشاركة في طرح الآراء دون خجل من الآخرين
			44.6	20.8	34.7	%	
**-5.0	متوسط	1.78	126	64	214	ك	قمت بإنشاء حساب آخر بتويتر حتى أعبر فيه عن همومي بعيداً عن أسرتي
			31.2	15.8	53.0	%	
**-7.0	متوسط	1.72	92	106	206	ك	أشعر بأن إنجازاتي أقل من أن افتخر بها عندما أرى صور العرض التي وضعها الآخرون في حساباتهم
			22.8	26.2	51.0	%	
**3.24	متوسط	2.10					محور طرق تقديم الذات

** جميع الفروق بين استجابات المبحوثين على محور تقديم الذات ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية (0,001).

تشير بيانات الجدول السابق رقم (4-1) إلى أن استجابات المبحوثين على البعد الخاص بمحور تأثير طرق تقديم الذات على رأس مالهم الاجتماعي جاءت باتجاه متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (2,10) من 3 وهذا المتوسط يقع في الفئة الثانية من المقياس المتدرج الثلاثي والتي تبدأ من 1,68 وتنتهي عند 2,32 وهي الفئة التي تشير إلى اتجاه عام متوسط على أداة الدراسة، وقد أوضحت النتائج أن هناك شبه توافق في استجابات المبحوثين حول تأثير الطرق التي يتبعوها في تقديم ذواتهم للآخرين بتويتر على رأس مالهم الاجتماعي، حيث اشتمل هذا البعد على ستة عبارات، ثلاثة عبارات تضمنت تأثير إيجابي، وثلاثة أخرى تضمنت تأثير سلبي، وحصلت أغلب العبارات على درجة اتجاه متوسط، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه العبارات ما بين (1.72 و 2,33).

حيث حظيت العبارات ذات التأثير الإيجابي لطرق تقديم الذات على رأس المال الاجتماعي على موافقة المبحوثين بنسب موافقة مرتفعة ،حيث نالت العبارة "ساعدني تويتر في العثور على بعض أصدقائي وزملاء الدراسة من خلال حساباتهم التي حملت أسمائهم الحقيقية " على موافقة أكثر من 53% من المبحوثين، بمتوسط حسابي (2,33) وباتجاه عام مرتفع، كما جاءت عبارة: "شجعتني ظهور الكثير من مستخدمي تويتر بصورهم الشخصية كصورة عرض على أن أحسن الظن بنوايا من أقابلهم بالواقع " بالمرتبة الثانية بنسبة موافقة تجاوزت 45% ،وبمتوسط حسابي (2,29) و باتجاه عام متوسط، فيما نالت عبارة: "منحني الدخول باسم مستعار حرية المشاركة في طرح الآراء دون خجل من الآخرين" موافقة ما نسبته 44,66% من المبحوثين ، و بمتوسط حسابي (2,10) وباتجاه عام متوسط.

في حين حصلت العبارات ذات التأثير السلبي على نسب مرتفعة من عدم الموافقة من قبل المبحوثين ، حيث حصلت عبارة " قمت بإنشاء حساب آخر بتويتر حتى أعبر فيه عن همومي بعيداً عن أسرتي " على عدم موافقة ما نسبته 53% من المبحوثين، وبمتوسط حسابي بلغ (1,78) باتجاه عام متوسط ،كما حصلت العبارة (أشعر بأن إنجازاتي أقل من أن افتخر بها عندما أرى صور العرض التي وضعها الآخرون في حساباتهم) على عدم موافقة 51% من المبحوثين، وبمتوسط حسابي بلغ (1,72) ،وقد اتفقت هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة كلاً من فاطمة يحيوي وخديجة فور(2019) والتي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر قد سهلا عملية التواصل مع الامل والأقارب المقيمين بمناطق جغرافية بعيدة، كما عملتا على تعزيز العلاقات القديمة بين الأصدقاء وحافظت على استمراريتها ،كما اتفقت جزئياً مع دراسة يسلم السقاف (Yaslam alsaggaf 2011م) والتي خلصت إلى أن الفتيات السعوديات يستخدمن الفيسبوك للحفاظ على علاقتهن القديمة وتوثيق العلاقات الجديدة مع أصدقائهن

*محور تأثير التفاعلات الكتابية على رأس المال الاجتماعي:

