

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي
**استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي (سناپ شات)
وتأثيره على القيم الأخلاقية**

(دراسة تطبيقية على عينة من الشباب السعودي بالمنطقة الشرقية 2023م)

**The Use of Social Networks by Saudi Youth (Snapchat)
and its impact on moral values
(an applied study on a sample of Saudi youth in the Eastern
Province 2023)**

د. فلاح عامر الدهمشي*

Dr. Falah Amer Aldahmashi

DOI: [10.52981/cs.v8i1.3041](https://doi.org/10.52981/cs.v8i1.3041)

المستخلص:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدامات الشباب السعودي بالمنطقة الشرقية لشبكات التواصل الاجتماعي (سناپ شات) وتأثيره على القيم الأخلاقية لديهم، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وتكون مجتمع الدراسة من الشباب السعودي ضمن الفئة العمرية من (20) إلى (40) سنة، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في (400) مفردة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: أن معظم أفراد عينة الدراسة يقضون من (ساعة إلى ساعتين يومياً) في استخدام تطبيق السناپ شات بنسبة مئوية بلغت 29.3%. بينما جاءت قيمة (مساعدة الآخرين) في مقدمة القيم الأخلاقية التي يتناولها تطبيق "سناپ شات" من وجهة نظر الشباب السعودي، وذلك بنسبة مئوية بلغت 50.5%. وتعد القضايا (الاجتماعية) من أبرز القضايا التي يتفاعل معها الشباب السعودي عينة الدراسة على تطبيق "سناپ شات" حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة 74.8%. توجد هناك العديد من التأثيرات الإيجابية لتطبيق السناپ شات في تعزيز القيم الأخلاقية لديهم ومن أبرز تلك التأثيرات حرص الشباب على التأكد مما يتم نشره قبل المشاركة مع الأصدقاء. وعلى الجانب الآخر هناك بعض التأثيرات السلبية منها: سهولة القيام بأمور غير مقبولة أخلاقياً ودينياً على السناپ شات. كما

* أستاذ مشارك بقسم الاتصال والإعلام بكلية الآداب جامعة الملك فيصل - الإحساء - المملكة العربية السعودية.

توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب السعودي ممن يستخدمون تطبيق سناب شات في تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم وفقاً لمتغير العمر، المؤهل الدراسي، وأوصت الدراسة بضرورة وجود رقابة مجتمعية لتطبيق سناب شات من أجل تعزيز القيم الإيجابية والأخلاقية لدى الشباب، وسن قوانين للرقابة على المضامين، وكذلك توعية الشباب بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي وحثهم على الحد من استخدامها.

الكلمات المفتاحية: الشباب السعودي - مواقع التواصل الاجتماعي - سناب شات - القيم الأخلاقية.

Abstract:

The study aimed to reveal the uses of Saudi youth in the eastern province for social networking (snap chat) and its impact on their moral values. Questionnaire has been distributed among 400 respondents, ranging in age from 20 years old to 40 . The study has conclusive findings: 29.3% of the respondents spent 1-2 hours per day using snap chat, according to their view point the value of helping other is ranked as the top priority moral value issue that is supposed to be circulated by snap chat application. With a percentage approaching 74.8% , social issues are viewed as most crucial issues to share among Saudi youth Via snap chat . The study identified numerous positive effects of snap chat use on strengthening social values. Prominent example here is the insistence of youth to check the content before sharing it with friends. On the other hand, there are some negative consequences on using snap chat, such as the inclination to practices that are religiously and morally forbidden. According to the study, there are statistically significant differences in the quantity and kind of Saudi youth who use snap chat application concerning moral values, based on age and academic qualification. The study emphasized the necessity of social censorship to control snap chat application's abuse. Furthermore, making restrictive laws and educate the youth about the negative effect of such networking platform.

Keywords: Saudi youth - social networking sites - Snap chat - moral values.

إن التطورات التكنولوجية الحديثة التي شهدتها العالم في النصف الثاني من القرن الماضي، أحدثت نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال والتواصل بين الشعوب، مما جعل عملية التغيير أمراً حتمياً، حيث انتشرت شبكة الإنترنت في أرجاء العالم كافة، وربطت أجزاءه المترامية سويًا، وظهر لدى الفرد مفهوم القرية الكونية الصغيرة التي تختفي فيها عناصر الزمان والمكان والمسافات والحدود، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات. ويلعب الاتصال دوراً محورياً بين الأشخاص، فالإنسان بطبيعته اجتماعي، ولا يستطيع العيش بمنأى عن التواصل مع المحيطين به في المجتمع الواحد، أو العديد من المجتمعات، فالانفتاح على ثقافة الآخر وتكوين روابط اجتماعية مختلفة وعلاقات جديدة تحكمها معايير ومبادئ معينة تستند فيها على قيم أخلاقية تربط العلاقات الاجتماعية وتضبطها، وتساهم إلى حد ما في تنظيم العلاقات بين الناس خصوصاً مع التطورات الحاصلة في المجال التكنولوجي، إذ شهد الاتصال تحولات جوهرية ساهمت في تعزيز التواصل، بالتزامن مع بروز التطبيقات التفاعلية التي تتيح للمستخدمين المشاركة الديناميكية للمحتوى الرقمي. لقد وجدت كل الفئات العمرية ضالتها في شبكات التواصل الاجتماعي وخير دليل على ذلك زيادة مرتادي تلك الشبكات، فقد ترتب على انتشار شبكات التواصل الاجتماعي تزايداً مطرداً في استخدامها، حتى وصل عدد المستخدمين حوالي 4 ملايين، وهو ما بينه التقرير العالمي سنة 2012 حيث أشار إلى أن الجزائر تحتل الترتيب الرابع عربياً بعد كل من مصر والسعودية والمغرب وخلال فترة لم تتجاوز أربعة سنوات تضاعف عدد المستخدمين لهذه الوسائط⁽¹⁾. وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشاراً في الوقت الحاضر، لما تمتلكه من خصائص ومميزات عن المواقع الإلكترونية، مما شجع متصفحها

الإنترنت من مختلف أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها على الدوام⁽²⁾.

وتعد القيم من الموضوعات التي تقع في دائرة اهتمام العديد من التخصصات كالفلسفة، والدين، والتربية، والاقتصاد، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، وهذه الأهمية التي تكتسبها هذه الميادين تترك المجال واسعاً للبحث والجدل القائم بين هذه التخصصات، حيث تنتهج أساليب علمية موضوعية مختلفة في تحديدها، وقياسها وإبراز أبعادها، من حيث إنها تمس وتخص الفرد⁽³⁾. وكما أشار الزيود فإن القيم واحدة من القضايا التي دار حولها جدل كبير نتيجة المستجدات في العصر الحديث، ولاسيما مع تنامي موجات العولمة.

والشباب هم عماد كل أمة وسبيل نهضتها، وهم القوة البناءة في سلمها، ووقود دفاعها عن نفسها، وفي مقابل ذلك هم الهدف الذي يصبو الأعداء سهام مكرهم للنيل منه، وأسلحتهم في ذلك ووسائلهم متعددة، وأهمها وأخطرها الإعلام ووسائله⁽⁴⁾.

وأكدت العديد من الدراسات في مجال الإعلام والاتصال فاعلية شبكات الاتصال الاجتماعي في التحول الديمقراطي والتغيير الاجتماعي والتعبير عن الهويات السياسية والاجتماعية. ومن هنا برزت الأهمية للوقوف على القيم الأخلاقية والتربية وتنميتها لدى الشباب⁽⁵⁾.

مشكلة الدراسة:

يعدّ «سناپ شات» أحد أهم تطبيقات التواصل الاجتماعي ضمن قائمة أكثر التطبيقات استخداماً في السعودية، فهو تطبيق لا يحتاج إلى تعريف خاصة بين المستخدمين السعوديين، الذين يفضلون هذا التطبيق في التواصل الاجتماعي أكثر من غيره من التطبيقات. واستطاع التطبيق أن يستحوذ على قاعدة جماهيرية كبيرة وضخمة في المملكة منذ انطلاقه في 16 سبتمبر من

العام 2001م وتقوم فكرة تطبيق سناب Snap chat على توثيق اللحظة من خلال مقاطع الفيديو المبتكرة ولقطات الصور الجذابة باستخدام مجموعة هائلة من الفلاتر التي يمكن للمستخدم إضافتها إلى صور ومقاطع الفيديو الخاصة به، ومن ثم إرسال ومشاركتها مع الأصدقاء والمتابعين وكذلك إمكانية تداولها خاصة فيما يتعلق بفئة الشباب التي تمثل بدورها فئة اجتماعية لها خصائصها من خلال مجموعة من السمات الديموغرافية الاجتماعية والأخلاقي⁽⁶⁾ دوراً كبيراً في الحفاظ وتلعب القيم الأخلاقية على ثوابت ومعتقدات أي مجتمع، وتجعله يتكيف ويتوافق مع أعضاء الجماعة لتحقيق الرضا النفسي، فكثيراً ما تساهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تكوين هذا النوع من القيم لكن على الرغم من ذلك نشأت مؤسسات أخرى فرضتها الظروف والتطورات التكنولوجية الحديثة - سناب شات - للعب هذا الدور وغرس مفاهيم أخلاقية قيمة ما قد تؤثر على المرجعية الثقافية والذوق الأخلاقي العام للعديد من المجتمعات.

تساؤلات الدراسة: وبناء على ما سبق تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيس التالي: ما مدى استخدام الشباب السعودي لسناب شات وعلاقته بتعزيز القيم الأخلاقية لديهم؟

وينبثق من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية منها:

1- ما معدل استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي (سناب شات)؟

2- ما مفهوم القيم الأخلاقية لدى الشباب السعودي؟

3- ما القيم الأخلاقية التي يتناولها سناب شات؟

4- ما أهم القضايا التي يتفاعل معها الشباب السعودي عبر سناب شات؟

5- ما التأثيرات الإيجابية المترتبة على استخدام الشباب السعودي لسناب شات

في تعزيز القيم الأخلاقية؟

6- ما التأثيرات السلبية المترتبة على استخدام الشباب السعودي لسناب شات في تعزيز القيم الأخلاقية؟
أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة؛ كونها تتناول موضوعاً حديثاً نسبياً لم يتم إشباعه بالدراسات العلمية لاسيما المحلية، وتجدد محتوى وأدوات مواقع التواصل الاجتماعي؛ فإننا بحاجة إلى دراسات مستمرة ومتجددة لرصد جوانب التأثير الناجمة عن استخدامها.

والأهمية الخاصة التي حظي بها السناب شات كأحد قنوات التواصل الاجتماعي نظراً للنجاح الكبير الذي حققه في جذب انتباه الشباب له، وبخاصة الشباب السعودي، الإلمام بأحد القضايا المجتمعية المهمة والتي تتمثل في ضرورة الاهتمام والنظر لمحتوى سناب شات فيما يخص تعزيز القيم الأخلاقية، وإلقاء الضوء على مدى إمكانية الاستفادة من سناب شات في تعزيز القيم الأخلاقية، ومعرفة مدى اكتساب الشباب السعودي القيم الأخلاقية من خلال سناب شات والحسابات التي يقومون بمتابعتها والتواصل من خلالها، والتوظيف الأمثل للسناب شات كأحد قنوات التواصل الاجتماعي في إحداث التفاعل الإيجابي بين الشباب، ونوعيته، وانعكاساته على القيم الأخلاقية.

أهداف الدراسة: يتمثل الهدف الرئيس في بيان دور سناب شات في تعزيز القيم الأخلاقية لدى الشباب السعودي وتتمثل الأهداف الفرعية على النحو التالي:

- 1- التعرف على معدل استخدام الشباب السعودي لسناب شات.
- 2- توضيح مفهوم القيم الأخلاقية لدى الشباب السعودي.
- 3- تحديد القيم الأخلاقية التي يتناولها سناب شات.
- 4- التعرف على مشاركة الشباب السعودي وتفاعلهم مع الموضوعات التي يتابعونها من خلال سناب شات.

5- بيان التأثيرات الإيجابية المترتبة على استخدام الشباب السعودي لسناب شات في تعزيز القيم الأخلاقية.

6- بيان التأثيرات السلبية المترتبة على استخدام الشباب السعودي لسناب شات في تعزيز القيم الأخلاقية.

فروض الدراسة:

1- هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لسناب شات وتعزيز القيم الأخلاقية.

2- هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب السعودي لسناب شات والإشباع المتحققة منه.

3- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب السعودي لسناب شات وفقاً لخصائصهم الديموغرافية: (الجنس - العمر - المؤهل).

4- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباع الناتجة عن استخدام الشباب السعودي لسناب شات وفقاً لخصائصهم الديموغرافية: (الجنس - العمر - المؤهل).