الفقرات	النسب التكرارات	غير موافق	محايد	موافق	المتوسط الحسابي	الاتجاه العام	اختبار T
أشعر بالغضب عندما يرد أحد على تغريداتي بتويتر بكلمات وألفاظ بذيئة	ك	77	87	240	2.40	متوسط	10.271°
	%	19.1	21.5	59.4			

*4.285 *	متوسط	2.17	161	149	94	ك	احرص على استخدام خاصية الإشارة @ mention لحسابات الجهات المعنية إذا رأيت تغريدة تتضمن إساءة للوطن أو للمجتمع
			39.9	36.9	23.3	%	
0.235	مرتفع	2.01	146	116	142	ك	دفعني بحث الآخرين في أرشيف التغريدات والردود وإستخدامها كدليل ضد الآخر إلى تفضيل الصمت وعدم الدفاع عن آرائي عند اختلافي مع أحد أصدقائي
			36.1	28.7	35.1	%	
- *5.537 *	متوسط	1.80	84	151	169	ك	جعلتني الردود والتعليقات القاسية التي اتلقاها بتويتر والتي تخلو من عبارات اللين والتأدب أكثر تحسناً اتجاه نقد المحيطين بي لبعض تصرفاتي
			20.8	37.4	41.8	%	
** - 6.115	متوسط	1.76	91	124	189	ك	دفعتني الردود التي تسخر من تغريداتي بتويتر إلى التحفظ على آرائي وعدم مشاركتها مع الآخرين بالواقع
			22.5	30.7	46.8	%	
- **8.00	متوسط	1.70	85	107	212	ك	دفعني تجاهل الآخرين المتكرر لمشاركاتي بتويتر إلى عدم الحرص على مشاركة أصدقائي النقاش والتفاعل معهم
			21.0	26.5	52.5	%	
**20.3 7	متوسط	1.35	38	64	302	ك	دفعتني حرية التهكم على الآخرين بتويتر والاستهزاء بهم إلى التعود على الاستهزاء والسخرية من زملائي
			9.4	15.8	74.8	%	
-5.204	متوسط	1.87			محور التفاعلات الكتابية		

جدول رقم (4-2) التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والاتجاه العام لاستجابات الباحثين، وقيمة اختبار T
على محور التفاعلات الكتابية

* جميع الفروق بين استجابات الباحثين على محور التفاعلات الكتابية ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية (0,001) ماعدا العبارة (دفعني بحث الآخرين في أرشيف التغريدات والردود واستخدامها كدليل ضد الآخر إلى تفضيل الصمت وعدم الدفاع عن آرائي عند اختلافي مع أحد أصدقائي) حيث بلغت مستوى المعنوية (0,81) < (0,05).

يظهر من بيانات الجدول السابق أن استجابات الباحثين على البعد الخاص بمحور تأثير التفاعلات الكتابية على رأس مالهيم الاجتماعي جاءت باتجاه عام متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (1,87) من 3 وهذا المتوسط يقع في الفئة الثانية من المقياس المتدرج الثلاثي والتي تبدأ من 1,68 وتنتهي عند 2,32، وهي الفئة التي تشير على اتجاه عام متوسط على أداة الدراسة .

وقد أوضحت النتائج أن هناك تباين في استجابات الباحثين حول تأثير التفاعلات الكتابية التي تحدث بين الأفراد بتويتر على رأس ماله الاجتماعي، حيث اشتمل هذا البعد على سبعة عبارات، ستة عبارات تتضمن تأثير سلبي، وعبارة تتضمن تأثير إيجابي، وحصلت أغلب العبارات على درجة اتجاه متوسط، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه العبارات ما بين (1,7 و 2,40).

حيث حظيت أربعة من العبارات ذات التأثير السلبي للتفاعلات الكتابية على رأس المال الاجتماعي على عدم موافقة الباحثين بنسب مرتفعة، حيث حصلت العبارة " دفعتي حرية التهمك على الآخرين بتويتر والاستهزاء بهم إلى التعود على الاستهزاء و السخرية من زملائي " في المرتبة الأولى بعدم موافقة تجاوزت 74% من الباحثين، و بمتوسط حسابي بلغ (1.35) وباتجاه عام متوسط، كما حصلت عبارة: " دفعني تجاهل الآخرين المتكرر لمشاركاتي بتويتر إلى عدم الحرص على مشاركة أصدقائي النقاش والتفاعل معهم " على عدم موافقة الباحثين بنسبة 52.5%، وبمتوسط حسابي (1,70) وباتجاه عام متوسط، فيما جاءت العبارة " دفعتي الردود التي تسخر من تغريداتي بتويتر إلى التحفظ على آرائي وعدم مشاركتها مع الآخرين بالواقع " بالمرتبة الثالثة من بين العبارات السلبية بنسبة عدم موافقة قارب 47% وبمتوسط حسابي قدره (1,76) وباتجاه عام متوسط.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ابتسام دراجي (2020) والتي ترى بأن العلاقات الاسرية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة لم تتأثر باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وإنما بقيت على حالها كما هي قبل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. كما اتفقت جزئياً مع دراسة سبنسر كريستينسن Spencer Christensen (2018) والتي توصلت على أن الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي أدى لانخفاض رضا الفرد عن حياته وأثارت استجابات متزايدة للمشاعر السلبية كالشعور بالاكنتاب والعزلة الاجتماعية.

*محور تأثير القيم السائدة بتويتر على رأس المال الاجتماعي:

جدول رقم (3-4) التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والاتجاه العام لاستجابات الباحثين، وقيمة اختبار T على

محور القيم السائدة على تويتر

الفقرات	النسب التكرارات	غير موافق	محايد	موافق	المتوسط الحسابي	الاتجاه العام	اختبار T
---------	-----------------	-----------	-------	-------	-----------------	---------------	----------

**19.28	مرتفع	2.63	297	66	41	ك	أشعر بتأنيب الضمير حين أشاهد بعض المقاطع الإباحية التي يتكرر ظهورها بتويتر
			73.5	16.3	10.1	%	
**13.90	مرتفع	2.51	265	80	59	ك	دفعني انتحال كثير من الحسابات بتويتر إلى التعامل مع الآخرين بحذر في الواقع
			65.6	19.8	14.6	%	
**13.70	مرتفع	2.50	262	83	59	ك	دفعني نشر الأفراد للأخبار والترويج لها بتويتر دون التحقق من صحتها إلى الشك في مصداقية كثير مما يقوله الأفراد في الواقع
			64.9	20.5	14.6	%	
**11.24	مرتفع	2,41	228	115	61	ك	ساعدني وجود بعض الحسابات التي تروج وتدعم الأنشطة التطوعية بالمشاركة في بعض تلك الأنشطة والفعاليات
			56.4	28.5	15.1	%	
**8.12	متوسط	2.31	200	129	75	ك	استفدت من بعض تغريدات المتخصصين بتويتر في حل خلافاتي الأسرية
			49.5	31.9	18.6	%	
**5.63	متوسط	2,24	204	92	108	ك	شجعتني تفاعل الأفراد مع التغريدات التي يكون مضمونها تقديم المساعدة والعون للآخرين بتويتر على التبرع المادي لبعض الحالات
			50.5	22.8	26.7	%	
**18.65	منخفض	1.38	42	70	292	ك	أشعر بأنني شخص أقل قيمة من الآخرين عندما يقلل الآخرون من مشاركاتي بتويتر
			10.4	17.3	72.3	%	
**13.70	مرتفع	2.28				محور القيم السائدة	

** جميع الفروق بين استجابات الباحثين على محور القيم السائدة على تويتر ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0,001).

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (4-3)، أن استجابات الباحثين على البعد الخاص بمحور تأثير القيم السائدة على تويتر على رأس مالهم الاجتماعي جاءت باتجاه عام متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (28.2) من 3 وهذا المتوسط يقع في الفئة الثانية من المقياس المتدرج الثلاثي والتي تبدأ من 1,68 وتنتهي عند 2,32، وهي الفئة التي تشير على اتجاه عام متوسط على أداة الدراسة .

وقد أوضحت النتائج أن هناك شبه اتفاق في استجابات الباحثين حول تأثير القيم السائدة بتويتر على رأس مالهم الاجتماعي، حيث اشتمل هذا البعد على سبعة عبارات ، ثلاثة عبارات تتضمن تأثير إيجابي، في حين

مثلت أربعة عبارات التأثير السلبي ، وحصلت أغلب العبارات على درجة اتجاه مرتفع ،حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه العبارات ما بين (1,38 و 2,63).