نوع ومنهج الدراسة:

المنهج الوصفي التحليلي لمناسبتة لهذه الدراسة في وصف الوقائع والممارسات التي سادت في تطبيق هذا المنهج، من جمع بيانات وتحليلها وصولاً إلى تفسير البيانات، واستخلاص النتائج وتوجيهها نحو أهداف الدراسة. نوع الدراسة: وصفية تحليلية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسح الإعلامي على عينة من الشباب السعودي.

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب السعودي بالمنطقة الشرقية، حيث أجريت الدراسة على الشباب السعودي بالجامعات السعودية بالمنطقة

الشرقية، تطبيقاً على جامعتي الملك فيصل بالاحساء، وجامعة الإمام عبدالرحمن بالدمام.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من عينة عشوائية بسيطة قوامها (400) مفردة من الشباب السعودي المستخدم لسناش بالمنطقة الشرقية.

مصطلحات الدراسة:

القيم الأخلاقية: مجموعة من المفاهيم والمبادئ والمعايير التي يؤمن بها المجتمع ويكتسبها الفرد، لمحاكمة أقواله وأفعاله، كما إنها المحركة لسلوكه والمتمثلة في مفاهيمه وسلوكياته واتجاهاته⁽⁷⁾.

السناش شات: سناش شات عرفها (Freyn, 2017) بأنه " تطبيق للشبكات الاجتماعية والوسائط المتعددة للجوال يتيح للمستخدمين مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والرسائل، والتي تختفي خلال فترة زمنية قصيرة"⁽⁸⁾.

الدراسات السابقة: وقف الباحث على عدد من الدراسات السابقة تناولت الموضوع من خلال محاور مختلفة أهمها أربعة محاور وهي:

المحور الأول: دراسات تناولت الشباب السعودي:

1- دراسة: ديبى بن عبد الله الديبى (2021م) هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الثقافي لدى الشباب الجامعي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام المسح الاجتماعي بالعينة لطلاب جامعة أم القرى النظرية والتطبيقية، وتكونت العينة من (363) مفردة، وتم إجراء دليل المقابلة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (36) مفردة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة ودليل مقابلة، وتوصلت الدراسة إلى: أن القوة النسبية لواقع استخدام الشباب اللغة الاتصال بوسائل التواصل الاجتماعي (72%)، كذلك القوة النسبية لدور وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها في تشكيل الصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي (74.3%)، أما تشكيل الوعي الثقافي

للشباب (77.7%)، وتحقيق الإنجاز الأكاديمي للشباب بقوة نسبية (78.2%)، مما يشير إلى قوة نسبية مرتفعة لتلك الاستجابات⁽⁹⁾.

2- دراسة: غادة مصطفى البطريق (2020م) هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين التماس الشباب الجامعي للمعلومات حول رؤية 2030م للمملكة العربية السعودية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وانعكاسات ذلك على مستوى إدراكهم لها. واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتكونت عينة عمدية حصرية قوامها (400) طالب، استخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى: أن الترتيب الأول مستوى الإدراك المتوسط للشباب الجامعي السعودي لرؤية 2030 للمملكة العربية السعودية بنسبة (57%)، يليه في الترتيب الثاني مستوى الإدراك المرتفع بنسبة (43%)⁽¹⁰⁾.

3- دراسة: مصعب إبراهيم السعيد (2020م) هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والأهداف المتحققة منها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من عينة عشوائية بسيطة قوامها (325) شاباً، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة في الحصول على المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى: أن عدم صناعة الشباب السعودي للمحتويات بفاعلية بلغت (62.5%)، أما الرد والتفاعل مع محتوى شبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط بلغ (72,2%)، ومدى متابعة محتوى الإعلام عبر وسائل التواصل الاجتماعي (التقليدية والرقمية)، أحياناً ما يتابعون محتوى الإعلام عبر الوسائل التقليدية (تلفزيون - راديو - صحافة ورقية) بنسبة (49.8%)، ومتابعة الأخبار بشكل شامل جاءت في المرتبة الأولى ضمن المحتويات التي يحرص الشباب السعودي على متابعتها في وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (50.46%)⁽¹¹⁾.

4- دراسة: فودة محمد علي (2020م) هدفت الدراسة التعرف على تأثير الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي) في نشر الثقافة الصحية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة في الحصول على المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى: أن (82.7%) من أفراد العينة يرون أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات عن كورونا هو موقع (تويتر)، ونسبة (40.3%) منهم يرون أنه موقع (الانستجرام). ونسبة (36%) منهم يرون أنه موقع (سناب شات)، ونسبة (34%) منهم يرون أنه موقع (الفيس بوك)⁽¹²⁾.

5- دراسة: عبد الوهاب مستور السلمي (2020م) هدفت الدراسة إلى التعرف على تحديد طبيعة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم المواطنة الرقمية لدى الشباب السعودي واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام أسلوب العينة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة، وتكونت عينة الدراسة من (400) شاب، وتوصلت الدراسة إلى: أن أكثر دوافع استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي هو الشعور بالوحدة، وكشفت الدراسة عن معارضة الشباب السعودي في مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين شعور المواطنة الكونية لديهم، وبينت الدراسة الإمبريقية أن استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي جعلهم يرفضون فكرة مظاهر التعصب القبلية والجهوية، مؤمنين أكثر بوحدة الوطن ولحمته⁽¹³⁾.

المحور الثاني: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي:

1- دراسة: ظافر أحمد القرني (2021م) هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة إسهام الجامعات السعودية في تعزيز قيم ومبادئ المواطنة الرقمية لدى طلابها من خلال تحليل جميع ما تم نشره على الصفحات الرسمية الإلكترونية للجامعات أو ما يسمى "بالموقع الرسمي للجامعة"، اعتمدت الدراسة على المنهج

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي

الوصفي التحليلي، واعتمد الباحث في تحليل الصفحات الإلكترونية للجامعات على بطاقة خاصة قام بإعدادها، ثم قام الباحث بتطبيقها في مسح الصفحات الرسمية للجامعات السعودية الحكومية على شبكة الإنترنت، البالغ عددها (30) جامعة، وتوصلت الدراسة إلى: تفوق ثلاثة من مبادئ المواطنة الرقمية على باقي المبادئ التسعة وهي المبدأ الأول "الاتصال الرقمي" والثالث "التواصل الرقمي" والخامس "اللياقة الرقمية" وذلك يجسد الاهتمام الكبير للجامعات السعودية بتعزيز عناصر هذه المبادئ لدى طلابها⁽¹⁴⁾.

2- دراسة: **محمود عبد الحميد هلال (2020م)** هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات وقيم طلبة الجامعات السعودية، استخدمت الدراسة المنهج المسحي الإحصائي، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (250) طالباً وطالبة، استخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، **توصلت الدراسة إلى:** أن لشبكات التواصل الاجتماعي تأثير مهم على اتجاهات وقيم طلبة الجامعات، وتتأثر اتجاهات وقيم الطلبة "الإناث" بصورة أكبر من الذكور بوسائل الاتصال الاجتماعي، وأن هناك تأثير لشبكات التواصل الاجتماعي على المجال الأخلاقي لطلبة الجامعات، وتبين أن أبناء القرية أكثر تأثراً من أبناء المدينة⁽¹⁵⁾.

3- دراسة: **وضحة أحمد المضاف (2020م) بعنوان:** هدفت الدراسة إلى تحديد إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، تكونت عينة الدراسة من (229) مفردة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، **وتوصلت الدراسة إلى:** أن المتوسط العام المستوى مؤشرات إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويتي المتمثلة بـ (المشاركة، ثم الاتصال، والتفاعل) جاء مرتفعاً، وقد بينت النتائج أيضاً أن المتوسط العام

لمستوى مؤشرات أبعاد تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة بـ (الولاء والانتماء - المساواة - الحقوق والواجبات - المشاركة في العمل الوطني) جاء مرتفعاً⁽¹⁶⁾.

4- دراسة: إيناس محمد الشيتي (2018م) هدفت هذه الدراسة لمعرفة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم طالبات جامعة القصيم، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي القائم على منهج المسح الاجتماعي لتحقيق أهداف الدراسة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة في الحصول على المعلومات، وتكونت عينة الدراسة من (300) طالبة تم اختيارهن بالطريقة العمدية، وتوصلت الدراسة إلى: أنه توجد علاقة ارتباط بين كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وبين متغير القيم ككل لدى الشباب، حيث ساعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كثيراً من الطالبات على اكتساب العديد من القيم الاجتماعية والمعرفية والمحافظة على القيم الدينية لديهن⁽¹⁷⁾.

المحور الثالث: دراسات تناولت سناب شات:

1- دراسة: هيثم عبد الرحمن العواد (2021) هدفت إلى معرفة أثر استخدام الإعلام الاجتماعي على حياة الفرد المجتمعية لدى الطالب الجامعي، عبر التعرف على أهم مواقع الإعلام الاجتماعي التي يستخدمها الطالب الجامعي وتشخيص الأسباب التي تدفع الطالب الجامعي إلى استخدام الإعلام الاجتماعي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع المعلومات، وتكونت عينة الدراسة من (200) طالب تم اختيارهم بشكل عشوائي، وتوصلت الدراسة إلى: أن الأسباب التي تدفع الطالب الجامعي إلى استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي، قد تلخصت في الحصول على المعلومات التي يريدها بسهولة ويسر وهي وسيلة سهلة للتواصل مع الأقارب والأصدقاء وأيضاً وسيلة للمرح والترفيه ومتابعة جميع الأنشطة والأحداث

المحيطة بالمجتمع وتتيح الفرصة لتبادل الآراء والأفكار حول شتى الموضوعات⁽¹⁸⁾.

2- دراسة: هيفاء العودان (2019م) هدفت الدراسة إلى تقديم أسلوب جديد وميسر في إنتاج مقاطع الفيديو التعليمية عن طريق تطبيق "سناب شات" بدلاً من استخدام البرمجيات المتخصصة للإنتاج، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وتكونت عينة الدراسة من (95) طالبة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى: أن تفضيل الطالبات لاستخدام تطبيق سناب شات في إنتاج مقاطع الفيديو التعليمية على البرمجيات المتخصصة للإنتاج وتعزي الباحثة ذلك لارتفاع المهارات التي يمتلكنها في استخدام هذا التطبيق⁽¹⁹⁾.

3- دراسة: أشواق شيتوي (2019)، هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالاغتراب الثقافي تطبيق (سناب شات) وسط الشباب الجامعي السعودي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي ، وتكونت العينة من (400) طالب وطالبة وتم اختيارهن بالطريقة العشوائية الطبقية، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى: أن مفردات العينة تتفق على وجود ظاهرة الاغتراب الثقافي بين الشباب الجامعي السعودي وذلك بنسبة (54.96%)، وأن (سناب شات) أسهم في انتشار مظاهر الاغتراب الثقافي بين الشباب الجامعي السعودي، حيث إن مظهر اللامعيارية هو الأكثر انتشاراً وتفسر الدراسة النتيجة أن المعتقدات والمواقف الأخلاقية المشتركة يعود إلى إحساس الشباب ومعاناتهم من ضعف العلاقات والتفاعلات الأسرية والتي تقوم بدورها بالضبط الاجتماعي وعدم اهتمام المؤسسات بطاقتهم واهتماماتهم حيث تشكل تلك المشكلات عوامل تحفز الشباب على تبني الكثير مما يغرسه سناب شات⁽²⁰⁾.

4- دراسة: أمل البدنة، هديل أبا الخيل (2018م) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ماهية تطبيق (سناپ شات) وخصائصه، ومستخدميه، ومصادر الأخبار فيه، باعتبار التطبيق وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي، واعتمدت الدراسة على أداة الملاحظة والتحليل، وتوصلت الدراسة إلى: أن التطبيق يحظى بجاهزية كبيرة من فئة الشباب، وأن (سناپ شات) استطاع أن يجذب شريحة الشباب لامتلاكه أدوات قوية مرنة تتواءم مع طبيعة الشباب المعتاد على التقنية، وتمكن التطبيق من جذب الوسائل الإعلامية الكبرى، وفرض محتوى مختلف ومحررين ذوي خصائص معينة⁽²¹⁾.

5- دراسة: نجلاء غشام العازمي (2017م) هدفت الدراسة إلى التعرف على آراء مستخدمي سناپ شات Snap chat من طلبة جامعة الكويت كل من الجانب الاجتماعي والتعليمي والديني والسياسي وعلاقته ببعض المتغيرات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (1971) طالباً وطالبة من جامعة الكويت تم اختيارهم بشكل عشوائي. واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى: أن تصورات الطلاب عن علاقة برنامج سناپ شات بالجانب الاجتماعي جاءت بدرجة تقدير عالية مما يدل على انتشار سناپ شات بينهم وتأثيره على الجانب الاجتماعي، وأن علاقة سناپ شات بالجانب التعليمي والديني والسياسي بدرجة تقدير متوسطة، ويشير ذلك إلى أن تأثير السناپ شات متوسط على أفراد عينة الدراسة في الجانب التعليمي والديني والسياسي⁽²²⁾.