حيث حظيت كافة العبارات ذات التأثير الإيجابي للقيم السائدة بتويتر على رأس المال الاجتماعي على موافقة المبحوثين بنسب مرتفعة ،حيث حصلت العبارة " ساعدني وجود بعض الحسابات التي تروج و تدعم الأنشطة التطوعية بالمشاركة في بعض تلك الأنشطة والفعاليات " على موافقة ما نسبته 56,4% من المبحوثين ، و بمتوسط حسابي بلغ (2,41) وباتجاه عام مرتفع، كما حصلت عبارة: " شجعتني تفاعل الأفراد مع التغريدات التي يكون مضمونها تقديم المساعدة والعون للآخرين بتويتر على التبرع المادي لبعض الحالات " على موافقة المبحوثين بنسبة قاربت 60% ،وبمتوسط حسابي (2,24) وباتجاه عام متوسط، فيما جاءت العبارة " استفدت من بعض تغريدات المتخصصين بتويتر في حل خلافاتي الأسرية " بالمرتبة الثالثة من بين العبارات الإيجابية بنسبة موافقة قاربت 50% وبمتوسط حسابي قدره (2,31) وباتجاه عام متوسط.

وقد اتفقت هذه النتيجة التي توصلت إليها دراسة كلا من سبستيان فالنزويلا وكريك كي Sebastian Valenzuela & Kerk Kee (2009م) والتي خلصت إلى كثافة استخدام الفيسبوك ساهمت في زيادة حجم مشاركة الطلاب في الاعمال التطوعية والالتحاق بمؤسسات المجتمع المدني. كما اتفقت مع دراسة سبنسر كريستينسن Spencer Christensen (2018) والتي ترى أن الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي زاد من احتمالية عدم رضا المستخدم عن علاقاته الاجتماعية، وعدم الثقة فيها وانخفاض تفاعلاته في حياته الواقعية.

*محور تأثير أساليب الضبط المتبعة بتويتر على رأس المال الاجتماعي:

جدول رقم(4-4) التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والاتجاه العام لاستجابات المبحوثين، وقيمة اختبار T على محور أساليب الضبط المتبعة على تويتر

اختبار T	الاتجاه العام	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	غير موافق	النسب التكرارات	ال فقرات
21.67**	مرتفع	2.66	294	81	29	ك	أشعر بالرضا عن نفسي عندما أتجاهل سخرية الآخرين بتويتر
			72.8	20.0	7.2	%	

**19.623	مرتفع	2.63	294	72	38	ك	أشعر بالرضا عن نفسي عندما استخدام خاصية الحظر ولإبلاغ ضد الحسابات التي تسمى إلى الدين وقيم المجتمع
			72.8	17.8	9.4	%	
**11.635	مرتفع	2.40	206	152	46	ك	شجعتني تجاهل الكثير من المستخدمين الردود المسيئة بتويتر على أن أكون متسامحاً مع الآخرين بالواقع
			51.0	37.6	11.4	%	
**6.978	متوسط	2.28	200	116	88	ك	دفعني متابعة بعض أفراد أسرتي لحسابي بتويتر إلى اعتياد تجنب التلفظ بالكلمات البذيئة في حياتي اليومية
			49.5	28.7	21.8	%	
**-4.747	متوسط	1.81	97	134	173	ك	أشعر بأن رأئي وأفكاري لا تعجب الآخرين بتويتر عندما اكتشف أن أحدهم حظرتني بتويتر بدون سبب
			24.0	33.2	42.8	%	
**-6.600	متوسط	1.75	81	140	183	ك	على الرغم من تجاهلي للإساءات التي أتعرض لها بتويتر إلا أنني أشعر في كثير من الأحيان بأن هناك من يريد إيذائي
			20.0	34.7	45.3	%	
**-3.754	متوسط	1.58	98	149	157	ك	جعلتني خاصية الحظر بتويتر أعتاد تجنب الحديث مع من يخالفني الرأي من أقاربي
			24.3	36.9	38.9	%	
**9.17	متوسط	2,20				محور أساليب الضبط المتبعة	

**جميع الفروق بين استجابات الباحثين على محور تقديم الذات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0,001).

تشير بيانات الجدول السابق رقم (4-4)، إلى أن استجابات الباحثين على البعد الخاص بمحور تأثير أساليب الضبط التي يتبعها الأفراد على منصة إكس (X) على رأس مالمهم الاجتماعي جاءت باتجاه عام متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (20.2) من 3 وهذا المتوسط يقع في الفئة الثانية من المقياس المتدرج الثلاثي والتي تبدأ من 1,68 وتنتهي عند 2,32، وهي الفئة التي تشير على اتجاه عام متوسط على أداة الدراسة .

وقد أوضحت النتائج أن هناك اتفاق حول استجابات الباحثين اتجاه تأثير أساليب الضبط التي يتبعها الأفراد على منصة إكس (X) على رأس مالمهم الاجتماعي، حيث اشتمل هذا البعد على سبعة عبارات، أربعة عبارات تضمنت تأثير إيجابي، في حين مثلت ثلاثة عبارات التأثير السلبي، وحصلت أغلب العبارات على درجة اتجاه متوسط، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه العبارات ما بين (1,75 و 2,66).

حيث حظيت كافة العبارات ذات التأثير الإيجابي على موافقة المبحوثين بنسب مرتفعة، حيث جاءت العبارة " أشعر بالرضا عن نفسي عندما أتجاهل سخرية الآخرين بتويتر " على نسبة موافقة 73% من المبحوثين ، و بمتوسط حسابي بلغ (2,66) وباتجاه عام مرتفع، كما حصلت عبارة: " أشعر بالرضا عن نفسي عندما استخدام خاصية الحظر ولإبلاغ ضد الحسابات التي تسئ إلي الدين وقيم المجتمع " على ذات النسبة من الموافقة ، و بمتوسط حسابي (2,63) وباتجاه عام مرتفع، فيما جاءت العبارة " شجعتني تجاهل الكثير من المستخدمين الردود المسيئة بتويتر على أن أكون متسامحاً مع الآخرين بالواقع " بالمرتبة الثالثة من بين العبارات الإيجابية بنسبة موافقة 51% من المبحوثين ، و بمتوسط حسابي قدره (2,42) وباتجاه عام مرتفع، كما حصلت عبارة" دفعني متابعة بعض أفراد أسرتي لحسابي بتويتر إلى اعتياد تجنب التلفظ بالكلمات البذيئة في حياتي اليومية" على نسبة موافقة قاربت 50% من المبحوثين ، و بمتوسط حسابي قدره 2.28 ، واتجاه عام متوسط.

وفي المقابل، حصلت جميع العبارات ذات التأثير السلبي على عدم موافقة المبحوثين بنسب مرتفعة ، حيث تصدرت عبارة " على الرغم من تجاهلي للإساءات التي أتعرض لها بتويتر إلا أنني أشعر في كثير من الأحيان بأن هناك من يريد إيذائي " تلك العبارات ، حيث حصلت على عدم موافقة ما يزيد على 45% من المبحوثين ، بمتوسط حسابي قدره (1,75) واتجاه عام متوسط ، كما جاءت بعد ذلك عبارة" أشعر بأن رأئي وأفكاري لا تعجب الآخرين بتويتر عندما اكتشف أن أحدهم حطرنى بتويتر بدون سبب " بنسبة عدم موافقة 43% و بمتوسط عام قدره (1,81) ، واتجاه عام متوسط.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الجابري وآخرون Al jabri et al (2015) والتي أظهرت ان تويتر ساهم في إشباع احتياجات المستخدمين النفسية كتقدير الذات والرضا عن النفس، كما اتفقت مع دراسة هيثم مؤيد 2016م والتي خلصت إلى أن تويتر عزز قيم التسامح والانتماء للوطن لدى المستخدمين.

*محور تأثير العلاقات المتشكلة عبر تويتر على رأس المال الاجتماعي:

جدول رقم(4-5) التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والاتجاه العام وقيمة اختبار T على محور العلاقات المتشكلة عبر تويتر

الفقرات	النسب التكرارات	غير موافق	محايد	موافق	المتوسط الحسابي	الاتجاه العام	اختبار T
ساهم تعرفي على بعض زملاء التخصص بتويتر بتوسيع شبكة علاقاتي الاجتماعية	ك	73	85	246	2.45	مرتفع	9.916**

			60.8	21.0	18.1	%	
**7.260	متوسط	2.29	208	106	90	ك	من خلال تويتر تعرفت على العديد من الأشخاص الذين يتوافقوا مع ميولي الرياضية
			51.5	26.2	22.3	%	
**6.171	متوسط	2.25	190	123	91	ك	تنتهي علاقتي مع الآخرين بتويتر بمجرد انتهاء التواصل معهم
			47.0	30.4	22.5	%	
**5.029	متوسط	2.20	178	129	97	ك	أحرص على التفاعل مع ما ينشره أفراد أسرتي على تويتر
			44.1	31.9	24.0	%	
**2.811	متوسط	2,12	179	95	130	ك	دفعني استغلال بعض الأفراد تويتر في بناء علاقات من أجل النصب والاحتيال على الآخرين إلى التردد في مساعدة المحتاجين بالواقع
			44.3	23.5	32.2	%	
0.297	متوسط	1.99	139	121	144	ك	دفعني انتشار الأسماء الوهمية بتويتر إلى تجنب تبادل الأحاديث الودية والمزاح مع كثير ممن أقابلهم بالأماكن العامة
			34.4	30.0	35.6	%	
-1.175	متوسط	1.95	135	114	155	ك	أعتمد على أصدقائي بتويتر عندما احتاج إلى مساعدة
			33.4	28.2	38.4	%	
** 8,1	متوسط	2.17					محور العلاقات المتشكلة عبر تويتر