المحور الرابع: دراسات تناولت القيم:

6- دراسة: صفاء علي رفاعي (2021م) هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على المواطنة الرقمية وتغير القيم في المجتمع المصري، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة الإلكترونية على عينة

عشوائية قوامها (720) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى: وجود تحول في القيم الاجتماعية والأخلاقية والتكنولوجية بالمجتمع المصري نتيجة للتحويلات التكنولوجية ولزيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصورها السلبية، مما يدل على وجود خلل وأزمة مواطنة رقمية داخل المجتمع المصري بصورة عامة، وبكلية التربية جامعة الإسكندرية بصورة خاصة⁽²³⁾.

7- دراسة عوض جدوع أحمد (2020م) هدفت هذه الدراسة إلى بيان الرؤية الإسلامية في أوجه استخدام تقنية شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة مدى خطورتها على المستخدمين لها، وتشخيص تأثيراتها الفكرية والأخلاقية على الأصول الدينية، والثوابت الإسلامية لدى المجتمع المسلم، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، استخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى: أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل العامل الأساس للتغيير للأفكار والأخلاق في المجتمع، لكنها أصبحت عاملاً خطيراً في تهيئة متطلبات زعزعة الأفكار والمعتقدات والقيم التي يقوم عليها المجتمع وذلك عن طريق بث الشبهات والشهوات والترويج لها عبر هذه المواقع الإلكترونية⁽²⁴⁾.

8- دراسة: فهد عائض القحطاني (2019م) هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (800) طالب وطالبة من جامعة أم القرى، استخدمت الدراسة أداة الاستبانة في الحصول على المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى: أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى يعزى لمتغير الجنس،

ومتغير عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل أقل من ساعة يومياً⁽²⁵⁾.

9- دراسة: أماني الغامدي، وضحي القحطاني (2019م) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم لدى الشباب السعودي، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وطبقت على عينة مكونة من (102) شاباً سعودياً، واستخدمت الاستبانة كأداة لها، وتوصلت الدراسة إلى: أن أكثر القيم تعزيزاً من وجهة نظر الشباب السعودي هي (القيم الترفيهية، والقيم الجمالية)، في حين حصلت باقي القيم على تقدير تعزيز متوسط وهي (القيم الدينية، القيم الاقتصادية، القيم الأخلاقية، القيم العلمية، القيم الشخصية). أنه مع زيادة عدد ساعات الاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي يكون هناك توقع بزيادة دور هذه الوسائل في تعزيز تلك القيم⁽²⁶⁾.

10- دراسة: عبد الرحمن رضوان، جميلة المطيري (2017م) هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع دور المجتمعات الافتراضية في تنمية القيم الأخلاقية، والمعوقات التي قد تحد من تفعيل هذا الدور من وجهة نظر طالبات جامعة القصيم، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي. وتكونت عينة الدراسة من (361) طالبة، استخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى: أن واقع دور المجتمعات الافتراضية في تنمية البعد الجمالي للقيم الأخلاقية تحقق بدرجة كبيرة جداً، إضافة إلى أن واقع دور المجتمعات الافتراضية في تنمية القيم الأخلاقية في بعدها الاجتماعي، والديني، والاقتصادي والسياسي والفكري كان متحققاً بدرجة كبيرة⁽²⁷⁾.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تنوعت المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة، فقد استخدمت غالبية الدراسات المنهج الوصفي (منهج الدراسة الحالية)، واختلفت دراسة (العودان، 2019م) حيث اعتمدت على المنهج التجريبي، أيضاً دراسة (البدنة وأبا الخيل، 2017م) استخدمت المنهج الكيفي.

1- تتشابه الدراسة الحالية مع دراسات المحور الأول في أنها اختارت الشباب السعودي لأنهم يمثلون الشريحة العظمى في المجتمع.

2- تتشابه الدراسة الحالية مع دراسات المحور الثاني في أنها فعلت مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر أيقونة عالمية في التواصل مع العالم الداخلي والخارجي.

3- تتشابه الدراسة الحالية مع دراسات المحور الثالث في أنها وظفت سناج شات كوسيلة للتأثير في مجالات عديدة (اجتماعية، دينية، ثقافية، اقتصادية، تعليمية).

4- تتشابه الدراسة الحالية مع دراسات المحور الرابع في إلقاء الضوء على القيم الأخلاقية والتي تمثل ركيزة في دعم الترابط المجتمعي.

5- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد محاور الدراسة، إعداد أدوات الدراسة، إثراء الإطار النظري للدراسة وذلك بالاستفادة من المراجع والأبحاث العربية والتي لها قيمة علمية كبيرة.

الإطار النظري:

مدخل الاستخدامات والإشباعات:

يمثل مدخل الاستخدامات والإشباعات محاولة تفسير طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام كمصدر مهم لإشباع حاجاتهم ومتطلباتهم، ووفقاً لهذا المدخل الذي ينظر إلى الجمهور على أساس أنه نشط وليس سلبياً، يستخدم الجمهور

وسائل الإعلام وليس العكس، أي أن الأفراد هم الذين يتحكمون في تعرضهم لوسائل الإعلام، فيقوم هذا المنهج على مبدأ أساس، هو أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم، ولإشباع حاجاتهم، مثلاً: البحث عن المعلومات، والتواصل الاجتماعي، والتعلم، والتنمية، ومن هنا يختار الأفراد من مضامين وسائل الإعلام ما يتناسب مع رغباتهم، وما يشبع حاجاتهم من الإعلام، والتسلية، والتعلم الاجتماعي، والمشاركة⁽²⁸⁾.

الافتراضات التي يقوم عليها مدخل الاستخدامات والإشباع:

1. الجمهور النشط: أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال؛ لتحقيق أهداف محددة، تشبع احتياجاتهم.
2. استخدام وسائل الإعلام لإشباع الاحتياجات؛ حيث يقوم الجمهور باستخدام وسائل الإعلام المختلفة؛ لإشباع حاجاتهم، وتحقيق أهداف محددة.
3. العوامل الاجتماعية والسيكولوجية؛ حيث تؤثر العوامل الاجتماعية والسيكولوجية، كالفروق الفردية، والظروف الاجتماعية، والميول الفردية في سلوك الجمهور الاتصالي.
4. التأكيد على أن الجمهور هو من يختار الرسائل التي تشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإعلام، وليست الوسائل هي التي تستخدم الجمهور.
5. المنافسة بين وسائل الإعلام؛ لتلبية احتياجات الجمهور، حيث تتنافس وسائل الإعلام؛ لجذب انتباه الجمهور، وإشباع حاجاته.
6. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال؛ وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

7. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
8. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

علاقة النظرية بالدراسة الحالية:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري والتطبيقي على نظرية الاستخدامات والإشباع لمعرفة دور (سناب شات) في تعزيز القيم الأخلاقية لدى الشباب السعودي وتساعد نظرية الاستخدامات والإشباع في صياغة فروض الدراسة الحالية لتحقيق أهدافها والوصول إلى نتائج علمية دقيقة حيث تفترض النظرية أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال؛ لتحقيق أهداف محددة، تشبع احتياجاتهم. ويستخدم الشباب (سناب شات) لتحقيق دوافعهم، كإرسال الصور وتسجيل مقاطع فيديو وخدمة الرسائل النصية الدردشة، بالإضافة إلى التواصل الاجتماعي، مثل: التهنة، وتبادل المشاعر بين الأصدقاء والمعارف ومتابعة بعض الحسابات، وتكون توقعات الشباب عند استخدام سناب شات هي الحصول على استجابات فورية على رسائلهم.

الإطار النظري للدراسة:

يُعد تطبيق (سناب شات) هو أحد وأهم برامج وسائل التواصل الحديثة، وقد أفاد مؤسس (سناب شات) (إيفان سبيجل) أن هناك أكثر من 100 مليون مستخدم للتطبيق يومياً، وقد ظهرت فكرة التطبيق عن طريق طالبين من جامعة ستانفورد في كاليفورنيا هما (إيفان سبيجل)، و"بوبي مورفي" وكان ذلك عام 2011م عندما كان زميله يتحدث عن صورة نشرها في أحد تطبيقات التواصل

الاجتماعي وقد ندم على نشرها بعد ذلك، فخرجت فكرة التطبيق عن إمكانية نشر رسالة بين أصدقائه وتختفي بعد ذلك، وقد أثارت الفكرة إعجاب الأفراد والشركات الكبرى الأمر الذي جعل شركة جوجل " تقدم مبلغ 4 مليار دولار لضمها لها ولكن قوبل طلبها بالرفض، والآن تبلغ قيمتها السوقية 12 مليار دولار⁽²⁹⁾.

ولقد أدى استخدام وسائل التواصل ومنها "سناب شات" إلى موجة كبيرة من التغييرات في سلوك المستخدمين وأسلوب الحياة، وخاصة في تطور استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في مجال التسويق، ويعتبر " سناب شات" من أبرز هذه الوسائل فقد أصبح الوجهة الأولى للمسوقين والمعلنين باستخدام طريقتين هما (Discover) وهو المعني بنشر الأخبار والثاني (Live) والذي يسمح بتغطية المهرجانات والاحتفالات، بالإضافة إلى الإعلان عن طريق المشاهير في سناب شات.

ومن الآثار السلبية لتطبيق "سناب شات" التأثير على المفاهيم والأفكار خصوصاً لقليلي الخبرة منهم، والتقليد الأعمى لبعض سلوكيات المشاهير، وإتباع الموضة العالمية التي تخالف القيم والتقاليد، وضعف التحصيل العلمي نتيجة الانشغال عن الدراسة.

مستخدمو تطبيق "سناب شات": يضم تطبيق سناب شات أكثر من 100 مليون مستخدم نشط يومياً من أنحاء العالم، ويشكل المراهقين نسبة (41) من الذين يستخدمون التطبيق بشكل دائم (Linnaen،2015)، ووفقاً لإحصائيات (BI) فمعظم المستخدمين التطبيق سناب شات هم من الإناث الذين تتراوح أعمارهم بين (13) (25) سنة، وخدمة "سناب تشات ديسكفر" تعطي الوسيلة الإعلامية للتواصل مع الجمهور الأصغر سناً⁽³⁰⁾.

وقد كشفت إحصائيات جديدة من شركة سناب شات أن المملكة العربية السعودية هي أكثر دولة في العالم تملك مستخدمين نشطين يومياً لتطبيق "سناب شات"، وذكرت الإحصائية أن عدد المستخدمين السعوديين يصل إلى (208) مليون مستخدم يومي للتطبيق يتفاعلون يومياً بالإضافة إلى (101) مليون من دولة الإمارات العربية المتحدة⁽³¹⁾.

تطور تطبيق سناب شات:

يتميز تطبيق سناب شات "بالتحديث السريع والمستمر وإضافة الخدمات بشكل يُزيد من مواصفاته وقدراته ومن أهم التحديثات التي أجريت عليه عام 2012م هي إمكانية حفظ للقطات التي قام بتصويرها المستخدم على جهازه، وفي عام 2013م وأضاف "سناب شات" ميزة أخرى وهي حكايتي، أو ما يعرف بـ (story) والتي تسمح للمستخدم بجمع لقطاته وعرضها لمدة (24) ساعة بشكل متواصل، وقد تم إضافة المحادثات الصوتية ومكالمات الفيديو عام 2014م، بالإضافة إلى تقديم أدوات جديدة لتخصيص الملصقات والتعديل عليها، أو الرسم بالفرشاة على اللقطات، وفي عام 2016م أتاحت "سناب شات" لصاحب الحساب بعمل صورة كرتونية مشابهة له بحيث يتم استخدامها كرمز للحساب، وتم تعديل أسلوب عرض اللقطات بحيث يعطي خيار المدة اللامتناهية للصور ولقطات الفيديو في عام 2017م، وبعد ذلك تم إضافة ميزة عمل المجموعات داخل التطبيق وإجراء المحادثات بين أعضاء المجموعة، وبعد نجاح تجربة السماح للمستخدمين بإنشاء المرشحات (filters) الخاصة بهم من خلال موقع "سناب شات" في بداية عام 2017م أصبح هذا الأمر ممكناً عبر التطبيق نفسه من خلال الهاتف الذكي بدون الحاجة لاستخدام أداة عبر الويب، وفي أواخر عام 2017م أطلقت الشركة ميزة استخدام الخرائط (Snap. Map) والتي يمكن من خلالها مشاهدة القصص في أماكن مختلفة من العالم، ومتابعة

تواجد الأصدقاء في حال تم تفعيلهم للخدمة وفي يوليو 2017م أضاف التطبيق إمكانية التحكم وتغيير الأصوات من خلال مرشحات للصوت، وإمكانية تغيير خلفيات اللقطات ووضع روابط بها.