** جميع الفروق بين استجابات الباحثين على محور العلاقات المتشكلة عبر تويتر ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية (0,001) ماعدا العبارتين: (دفعني انتشار الأسماء الوهمية بتويتر إلى تجنب تبادل الأحاديث الودية والمزاح مع كثير ممن أقابلهم بالأماكن العامة) حيث بلغت مستوى معنوية الفروق (0,76) < (0,05) وعبارة (أعتمد على أصدقائي بتويتر عندما احتاج إلى مساعدة) والتي بلغت مستوى معنوية (0,24) < (0,05).

يظهر من بيانات الجدول السابق رقم (4-5) أن استجابات الباحثين على البعد الخاص بمحور تأثير العلاقات التي يشكلها الأفراد عبر تويتر على رأس مالهم الاجتماعي جاءت باتجاه عام متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (17.2) من 3 وهذا المتوسط يقع في الفئة الثانية من المقياس المتدرج الثلاثي والتي تبدأ من 1,68 وتنتهي عند 2,32، وهي الفئة التي تشير على اتجاه عام متوسط على أداة الدراسة .

وقد أظهرت النتائج أن هناك تباين في استجابات المبحوثين اتجاه العلاقات التي يشكلها الأفراد عبر تويتر على رأس مالهم الاجتماعي، حيث اشتمل هذا البعد على سبعة عبارات، أربعة عبارات تضمنت تأثير إيجابي، في حين جاءت ثلاثة عبارات لتمثل التأثير السلبي ،وحصلت أغلب العبارات على درجة اتجاه متوسط، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه العبارات ما بين (1,95 و 2,45).

حيث حظيت ثلاثة عبارات من العبارات ذات التأثير الإيجابي على موافقة المبحوثين بنسب مرتفعة، حيث تصدرت العبارة " ساهم تعرفي على بعض زملاء التخصص بتويتر بتوسيع شبكة علاقاتي الاجتماعية " على نسبة موافقة قاربت 61% من المبحوثين ، و بمتوسط حسابي بلغ (2,45) وباتجاه عام مرتفع، تلتها العبارة: " من خلال تويتر تعرفت على العديد من الأشخاص الذين يتوافقوا مع ميولي الرياضية " على نسبة من موافقة 52% من المبحوثين ، وبمتوسط حسابي (2,29) وباتجاه عام متوسط، فيما جاءت العبارة " أحرص على التفاعل مع ما ينشره أفراد أسرتي على تويتر " بالمرتبة الثالثة من بين العبارات الإيجابية بنسبة موافقة 44% من المبحوثين ، وبمتوسط حسابي قدره (2,20) وباتجاه عام متوسط.

وفي المقابل، أظهرت النتائج انقسام المبحوثين حول العبارات التي تحمل تأثير سلبي، فتوزعت الآراء بين الموافقة وعدم الموافقة، حيث وافق ما نسبته 44% من المبحوثين على عبارة" دفعني استغلال بعض الأفراد بتويتر في بناء علاقات من أجل النصب والاحتيال على الآخرين إلى التردد في مساعدة المحتاجين بالواقع" في مقابل عدم موافقة 32% على العبارة، كما توزعت آراء المبحوثين اتجاه العبارة" دفعني انتشار الأسماء الوهمية بتويتر إلى تجنب تبادل الأحاديث الودية والمزاح مع كثير ممن أقابلهم بالأماكن العامة" ما بين 36% عدم موافقة، في مقابل 34% من الذين وافقوا على العبارة، في حين وافق ما نسبته 47% من المبحوثين على عبارة" تنتهي علاقاتي مع الآخرين بتويتر بمجرد انتهاء التواصل معهم" بمتوسط حسابي قدره 2,25 وباتجاه عام متوسط، وقد اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ماهر عبدالعال الضبع (1436هـ) والتي خلصت إلى أن الأقارب يمثلون الفئة الرئيسية التي يتواصل معها أفراد العينة عبر الانترنت، وتمثل قضاء وقت الفراغ، وإقامة علاقات جديدة ، وصلة الرحم أهم الأغراض لإقامة علاقات افتراضية عبر الانترنت.