سمات تطبيق سناب شات: ذكرت⁽³²⁾ بعض السمات التي يتميز بها "سناب شات"، ومنها:

1- تعد منصة سناب شات بنفس أهمية "الفيس بوك"، وتويتر" وبقية وسائل التواصل الاجتماعي، وتفرض استراتيجية خاصة للتعامل معها مثل بقية وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى. بين صغار السن وأرقام المشاهدات المرتفعة.

2- نجح سناب شات في جذب المشاهدين ويتضح ذلك من خلال شعبيته.
3- ميزة الفلاتر والمؤثرات والتي تتيح نشر الموقع الجغرافي من أماكن متعددة، وقد كشفت "سناب شات" أن وضع الفلاتر المخصصة للأحداث والمناسبات الخاصة ساهم في زيادة المستخدمين، ويتم تسعيرها بناء على المنطقة والمدة الزمنية، بالإضافة إلا أنه تتوفر فلاتر مجانية للأحياء والأماكن العامة.
بعض المميزات التي تميز تطبيق (سناب شات) دون غيره من وسائل التواصل الاجتماعي:

- 1- احتفاظه بالمادة المرئية المسجلة خلال 24 ساعة.
- 2- الاندماج والتفاعل مع أكثر من شخص في وقت واحد.
- 3- التفاعل مع الآخرين بالصوت والصورة ولا يحتاج للكتابة من خلاله.
- 4- الاستفادة من تجارب الآخرين والنجوم والمشاهير من معرفة أحداثهم اليومية.
- 5- التحدث المرئي والمباشر مع الآخرين.
- 6- عرض النشاط اليومي بإيجاز شديد.

سلبيات "سناپ شات": عدم حفظ اللقطات على الجهاز تلقائياً، قصر مدة عرض اللقطة في قصتي (24) ساعة، قصر مدة تصوير لقطات الفيديو والتي لا تتعدى (10) ثوان، عدم تمكن المتفرج من حفظ لقطات من عمل شخص آخر.

القيم الأخلاقية:

للقيم الأخلاقية أهمية كبيرة فالمحور الأساسي الذي تدور حوله هو الفرد، فالفرد كائن اجتماعي إنساني، فعند التحلي بالقيم الأخلاقية يصلح الفرد والمجتمع فهي تشكل الملامح الأساسية لضمير المجتمع ووجدانه، وفي تشكيل ضمائر أفراد المجتمع، وكذلك تهدف إلى تنظيم السلوك والحفاظ على وحدة الهوية الاجتماعية وتماسكها، فلقيم الأخلاقية أهمية كبرى وغير محدودة، إذ من خلال استخدام القيم الأخلاقية والحث عليها وتتميتها يمكن لأي مجتمع أن يتميز عن مجتمع آخر بالأخلاق الفاضلة.

تعريف القيم الأخلاقية:

هي قيم اجتماعية إنسانية، أي مجموعة من المبادئ تعمل على احترام الإنسان لنفسه والآخرين، كقيمة يتميز بها الإنسان وتكون الوازع النفسي الذي يمكنه من الانحراف عن الصلاح، وذلك بصياغة سلوكه وتصرفاته في إطار محدد يتفق وينسجم مع المبادئ والقواعد التي يؤمن بها أفراد المجتمع.

وكذلك هي معايير ومحددات سلوكية وثيقة من مصدر الشريعة الإسلامية تنظم علاقة المسلم مع ربه، ومع نفسه، ومع غيره، عن قناعة وعن اختيار في أي مجال من مجالات الحياة. يمكن تعريفها أيضاً هي مبادئ ومعايير منبثقة من القرآن الكريم والسنة النبوية لتنظيم سلوك الفرد.

خصائص القيم الأخلاقية:

- 1- إن لها وجوداً مستقلاً قائماً بذاته وأنها لا تخضع لأية حدود زمانية أو مكانية.
- 2- قيمة ذاتية تتعلق بطبيعة الفرد وتشمل الرغبات والميول والعواطف.

- 3- القيمة الأخلاقية صالحة لكل زمان ومكان لأنها ربانية.
- 4- القيمة كثيرة ومتنوعة يرجع ذلك إلى كثرة الحاجات الإنسانية، بمعنى أن وجود القيم بكافة أنواعها هو استجابة لحاجات الطبيعة الإنسانية وميولها العاطفية الاجتماعية.
- 5- تساهم وتساعد في تنظيم سلوك الفرد.
- 6- مطلقة وغير مشروطة بأي شرط، ولا تخضع لأيّة ظروف أو ملابسات.
- 7- القيم موضوعات مرغوبة، فهي ليست يرغب بها الناس ولكنها ما يريده الإنسان ليشكل رغباته⁽³³⁾.

ثالثاً: النسق القيمي في المجتمع السعودي:

يشكل النسق مجموعة من المصالح والأنشطة المرتبطة بعضها ببعض الآخر، ويتم تنظيم تفاصيلها ومظاهرها وفق ترتيب منسق يتميز بأداء منسجم في وحدة متكاملة، ويمكن تصور النسق على أنه نموذج من أفكار عامة كما هو الحال في الأنساق الاجتماعية الكبرى، كالنسق الأسري والنسق التربوي وغيرها من الأنساق، تميزها الأفكار والمعتقدات والقيم وما ينتج عن دوافعها النفسية من أنواع عديدة من السلوك تتبلور في عادات اجتماعية عامة متكررة، تتخذ أشكالاً شتى من الأعراف والتقاليد، وأساليب محددة من التعامل بين أفراد الجماعات والهيئات والمؤسسات وفق نظم اجتماعية وأخلاقية تميز مجتمع عن الآخر⁽³⁴⁾. خاصة بعدما شهدت الأعراف والقيم تغيراً سريعاً في الغرب خلال العقود العديدة الماضية نتيجة للثورات التقنية وتقدم المجتمع والدول الإسلامية التي تمر الآن بكثير من التغيرات المشابهة قد تتبع ويتوافقون مع تعبر القيم عن التفضيلات الإنسانية والتصورات لما هو مرغوب على مستوى أكثر عمومية⁽³⁵⁾.

وقد تأثرت الهوية القيمية للمجتمع السعودي كغيره من المجتمعات من خلال ما يلي:

1- العادات الاجتماعية: هي سلوك ملزم يدخل في تكوينها قيم دينية وعرفية، تجعل الأفراد يسبغون المجتمع ويتوافقون مع نظامه في المواقف الاجتماعية المختلفة.

2- التقاليد: وهي أحكام ثقافية محلية لا ترتبط بالمجتمع ككل وإنما بطائفة أو بيئة محلية محدودة النطاق، وهي أقل إلزاماً من العادات ولذلك لا تشكل عنصراً أساسياً.

3- الأعراف: وهي أحكام متفق عليها ونظام اجتماعي غير مكتوب يتكون من المعتقدات والأفكار المستمدة من فكر الجماعة وتراثها، كما أنها تشكل منظومة من المعايير الاجتماعية.

4- القيم: تعبر القيم عن التفضيلات الإنسانية والتصورات لما هو مرغوب على مستوى أكثر عمومية، والحقيقة التي يمكن الإشارة إليها هنا مع "بارسونز" أن نسبية القيم تؤسس بدورها لمنظومة أخرى من القيم، تكون فيها المجتمعات والثقافات المختلفة أرضية خصبة لبروز قيمة دون أخرى، فالقيم تحتاج إلى موجّهات وضوابط، فهذه القيم لا ينبغي لها أن تتصادم وتتصارع فهي عبارة عن تلك المبادئ الأساسية التي نعيش في ظلها مبنية لنا ما ينبغي عمله وما لا يجب عمله في علاقتنا مع البيئة، ومع من يعيش فيها من البشر⁽³⁶⁾.

رابعاً: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي "السناب شات" على القيم الأخلاقية للشباب السعودي:

عند الحديث عن مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي بوجه عام والسناب شات بوجه خاص في تنمية القيم الأخلاقية لدى فئات متنوعة من الشباب، فإن الباحث في إطار توضيحه لهذه العلاقة ينطلق مما ذكره⁽³⁷⁾ من أن القيم

الأخلاقية يتم تنميتها عبر عديد من الطرق والأساليب منها: القدوة الحسنة، والنمذجة، والتقليد، وأسلوب القصة، وأسلوب المحاضرة، والوعظ والإرشاد، بالإضافة إلى الطرق التلقينية، والمناقشة في مجموعات صغيرة، ومساعدة الشباب على طرح قضايا تحوي العديد من القيم وتنثير اهتمامهم وتدفعهم نحو التفكير ومناقشة هذه القضايا والوصول إلى قرارات نابعة عن قناعة تدفع الشباب إلى تبني ما اكتسبوه من قيم جديدة، وتأسيساً على ذلك يرى الباحث أن كل الطرق والأساليب التي تم الإشارة إليها يمكن ممارستها عبر تطبيقات الإعلام الجديد ومنها السناپ شات.

ومن خلال شبكات التواصل الاجتماعي "السناپ شات" كنموذج يمكن السماح للمستخدمين بطرح أفكار مرتبطة بالقيم ومناقشتها من قبلهم مناقشة واعية وعميقة، تنعكس بالإيجاب على سلوكياتهم، وعبر المدونات يمكن عرض مقالات ومعلومات متنوعة تصف القيم الأخلاقية الصحيحة، ومن خلال أدوات التدوين المصغر يمكن تقديم وعظ وإرشاد في شكل أحاديث وآيات قرآنية توضح أهمية القيم الأخلاقية.. وهكذا عبر تطبيقات الإعلام الجديد المتنوعة يمكن وضع المستخدم في حالة إثارة مستمرة نحو فهم وممارسة القيم الأخلاقية.

وتشير دراسة (الجمال 2013م)⁽³⁸⁾ إلى أن هناك ارتباط بين شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الأخلاقية، هذا الارتباط قد يكون بمثابة انعكاس إيجابي على القيم الأخلاقية، أو انعكاس سلبي، والعامل الحاسم في ذلك هو إدارة هذه التطبيقات إدارة منظمة بحيث يكون لها تأثيرات إيجابية على الطالب الجامعي، وفي هذا السياق يرى "هورستتاك"⁽³⁹⁾ أن شبكات التواصل الاجتماعي ومنها السناپ شات في تنمية القيم الأخلاقية من الأمور الضرورية حيث أن التطبيقات الاجتماعية بطبيعتها بيئة خصبة لمناقشة جميع القضايا الخلاقية التي قد تنعكس على سلوكيات المستخدمين، بل إن أهم ما يميز هذه التطبيقات هو

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي

إمكانية متابعة مساهمات المستخدمين وفحصها وذلك لتتبع مسارات القيم الأخلاقية الخاصة ومحاولة تصحيحها أولاً بأول.

وبالرغم من أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تخلو من المضامين الإيجابية التي تعمل على خدمة الأفراد والمجتمع وتعمل على تعزيز القيم والمبادئ، إلا أنها في ذات الوقت ساهمت في وجود حالة من الفوضى الأخلاقية وطمس القيم بسبب قلة الرقابة عليها وبسبب استخدامها من قبل العديد من الأشخاص غير المؤهلين أخلاقياً وثقافياً، فعلى الرغم من الخصائص التي تتميز بها شبكات التواصل الاجتماعي من حيث السرعة في الانتشار والتفاعلية، إلا أن خطورة هذه التطبيقات تكمن في الوقت ذاته في سرعة انتشار المقاطع والمحتويات الأخلاقية لدى الشباب الذين يتأثرون بها، وبالتالي تؤثر على مبادئهم وقيمهم بشكل سلبي.

فمن هنا لابد من وضع أسس وقوانين تحكم الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ومتابعة المضامين التي تؤثر على الشباب والمجتمع والقائمين عليها، للحفاظ على القيم الاجتماعية والدينية من الزعزعة، ومنع الشباب من الانجراف وراء كل ما هو بعيد عن الدين والعادات والتقاليد.

نتائج الدراسة الميدانية:

أدوات الدراسة: اعتمد الباحث على أداة الاستبانة في الحصول على المعلومات. وتم استخدام الاستبانة "Questionnaire" كأداة لجمع المعلومات وجاء تعريفها بأنها: "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال.

المعالجة الإحصائية للبيانات: استعان الباحث ببرنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم (SPSS) اختصاراً Statistical Package for the Social Sciences). وذلك لتحليل بيانات الدراسة.

خصائص عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية:

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
المؤهل	ثانوي	150	37,5%
	دبلوم	59	14,8%
	بكالوريوس	160	40,0%
	دراسات عليا	31	7,7%
المجموع			400
النوع	ذكور	200	50,0%
	إناث	200	50,0%
المجموع			400
السن	20 : 25 سنة	250	62,5%
	26 : 30 سنة	103	25,8%
	31 : 40 سنة	47	11,7%
المجموع			200

يتضح من الجدول السابق أن معظم أفراد عينة الدراسة حاصلين على مؤهل بكالوريوس بنسبة (40%) ويمثلون (160) مفردة، تليهم نسبة الحاصلين على مؤهل ثانوي بنسبة (37.5%) ويمثلون (150) مفردة، بينما بلغت نسبة الحاصلين على مؤهل دبلوم (14.8%) ويمثلون (59) مفردة، وأخيراً نسبة الحاصلين على دراسات عليا بنسبة (7.7%) ويمثلون (31) مفردة.

وتشير بيانات الجدول أيضاً بتساوي نسبة الذكور والإناث من المبحوثين وبلغت (50%) لكل منهم، ويمثلون (200) مفردة لكل فئة. بينما يتضح من الجدول أن معظم أفراد عينة الدراسة تقع أعمارهم في الفئة العمرية من (20: 25 سنة) بنسبة (62.5%) ويمثلون (250) مفردة، تليها الفئة العمرية من (26: 30 سنة)

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي

بنسبة (25.8%) ويمثلون (103) مفردة، وأخيراً من تقع أعمارهم في الفئة العمرية من (31: 40) سنة بنسبة (11.7%) ويمثلون (47) مفردة.

صدق وثبات أداة الدراسة:

أولاً: اختبار الصدق:

قام الباحث بعد إعداد استمارة الاستبانة بعرضها على الأساتذة المختصين والخبراء المحكمين في مجال الإعلام، وذلك للتأكد من صلاحية الاستمارة للتنفيذ واستبعاد المترادفات والتكرارات من الأسئلة وتحديد سلامة الصياغة اللغوية. وبناء على آراء المحكمين، تم التوصل إلى الصورة النهائية لها. كما تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي عن طريق حساب معامل ارتباط بيرسون في برنامج الحزم الإحصائية المستخدم في العلوم الاجتماعية "spss" بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قام الباحثون بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارة الاستبانة بالدرجة الكلية للمقياس بعد استبعاد قيمة هذا البند من الدرجة الكلية فجاءت قيم معاملات الارتباط الناتجة دالة عند مستوى 0.01 كما موضح بالجدول التالي:

جدول يوضح (2): معاملات الارتباط سبيرمان لصدق مقياس القيم الأخلاقية

المبارات	معاملات الارتباط	المبارات	معاملات الارتباط
1	**0,613	11	**0,588
2	**0,748	12	**0,782
3	**0,697	13	**0,615
4	**0,593	14	**0,568
5	**0,609	15	**0,517
6	**0,673	16	**0,635
8	**0,713	17	**0,556

د. فلاح عامر الدرمشي

9	**0.669	18	**0.5298
10	**0.607		

يتضح من خلال الجدول رقم (2) أن جميع عبارات مقياس (القيم الأخلاقية) مع الدرجة الكلية للمقياس جاءت دالة عند مستوى (0.01)، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط ما بين (0.517) (0.782) وجميعها معاملات ارتباط جيدة، وهذا يعطي دلالة على ارتفاع معامل الاتساق الداخلي، كما يشير إلى مؤشرات صدق عالية يمكن الوثوق بها في تطبيق أداة الدراسة الحالية.

ثانياً: الثبات:

وقد تم حساب معامل ثبات تأثيرات استخدام الشباب السعودي لتطبيق سناش على القيم الأخلاقية لديهم، من خلال عينة قوامها (400) مفردة، وذلك بعدة طرق مختلفة، فبحساب معامل ارتباط البعدين المكونين للمقياس مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للمقياس وفقاً لمعاملات الارتباط (جتمان - معامل ألفا كرومباخ).

جدول رقم (3): معامل ثبات لمقياس التأثيرات وأبعاده وفقاً لمعاملات الارتباط

(لجتمان - ألفا كرومباخ)

م	البعد	معامل ارتباط لجتمان	معامل ارتباط ألفا كرومباخ
1	إيجابية	0,887	0,881
2	سلبية	0,954	0,953
3	ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية	0,936	0,929

يتضح من الجدول السابق أن أبعاد مقياس تأثيرات استخدام الشباب السعودي لتطبيق (سناش) على القيم الأخلاقية لديهم، حققت معاملات ثبات على درجة معقولة ومقبولة علمياً.

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

لاستخراج نتائج الدراسة قام الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي (spss. V.21) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة، مثل:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- 3- تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.
- 4- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرقاً معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين على وجود فرق بينها.
- 5- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.
- 6- اختبار كا² لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي.
- 7- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2.
- 8- اختبار " Z Test " لدراسة معنوية الفرق بين نسبتيين مؤبوتين.
- 9- مجموعة الأوزان المرجحة.

نتائج الدراسة الميدانية:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدامات الشباب السعودي لسناب شات وعلاقته بتعزيز القيم الأخلاقية لديهم، وفي إطار منهج المسح تم ملء

د. فلاح عامر الدرمشي

استمارة الاستبانة بالمقابلة لعينة الدراسة وقوامها (400) مفردة، وتم مراعاة المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وقد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبانة بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت علي تحقق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

1- عدد ساعات التي يقضيها الشباب السعودي عينة الدراسة على تطبيق سناب شات:

جدول رقم (4): عدد ساعات التي يقضيها الشباب السعودي عينة الدراسة على تطبيق

سناب شات وفقاً للنوع

النوع		الذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
عدد الساعات							
من ساعة إلى ساعتين يومياً		65	32,5	52	26,0	117	29,3
خمس ساعات فأكثر		52	26,0	38	19,0	90	22,5
أقل من ساعة يومياً		35	17,5	44	22,0	79	19,8
من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات		25	12,5	32	16,0	57	14,2
من أربعة إلى خمس ساعات يومياً		23	11,5	32	17,0	57	14,2
الإجمالي		200	100	200	100	400	100

قيمة كا² = 7,630 درجة الحرية = 4 معامل التوافق = 0,137 مستوى الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة من يقضون (من ساعة إلى ساعتين يومياً) في استخدام تطبيق السناب شات جاءت في الترتيب الأول بنسبة (29.3%) ويمثلون (117) مفردة، يليها في الترتيب الثاني نسبة من يقضون (خمس ساعات فأكثر) بنسبة (22.5%) ويمثلون (90) مفردة، ثم نسبة من يقضون (أقل من ساعة يومياً) في الترتيب الثالث بنسبة (19.8%) ويمثلون (79) مفردة. بينما تساوت نسبة من يقضون (من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات)

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي

و(من أربعة إلى خمس ساعات يومياً) وجاءت في الترتيب الرابع بنسبة بلغت (14.2%) لكل منهما ويمثلون (57) مفردة لكل فئة.

ويفسر الباحث تلك النتيجة بأنها تشير إلى التعرض المتوسط للشباب السعودي عينة الدراسة في استخدام تطبيق السناپ شات، مما يقنن ويحد من تأثير هذا التطبيق عليهم بسبب قلة التعرض والاستخدام. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة غازي المدني (2019م) ودراسة الزيودي والشريف (2020م) ودراسة المشاري (2021م) ودراسة الغامدي والقحطاني (2019م) في تعرض الشباب السعودي الكثيف لمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك دراسة الشيتي (2018م) ودراسة البدنة وأبا الخيل (2018م). وذلك بسبب التطور التكنولوجي الهائل الذي دفع بالشباب إلى قضاء الكثير من الوقت على هذه الأجهزة الإلكترونية وما تحتويه من تطبيقات ومواقع إلكترونية اكتسبت منذ ظهورها بشعبية وجماهيرية وقوة جذب هائلة ومستمرة. واختلفت هذه النتيجة أيضاً مع دراسة ناصر (2020م) في كثافة تعرض الشباب السعودي للألعاب الإلكترونية عوضاً عن السناپ شات.

2- مفهوم القيم الأخلاقية من وجهة نظر الشباب السعودي عينة الدراسة:

جدول رقم (5): مفهوم القيم الأخلاقية من وجهة نظر الشباب السعودي عينة الدراسة

وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
المفهوم								
قيم سلوكية تقتضيها الفطرة والشرع	77	38,5	56	28,0	133	33,3	1,050	غير دالة
مجموعة من المبادئ والقواعد التي تنظم السلوك الإنساني	54	27,0	51	25,5	105	26,3	0,150	غير دالة
نظام متكون من المبادئ والمعاني السامية، المستنبطة من الكتاب والسنة	54	27,0	49	24,5	103	25,8	0,250	غير دالة

د. فلاح عامر الدرمشي

مجموعة من القيم التي تُسهم في بناء المنظومة الأخلاقية لدى الفرد ومعارفه وسلوكه	41	20,5	59	29,5	100	25,0	0,900	غير دالة
مجموعة من الأحكام الانفعالية النابعة من العقل	46	23,0	40	20,0	86	21,5	0,300	غير دالة
جملة من سنلوا	200	200	400					

تشير بيانات الجدول السابق إلى مفهوم القيم الأخلاقية من وجهة نظر الشباب السعودي، حيث جاء مفهوم (قيم سلوكية تقتضيها الفطرة والشرع) في المقام الأول بنسبة بلغت (33.3%). بينما جاء في المقام الثاني مفهوم (مجموعة من المبادئ والقواعد التي تنظم السلوك الإنساني)، وذلك بنسبة مئوية بلغت (26.3%)، ثم مفهوم (نظام متكون من المبادئ والمعاني السامية، المستنبطة من الكتاب والسنة) بنسبة (25.8%). يليها في المقام الرابع مفهوم (مجموعة من القيم التي تُسهم في بناء المنظومة الأخلاقية لدى الفرد ومعارفه وسلوكه) بنسبة (25%)، وأخيراً مفهوم (مجموعة من الأحكام الانفعالية النابعة من العقل) في المقام الخامس بنسبة (21.5%).

ويرى الباحث أن معظم أفراد عينة الدراسة يرون أن القيم تقع ضمن دائرة الشرع فهي مستمدة من الفطرة وتعاليم الدين الإسلامي الحنيف، الذي جاء وبعث به الرسول الكريم فقد قال صلوات الله وسلامه عليه: (إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق)، وهاهي القيم السوية والإيجابية متى توافرت في فرد من أفراد المجتمع وأخص بالذكر شبابه من الفتيان والفتيات، فمن المؤكد أنها تقوم سلوكهم وتهذيبه. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أحمد (2020م) أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل العامل الأساس للتغيير للأفكار والأخلاق في المجتمع، لكنها أصبحت عامة خطيرة في تهيئة متطلبات زعزعة الأفكار والمعتقدات والقيم التي

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي

يقوم عليها المجتمع وذلك عن طريق بث الشبهات والشهوات والترويج لها عبر هذه المواقع الإلكترونية.

3- القيم الأخلاقية التي يتناولها تطبيق (سناش) من وجهة نظر الشباب السعودي عينة الدراسة:

جدول رقم (6): القيم الأخلاقية التي يتناولها (سناش) من وجهة نظر الشباب السعودي عينة الدراسة وفقاً لنوع

النوع	القيم الأخلاقية	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
		ك	%	ك	%	ك	%		
مساعدة الآخرين		104	52,0	98	49,0	202	50,5	0,300	غير دالة
تحمل المسؤولية المجتمعية		86	43,0	88	44,0	174	43,5	0,100	غير دالة
احترام خصوصية الغير		55	27,5	58	29,0	113	28,2	0,150	غير دالة
التواضع		40	20,0	49	24,5	89	22,3	0,450	غير دالة
الصدق		42	21,0	44	22,0	86	21,5	0,101	غير دالة
الكرم		35	17,5	38	19,0	73	18,3	0,151	غير دالة
الأمانة		30	15,0	39	19,5	69	17,3	0,451	غير دالة
العدل		24	12,0	25	12,5	49	12,3	0,050	غير دالة
جملة من سنلوا		200		200		400			

يتضح من الجدول السابق أن معظم أفراد عينة الدراسة يرون أن قيمة (مساعدة الآخرين) من أكثر القيم الأخلاقية التي يتناولها تطبيق "سناش" حيث جاءت في المرتبة الأولى، وذلك بنسبة مئوية بلغت (50.5%)، بينما تليها في المرتبة الثانية قيمة (تحمل المسؤولية المجتمعية) بنسبة مئوية بلغت (43.5%)، ثم قيمة (احترام خصوصية الغير) في المرتبة الثالثة بنسبة (28.2%)، وجاءت قيمة (التواضع) في المرتبة الرابعة بنسبة (22.3%)، ثم قيمة (الصدق) بنسبة (21.5%) في المرتبة الخامسة، تلتها قيمة (الكرم) في المرتبة السادسة بنسبة (18.3%)، في حين جاءت قيمة (الأمانة) في المرتبة السابعة بنسبة

د. فلاح عامر الدرمشي

(17.3%)، وأخيراً قيمة (العدل) في المرتبة الثامنة بنسبة (12.3%)، ويتضح مما سبق أن أكثر القيم الأخلاقية التي يتناولها تطبيق السناپ شات من وجهة نظر الشباب السعودي قيمة مساعدة الآخرين ويفسر هذا تقرير حديث نشرته الهيئة العامة للإحصاء السعودي أن ما نسبته 16.8% من السعوديين يتجهون للعمل التطوعي وأمضوا 52.2 ساعة في التطوع خلال جائحة كورونا. ونظراً لأن الوباء أجبرنا على التباعد الاجتماعي، فنحن نشهد بشكل مباشر كيف يوحد العمل التطوعي البشرية، وكل هذا أصبح عبر تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي وسناپ شات أنموذجاً.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة جفات (2019م) في أن التسامح وتقديم المساعدات للمحتاجين، أكثر القيم انتشاراً في شبكات التواصل والتي تحث على الجانب الإنساني. ودراسة السلمي (2020م) ودراسة القرني (2021م) ودراسة المصف (2020م).