ملخص لنتائج الدراسة:

- أثرت طرق تقديم الذات التي يتبعها أفراد المجتمع السعودي على منصة إكس(X) على رأس مالهم الاجتماعي بشكل إيجابي من خلال توسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية من جانب، وتقويتها من جانب

العلاقات القائمة بين الأفراد في حياتهم الواقعية، كما أنها في ذات الوقت أثرت بشكل سلبي على رأس مالهم الاجتماعي من خلال خفض مستوى ثقتهم بأفراد المجتمع المحيطين بهم.

● أثرت التفاعلات الكتابية التي تحدث بين أفراد المجتمع السعودي على منصة إكس (X) بشكل إيجابي على رأس مالهم الاجتماعي، من خلال فتح نافذة لهم في المشاركة المجتمعية عن طريق المشاركة في التبليغ عن كل ما يمس أمن الوطن وقيم المجتمع، وتحقيق الامن والاستقرار الاجتماعي للمجتمع، في حين اقتصر تأثيرها السلبي على إثارة مشاعر الغضب لدى الأفراد بصورة مستمرة، الأمر الذي انعكس سلباً على مستوى رضاهم عن حياتهم.

● تباين تأثير القيم السائدة بمنصة إكس (X) على رأس المال الاجتماعي لأفراد المجتمع السعودي بين الإيجاب والسلب، حيث أظهرت النتائج أن القيم السائدة على منصة إكس (X) قد ساهمت في نمو وتعزيز رأس المال الاجتماعي من خلال تعزيز مشاركتهم الاجتماعية، وتقوية علاقاتهم بأفراد أسرهم، بينما أثرت سلباً على رأس المال الاجتماعي من خلال خفض مستوى ثقتهم الاجتماعية بأفراد المجتمع المحيطين بهم، ومن خلال إثارة المشاعر السلبية كتأنيب الضمير ولوم الذات، مما أثر سلباً على مستوى رضاهم عن حياتهم.

● عززت أساليب الضبط التي يتبعها أفراد المجتمع السعودي على منصة إكس (X) من نمو وتراكم رأس مالهم الاجتماعي، من خلال مساهمتها في رفع مستوى رضاهم عن ذواتهم، وتعزيز قيم التسامح مع الأفراد المحيطين بهم في واقعهم الاجتماعي، كما ساهمت في تحسن جودة علاقاتهم الاجتماعية بالآخرين من خلال تعويدهم على تجنب السلوك اللفظي العنيف في تعاملهم مع الآخرين.

● أفضت العلاقات المتشكلة بين الأفراد على منصة إكس (X) إلى تأثيرات إيجابية على رأس مالهم الاجتماعي، من خلال مساهمتها في بناء علاقات تواصلية وتبادلية بين أفراد المجتمع السعودي، بتوسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية، وتقوية علاقتهم الاسرية من خلال متابعة وتفاعل أفراد الاسرة المتباعدين مكانياً مع بعضهم البعض.

التوصيات والمقترحات:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة فإنها توصي بما يلي:

1-توصي الدراسة الجمعيات الخيرية وأقسام التطوع المتوزعة في الجهات الحكومية للاستفادة من تويتر وما يسود عليه من قيم إيجابية بين المستخدمين كالتعاون وتشارك المعرفة، واستخدامه في نشر ثقافة التطوع

وجذب المتطوعين من الشباب والفتيات للالتحاق بالفرص التطوعية، من خلال إنشاء حسابات موثقة لها بتويتر واعتمادها كمنصة للإعلان عن الفرص التطوعية وتوظيفه كحلقة تواصل مباشرة تسهم في عملية الربط والتنسيق بين تلك الجهات والأفراد الراغبين بالتطوع.

2- قيام وزارة الإعلام بالتعاون مع أقسام الإعلام المتوزعة في الجامعات السعودية بعقد مؤتمرات وندوات علمية تناقش أساليب توظيف تويتر في صناعة وإثارة قضايا الرأي العام، والخروج بمقترحات تسهم في توجيه دفتها لصالح استقرار المجتمع وتميمته.