4- أكثر القضايا التي يتفاعل معها الشباب السعودي عينة الدراسة على تطبيق سناپ شات:

جدول رقم (7): أكثر القضايا التي يتفاعل معها الشباب السعودي عينة الدراسة على تطبيق

سناپ شات وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
اجتماعية	143	71,5	156	78,0	299	74,8	0,650	غير دالة
ثقافية	79	39,5	65	32,5	144	36,0	0,700	غير دالة
وطنية	59	29,5	62	31,0	121	30,3	0,150	غير دالة
دينية	47	23,5	53	26,5	100	25,0	0,299	غير دالة
سياسية	48	24,0	36	18,0	84	21,0	0,600	غير دالة
اقتصادية	45	22,5	39	19,5	84	21,0	0,300	غير دالة
جملة من سنلوا	200		200		400			

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي

تشير بيانات الجدول السابق أن القضايا (الاجتماعية) تعد من أكثر القضايا التي يتفاعل معها الشباب السعودي عينة الدراسة على تطبيق "سناپ شات"، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (74.8%)، تليها في المرتبة الثانية القضايا (الثقافية) بنسبة (36%)، ثم القضايا (الوطنية) بنسبة (30.3%) في المرتبة الثالثة. وبينما جاءت القضايا (الدينية) في المرتبة الرابعة بنسبة (25%)، وأتى كل من القضايا (السياسية) و(الاقتصادية) المرتبة الخامسة بنسبة مئوية بلغت (21%) لكل منهما. ويُعزى اهتمام العينة بالقضايا الاجتماعية لأنها متعلقة بالقدرة على بناء علاقات اجتماعية وتواصل ناجح مع الآخرين الأمر الذي يشير إلى مكون مهم من مكونات مواقع التواصل الاجتماعي ومنها سناپ شات في بناء علاقات اجتماعية وتقويتها وتنمية بعض القيم الاجتماعية ومنها (التعاون والمشاركة وتكوين الشعور تجاه المجتمع وهمومه).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة العازمي (2017م) ودراسة العواد (2021م) ودراسة العودان (2019م). ودراسة الزيودي والشريف (2020م) في اهتمام الشباب بالقضايا الاجتماعية بالدرجة الأولى. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة المشاري (2021م) في اهتمام الشباب السعودي بالترفيه والتسوق الإلكتروني.

5- التأثيرات الإيجابية لاستخدام الشباب السعودي تطبيق السناپ شات في تعزيز القيم الأخلاقية لديهم:

جدول رقم (8): التأثيرات الإيجابية لاستخدام الشباب السعودي تطبيق السناپ شات في تعزيز

القيم الأخلاقية لديهم

الاتجاه	النوع	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط الحسابي	النقاط	الوزن المنوي	الاتجاه
		ك	%	ك	%	ك	%				
اتأكد مما يتم نشره قبل	ذكور	155	77,5	26	13,0	19	9,5	2,67	1068	11,8	موافق
	إناث	156	78,0	20	10,0	24	12,0				

د. فلاح عامر الدرمشي

مشاركته مع أصدقائي على سناپ شات	إجمالي	311	77,8	46	11,5	43	10,8				
أشعر بالاستياء من المواقف والمضامين الخارجة عن الذوق العام المنشورة على سناپ شات	ذكور	143	71,5	31	15,5	26	13,0	2,63	1052	11,62	موافق
	إناث	158	79,0	19	9,5	23	11,5				
	إجمالي	301	75,3	50	12,5	49	12,3				
أحرص على نشر صورة صحيحة عن ديني عن طريق سناپ شات	ذكور	140	70,0	31	15,5	29	14,5	2,60	1039	11,48	موافق
	إناث	155	77,5	18	9,0	27	13,5				
	إجمالي	295	73,8	49	12,3	56	14,0				
يساعدني سناپ شات على شراء بعض السلع	ذكور	143	71,5	27	13,5	30	15,0	2,58	1030	11,38	موافق
	إناث	144	72,0	29	14,5	27	13,5				
	إجمالي	287	71,8	56	14,0	57	14,2				
أعانني سناپ شات على نشر الخير والنفع للناس	ذكور	132	66,0	42	21,0	26	13,0	2,53	1012	11,18	موافق
	إناث	132	66,0	42	21,0	26	13,0				
	إجمالي	264	66,0	84	21,0	52	13,0				
يساعدني سناپ شات على إحياء الشعائر والمناسبات الدينية	ذكور	134	67,0	37	18,5	29	14,5	2,51	1002	11,07	موافق
	إناث	125	62,5	47	23,5	28	14,0				
	إجمالي	259	64,8	84	21,0	57	14,2				
يتيح لي سناپ شات التعبير عن آرائني بحرية	ذكور	122	61,0	38	19,0	40	20,0	2,42	969	10,7	موافق
	إناث	127	63,5	33	16,5	40	20,0				
	إجمالي	249	62,3	71	17,8	80	20,0				

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي

موافق	10,57	957	2,39	19,0	38	23,0	46	58,0	116	ذكور	يدفعني سنا شات على المشاركة في التطوع
				20,5	41	19,5	39	60,0	120	إناث	
				19,8	79	21,3	85	59,0	236	إجمالي	
موافق	10,21	924	2,31	21,5	43	19,0	38	59,5	119	ذكور	يساعدني سنا شات على غرس قيمة الاعتذار عن أخطائي
				27,5	55	21,0	42	51,5	103	إناث	
				24,5	98	20,0	80	55,5	222	إجمالي	
ن = 400										إجمالي	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك العديد من التأثيرات الإيجابية لتطبيق السنا شات في تعزيز القيم الأخلاقية لدى الشباب السعودي. إذ تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارة ما بين (2.31) (2.67). وجاءت عبارة "أتأكد مما يتم نشره قبل مشاركته مع أصدقائي على سنا شات" في المرتبة الأولى بالنسبة لأكثر التأثيرات الإيجابية لاستخدام الشباب السعودي لتطبيق سنا شات في تعزيز القيم الأخلاقية، بمتوسط حسابي بلغ (2.67)، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة "أشعر بالاستياء من المواقف والمضامين الخارجة عن الذوق العام المنشورة على سنا شات" بمتوسط حسابي بلغ (2.63)، ثم في الترتيب الثالث عبارة "أحرص على نشر صورة صحيحة عن ديني عن طريق سنا شات" وذلك بمتوسط حسابي (2.60)، ثم عبارة "يساعدني سنا شات على شراء بعض السلع" بمتوسط حسابي بلغ (2.58) في المرتبة الرابعة.

بينما جاءت في المرتبة الخامسة عبارة "أعاني سنا شات على نشر الخير والنفع للناس" بمتوسط حسابي (2.53)، ثم عبارة "يساعدني سنا شات على إحياء الشعائر والمناسبات الدينية" في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (2.51)، ثم "يتيح لي سنا شات التعبير عن آرائي بحرية" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (2.42)، وجاءت عبارة "يدفعني سنا شات على المشاركة في التطوع

د. فلاح عامر الدرمشي

"بمتوسط حسابي (2,39) في المرتبة الثامنة، وأخيراً عبارة "يساعدني سناب شات على غرس قيمة الاعتذار عن أخطائي" بمتوسط حسابي بلغ (2,31). ويتضح مما سبق أن هذه النتيجة تعكس مدى التزام عينة البحث بالصدق وكيفية تعاملهم مع الأحداث والأخبار التي يتم تداولها عبر سناب شات ومثل هذا الالتزام ينبع من كون الإنسان المؤمن الصادق يتحرى الصدق وفق القيم والأخلاق الإسلامية وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الديبي (2021م) دراسة المبارك (2020م) ودراسة الشيتي (2018م) ودراسة المشاري (2021م) ودراسة رضوان والمطيري (2017م).

6- التأثيرات السلبية لاستخدام الشباب السعودي تطبيق السناب شات في تعزيز القيم الأخلاقية لديهم:

جدول رقم (9): التأثيرات السلبية لاستخدام الشباب السعودي تطبيق السناب شات

في تعزيز القيم الأخلاقية لديهم

الاتجاه	الوزن المنوي	النقاط	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		النوع	الاتجاه التأثيرات السلبية
				%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	12,46	1025	2,56	14,5	29	19,0	38	66,5	133	ذكور	يسهل سناب شات على القيام بأمور غير مقبولة أخلاقياً ودينياً
				12,0	24	15,5	31	72,5	145	إناث	
				13,3	53	17,3	69	69,5	278	إجمالي	
موافق	12,11	996	2,49	24,5	49	15,5	31	60,0	120	ذكور	يسهل سناب شات انتقال قيم وأفكار غير مقبولة دينياً في المجتمع
				12,0	24	13,5	27	74,5	149	إناث	
				18,3	73	14,5	58	67,3	269	إجمالي	
موافق	11,75	967	2,42	20,0	40	23,0	46	57,0	114	ذكور	يتيح سناب شات الغوص في علاقات غير مشروعة
				18,0	36	17,5	35	64,5	129	إناث	
				19,0	76	20,3	81	60,8	243	إجمالي	
موافق	11,21	922	2,31	26,5	53	19,5	39	54,0	108	ذكور	يحفز سناب شات على نشر محتوى محظور
				23,5	47	19,5	39	57,0	114	إناث	

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي

إجمالي	222	55,5	78	19,5	100	25,0				
إجمالي	222	55,5	78	19,5	100	25,0				
ذكور	101	50,5	53	26,5	46	23,0	2,30	918	11,16	موافق
إناث	105	52,5	53	26,5	42	21,0				
إجمالي	206	51,5	106	26,5	88	22,0				
ذكور	100	50,0	45	22,5	55	27,5	2,23	892	10,84	موافق
إناث	103	51,5	41	20,5	56	28,0				
إجمالي	203	50,7	86	21,5	111	27,8				
ذكور	102	51,0	42	21,0	56	28,0	2,17	868	10,55	موافق
إناث	87	43,5	48	24,0	65	32,5				
إجمالي	189	47,3	90	22,5	121	30,3				
ذكور	99	49,5	34	17,0	67	33,5	2,09	837	10,17	موافق
إناث	88	44,0	29	14,5	83	41,5				
إجمالي	187	46,8	63	15,8	150	37,5				
ذكور	87	43,5	37	18,5	76	38,0	2,01	803	9,75	موافق
إناث	81	40,5	30	15,0	89	44,5				
إجمالي	168	42,0	67	16,8	165	41,3				
إجمالي										ن = 400

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك العديد من التأثيرات السلبية لتطبيق السنااب شات في تعزيز القيم الأخلاقية لدى الشباب السعودي. إذ تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات ما بين (2.01) (2.56) وجاءت عبارة "يسهل سنااب شات على القيام بأمور غير مقبولة أخلاقياً ودينياً" في المرتبة الأولى بالنسبة لأكثر التأثيرات السلبية لاستخدام الشباب السعودي لتطبيق سنااب شات في تعزيز القيم الأخلاقية، بمتوسط حسابي بلغ (2.56). يليها في المرتبة الثانية عبارة "يسهل سنااب شات انتقال قيم وأفكار غير مقبولة دينياً في المجتمع"

لدى الشباب عينة الدراسة بمتوسط حسابي بلغ (2.49)، يليها في الترتيب الثالث عبارة "يتيح سناپ شات الخوض في علاقات غير مشروعة" وذلك بمتوسط حسابي (2.42)، ثم عبارة "يحفز سناپ شات على نشر محتوى محظوراً شرعياً وأخلاقياً" بمتوسط حسابي بلغ (2.31) في المرتبة الرابعة. وجاءت عبارة "يؤدي سناپ شات إلى العزلة عن المجتمع" بمتوسط حسابي (2.30) في المرتبة الخامسة، ثم عبارة "سناپ شات يحفز على الرياء حين ينشر الفرد الطاعات التي يفعلها" في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (2.23)، تلتها عبارة "يتلاشى الانتماء الوطني لمستخدمي سناپ شات" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (2.17). وفي المرتبة الثامنة جاءت عبارة "يقلل سناپ شات من ولائي لأسرتي بسبب المقارنة بين المؤثرين (المشاهير) وبين حياتي الخاصة" بمتوسط حسابي (2.09)، وأخيراً عبارة "أحياناً استخدم حساباً وهمي في سناپ شات للرد على الآخرين بلا قيود أخلاقية ودينية" بمتوسط حسابي (2.01).

يتضح من مما سبق أن نسبة قليلة من أفراد عينة الدراسة أثرت مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ومنها سناپ شات على معتقداتهم الدينية والأخلاقية بطريقة أو بأخرى وهذا التأثير الذي يتناقض مع معتقداتهم الدينية التي نشأوا عليها منذ الصغر الأمر الذي قد يدفعهم في بعض الأحيان إلى التوصل من شخصيتهم الحقيقية باللجوء إلى شخصيات وحسابات أخرى وهمية تساعدكم على التعبير عن آرائهم الشاذة عن القيم والمعتقدات الإسلامية. وتتفق هذه النتائج في بعض التأثيرات السلبية للسناپ شات مع دراسة هلال (2020م) الزيودي والشريف (2020م) دراسة رفاعي (2021م) ودراسة الكرم (2020م) ودراسة أحمد (2021م) ودراسة القادر (2017م). ودراسة شيتوي والصميلي (2019م).

نتائج التحقق من صحة الفروض:

يحتوي هذا الجزء على خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبانة، وسوف يتناول الباحث في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم تقدم ملخصاً عن هذه النتائج، وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها سوف يتم عرض نتائج التحقق من صحة الفروض فيما يلي:

الفرض الأول: يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث ممن يستخدمون تطبيق سناب شات في تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم.

جدول (10): نتائج اختبار (ت) T-test لدلالة الفرق بين درجات الذكور والإناث في تأثير

استخدام تطبيق السناب شات وتأثيره على القيم الأخلاقية لديهم

التأثيرات	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
إيجابية	الذكور	200	2,49	0,610	0,739	398	غير دالة
	الإناث	200	2,53	0,609			
سلبية	الذكور	200	2,20	0,714	0,140	398	غير دالة
	الإناث	200	2,21	0,718			
إجمالي المقياس	الذكور	200	2,46	0,565	0,538	398	غير دالة
	الإناث	200	2,49	0,549			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق السناب شات على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغت قيمة "ت" (0,739) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة. وجاءت أيضاً نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق

د. فلاح عامر الدرمشي

ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في التأثيرات السلبية لاستخدام تطبيق السناپ شات على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغت قيمة "ت" (0,140) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة. وبناء عليه جاءت نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي التأثيرات الناتجة عن استخدام تطبيق السناپ شات على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغت قيمة "ت" (0,538) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة القائل أنه: يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث ممن يستخدمون تطبيق سناپ شات في تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب السعودي ممن يستخدمون تطبيق سناپ شات في تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم تبعاً لاختلاف العمر (20 إلى 25 - 26 إلى 30 - 31 إلى 40) سنة.

جدول (11): تحليل التباين أحادي الاتجاه (On Way-ANOVA) بين متوسطات درجات الشباب السعودي في تأثير استخدام سناپ شات على القيم الأخلاقية لديهم

تبعاً لاختلاف العمر

التأثيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
الإيجابية	بين المجموعات	3,050	2	1,525	3,907	دالة عند 0,05
	داخل المجموعات	154,928	397	0,390		
	المجموع	157,978	399	-		
السلبية	بين المجموعات	4,482	2	2,241	4,398	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	202,308	397	0,510		
	المجموع	206,790	399			

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي

إجمالي المقياس	بين المجموعات	3,028	2	1,514	4,615	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	130,249	397	0,328		
	المجموع	133,278	399	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب السعودي الذين يمثلون المراحل العمرية المختلفة (20 إلى 25 - 26 إلى 30 - 31 إلى 40) سنة في التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق سناب شات على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغت قيمة ف (3,907) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0,05). وأيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب السعودي الذين يمثلون المراحل العمرية المختلفة (20 إلى 25 - 26 إلى 30 - 31 إلى 40) سنة في التأثيرات السلبية لاستخدام تطبيق سناب شات على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغت قيمة ف (4,398) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0,01.

ومما سبق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب السعودي الذين يمثلون المراحل العمرية المختلفة (20 إلى 25 - 26 إلى 30 - 31 إلى 40) سنة على إجمالي مقياس التأثيرات الناتجة لاستخدام تطبيق سناب شات على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغ قيمة (4,615) وهذه قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0,01، حيث تتضح صحة الفرض القائل أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب السعودي ممن يستخدمون تطبيق سناب شات في تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم تبعاً لاختلاف العمر (20 إلى 25 - 26 إلى 30 - 31 إلى 40) سنة.

جدول (12): نتائج تحليل L.S.D. المعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس تأثير استخدام تطبيق سناب شات على القيم الأخلاقية تبعاً لاختلاف المرحلة العمرية

المجموعات	25 : 20	30 : 26	40 : 31
25 : 20	-	0,071	0,274
30 : 26	0,071	-	0,203
40 : 31	0,274	0,203	-

يتبين من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات الذين يمثلون متوسطات درجات الشباب السعودي من الأعمار المختلفة (20: 25 - 26: 31 - 40) سنة ممن يستخدمون تطبيق سناب شات والتي تشكل مستويات تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الشباب السعودي أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرقاً معنوياً. حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين متوسطات درجات الشباب من (20 إلى 25) سنة وبين متوسطات درجات الشباب من عمر (31: 40) سنة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,274) لصالح الشباب من عمر (20 إلى 25) فهم الأكثر تأثراً، وهو فرق دال إحصائي عند مستوى (0,01). وجاء أيضاً وجود اختلاف بين متوسطات درجات الشباب من (26 إلى 30) سنة وبين متوسطات درجات الشباب من عمر (31: 40) سنة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,203) لصالح الشباب من عمر (26 إلى 30) فهم الأكثر تأثراً، وهو فرق دال إحصائي عند مستوى (0,05).

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب السعودي ممن يستخدمون تطبيق سناب شات في تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم تبعاً لاختلاف المؤهل الدراسي (ثانوي - دبلوم - بكالوريوس - دراسات عليا).

جدول (13): تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات الشباب السعودي في تأثير استخدام سناب شات على القيم الأخلاقية لديهم تبعاً لاختلاف المؤهل الدراسي

التأثيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	مجموع قيمة ف	الدلالة
الإيجابية	بين المجموعات	9,862	3	3,287	6,790	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	191,728	396	0,484		
	المجموع	201,590	399	-		
السلبية	بين المجموعات	4,258	3	1,428	2,578	دالة عند 0,05
	داخل المجموعات	219,465	396	0,554		
	المجموع	223,750	399	-		
إجمالي المقياس	بين المجموعات	8,253	3	2,751	6,603	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	164,987	396	0,417		
	المجموع	173,240	399	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب السعودي الذين يمثلون المؤهلات الدراسية المختلفة (ثانوي - دبلوم - بكالوريوس - دراسات عليا) في التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق سناب شات على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغت قيمة ف (6,790) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = (0,01) وأيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب السعودي الذين يمثلون المؤهلات الدراسية المختلفة (ثانوي - دبلوم - بكالوريوس - دراسات عليا) في التأثيرات السلبية لاستخدام تطبيق سناب شات

على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغت قيمة ف (2,578) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = (0,05).

ومما سبق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب السعودي الذين يمثلون المؤهلات الدراسية المختلفة (ثانوي- دبلوم- بكالوريوس- دراسات عليا) على إجمالي مقياس التأثيرات الناتجة لاستخدام تطبيق سناب شات على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغ قيمة (6,603) وهذه قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,01، حيث تتضح صحة الفرض القائل أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب السعودي ممن يستخدمون تطبيق سناب شات في تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم تبعاً لاختلاف المؤهل الدراسي (ثانوي- دبلوم- بكالوريوس- دراسات عليا).

جدول (14): نتائج تحليل L.S.D المعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس تأثير استخدام تطبيق سناب شات على القيم الأخلاقية تبعاً لاختلاف المؤهلات الدراسية

المجموعات	ثانوي	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا
ثانوي	-	0,097	0,227	0,346
دبلوم	0,097	-	0,324	0,443
بكالوريوس	0,227	0,324	-	0,119
دراسات عليا	0,346	0,443	0,119	-

يتبين من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات الذين يمثلون متوسطات درجات الشباب السعودي من المؤهلات الدراسية المختلفة (ثانوية- دبلوم- بكالوريوس- دراسات عليا) ممن يستخدمون تطبيق سناب شات والتي تشكل مستويات تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الشباب السعودي أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرقاً معنوياً.

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين متوسطات درجات الشباب ذوو مؤهل (ثانوي) وبين متوسطات درجات الشباب ذوي مؤهل (بكالوريوس) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,227) لصالح الشباب أصحاب مؤهل (بكالوريوس) فهم الأكثر تأثراً، وهو فرق دال إحصائي عند مستوى (0,01). وجاء أيضاً وجود اختلاف بين متوسطات درجات الشباب ذوو مؤهل (ثانوي) وبين متوسطات درجات الشباب ذوي (الدراسات العليا) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,346) لصالح الشباب ذوي (الدراسات العليا) فهم الأكثر تأثراً، وهو فرق دال إحصائي عند مستوى (0,01). كذلك يرى أن هناك اختلافاً بين متوسطات درجات الشباب ذوي مؤهل (دبلوم) وبين متوسطات درجات الشباب ذوي مؤهل (بكالوريوس) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,324) لصالح الشباب ذوي مؤهل (بكالوريوس) فهم الأكثر تأثراً، وهو فرق دال إحصائي عند مستوى (0,01). وجاء أيضاً وجود اختلاف بين متوسطات درجات الشباب ذوي مؤهل (دبلوم) وبين متوسطات درجات الشباب ذوي (الدراسات العليا) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,443) لصالح الشباب ذوي (الدراسات العليا) فهم الأكثر تأثراً، وهو فرق دال إحصائي عند مستوى (0,01).

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشباب السعودي لتطبيق سناب شات وتأثيره على القيم الأخلاقية لديهم

جدول (15): تحليل التباين أحادي الاتجاه (On Way-ANOVA) بين متوسطات درجات

الشباب السعودي في تأثير استخدام سناب شات على القيم الأخلاقية لديهم تبعاً لاختلاف

مستويات الاستخدام

التأثيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
الإيجابية	بين المجموعات	9,895	2	4,948	9,739	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	201,695	397	0,508		
	المجموع	211,590	399	-		
السلبية	بين المجموعات	4,052	2	2,026	3,767	دالة عند 0,05
	داخل المجموعات	213,538	397	0,538		
	المجموع	217,590	399	-		
إجمالي المقياس	بين المجموعات	7,370	2	3,685	8,159	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	179,307	397	0,452		
	المجموع	186,678	399	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب السعودي الذين يمثلون مستويات استخدام تطبيق سناب شات المختلفة (منخفض - متوسط - مرتفع) وتأثيراته الإيجابية على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغت قيمة ف (9,739) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0,01.

وأيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب السعودي الذين يمثلون مستويات استخدام تطبيق سناب شات المختلفة (منخفض - متوسط - مرتفع) وتأثيراته السلبية على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغت قيمة ف (3,767) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0,05.

استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي

ومما سبق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب السعودي الذين يمثلون مستويات استخدام تطبيق سناب شات المختلفة (منخفض-متوسط-مرتفع) وإجمالي تأثيراته على القيم الأخلاقية لديهم، حيث بلغ قيمة (8,159) وهذه قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.01، حيث تتضح صحة الفرض القائل أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشباب السعودي لتطبيق سناب شات وتأثيره على القيم الأخلاقية لديهم.

جدول (16): نتائج تحليل L.S.D. المعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس

تأثير استخدام تطبيق سناب شات على القيم الأخلاقية تبعاً لاختلاف مستويات الاستخدام

المجموعات	منخفضي الاستخدام	متوسطي الاستخدام	مرتفعي الاستخدام
منخفضي الاستخدام	-	0,377	0,307
متوسطي الاستخدام	0,377	-	0,070
مرتفعي الاستخدام	0,307	0,070	-

يتبين من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات الذين يمثلون متوسطات درجات الشباب السعودي في مستويات استخدام تطبيق سناب شات (منخفض- متوسط- مرتفع) والتي تشكل مستويات تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الشباب السعودي أجرى الاختبار البعدي L.S.D. بطريقة أقل فرقاً معنوياً. حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين متوسطات درجات الشباب منخفضاً استخدام تطبيق سناب شات وبين متوسطات درجات الشباب متوسطي استخدام تطبيق سناب شات بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,377) لصالح الشباب متوسطاً استخدام تطبيق سناب شات فهم الأكثر تأثراً، وهو فرق دال إحصائي عند مستوى (0,01). وجاء أيضاً وجود اختلاف بين متوسطات درجات الشباب منخفضي استخدام تطبيق سناب شات وبين متوسطات درجات الشباب مرتفعي

استخدام تطبيق سناب شات، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,307) لصالح الشباب مرتفعي استخدام التطبيق فهم الأكثر تأثراً، وهو فرق دال إحصائي عند مستوى (0,01).