3- دعوة الهيئة العامة لتنظيم الإعلام إلى التنسيق مع القائمين على تويتر، وإلزامهم بالربط بين فتح حساب بتويتر ورقم الهاتف الشخصي الجوال، وتفعيل التسجيل فيه بعد إرسال رسالة نصية على الجوال الشخصي للفرد الراغب بفتح الحساب، بما يحد من حالات انتحال الحسابات على تويتر.

كما تقترح الدراسة ما يلي:

-إجراء دراسات نوعية مماثلة لهذه الدراسة، تسلط الضوء على تأثير ما يحدث في صفحات وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، والتي تلقى إقبالاً من أفراد المجتمع السعودي خصوصاً فئة الشباب مؤخراً كموقعي (السناب شات، والتيك توك) على رأس المال الاجتماعي.

- إجراء دراسة حول تأثير ظاهرة انتحال حسابات الشخصيات السعودية بتويتر على الثقة الاجتماعية.

-إجراء دراسة تستقصي حركة الفكر النسوي على تويتر وتناقش أبعاد تأثيره على الأسرة السعودية.

المراجع

بكير، محمد محمد عبده (2017) اتجاهات الشباب نحو تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد:17: 1-30 .

الجهني، عبدالرحمن جميل، و كتبائنه، إسماعيل خليل(2023) رسالة دكتوراه بعنوان تويتر كمكان ثالث لتفاعلات المجتمع السعودي، وتأثيره على رأس المال الاجتماعي، جامعة الملك عبدالعزيز :جدة).

الحسن، احسان محمد(2015) النظريات الاجتماعية المتقدمة: دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة، ط3، عمان: دار وائل للنشر.

دراحي، ابتسام(2020) تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري، مجلة المعيار، المجلد: 24، العدد: 50: 631-650.

رؤية المملكة 2030(2016) وثيقة الرؤية، تم الدخول بتاريخ 2021/3/21، من الموقع:

<https://vision2030.gov.sa/download/file/fid/422>

السروجي، طلعت مصطفى(2009) رأس المال الاجتماعي، القاهرة: مكتبة الإنجلو المصرية.

الشامي، علاء عبد الحميد (2013) مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المجلة العربية للإعلام والاتصال، عدد 10: 79-144.

الضبع، ماهر عبدالعال(1436) العلاقات الافتراضية بين الشباب في المجتمع السعودي: دراسة في الخصائص والمحددات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، العدد 15: 37-66.

مؤيد، هيثم جودة (2016) إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 6: 233-355.

ميرثي، ديراج(2014) تويتز: التواصل الاجتماعي في عصر تويتز، ترجمة: محمد عبدالحميد مهران، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية(2022) إنترنت السعودية 2022، تقرير إنترنت السعودية، المملكة العربية السعودية.

هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات(2021) تقرير إنترنت السعودية لعام 2021، هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، المملكة العربية السعودية.

الهيئة العامة للإحصاء (2019) تقرير خاص بمناسبة اليوم العالمي للشباب 2020، الرياض: مركز التحليل الإحصائي ودعم القرار.

وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات (2023) تقرير عن المحتوى الرقمي للأطفال والشباب في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، الرياض: مركز استشراف التقنية.

يحياوي، فاطمة، وفور، خديجة(2019) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية(الفيسبوك وتويتر نموذجاً، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، المجلد:9، العدد: 1: 106-120.

Agren ,Olof, On the Creation of Social Capital in Virtual community virtual :A Case Study, Department of Informatics, MUmeå University: Sweden.

Al-Jabri, Ibrahim M, Sadiq Sohail ,Nelson oly Ndubisi (2015) Understanding the usage of global social networking sites by Arabs through the lens of uses and gratifications theory ,Journal of Service management, vol.26,No. 4, pp 662-680.

AL-jenaibi, Badreya (2016) The Twitter Revolution in the Gulf Countries, Journal of creative communication, Vol.11(1) ,pp1-23 .

Christensen, Spencer Palmer(2018) Social Media Use and Its Impact On Relationships and Emotions, athesis of Master of Arts, School of communications, Brigham Young University,Brigham.

Coleman, James. S(1988) Social Capital and the Creation of Human Capital,AJS,Vol:94:p95-120.

John Field. Social Capital, 1st .Ed (London: Routledge,2003) , p.32.

Sajuria, Javier and VanHeerde,Jennifer and Hudson, David and Dasandi, Niheer and Theocharis,yannis(2015) Tweeting alone?An analysis of bridging and bonding social capital in online networks ,American politics research.