النتائج العامة للدراسة:

- 1- بلغت نسبة من يقضون (ساعة إلى ساعتين يومياً) في استخدام تطبيق السناب شات في المقدمة (29.3%)، حيث بلغت من يقضون عدد ساعات (من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات) و(من أربعة إلى خمس ساعات يومياً) في المرتبة الرابعة بنسبة (14.2%) لكل منهما.
- 2- جاء مفهوم (قيم سلوكية تقتضيها الفطرة والشرع) في مقدمة مفهوم القيم الأخلاقية من وجهة نظرهم، وذلك بنسبة (33.3%). حيث جاء مفهوم (مجموعة من القيم التي تسهم في بناء المنظومة الأخلاقية لدى الفرد ومعارفه وسلوكه) في المرتبة الرابعة بنسبة (25%)، ثم (مجموعة من الأحكام الانفعالية النابعة من العقل) في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة (21.5%).
- 3- جاءت قيمة (مساعدة الآخرين) في مقدمة القيم الأخلاقية التي يتناولها تطبيق "سناب شات" من وجهة نظر الشباب السعودي، بنسبة (50.5%)، وفي المرتبة الثانية جاءت قيمة (تحمل المسؤولية المجتمعية) بنسبة (43.5%)، ثم قيمة (احترام خصوصية الغير) في المرتبة الثالثة بنسبة (28.2%). وجاءت قيمة (الأمانة) في المرتبة السابعة بنسبة (17.3%)، وأخيراً قيمة (العدل) في المرتبة الثامنة بنسبة (12.3%).
- 4- جاءت القضايا (الاجتماعية) في مقدمة أنواع القضايا التي يتفاعل معها الشباب السعودي على تطبيق "سناب شات"، وذلك بنسبة (74.8%)، حيث حلت القضايا (الدينية) في المرتبة الرابعة بنسبة (25%)، وتقاسمت كل من

القضايا (السياسية) و(الاقتصادية) المرتبة الخامسة بنسبة (21%) لكل منهما.

5- جاءت عبارة "أتأكد مما يتم نشره قبل مشاركته مع أصدقائي على سناب شات" في المرتبة الأولى بالنسبة لأكثر التأثيرات الإيجابية لاستخدام الشباب السعودي لتطبيق سناب شات في تعزيز القيم الأخلاقية، بينما جاءت عبارة "يدفعني سناب شات على المشاركة في التطوع" في المرتبة الثامنة، ثم عبارة "يساعدني سناب شات على غرس قيمة الاعتذار عن أخطائي" في المرتبة التاسعة والأخيرة.

6- جاءت عبارة "يسهل سناب شات على القيام بأمور غير مقبولة أخلاقياً ودينياً" في المرتبة الأولى بالنسبة لأكثر التأثيرات السلبية لاستخدام الشباب السعودي لتطبيق سناب شات في تعزيز القيم الأخلاقية، حيث جاءت عبارة "يقلل سناب شات من ولائي لأسرتي بسبب المقارنة بين المؤثرين (المشاهير) وبين حياتي الخاصة"، ثم عبارة "أحياناً استخدم حساباً وهمياً في سناب شات للرد على الآخرين بلا قيود أخلاقية ودينية" في المرتبة التاسعة والأخيرة.

7- ثبت عدم صحة القائل أنه: يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث ممن يستخدمون تطبيق سناب شات في تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم.

8- اتضح صحة الفرض القائل أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب السعودي ممن يستخدمون تطبيق سناب شات في تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم تبعا لاختلاف العمر (20 إلى 25 - 26 إلى 30 - 31 إلى 40) سنة.

9- اتضح صحة الفرض القائل أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب السعودي ممن يستخدمون تطبيق سناب شات في تأثيره على القيم الأخلاقية لديهم تبعاً لاختلاف المؤهل الدراسي (ثانوي- دبلوم - بكالوريوس - دراسات عليا).

10- اتضح صحة الفرض القائل أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشباب السعودي لتطبيق سناب شات وتأثيره على القيم الأخلاقية لديهم.

11- لقد أثر السناب شات تأثير إيجابي على القيم الأخلاقية للمبحوثين عينة الدراسة.

التوصيات:

1- تعزيز القيم الإيجابية المتوافرة لدى الشباب من خلال السناب شات والمحافظة عليها والحد من القيم السلبية.

2- التوعية بالطرق المثلى في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبالسناب شات خصوصاً والاستفادة منه قدر المستطاع.

3- من الممكن الاستفادة من استخدام الشباب لتطبيق سناب شات في الحث على ممارسة الرياضة من خلال الهيئة العامة للرياضة والترفيه وكذلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وجعل المؤثرين بالدرجة الأولى هم من يدعمون هذا التوجه.

4- يجب أن تكون هناك رقابة مجتمعية لتطبيق سناب شات حيث يوجد الكثير من المشاهير الذين يروجون لفكر أو قيم لا تتوافق مع هوية المسلم أو القيم الاجتماعية الموجودة في المملكة العربية السعودية.

5- من الممكن من خلال سناب شات وضع موانئ أخلاقية وبرامج لنشر القيم الأخلاقية لتهديب النفس لدى المراهقين والشباب (كالصدق والأمانة، احترام الغير ...)

المصادر والمراجع:

- 1- زواني نزيهة وندلوس نسبية (2019م) البناء القيمي والتوافق النفسي لدى المراهقين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، المؤتمر الثاني: منظومة القيم وأثرها في تنمية الحوار وتعزيز الإرشاد التربوي والوساطة الأسرية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، ص 463.
- 2- أسماء مختار (2021م)، اعتماد الجمهور على مقاطع فيديو الفضائيات العربية والأجنبية المتخصصة بشئون المرأة عبر التطبيقات الالكترونية المرئية في معرفة اهتمامات المرأة واتجاهاته نحوها، مج 20، ع4، ص268.
- 3- خليل المعاينة، كتاب علم النفس، الطبعة الخامسة، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق سوريا، 2015م.
- 4- سلمى الدوسري (2016م)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وتعزيز القيم الاجتماعية لطلاب جامعات المملكة العربية السعودية، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة الأميرة نورة، مج20، ع2.
- 5- ضوان والمطيري (2017م)، المجتمعات الافتراضية ودورها في تنمية القيم الأخلاقية من وجهة نظر طالبات جامعة القصيم، مجلة العلوم التربوية، مج2، ع2، ص73.
6. <https://expandcart.com/ar/30691>
- 7- ممدوح الشرعة (2017م)، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن، المؤتمر العالمي الثاني عشر للندوة العالمية للشباب الإسلامي: الشباب في عالم متغير، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، كلية العلوم التربوية، الجامعة الهاشمية، مج44، ع4، ص1589.

- 8- نورة الهزاني، نوف السويلمي (2019م) "أثر سناب شات Snap Chat" القائم على استراتيجية تعليم الأقران المنظم تنمية مهارات برمجة الأجهزة الذكية واتجاه الطالبات نحوه، المجلة الدولية للأبحاث التربوية، مج43، ع1.
- 9- عبد الله الديبي (2021م)، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الثقافي، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مج 1، ع 59، ص 410.
- 10- غادة البطريق (2020 م)، التماس الشباب الجامعي للمعلومات عن رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمستوى إدراكهم لها، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مج 1، ع 55، ص 482.
- 11- مصعب السعيد (2020م)، استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى متابعتهم لمحتوى الإعلام التقليدي، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مج 5، ع 55، ص 3206.
- 12- محمد علي، فودة (2020)، اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع55، ج6.
- 13- عبد الوهاب مستور السلمي (2020م)، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة الرقمية لدى الشباب السعودي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، مج2021، ع 76، ص 507.

- 14- ظافر القرني (2021م)، دور الجامعات السعودية في تعزيز قيم المواطنة الرقمية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز - الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، مج 29، ع2، ص 247.
- 15- محمود هلال (2020م)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات وقيم طلبة الجامعات، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة عين تموشنت، مج 4، ص 151.
- 16- وضحة المضاف (2020م)، إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى الشباب الجامعي الكويتي، حوليات آداب عين شمس، كلية الآداب، جامعة عين شمس مج 48، ص 279.
- 17- إيناس الشيتي (2018م)، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب: دراسة ميدانية على طالبات جامعة القصيم، مجلة البحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، مج 40، ع4، ص 105.
- 18- هيثم العواد (2021)، أثر استخدامات الاعلام الاجتماعي (واتساب، انستغرام، سناب جات، تويتر) على حياة الفرد المجتمعية، Journal of al-Frahedis Arts، كلية الآداب، جامعة تكريت، مج 13، ع45، ص 234.
- 19- هيفاء العودان (2019 م)، فاعلية استخدام تطبيق سناب شات لإنتاج مقاطع الفيديو التعليمية ومدى رضا طالبات كلية التربية بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن عنه، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، جامعة غزة الإسلامية، مج 27، ع2، ص 355.
- 20- أشواق شيتوي، خولة عبيد الله، فاطمة الصميلي (2019)، علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالاغتراب الثقافي استخدام تطبيق السناب شات وسط

الشباب الجامعي السعودي، مجلة بحوث عربية في مجالات التربية النوعية، ع14، ص 189.

21- البدنة أمل محمد وأبا الخيل هديل إبراهيم (2019)، تطبيق سناب شات كمصدرا للأخبار - قراءة تحليلية للوضع الراهن، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مج (4)، ع (3).

22- نجلاء العازمي (2017م)، آراء حول جامعة الكويت من مستخدمي سناب شات حول اسهاماته في الجوانب الاجتماعية والتعليمية وعلاقته ببعض المتغيرات، المجلة التربوية، جامعة الكويت - مجلس النشر العلمي، مج 32، ع125، ص 13.

23- صفاء رفاعي (2021م)، المواطنة الرقمية وتغير القيم في المجتمع المصري، مجلة كلية الآداب، كلية الآداب، جامعة الفيوم، مج13، ع2، ص 2073.

24- عوض أحمد (٢٠٢٠م)، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الفكرية والأخلاقية على المجتمع: الفيس بوك أنموذجا، مجلة كلية العلوم الإسلامية، كلية العلوم الإسلامية، جامعة الموصل، مج14، ع22، ص 261.

25- فهد القحطاني (2019م)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى، مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية، كلية التربية، جامعة أم القرى، مج 11، ع1، ص2.

26- أماني الغامدي، وضحي القحطاني (2019م)، دور الإعلام الجديد في تعزيز القيم من وجهة نظر الشباب السعودي، مجلة الجامعة الإسلامية للغة

العربية والعلوم الاجتماعية، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، مج2، ع4، ص 302

- 27- عبد الرحمن رضوان والمطيري (2017م)، مرجع سابق، ص73.
- 28- أسامة المدني (2019م)، استخدام الشباب السعودي لتطبيق الواتساب والاشباعات المتحققة منها، مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، مج 11، ع 2، ص 79.
- 29- سيف الدين، رشا (2016)، التسويق عبر سناپ شات في المملكة العربية السعودية، متاح على الرابط:

<https://www.alrasha.co/book/snapchat-book>

- 30- Amit. Chowdhry, jan. (2015): According to BI Intelligence
.cbleiu //:rttauscuabnil/d4esc20294ce8abc/uetiu/ccetarb
Saudi,gazette(2017):-m-eicc-Encaarct- eri- 31-
aiit.abc.ucssescritti//:rttaslceec-Ecsse./uc/clteawi/177444
- 32- أمل البدنة، هديل أبا الخيل، مرجع سابق ص17.
- 33- حقيقي جميلة (2014 - 2015م)، دور المعلم في تنمية القيم الأخلاقية لدى التلاميذ في المرحلة الابتدائية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، ص 33
- 34- الساعاتي، حسن (1988م)، نسق القيم في المجتمع والتغير الاجتماعي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، ص 99
- 35- الحاثي، تركي وآخرون (2011م)، الشباب وقيم المواطنة في المجتمع العربي السعودي، دار حافظ للنشر والتوزيع، جدة، السعودية، ص92

- 36- روبن، برنت (1991م)، الإتصال والسلوك الإنساني. ترجمة جماعية، مراجعة جماعية، السعودية: معهد الإدارة العامة، ص220.
- 37- عقل، محمود عطا حسين (2006)، القيم السلوكية. ط2، الرياض، مطبعة مكتب التربية العربي لدول الخليج.
- 38- الجمال، رباب رأفت (2013). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي "دراسة ميدانية"، المؤتمر العلمي الأول لكرسي الأمير نايف بن عبدالعزيز للقيم الأخلاقية، جامعة الملك عبد العزيز، نوفمبر، 293-362.
- 39- Horstink, T. (2010). The Effects of Social Networks on Group Moral Reasoning in the Royal Netherlands Army. Masterthesis, Communication studies, Universiteit Twente